



This is an open access article under the CCBYSA

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
19-Februari-2025	04-Mei-2025	05-Juli-2025	25-Juni-2025
DOI : https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i1.3595			

Tantangan Manajemen Dakwah Forum Muslimah Dakwah Kampus Daerah Bone dalam Menghadapi Dinamika Kampus Modern

Husnul Hatimah

Institut Agama Islam Negeri Bone, Watampone, Indonesia

E-mail: husnul.imma28@gmail.com

Qudratullah

Institut Agama Islam Negeri Bone, Watampone, Indonesia

E-mail: qudratullah@iain-bone.ac.id.

ABSTRAK: Dakwah merupakan aktivitas penting dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, termasuk di lingkungan kampus. Kampus menjadi tempat strategis untuk membentuk karakter Islami mahasiswa yang berperan sebagai penjaga nilai-nilai kemasyarakatan. Di tengah perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, dakwah di lingkungan kampus harus mampu beradaptasi dengan dinamika sosial serta perubahan pola pikir mahasiswa, terutama di era digital. Dalam hal ini, Forum Muslimah Dakwah Kampus (FMDKI) Daerah Bone memainkan peran krusial dalam menyampaikan ajaran Islam kepada mahasiswa di kampus-kampus daerah Kabupaten Bone. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan solusi manajemen dakwah di FMDKI Daerah Bone yang beroperasi di kampus-kampus Kabupaten Bone. Fokus utama penelitian adalah pada manajemen dakwah yang meliputi komunikasi antar pengurus, penyesuaian kegiatan dakwah dengan perkembangan zaman, dan kesulitan dalam meningkatkan partisipasi aktif dari peserta dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota FMDKI Daerah Bone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya komunikasi efektif antar pengurus, kesulitan dalam menyesuaikan metode dakwah dengan audiens Gen Z, serta perlunya pembaruan konten dakwah agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi dalam mengembangkan manajemen dakwah yang efektif di era digital untuk membentuk karakter Islami di kalangan mahasiswa

Kata Kunci: Dakwah kampus, Manajemen, Tantangan, Solusi.

ABSTRACT: *Da'wah is a vital activity in conveying Islamic teachings to the public, including within university settings. The campus serves as a strategic environment for shaping students' Islamic character, as they play a key role in upholding societal values. Amidst the rapid development of the times and technological advancements, campus-based da'wah must adapt to social dynamics and the evolving mindset of students, particularly in the digital era. In this context, the Forum Muslimah Dakwah Kampus Indonesia (FMDKI) in the Bone region plays a crucial role in promoting Islamic values among university students across campuses in Bone Regency. This study aims to analyze the challenges and solutions related to da'wah management within FMDKI Bone, focusing on its operations across local campuses. The primary emphasis is placed on aspects of da'wah management, including internal communication among leaders, the adaptation of da'wah activities to contemporary developments, and the difficulty of encouraging active participation among da'wah participants. This research employs a qualitative approach using a case study method, with data collected through in-depth interviews with FMDKI Bone administrators and members. The findings reveal that the main challenges faced by the organization include a lack of effective communication among leaders, difficulties in tailoring da'wah methods to engage Generation Z audiences, and the need for continuous renewal of da'wah content to remain relevant in a changing world. This study is expected to contribute to the development of more effective da'wah management strategies in the digital age, with the aim of nurturing Islamic character among university students.*

Keywords: Campus Da'wah, Management, Challenges, Solutions.

PENDAHULUAN

Dakwah adalah aktivitas penting dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, termasuk di lingkungan kampus (Tomi Hendra, 2023). Di era digital, kehidupan kampus mengalami perubahan besar akibat kemajuan teknologi, yang memengaruhi aspek sosial dan pola pikir mahasiswa. Sebagai agen perubahan, mahasiswa memegang peran menjaga nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, gotong royong, integritas, dan empati. Mereka juga dituntut berpikir ilmiah serta menjadi penyebar nilai-nilai kebaikan di lingkungan kampus (Rosyida Nurul Anwar, 2019).

Penyampaian ajaran Islam oleh mahasiswa, yang lebih dikenal sebagai dakwah kampus, merupakan bagian integral dari dakwah secara umum. Aktivitas ini berfokus pada lingkungan perguruan tinggi dan bertujuan menjangkau seluruh

elemen civitas akademika. Kehidupan civitas akademika sendiri berjalan dalam kerangka aturan dan norma yang berlaku (Tri Kurniati Amrilah 2015). Situasi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam melaksanakan kegiatan dakwah, terutama bagi komunitas dakwah kampus seperti Forum Muslimah Dakwah Kampus (FMDKI) Daerah Bone.

