



MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah

Volume 2 Nomor 1, Juni 2025. Halaman 1-23

E-ISSN. 3032-1093 (Online)

<https://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/madina/index>

Lembaga Dakwah, Tujuan, Fungsi serta Perannya Terhadap Umat Islam

Siti Trizuwani¹, Muhammad Firdaus², M. Yakub³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

sititrizuwani@gmail.com, muhhammad.firdaus@uinjkt.ac.id, hmyakub1962@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji lembaga dakwah dari berbagai aspek, meliputi pengertian, tujuan, fungsi strategis, serta peranannya dalam membina umat dan menghadapi tantangan kontemporer. Metode yang digunakan adalah *library research*, dengan mengandalkan literatur seperti buku, jurnal, tesis, laporan lembaga dakwah (Dompot Dhuafa, Lazismu, LazisNU, Rumah Zakat), serta sumber primer IslamLiteratur yang dijadikan rujukan berasal dari publikasi yang diterbitkan dalam rentang waktu antara tahun 2015 hingga 2024, yang dikutip dari sumber-sumber kredibel seperti *google scholar*, perpustakaan digital universitas, serta situs resmi lembaga-lembaga terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga dakwah berfungsi tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga sebagai agen transformasi sosial dan pemberdayaan umat. Kepemimpinan yang transformatif, inovasi dakwah, dan penguatan manajerial menjadi faktor penting dalam keberhasilan lembaga dakwah. Pengembangan lembaga ke depan membutuhkan pemimpin yang religius, kompeten, adaptif, dan kolaboratif dalam membangun tatanan sosial Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Kata Kunci: *Lembaga Dakwah, Transformasi Sosial, Pemberdayaan Umat*

Abstract

This research aims to examine da'wah institutions from various aspects, including understanding, objectives, strategic functions, and their role in fostering the ummah and facing contemporary challenges. The method used is library research, relying on literature such as books, journals, theses, reports of

da'wah institutions (Dompot Dhuafa, Lazismu, LazisNU, Rumah Zakat), and Islamic primary sources. Data were collected through literature study and analyzed qualitatively with descriptive-analytical and comparative approaches. The results showed that da'wah institutions function not only to convey Islamic teachings, but also as agents of social transformation and empowerment of the people. Transformative leadership, da'wah innovation, and managerial strengthening are important factors in the success of da'wah institutions. Future institutional development requires leaders who are religious, competent, adaptive, and collaborative in building an Islamic social order that is rahmatan lil 'alamin.

Keywords: *Da'wah Institution, Social Transformation, People Empowerment*

Pendahuluan

Dakwah merupakan salah satu pilar penting dalam ajaran Islam yang berfungsi sebagai sarana penyebaran, penguatan, dan pengamalan nilai-nilai Islam dalam kehidupan umat. Dalam konteks modern, dakwah tidak lagi terbatas pada aktivitas individual atau bersifat spontan, tetapi telah berkembang dalam bentuk kelembagaan yang terorganisir dan sistematis. Lembaga dakwah hadir sebagai wadah yang menjembatani antara ajaran Islam dan kebutuhan umat di berbagai aspek kehidupan, baik spiritual, sosial, maupun intelektual. Dengan kata lain, lembaga dakwah memainkan peran strategis dalam upaya pembinaan umat secara menyeluruh.¹ Di tengah kompleksitas kehidupan umat Islam saat ini yang dihadapkan pada berbagai tantangan global seperti krisis moral, disinformasi, radikalisme, hingga degradasi sosial, keberadaan lembaga dakwah menjadi semakin penting² Lembaga-lembaga ini tidak hanya menjalankan fungsi edukatif dan spiritual, tetapi juga menjadi aktor perubahan sosial yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.

¹ Al Kahfi and Nurul Fadilah, "Peran Prodi Manajemen Dakwah Untuk Memperkuat Profesi Pengelola Zakat: Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat," *Idarotuna* 6, no. 2 (2024): 144, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.Peran>.

² Fauzi, "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam," *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (2023): 35–55, <https://doi.org/10.47766/liwa'uldakwah.v13i1.2433>.

Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai definisi, tujuan, fungsi, serta peran lembaga dakwah sangat penting untuk mengukur efektivitas dan relevansinya dalam membina umat.³

Penelitian ini akan mengulas secara sistematis mengenai lembaga dakwah dari berbagai aspek. *Pertama*, akan dibahas pengertian lembaga dakwah dalam perspektif Islam, yang menjadi fondasi dalam memahami bentuk dan orientasi kelembagaan dakwah. *Kedua*, akan dijabarkan mengenai tujuan lembaga dakwah dalam pembinaan umat, yang menyoroti arah dan sasaran dakwah dalam kehidupan bermasyarakat. *Ketiga*, artikel ini akan menyoroti fungsi strategis lembaga dakwah dalam kehidupan sosial, bagaimana lembaga-lembaga tersebut berperan dalam menyelesaikan problematika umat secara kolektif dan terstruktur. Selanjutnya, fokus akan diarahkan pada peran lembaga dakwah dalam menjawab tantangan umat, termasuk peran adaptif dalam menghadapi era digital, isu-isu ideologis, serta degradasi nilai Islam di tengah masyarakat modern. Terakhir, dilakukan evaluasi terhadap keberhasilan lembaga dakwah serta implikasinya terhadap pengembangan dakwah ke depan, baik dari aspek manajerial, metodologis, maupun substansi dakwah itu sendiri.

Melalui pembahasan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah sekaligus praktis dalam penguatan eksistensi lembaga dakwah sebagai agen perubahan yang visioner, dinamis, dan transformatif dalam membina umat menuju masyarakat Islam yang beradab dan berkeadilan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah library research (penelitian kepustakaan). George dalam buku Amir Hamzah menjelaskan bahwa *library research* adalah metode pengumpulan informasi dari literatur untuk mengkaji teori yang relevan dalam rangka

³ Nurul Fadilah, "Peran Lembaga Dakwah Dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Dakwah," *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 2 (2022): 390.

menyusun landasan konseptual.⁴ Penelitian ini dilakukan dengan mengandalkan sumber-sumber tertulis sebagai bahan utama untuk mengkaji dan menganalisis konsep, tujuan, fungsi strategis, serta peran lembaga dakwah dalam perspektif Islam.⁵ Sumber data penelitian diperoleh dari berbagai literatur yang meliputi buku-buku ilmiah, artikel jurnal nasional dan internasional, tesis, disertasi, laporan penelitian, serta dokumen resmi dari lembaga-lembaga dakwah seperti Dompot Dhuafa, Lazismu, LazisNU, dan Rumah Zakat. Selain itu, digunakan pula sumber-sumber primer Islam seperti Al-Qur'an, Hadis, dan karya para ulama klasik dan kontemporer. Literatur yang dijadikan rujukan berasal dari publikasi yang diterbitkan dalam rentang waktu antara tahun 2015 hingga 2024, yang dikutip dari sumber-sumber kredibel seperti Google Scholar, perpustakaan digital universitas, serta situs resmi lembaga-lembaga terkait.⁶

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, serta membaca berbagai sumber ilmiah untuk memperoleh teori, konsep, dan temuan yang relevan.⁷ Data yang diperoleh kemudian dicatat dan diklasifikasikan berdasarkan tema utama penelitian, yaitu pengertian, tujuan, fungsi strategis, peran lembaga dakwah, tantangan dakwah kontemporer, dan model pengembangannya.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Data yang ditemukan diuraikan secara sistematis, dianalisis secara kritis, dan diinterpretasikan untuk memperoleh

⁴ Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)* (Jakarta: Literasi Nusantara Abadi, 2020).

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020).

⁶ Anisa Nur Indah Cahyani and Nasrulloh Nasrulloh, "Pola Manajemen Pengelolaan Dana Zakat Pada LAZISMU Bojonegoro Untuk Kesejahteraan Ekonomi Umat," *Jurnal E-Bis* 7, no. 1 (2023): 25–37, <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1157>.