Berdasarkan data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,56 juta jiwa dari total populasi sebanyak 278,69 juta jiwa pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan periode sebelumnya (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2024).

Berdasarkan survei APJII tahun 2022, sekitar 98,19% mahasiswa aktif menggunakan media sosial, meningkat dari 94,64% pada tahun 2020. Kenaikan ini menunjukkan tren penggunaan media sosial yang terus tumbuh di kalangan mahasiswa. Platform yang paling sering digunakan adalah YouTube (96,87%) karena kontennya yang informatif dan mendukung pembelajaran, disusul Facebook (96,01%) dan WhatsApp (95,08%) yang unggul dalam fitur komunikasi dan diskusi, serta Instagram (91,12%) dan Twitter (67,97%). Rata-rata mahasiswa menghabiskan waktu 3-5 jam per hari di media sosial, terutama di sela kegiatan kuliah, saat istirahat, dan menjelang tidur (Medcom.id. 2023). Peran media sosial dalam membentuk nilai keislaman mahasiswa semakin menjadi perhatian dalam berbagai diskusi akademik dan sosial. Media sosial membuka akses yang lebih luas terhadap informasi dan pandangan seputar nilai-nilai agama, yang dapat memengaruhi persepsi serta praktik keislaman mahasiswa (Hapni Laila Siregar, 2024).

Kedekatan mahasiswa dengan internet menunjukkan kebutuhan akan wadah yang dapat mengarahkan pencarian ilmu agama dengan cara yang tepat. Dalam konteks ini, organisasi seperti Forum Muslimah Dakwah Kampus Indonesia (FMDKI) dapat berperan penting. FMDKI menyediakan platform yang memfasilitasi mahasiswa untuk belajar agama secara terstruktur, menghindari

informasi yang tidak valid di internet, dan memberikan bimbingan langsung setiap pekan melalui kegiatan dakwah dan diskusi.

Di tengah modernisasi lingkungan kampus, mahasiswa kini hidup dalam budaya serba cepat, individualistik, dan sangat dipengaruhi oleh media digital. Gaya hidup ini menimbulkan tantangan tersendiri bagi lembaga dakwah seperti Forum Muslimah Dakwah Kampus Bone dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Dakwah yang bersifat konvensional terkadang dianggap kurang menarik atau tidak relevan dengan realitas mahasiswa saat ini. Oleh karena itu, lembaga dakwah dituntut untuk mampu menghadirkan pendekatan yang lebih inovatif, adaptif, dan komunikatif agar nilai-nilai Islam dapat diterima dan diamalkan dalam keseharian mahasiswa. Tantangan ini menjadi alasan pentingnya kajian terhadap strategi dan solusi dakwah dalam konteks lingkungan kampus modern.

Dalam konteks ini, organisasi Forum Muslimah Dakwah Kampus Indonesia (FMDKI) berperan penting sebagai wadah pembinaan yang terstruktur. Meski demikian, manajemen dakwah dihadapkan pada tantangan untuk mengelola konten yang relevan dan menarik di era digital guna mengarahkan mahasiswa pada pemahaman agama yang benar dan terpercaya. Manajemen dakwah menjadi kebutuhan mendesak dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang di era modern. Pelaksanaan dakwah tidak lagi dapat dilakukan secara individual dan tidak terorganisir. Berbagai persoalan yang muncul secara dinamis menuntut pendekatan yang profesional dan sistematis. Oleh karena itu, dakwah harus dikelola dengan perencanaan yang matang, kerja sama yang solid, serta sistem kerja yang efektif. (Adilah Mahmud, 2020).

Salah satu teori yang relevan digunakan dalam melihat fenomena ini adalah Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah inovasi, ide, atau nilai baru disebarluaskan dan diadopsi oleh anggota suatu sistem sosial (Greenhalgh, 2017). Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers relevan untuk menjelaskan bagaimana Forum Muslimah Dakwah Kampus Daerah Bone (FMDKI) mengelola dan

menyebarluaskan dakwah di tengah dinamika kampus modern. Dalam konteks ini, inovasi dakwah seperti penggunaan media sosial, pendekatan tematik yang sesuai dengan karakter Gen Z, serta metode interaktif dan kreatif menjadi bentuk-bentuk ide baru yang berupaya diadopsi oleh mahasiswa sebagai audiens dakwah. Teori ini menyoroti proses adopsi inovasi yang dipengaruhi oleh faktor seperti karakteristik inovasi, komunikasi antar pengurus, serta karakteristik sosial dari mahasiswa sebagai sistem sosial target. Ketika metode dakwah yang adaptif dan digital dianggap relevan, mudah diakses, dan sesuai dengan nilai mahasiswa masa kini, maka penyebaran pesan Islam pun menjadi lebih efektif. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa tantangan dalam komunikasi internal, konten yang kurang menarik, dan kesenjangan dengan pola pikir Gen Z adalah faktor penghambat adopsi inovasi dakwah, sehingga solusi strategis dan inovatif diperlukan untuk meningkatkan penerimaan pesan dakwah secara luas.

Penelitian terdahulu yang memiliki topik terkait mencakup beberapa penelitian terdahulu diantaranya, (a) Manajemen Dakwah LDK Al-Intisyar UIKA dalam Meningkatkan Kualitas Dakwah Kampus, studi ini menyoroti empat fungsi manajemen yakni perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang diterapkan untuk membangun sistem kerja yang efektif dalam organisasi dakwah kampus.(Rohmi Rohmanudin dan Zahrotunni'mah 2018) (b) Manajemen Dakwah dalam Era Digital yang menyoroti adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai tantangan dan peluang dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif.(Basoeky and Suryandari 2023) Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen yang baik merupakan fondasi penting untuk menjawab dinamika dan tantangan dakwah di kampus modern. Penelitian ini perlu mengembangkan fokus pada tantangan dan solusi manajemen dakwah yang spesifik untuk komunitas perempuan di kampus daerah, serta menggali lebih dalam tentang pengaruh dinamika sosial dan budaya kampus modern terhadap cara dakwah dan pengelolaan organisasi dakwah di kalangan mahasiswa Gen Z.

Objek penelitian ini dipilih karena memiliki peran penting sebagai wadah bagi mahasiswa muslimah dalam berdakwah di lingkungan kampus. Forum

Muslimah Dakwah Kampus (FMDK) Bone dianggap unik untuk diteliti karena fokus dakwahnya yang dikhkususkan kepada kalangan muslimah mahasiswa, serta penggunaan metode dakwah yang menyesuaikan dengan kebutuhan zaman. Metode-metode dakwah yang digunakan, seperti pendekatan tematik kekinian dan penggunaan media sosial, menunjukkan adanya adaptasi terhadap tren dan preferensi mahasiswa saat ini. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengangkat komunitas ini, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian yang ada.

Lebih lanjut, komunitas ini dikenal aktif dalam membangun jaringan dakwah di kalangan mahasiswa dan turut berkontribusi dalam pengembangan dakwah kampus secara umum. Aktivitas-aktivitasnya tidak hanya bersifat keagamaan, tetapi juga mengarah pada penguatan peran perempuan muslimah dalam ruang akademik. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana manajemen dakwah dijalankan dalam komunitas ini, terutama dalam menghadapi tantangan internal maupun eksternal. Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan solusi strategis yang relevan agar dakwah yang dijalankan tetap efektif, berkelanjutan, dan mampu menjawab dinamika kehidupan kampus modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai tantangan dan solusi manajemen dakwah Lembaga Dakwah Forum Muslimah Dakwah Kampus Daerah Bone. Penelitian kualitatif secara sederhana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang hasilnya tidak diperoleh melalui prosedur statistik, melainkan berfokus pada pemahaman dan penafsiran makna dari peristiwa, interaksi, serta perilaku subjek dalam situasi tertentu berdasarkan sudut pandang peneliti. Fiantika and Maharani (2022).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana manajemen dakwah diterapkan oleh Forum Muslimah Dakwah Kampus (FMDK) Daerah Bone. Data utama

diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung dengan informan kunci, yaitu pembina FMDK Bone dan Koordinator Departemen P2I. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan pertimbangan bahwa pembina organisasi memiliki pengetahuan luas mengenai sejarah, visi, serta arah gerak dakwah FMDK Bone, sementara Koordinator P2I dipilih karena secara langsung terlibat dalam pelaksanaan kegiatan dakwah dan memiliki pemahaman kontekstual mengenai tantangan sosial di lapangan.

Prosedur wawancara dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi whatsapp serta tatap muka dan direkam menggunakan alat perekam untuk memastikan data yang diperoleh akurat, kemudian hasil wawancara ditranskrip dan dianalisis. Selain wawancara, dokumentasi berupa laporan kegiatan, struktur organisasi, serta materi-materi dakwah juga dianalisis sebagai data sekunder guna memperkuat temuan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan dokumentasi. Untuk menjaga validitas data, peneliti juga melakukan triangulasi, yakni dengan membandingkan data dari berbagai sumber guna menghindari bias dan memperoleh hasil yang lebih objektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tantangan

Menurut KBBI, tantangan merujuk pada sesuatu yang mendorong seseorang untuk berusaha lebih keras dalam mengatasi masalah atau kesulitan, sehingga memotivasi untuk meningkatkan kemampuan dan tekad dalam menghadapi situasi tersebut (Nurazizah Salshabila, 2020). Dalam konteks organisasi, menghadapi tantangan memerlukan keberanian, ketangguhan mental, dan kemauan untuk mengambil risiko, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan organisasi. Dengan demikian, tantangan berperan sebagai pendorong bagi kelompok untuk terus belajar, beradaptasi, dan mengasah keterampilan dalam mengatasi berbagai rintangan yang dihadapi (Hamid, 2017).