⁷ Fita Faturhurokhmah, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, ed. Diajeng Ragil Pangesturi, 1st ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2024).

pemahaman yang mendalam.⁸ Selain itu, dilakukan pula analisis komparatif dengan membandingkan pandangan dari berbagai literatur untuk menemukan sintesis baru. Untuk menjaga validitas data, dilakukan cross-checking antar sumber dan mengutamakan penggunaan sumber-sumber primer yang kredibel dan relevan dengan fokus kajian.

Hasil dan Pembahasan

Pengertian Lembaga Dakwah dalam Perspektif Islam

Lembaga dakwah dalam perspektif Islam adalah sebuah institusi yang memiliki peran strategis dalam menyebarkan ajaran Islam, membina umat, dan membentuk masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai tauhid.⁹ Dakwah secara etimologis berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, atau mengajak. Sedangkan secara terminologis, dakwah didefinisikan oleh para ulama sebagai proses mengajak manusia kepada kebaikan dan jalan Allah dengan cara yang bijaksana (*hikmah*), nasihat yang baik (*mau'izhah hasanah*), serta diskusi yang konstruktif (*mujadalah*) sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nahl ayat 125.¹⁰ Menurut Abdul Karim Zaidan dalam bukunya *Usul al-Da'wah*, dakwah adalah proses yang terencana dan terstruktur untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia, baik Muslim maupun non-Muslim, dengan tujuan mengajak mereka kepada iman, amal saleh, dan akhlak yang mulia.¹¹ Ia juga menekankan pentingnya kelembagaan

⁸ Faturhurokhmah.

⁹ Imam Fauzan, "Pemaknaan Ma' Na Cum Maghza Terhadap: Q.S. An-Nahl Ayat 125 Dalam Otoritas Keagamaan Baru," *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* Vol.6, no. 2 (2021): 257, <https://doi.org/10.30868/at.v6i02.1785>.

¹⁰ M Bintang Fadhlurrahman et al., "Rekonstruksi Dakwah Di Media Online: Kontekstualisasi Makna Hikmah Dalam Q.S. Al-Nahl: 125 Aplikasi Pendekatan Ma'na-Cum-Maghza Ma'na-Cum-Maghza," *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 7, no. 1 (2022): 19–44, <https://doi.org/10.14421/jkii.v7i1.1288>.

¹¹ M.S. Ghazi Alkhairy, Yusuf Zaenal Abidin, and Dewi Sadiyah, "Peran Pimpinan Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Kualitas Dakwah Santri," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 3 (2017): 213–30, <https://doi.org/10.15575/tadbir.v2i3.294>.

dalam dakwah agar proses ini berjalan secara kolektif dan berkesinambungan. Pandangan ini diperkuat oleh teori organisasi dakwah yang dikembangkan oleh Hasan al-Banna, pendiri Ikhwanul Muslimin, yang menyatakan bahwa dakwah harus dilakukan secara terorganisir, karena umat Islam hidup dalam masyarakat yang kompleks dan menghadapi berbagai tantangan sosial, politik, dan budaya. Oleh karena itu, dakwah tidak bisa hanya dilakukan secara individual, melainkan memerlukan wadah kelembagaan yang sistematis.¹²

Dalam konteks kelembagaan, lembaga dakwah bertugas sebagai penggerak dan pelaksana aktivitas dakwah dalam berbagai bidang kehidupan. Sebagaimana dikemukakan oleh M. Natsir, dakwah bukan hanya terbatas pada ceramah atau khutbah, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan, termasuk pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik. Oleh karena itu, lembaga dakwah perlu didesain dengan struktur yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat serta responsif terhadap dinamika zaman. Dalam teori komunikasi dakwah, Amrullah Ahmad menjelaskan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh saluran dan media yang digunakan. Dalam hal ini, lembaga dakwah bertindak sebagai media kolektif yang mampu mengelola pesan-pesan dakwah secara sistematis melalui program-program yang terstruktur dan strategis.¹³

Seiring perkembangan zaman, dakwah telah mengalami transformasi dari pendekatan tradisional yang bersifat personal menuju pendekatan modern yang bersifat institusional¹⁴. Pada masa Rasulullah

¹² Abdul Kadir, "Da'Wah Bil Ihsan; Concept, Methods, and Application," *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 5, no. 2 (2023): 13–40, <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v5i2.138>.