Manajemen dakwah adalah proses pengelolaan kegiatan dakwah yang berlandaskan prinsip-prinsip manajemen, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan

pengawasan (Ahmad Luthfi Ahmad Suja'i, 2022). Menurut A. Rosyad Shaleh, manajemen dakwah diartikan sebagai suatu proses yang mencakup perencanaan tugas, pengelompokan aktivitas, pengorganisasian, serta penempatan sumber daya manusia ke dalam kelompok-kelompok kerja yang terstruktur. Selanjutnya, proses ini diarahkan untuk menggerakkan seluruh elemen tersebut guna mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien (Satya Wacana Christian University, 2016). Menurut Rosyad Shaleh, manajemen dakwah adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan penggerakan sumber daya secara sistematis dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan dakwah. Proses ini mencakup tahapan dari persiapan hingga pelaksanaan dan evaluasi kegiatan dakwah. (Lilik Jauharotul Wastiyah, 2020).

Adapun Tantangan yang dihadapi oleh Forum Muslimah Dakwah Kampus (FMDK) Daerah Bone dalam manajemen dakwah, menurut hasil wawancara penulis dengan Musfirah, Koordinator P2I FMDK Bone, pada hari Selasa, 24 Desember 2024 pukul 11.12, adalah sebagai berikut:

Tantangan dalam manajemennya itu dari segi komunikasi antar pengurus, ada sekitar 20% yang masih kurang aktif. Terus, dalam pelaksanaan kegiatan juga masih agak sulit untuk nyesuaikan sama perkembangan zaman. Dulu konsepnya agak susah dipahami dan belum terlalu relate dengan mad'u, sekarang baru mulai berusaha menyesuaikan supaya lebih nyambung sama keadaan mad'u sekarang, yang rata-rata anak Gen Z. Jadi, pelaksanaannya masih susah menyesuaikan karena pengurus juga harus terus update dengan apa yang terjadi sekarang. Selain itu, peserta dalam kegiatan sulit untuk menghidupkan forum dengan bertanya.

Dari penjelasan dari narasumber bahwa dapat diketahui bahwa tantangan yang dihadapi dalam manajemen dakwah FMDK Bone adalah kurangnya komunikasi yang efektif antar pengurus yang tidak aktif dan kesulitan dalam menyesuaikan konsep kegiatan dengan perkembangan zaman serta keadaan mad'u yang kini mayoritas adalah anak Gen Z.

Kurangnya komunikasi yang efektif antar pengurus disebabkan oleh minimnya koordinasi rutin, perbedaan kesibukan masing-masing anggota, serta kurangnya pemanfaatan media komunikasi yang efisien. Akibat dari hal ini adalah terhambatnya alur informasi, lemahnya sinergi dalam pelaksanaan program, dan sering kali kegiatan dakwah tidak berjalan sesuai rencana. Sementara itu, kesulitan dalam menyesuaikan konsep

kegiatan dengan perkembangan zaman disebabkan oleh keterbatasan wawasan dalam memahami tren yang digemari Gen Z, serta kurangnya inovasi dalam metode penyampaian dakwah. Akibatnya, kegiatan dakwah cenderung dianggap kurang relevan dan tidak menarik bagi mad'u, sehingga partisipasi mereka menurun. Jika tantangan ini tidak diatasi, maka efektivitas dakwah FMDK Bone dapat terus menurun dan berdampak pada berkurangnya pengaruh dakwah di kalangan mahasiswa muslimah. Oleh karena itu, diperlukan solusi strategis dalam manajemen dakwah, seperti pelatihan komunikasi internal, peningkatan literasi digital pengurus, serta pengembangan program dakwah yang lebih kreatif dan kontekstual.

Komunikasi dalam organisasi berperan penting untuk menjaga keberlangsungan dan mencapai tujuan bersama. Selain membangun hubungan dan koordinasi yang baik antar anggota, komunikasi juga meningkatkan motivasi kerja. Keberhasilan organisasi seringkali bergantung pada efektivitas manajemen komunikasinya (Juni Wati Sri Rizki dan Esli Zuraidah Siregar, 2022). Selain itu, metode dakwah juga merupakan cara yang penting digunakan da'i untuk menyampaikan pesan agar mudah diterima dan dipahami oleh mad'u. Dalam prosesnya, da'i perlu mempertimbangkan cara berpikir, budaya, dan struktur sosial masyarakat yang dihadapi (Siti Mujahadah, 2020).

Selain itu, penulis juga mengajukan pertanyaan mengenai tantangan terbesar dalam manajemen dakwah. Dalam wawancaranya, narasumber yang bernama Musfirah menyampaikan bahwa:

Tantangan terbesarnya pengurus itu terkait dengan manajemen waktu pengurus yang tidak terorganisir dengan baik. Banyak pengurus yang kesulitan menyusun jadwal yang cocok karena kesibukan pribadi, terutama karena mereka juga adalah mahasiswa. Hal ini menyebabkan adanya ketidaksesuaian jadwal kegiatan dakwah dengan ketersediaan waktu pengurus, sehingga menghambat kelancaran kegiatan.

Tantangan dalam manajemen waktu yang dialami oleh pengurus FMDK Bone umumnya disebabkan oleh padatnya aktivitas pribadi para pengurus, terutama karena mayoritas dari mereka masih berstatus sebagai mahasiswa yang memiliki kewajiban akademik, kegiatan organisasi lain, maupun urusan keluarga. Ketidaksesuaian jadwal antara waktu luang pengurus dan agenda kegiatan dakwah menyebabkan perencanaan

program menjadi tidak maksimal dan sering kali mengalami penundaan atau bahkan pembatalan. Akibatnya, semangat partisipasi pengurus dapat menurun, koordinasi menjadi lemah, dan tujuan dakwah tidak tercapai secara optimal.

Dapat diketahui bahwa FMDK memiliki tantangan dalam hal manajemen waktu pengurus. Maka dari itu, perlu untuk menetapkan strategi yang efektif dalam pengelolaan waktu, seperti menyusun jadwal kegiatan yang terstruktur, membagi tugas secara proporsional, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan koordinasi serta efisiensi kerja pengurus. Penerapan tools digital seperti kalender bersama, grup diskusi online, dan manajemen tugas berbasis aplikasi dapat menjadi solusi praktis yang memudahkan seluruh pengurus dalam mengatur waktu dan berkomunikasi secara efektif. Dengan demikian, diharapkan setiap program dakwah yang direncanakan dapat berjalan lebih lancar dan tepat sasaran. Namun, hambatan sering muncul ketika rencana yang telah disusun terganggu oleh tugas-tugas mendadak atau prioritas lain yang sifatnya lebih mendesak, sehingga mengakibatkan ketidakseimbangan dan penundaan dalam penyelesaian tanggung jawab (Farah Dzil and Idris Harta, 2012).

Terkait dengan tantangan manajemen dakwah menggunakan platform digital, penulis melalui wawancara dengan Andi Lisa Aryani Hamjam, selaku pembina FMDK Daerah Bone, yang dilakukan melalui media sosial WhatsApp pada Selasa, 24 Desember 2024 pukul 22.00, menyampaikan bahwa :

Tantangan di media sosial FMDK Bone saat ini adalah postingan reelsnya sering terdeteksi sebagai spam, sehingga jangkauannya menjadi terbatas. Selain itu, masih kurangnya pengurus yang punya keterampilan mumpuni dalam editing.

Dari hasil wawancara di atas bahwa tantangan yang dihadapi dalam penggunaan media sosial, terutama terkait dengan postingan reels. Pertama, postingan reel sering dianggap sebagai spam, sehingga jangkauan audiensnya terbatas. Kedua, masih ada kekurangan dalam keterampilan editing, sehingga kualitas konten yang dihasilkan kurang optimal.

Sebab dari reels yang terdeteksi sebagai spam kemungkinan besar karena penggunaan template, musik, atau caption yang dianggap berulang atau tidak sesuai dengan pedoman komunitas platform seperti Instagram. Hal ini menyebabkan algoritma media sosial

membatasi penyebaran konten tersebut, yang akhirnya berdampak pada rendahnya interaksi dan minimnya eksposur dakwah kepada audiens yang lebih luas. Sementara itu, kurangnya keterampilan editing di kalangan pengurus mengakibatkan hasil konten yang dibuat tidak menarik secara visual, kurang estetis, dan tidak mampu bersaing dengan konten dakwah lain yang lebih profesional. Akibatnya, pesan dakwah yang ingin disampaikan menjadi kurang efektif, dan potensi media sosial sebagai sarana strategis dakwah digital belum dimanfaatkan secara maksimal oleh FMDK Bone.

Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk secara mudah berinteraksi, berbagi informasi, serta menghasilkan konten, yang mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Di antara semua bentuknya, blog, jejaring sosial, dan wiki adalah jenis media sosial yang paling sering dimanfaatkan oleh masyarakat global (Liedfray, Waani, and Lasut 2022). Media sosial memiliki peran penting dalam mempercepat distribusi informasi mengenai krisis yang dialami organisasi. Pada situasi krisis tertentu, berita dapat menyebar dalam waktu singkat, hanya dalam beberapa menit, dan mencapai khalayak yang sangat besar (Mena Sari, Julian Chandra 2025). Kehadiran di media sosial juga memungkinkan organisasi untuk membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya, menerima umpan balik langsung, serta merespons isu atau pertanyaan dengan cepat. Hal ini menciptakan hubungan dua arah yang dinamis antara organisasi dan audiensnya.

Dakwah grafis adalah penyampaian pesan dakwah melalui desain visual digital yang dibuat menggunakan perangkat lunak seperti Canva, Pixellab, dll (Wahyudi 2017). Dalam organisasi dakwah, kurangnya keterampilan desain grafis di kalangan pengurus dapat menghambat efektivitas penyebaran pesan secara kreatif dan menarik. Mengatasi keterbatasan desain grafis di organisasi dakwah dapat dilakukan melalui pelatihan untuk meningkatkan kreativitas dan keterampilan, sehingga pesan dakwah lebih menarik bagi audiens (Lubis, Hidayat, and Hardiyanto, 2022).

Selain itu, masalah teknologi komunikasi penting dikuasai oleh dai, karena dakwah pada dasarnya adalah proses komunikasi melalui media visual, audio, dan terutama media audio-visual, seperti televisi (Faridah Faridah, 2022). Dengan penguasaan teknologi informasi yang baik, FMDK Daerah Bone dapat meningkatkan efektivitas dakwah, memperluas jangkauan, dan menghadapi tantangan digital. Melalui pelatihan dan

kolaborasi dengan ahli teknologi, FMDK dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam penyiaran Islam (Sumarno, 2023).

2. Pengoptimalisasi Digital Sebagai Solusi

Dalam menangani masalah dakwah, langkah-langkah yang perlu dilakukan meliputi memperjelas masalah, menentukan tujuan, dan mengukur keberhasilan. Selanjutnya, analisis alternatif solusi dilakukan dengan memperhatikan keunggulan dan kelemahan masing-masing, diikuti pemilihan model terbaik berdasarkan data yang dikumpulkan. Hasilnya diuji untuk memastikan efektivitas, sambil mempertimbangkan efisiensi dan menyusun ringkasan serta saran untuk perbaikan dakwah ke depan (Ahmad Risqi Syahputra Nasution Nasution, 2021).

Adapun solusi menurut hasil wawancara penulis dengan Musfirah, Koordinator P2I FMDK Bone, pada hari Selasa, 24 Desember 2024 pukul 11.20, adalah sebagai berikut:

Konsep kajian yang dulu mungkin perlu diubah, terutama dalam metode komunikasi yang digunakan. Tidak lagi menggunakan komunikasi satu arah, melainkan beralih ke komunikasi dua arah atau banyak arah, di mana peserta saling berdiskusi dan berinteraksi dalam kajian. Selain itu, dalam menyesuaikan konsep kajian dengan zaman sekarang, penting agar panitia lebih proaktif menjalankannya, karena seiring berjalaninya waktu, hal tersebut akan semakin mudah. Terkait dengan kurang aktifnya pengurus, solusi yang bisa diterapkan adalah dengan menetapkan waktu tertentu setiap hari di mana seluruh pengurus harus berkomunikasi di grup, sehingga tetap terjalin komunikasi yang baik dan terus berjalan.

Pola komunikasi dua arah dalam dakwah memungkinkan mad'u berperan ganda sebagai pemberi dan penerima pesan, menciptakan komunikasi antarpersonal yang interaktif, sedangkan pola komunikasi banyak arah melibatkan kelompok besar di mana komunikasi lebih aktif (Ismahayati and Tijani 2024). Komunikasi yang efektif diperlukan untuk mempengaruhi perubahan sikap orang lain, dengan tujuan mempermudah pemahaman pesan antara komunikator dan komunikasi melalui bahasa yang jelas, lengkap, dan mudah dipahami (Amal 2021).

Menurut Muhibbin Syah, kebiasaan terbentuk melalui proses pengurangan kecenderungan respon yang dipicu oleh rangsangan secara berulang-ulang (Hendrisab 2023). Dalam konteks dakwah, tantangan yang dihadapi oleh pengurus sering kali terkait dengan kesulitan merancang konsep dakwah yang sistematis. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pembiasaan dalam mengembangkan ide dan strategi dakwah secara konsisten. Membangun kebiasaan berpikir strategis dan terstruktur melalui latihan berulang berpotensi memberikan manfaat yang efektif dalam meningkatkan kemampuan merancang konsep dakwah yang relevan dan aplikatif (Rakhmad Widodo Dwi Sasono dan Samuel Herman, 2024).