¹³ Sakinah Pokhrel, "PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM MEMBINA AKHLAK REMAJA LKSA AMRULLAH AISYIAH CABANG LIMBUNG KAB. GOWA," *Αγαη* 15, no. 1 (2024): 37–48.

¹⁴ Hanifah Nur Aulia et al., "Transformasi Dakwah : Pengaruh Perkembangan Zaman Dalam Strategi Penyebaran Agama Di Lingkungan Masyarakat Program Pendidikan Matematika , Universitas Pendidikan Indonesia , Indonesia

SAW, dakwah dilakukan secara langsung oleh beliau dan para sahabat dalam bentuk komunikasi interpersonal. Namun, setelah Islam berkembang, muncul berbagai bentuk lembaga dakwah, seperti masjid, madrasah, majelis taklim, ormas Islam, hingga lembaga dakwah kampus. Masing-masing memiliki metode dan pendekatan tersendiri sesuai konteks sosialnya. Dalam teori perubahan sosial Islam, seperti yang dijelaskan oleh Fazlur Rahman, dakwah harus mampu merespons perubahan masyarakat secara dinamis tanpa kehilangan nilai-nilai substansial Islam. Maka dari itu, lembaga dakwah dituntut tidak hanya menyampaikan pesan-pesan normatif agama, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial yang membangun kesadaran umat terhadap peran mereka dalam masyarakat.

Dengan demikian, lembaga dakwah dalam perspektif Islam bukan sekadar wadah penyampaian pesan agama, tetapi juga berfungsi sebagai institusi sosial keagamaan yang memiliki misi transformatif. Lembaga ini diharapkan mampu menjadi penghubung antara nilai-nilai langit (wahyu) dengan realitas bumi (konteks sosial), sehingga dakwah tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga substantif dan solutif bagi kehidupan umat.¹⁵

Tujuan Lembaga Dakwah dalam Pembinaan Umat

Tujuan utama lembaga dakwah dalam Islam adalah untuk membina umat agar memiliki keimanan yang kokoh, pemahaman agama yang mendalam, serta akhlak yang mulia. Dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga bertujuan untuk melakukan transformasi spiritual dan sosial dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, lembaga dakwah hadir sebagai

Perkembangan Zaman Dan Untuk Mengidentifikasi Pengaruhnya Terhadap Stra" 2, no. 4 (2024).

¹⁵ Mujadiduz Zaman, Mohammad Robith Iman, and Ilham Maulidi, "Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital," *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 4, no. 2 (2023): 165–77, <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i2.9343>.

fasilitator yang menjalankan fungsi tarbiyah (pembinaan), ta'lim (pengajaran), dan tazkiyah (penyucian jiwa). Menurut teori tujuan dakwah yang dikemukakan oleh Abdul Karim Zaidan, inti dari aktivitas dakwah adalah *membimbing manusia menuju kebaikan dunia dan akhirat* melalui pendekatan yang terencana dan penuh hikmah. Tujuan tersebut tidak hanya bersifat ukhrawi, tetapi juga menyentuh aspek duniawi seperti perbaikan moral, sosial, dan kultural.

Lembaga dakwah memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas keimanan umat melalui program-program penguatan aqidah, ibadah, dan syariah. Hal ini sesuai dengan pendekatan *holistik* dalam pendidikan Islam yang menekankan pengembangan aspek ruhiyah, aqliyah, dan jasadiyah secara seimbang. Teori pendidikan Islam oleh Syed Muhammad Naquib al-Attas juga menekankan bahwa tujuan akhir pendidikan (termasuk dakwah) adalah *pembentukan insan beradab*—yaitu manusia yang mengenal Tuhannya, memahami peran hidupnya, dan mampu membedakan yang hak dan batil. Maka dari itu, lembaga dakwah bukan hanya berfokus pada transfer ilmu, tetapi juga transformasi karakter.¹⁶

Dalam konteks pembinaan umat, lembaga dakwah juga bertujuan untuk membentuk akhlak masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini tercermin dalam konsep *akhlaq al-karimah* yang menjadi pilar utama dalam ajaran Nabi Muhammad SAW. Rasulullah sendiri bersabda bahwa salah satu tujuan utama diutusnya beliau adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia (HR. Ahmad). Oleh karena itu, lembaga dakwah harus menjadi motor penggerak dalam menciptakan masyarakat yang berakhlak mulia, toleran, dan berkeadaban. Dalam teori perubahan perilaku sosial, dakwah memiliki potensi besar untuk

¹⁶ Faizin Faizin, "Pemikiran Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii): Analisis Praktik Keagamaan Dan Pengaruhnya Di Kabupaten Kerinci," *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 16, no. 2 (2017): 59–78, <https://doi.org/10.32939/islamika.v16i2.124>.

membentuk norma dan etika masyarakat melalui pendekatan yang persuasif dan kontekstual.¹⁷

Di tengah tantangan modern seperti dekadensi moral, krisis identitas, dan pengaruh budaya asing, keberadaan lembaga dakwah semakin vital. Tujuannya kini meluas, tidak hanya memperbaiki individu secara spiritual, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial dan budaya umat Islam. Oleh karena itu, lembaga dakwah perlu merancang strategi yang adaptif, inovatif, dan berbasis kebutuhan umat.¹⁸ Pendekatan dakwah kontemporer seperti *community-based da'wah* dan *dakwah kultural* menjadi alternatif efektif untuk menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, dengan tetap mengakar pada prinsip-prinsip Islam yang autentik¹⁹

Fungsi Strategis Lembaga Dakwah dalam Kehidupan Sosial

Lembaga dakwah memiliki fungsi strategis yang sangat penting dalam mengarahkan dan membentuk tatanan sosial umat Islam. Dalam kerangka kehidupan masyarakat, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas keagamaan yang bersifat ritualistik, melainkan juga sebagai gerakan sosial yang mampu membentuk kesadaran kolektif menuju nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin. Fungsi ini mencerminkan peran lembaga dakwah sebagai aktor sosial yang memiliki posisi vital dalam menjaga, mengembangkan, dan mentransformasikan nilai-nilai keislaman

¹⁷ Sri Mulyani and Aulia Ayu Rohayah, "Peran Lembaga Dakwah Kampus Dalam Membina Akhlak Pada Mahasiswa Universitas Islam 45," *Turabian: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2024): 18–32, <https://doi.org/10.33558/turabian.v2i1.9508>.

¹⁸ Asiva Noor Rachmayani, "Tantangan Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama Di Era Teknologi Informasi: Formulasi Materi Di Youtube," 2015, 6.

¹⁹ Fikri Surya Pratama, "Strategi Dakwah Kontemporer Di Kawasan Asia Timur," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 67, <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7386>.

ke dalam realitas kehidupan sehari-hari.²⁰ Menurut perspektif sosiologi agama, seperti yang dijelaskan oleh Emile Durkheim, institusi keagamaan berfungsi sebagai pemelihara solidaritas sosial dan integrasi moral dalam masyarakat. Dalam konteks ini, lembaga dakwah berperan mengisi kekosongan nilai di tengah tantangan modernitas, sekularisasi, dan disorientasi budaya yang melanda umat.²¹

Fungsi strategis lembaga dakwah juga tampak dalam upaya mereka memediasi antara nilai-nilai ideal Islam dengan tantangan sosial kontemporer. Misalnya, melalui program pendidikan informal, penguatan ekonomi umat, dan advokasi sosial, lembaga dakwah turut serta membangun masyarakat yang berdaya secara spiritual maupun material. Konsep *al-amru bil ma'ruf wan-nahyu 'anil munkar* menjadi dasar ideologis dari fungsi sosial dakwah, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an (Ali Imran: 110), bahwa umat Islam adalah "umat terbaik" yang diutus untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Dalam kerangka ini, lembaga dakwah tidak hanya menjadi pelaku penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga pelopor gerakan sosial keagamaan yang mendorong partisipasi masyarakat dalam membangun tatanan sosial yang adil dan beradab.²²

Teori perubahan sosial dari Anthony Giddens juga relevan digunakan untuk memahami bagaimana lembaga dakwah mampu menjadi agen perubahan dalam struktur masyarakat. Giddens menekankan pentingnya hubungan antara struktur dan agensi dalam menciptakan perubahan sosial.²³ Lembaga dakwah, dalam hal ini,

²⁰ Al Asy'ari, "Strategi Perencanaan Dakwah," *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen* 7, no. 1 (2019): 36–49.