Menetapkan waktu khusus setiap hari untuk komunikasi aktif dalam organisasi, disertai dengan penerapan komunikasi penerimaan aktif melalui mendengarkan dengan saksama, menghargai pendapat, dan berbicara terbuka dapat memperkuat hubungan tim, menyelesaikan konflik, dan menciptakan solusi yang efektif (Nur et al., 2023). Komunikasi yang efektif tercipta saat individu mencapai pemahaman bersama, mendorong tindakan, dan merangsang ide-ide baru. Kemampuan ini meningkatkan produktivitas serta membantu mengantisipasi masalah, mengambil keputusan, mengatur alur kerja, dan membangun hubungan yang kuat (Moh Fahmi Fauzan, 2023).

Terkait dengan solusi manajemen dakwah menggunakan platform digital, penulis melalui wawancara dengan Andi Lisa Aryani Hamjam, selaku pembina FMDK Daerah Bone, yang dilakukan melalui media sosial WhatsApp pada Selasa, 24 Desember 2024 pukul 22.15, menyampaikan bahwa :

Merutinkan postingan, selalu mengupdate info terbaru perkembangan dakwah dan digital, belajar, dan meminta pendapat kepada gen Z biasanya melalui polling di question box Instagram.

Berdasarkan wawancara di atas, mengenai solusi manajemen dakwah menggunakan platform digital, perlu untuk memposting konten secara rutin untuk menjaga keberlanjutan dakwah di media sosial. Serta selalu mengupdate informasi terbaru terkait perkembangan dakwah dan digital agar tetap relevan dengan

perkembangan zaman. Selain itu, perlu belajar dan meminta pendapat dari generasi Z, yang dapat dilakukan melalui polling di Instagram.

Saat ini, Instagram menjadi platform efektif bagi da'i untuk menyebarkan dakwah. Di era Gen Z, hampir semua orang menggunakan Instagram untuk berkomunikasi. FMDK Daerah Bone dapat memanfaatkan media sosial ini dengan memposting konten secara rutin untuk menjaga keberlanjutan dakwah dan menjangkau generasi Gen Z, agar mereka dapat memahami dakwah yang relevan di zaman sekarang (Nurrohmah and Nurcholis 2021).

Memanfaatkan Sosial media seperti Instagram untuk mengupdate perkembangan dakwah dan berinteraksi dengan Gen Z melalui fitur seperti polling dan question box masih diupayakan oleh FMDK Bone. Instagram efektif untuk dakwah karena visual yang menarik, fitur interaktif, jangkauan luas, serta penggunaan hashtag yang memudahkan audiens menemukan konten relevan. Kreativitas juga dapat dimaksimalkan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara unik (Walmarwa, Ahsan, and Rizal 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Forum Muslimah Dakwah Kampus Indonesia (FMDKI) Daerah Bone telah menunjukkan adaptasi yang baik dalam menghadapi tantangan dakwah di era digital, khususnya dalam menjangkau mahasiswa Gen Z. Strategi dakwah yang digunakan bersifat kontekstual, memanfaatkan media sosial, konten kreatif, serta pendekatan yang relevan dengan dinamika dan kebutuhan spiritual mahasiswa masa kini. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman yang baik terhadap karakteristik audiens, sekaligus menunjukkan adanya pergeseran dari dakwah konvensional menuju dakwah yang partisipatif, inspiratif, dan berbasis komunitas.

Namun demikian, beberapa tantangan masih menjadi hambatan dalam pengelolaan dakwah, seperti keterbatasan kader yang memahami strategi media, inkonsistensi pelaksanaan program, serta kurangnya integrasi antara perencanaan

dan evaluasi kegiatan. Oleh karena itu, rekomendasi praktis yang perlu diterapkan FMDKI Daerah Bone antara lain adalah memperkuat kapasitas kader melalui pelatihan intensif di bidang komunikasi digital, membangun sinergi dengan organisasi dakwah lainnya, serta membuat sistem monitoring dan evaluasi yang terstruktur. Dengan upaya ini, FMDKI dapat menjadi pelopor gerakan dakwah kampus yang berkelanjutan, adaptif, dan berdampak luas di kalangan mahasiswa.