²¹ Kamirudin, "Religion and Social Solidarity: How Islam Views the Social," *Jurnal Ilmiah Keislaman* 5, no. 1 (2006): 70–83.

²² Achmad Baidowi and Moh. Salehudin, "Strategi Dakwah Di Era New Normal," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (2021): 58–74, <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>.

²³ Setiyo Yuli Handono, "Transformasi Sosial Desa Adat Menjadi Desa Wisata Edelweis: Perpektif Teori Strukturisasi 'Anthony Giddens,'" *Agribusiness Journal* 13, no. 2 (2020): 53–73, <https://doi.org/10.15408/aj.v13i2.13953>.

berperan sebagai agensi kolektif yang mampu mengintervensi struktur sosial dengan membawa nilai-nilai agama yang solutif terhadap problematika umat, seperti ketimpangan sosial, dekadensi moral, kemiskinan, hingga radikalisme. Fungsi strategis ini juga mencakup kemampuan lembaga dakwah untuk membangun jejaring sosial, baik dengan institusi keagamaan lainnya, pemerintah, maupun organisasi kemasyarakatan, dalam rangka memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat kohesi sosial.

Dalam konteks masyarakat digital dan global, lembaga dakwah juga harus mampu mentransformasikan metode dan pendekatannya agar tetap relevan. Melalui dakwah berbasis media digital, media sosial, serta pendekatan partisipatif berbasis komunitas, lembaga dakwah kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi kontemporer seperti *Uses and Gratifications Theory*, yang menekankan bahwa audiens adalah pihak aktif dalam memilih dan memanfaatkan media yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, lembaga dakwah yang efektif adalah yang mampu membaca kebutuhan sosial umat, menyesuaikan pesan dakwahnya, dan menyampaikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang kontekstual, dialogis, dan inklusif.²⁴

Dengan semua fungsi tersebut, jelas bahwa lembaga dakwah memiliki peran yang tidak dapat diremehkan dalam membangun struktur sosial umat yang kokoh dan resilien. Ia bukan hanya pelengkap dalam sistem sosial, tetapi aktor sentral yang berkontribusi dalam membentuk identitas kolektif, meningkatkan kesadaran spiritual, dan memelihara etika sosial masyarakat. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan, profesionalisasi pengelolaan dakwah, serta kolaborasi lintas sektor

²⁴ Lilik Jauharotul Wastiyah, "Peran Manajemen Dakwah Di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Tantangan)," *Idarotuna* 3, no. 1 (2020): 1, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>.

menjadi syarat penting agar lembaga dakwah dapat terus menjalankan fungsinya secara optimal dalam menghadapi kompleksitas zaman.²⁵

Lembaga dakwah memiliki posisi strategis dalam menjawab berbagai tantangan umat Islam di era kontemporer, seperti degradasi moral, radikalisme, dan arus globalisasi yang kian kuat. Dalam menghadapi degradasi moral, lembaga dakwah berperan sebagai agen sosialisasi nilai dan norma keagamaan melalui pendekatan edukatif dan kultural. Melalui teori fungsionalisme struktural (Émile Durkheim dan Talcott Parsons), lembaga dakwah dapat dipahami sebagai institusi sosial yang berfungsi menjaga integrasi dan keseimbangan masyarakat melalui transmisi nilai-nilai agama dan akhlak.²⁶ Peran ini terealisasi dalam kegiatan-kegiatan seperti kajian rutin, pembinaan remaja masjid, dan pendidikan keislaman nonformal yang menanamkan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan solidaritas sosial.

Dalam konteks radikalisme, lembaga dakwah menghadapi tantangan besar dalam membendung narasi keagamaan yang eksklusif dan ekstrem. Di sinilah pendekatan teori kontradiksi ideologis dari Antonio Gramsci menjadi relevan, di mana lembaga dakwah dapat menjadi alat hegemoni budaya yang menyebarkan wacana Islam wasathiyah (moderat) untuk melawan dominasi paham radikal. Dakwah moderat ini menekankan pentingnya toleransi, cinta damai, dan penghargaan terhadap perbedaan dalam bingkai ukhuwah insaniyah. Selain itu, teori komunikasi persuasif juga penting untuk dipertimbangkan, terutama dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi audiens agar tidak mudah terpengaruh oleh

²⁵ Fadilah, "Peran Lembaga Dakwah Dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Dakwah."

²⁶ Dkk Rika Widianita, "FILOSOFI DAN METODE DAKWAH KONTEMPORER (Memahami Landasan Pemikiran Dalam Menyebarkan Pesan Islam)," *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.

paham ekstrem yang tersebar luas di media social.²⁷ Di sinilah peran ilmu komunikasi dakwah berfungsi, yaitu memetakan strategi komunikasi yang efektif, seperti pendekatan interpersonal, komunitas, dan digital, guna menjangkau kelompok rentan, terutama generasi muda.

Dalam menghadapi tantangan globalisasi, lembaga dakwah harus mampu bertransformasi dan bersaing dalam dunia yang semakin terbuka dan cepat berubah. Teori modernisasi dan globalisasi (Anthony Giddens) menjelaskan bahwa lembaga keagamaan dituntut untuk adaptif dan responsif terhadap perubahan struktur sosial, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital. Media sosial, podcast, video dakwah, dan platform digital lainnya menjadi sarana baru dakwah kontemporer. Teori adaptasi inovatif dari Everett Rogers (diffusion of innovation theory) menjelaskan bagaimana lembaga dakwah dapat menjadi inovator dalam menyebarkan pesan agama melalui teknologi modern, serta menciptakan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan konteks zaman. Dalam hal ini, teori dakwah kontemporer seperti teori da'wah bil hal (dakwah melalui tindakan nyata) dan teori komunikasi multikultural juga penting, terutama dalam konteks masyarakat yang majemuk dan lintas budaya.

Secara keseluruhan, lembaga dakwah harus berperan sebagai katalisator perubahan sosial yang membawa umat menuju kehidupan yang lebih baik, seimbang antara nilai spiritual dan tantangan dunia modern. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori sosiologi, komunikasi, pendidikan, dan dakwah kontemporer menjadi landasan penting dalam merumuskan strategi dakwah yang relevan dan kontekstual. Dengan begitu, lembaga dakwah tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, tetapi juga menjadi pusat pembinaan

²⁷ Anan Bahrul Khoir, "Radikalisme Dan Aparatur Sipil Negara: Faktor Penyebab Dan Upaya Pemerintah Menangani Radikalisme Pada Aparatur Sipil Negara," *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* 12, no. 2 (2021): 145–62, <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v12i2.3938>.

umat yang solutif, inklusif, dan transformatif dalam menjawab tantangan zaman.²⁸

Peran Lembaga Dakwah dalam Menjawab Tantangan Umat

Peran nyata lembaga dakwah dalam masyarakat modern telah berkembang jauh melampaui fungsi tradisionalnya sebagai penyampai ajaran keagamaan. Lembaga dakwah saat ini menjelma menjadi aktor sosial yang aktif dalam pembangunan umat secara holistik, mencakup bidang pendidikan, sosial, hingga pemberdayaan ekonomi. Salah satu studi kasus yang menonjol adalah kiprah *Dompét Dhuafa*, lembaga dakwah berbasis filantropi Islam yang telah beroperasi selama lebih dari dua dekade. Dalam bidang pendidikan, *Dompét Dhuafa* menjalankan berbagai program beasiswa, sekolah gratis, dan pelatihan keterampilan untuk masyarakat miskin. Program seperti *Smart Ekselensia Indonesia* dan *Sekolah Guru Indonesia* merupakan contoh nyata bagaimana lembaga dakwah mengintegrasikan dakwah dengan strategi pemberdayaan berbasis ilmu pengetahuan. Pendekatan ini sangat relevan dengan teori *empowerment education* dari Paulo Freire yang menyatakan bahwa pendidikan yang membebaskan dapat mengangkat martabat kaum tertindas, mengubah kesadaran mereka, dan mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan social.²⁹