BIBLIOGRAFI

- Ahmad Suja'i, Khairan Muhammad Arif, & Ahmad Luthfi. (2022). Urgensi manajemen dalam dakwah. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 37–50. <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>
- Amal, K. (2021). Strategi komunikasi dakwah Ustadz Salim A. Fillah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)*, 1(2), 114–126. <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.9>
- Amrilah, T. K., & Widodo, P. B. (2015). Religiusitas dan pemaafan dalam konflik organisasi pada aktivis Islam di kampus Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 287–292.
- Anwar, R. N., Wardani, L. A., & Vitriana, U. (2019). Pengelolaan masjid kampus sebagai pusat pendidikan Islam dalam pembentukan karakter mahasiswa di Universitas PGRI Madiun. *TARLIM Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 135–140.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Retrieved May 16, 2025, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Basoeky, R. A. M., & Suryandari, M. (2023). Manajemen dakwah dalam era digital: Strategi dan tantangan. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 1(1), 1–7.
- Dzil, F., & Harta, I. (2012). Analisis manajemen waktu organisasi dan kuliah aktivis mahasiswa program studi pendidikan matematika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 280–286.
- Faridah, F., Utami, A. I. P., & Sunatri, S. (2022). Solusi dakwah di era teknologi komunikasi dan informasi. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 57–68. <https://doi.org/10.47435/retorika.v4i1.879>
- Hamid, A. (2017). Globalisasi dan tantangan dakwah. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 16(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i1.6451>
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan kearifan budaya lokal. *Journal of Da'wah*, 2(1), 65–82. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- Hendrisab. (2023). Kebiasaan kecil berdampak positif terhadap pembentukan akhlak. *Jurnal El-Rusyd*, 7(2), 17.
- Ismahayati, I., & Tijani, N. (2024). Pola komunikasi dalam kegiatan dakwah. *ALFA HASYIM: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 4.

- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2022). Peningkatan kemampuan desain grafis untuk meningkatkan kreativitas dakwah pada PC IPM Medan Area. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 107-111. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2308>
- Mahmud, A. (2020). Hakikat manajemen dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 5(1), 66.
- Medcom.id. (2023). Tren penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. OSC Medcom. Retrieved May 16, 2025, from <https://osc.medcom.id/community/tren-penggunaan-media-sosial-di-kalangan-mahasiswa-6439>
- Mena Sari, J. C., & Machfud. (2025). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi organisasi: Studi kasus pada manajemen krisis. *Jurna Kolaboratif Sains*, 8(1), 660-669. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6972>
- Fauzan, M. F., & Yuliana, N. (2023). Hambatan komunikasi pada organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA dalam pencapaian tujuan organisasi. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(5), 35.
- Mujahadah, S. (2020). Metode dakwah untuk generasi milenial. *Jurnal Tabligh*, 21(2), 201-214.
- Nasution, A. R. S. (2021). Penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pendidikan*, 6(1), 164-171.
- Nur, A., Sulistira, F., Nasichah, N., Qoblia, P. I., & Rizki, T. S. (2023). Peran komunikasi penerimaan aktif dalam membangun kerjasama. *Indonesian Journal of Learning Studies (IJLS)*, 3(1), 4.
- Nurrohmah, A. A., & Nurcholis, A. (2021). Instagram sebagai media dakwah (studi kasus Instagram @pemudahijrah). *SYI'AR: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 4(1), 53.
- Sasono, R. W. D., & Herman, S. (2024). Transformasi kehidupan melalui perubahan kebiasaan perspektif Daniel 1 konteks keberagaman kultural. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 6(2), 635.
- Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). Manajemen komunikasi dakwah pemberdayaan masyarakat melalui LAZISNU Kota Padangsidimpuan. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 21(2), 132-149. <https://doi.org/10.15575/anida.v21i2.14920>
- Rohmanudin, R., & Zahrotunni'mah. (2018). Manajemen dakwah LDK Al-Intisyar UIKA dalam meningkatkan kualitas dakwah kampus. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2), 112-121.
- Salshabila, N., Nadhifa, V., & Hendra, F. (2020). Tantangan dalam pembelajaran kemahiran berbahasa Arab secara online mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Arab Universitas Al Azhar Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab*, 6(6), 492-506.
- Satya Wacana Christian University. (2016). Tantangan layanan prima bagi para pustakawan, 1-23.

- Siregar, H. L., Rismawany, P., Pulungan, L. S., & Harahap, F. A. (2024). Analisis pengaruh media sosial terhadap nilai keislaman mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(6), 2246–6111.
- Sumarno, D. R., Maswandi, & Setiabudi, D. I. (2023). Urgensi peran dai dalam perkembangan teknologi informasi. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 1(1), 4.
- Wahyudi, N. (2017). Dakwah melalui desain grafis. Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.
- Walmarwa, A. S., Ahsan, M., & Rizal, S. (2024). Strategi kreatif akun Instagram Ruang Nderes dalam menjangkau generasi Z dan milenial. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(2), 156.
- Wastiyah, L. J. (2020). Peran manajemen dakwah di era globalisasi (sebuah kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>