Di sektor sosial, lembaga dakwah seperti *LazisNU*, *Lazismu*, dan *Rumah Zakat* menunjukkan peran konkret dalam penyediaan layanan kesehatan, bantuan kemanusiaan, hingga respons cepat terhadap bencana alam. Misalnya, dalam berbagai kejadian bencana alam seperti gempa

²⁸ O Anlar MY Ağargün H Kara, "Dakwah Dan Perubahan Sosial: Studi Terhadap Peran Manusia Sebagai Khalifah Di Muka Bumi Abubakar," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 7, no. 2 (2014): 107–15.

²⁹ Ahmad Misbahul Anam, "Peran Organisasi Dalam Dakwah," *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat* 2, no. 02 (2020): 49–77, <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v2i02.52>.

bumi di Lombok dan Palu, lembaga-lembaga ini hadir sebagai pelopor bantuan, membangun posko darurat, rumah sementara, hingga layanan trauma healing. Kegiatan ini dapat dianalisis melalui lensa teori *solidaritas sosial* dari Émile Durkheim, yang menyatakan bahwa institusi keagamaan memiliki fungsi vital dalam membangun kohesi sosial, terutama di saat krisis. Aksi sosial berbasis iman ini juga menjawab konsep *dakwah bil hal*, yakni menyampaikan nilai-nilai Islam melalui tindakan nyata yang menyentuh langsung kebutuhan umat. Hal ini memperluas makna dakwah dari sekadar lisan menjadi praksis sosial yang transformatif.

Lembaga dakwah juga semakin aktif dalam pemberdayaan ekonomi umat melalui instrumen zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Sebagai contoh, *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* dan *Wakaf Salman ITB* telah mengembangkan model ekonomi Islam berbasis mikrofinansial yang inklusif dan berkelanjutan. Mereka menyediakan akses pembiayaan tanpa riba, pelatihan kewirausahaan, hingga pengembangan pasar bagi UMKM binaan. Strategi ini mencerminkan teori *Islamic Social Finance*, yang menekankan peran keuangan sosial Islam sebagai sarana redistribusi kekayaan yang adil dan etis. Program-program ini juga sesuai dengan pendekatan *Sustainable Livelihood Framework (DFID)*, di mana lembaga dakwah tidak hanya memberikan bantuan sesaat, tetapi juga membangun ketahanan ekonomi jangka panjang bagi masyarakat. Dengan demikian, mereka turut serta dalam membangun sistem ekonomi yang berbasis nilai keadilan, solidaritas, dan kemandirian.³⁰ Lebih dari itu, peran lembaga dakwah juga bisa dianalisis melalui teori *civil society* dalam studi politik dan pembangunan. Lembaga-lembaga dakwah Islam kontemporer telah menjadi bagian penting dari masyarakat sipil, berperan sebagai mitra kritis negara dalam menyediakan layanan dasar dan membentuk opini publik yang sehat. Keberadaan mereka juga mencerminkan *teori voluntarisme sosial*, yang menjelaskan bagaimana masyarakat mampu

³⁰ M. Makhrus Fauzi, "Menuju Fikih Filantropi Nusantara Yang Berkemajuan: Studi Komparatif Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

membentuk jaringan solidaritas secara sukarela untuk menjawab berbagai persoalan publik.³¹ Di sinilah pentingnya *paradigma dakwah multidimensional*, yakni pandangan bahwa dakwah tidak hanya bicara tentang ritual, tetapi juga tentang keadilan sosial, hak asasi manusia, ekologi, dan perdamaian.

Dengan demikian, lembaga dakwah tidak lagi dilihat hanya sebagai corong agama, melainkan sebagai institusi pembaharu yang mampu membangun masyarakat dari akar rumput. Dakwah menjadi jalan transformasi sosial yang menyeluruh, menyentuh ranah struktural sekaligus kultural. Studi kasus dari lembaga-lembaga dakwah di Indonesia membuktikan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang menyatu dengan realitas masyarakat, bersifat partisipatif, solutif, dan berkelanjutan. Ketika dakwah bergerak seiring dengan pendekatan sosiologis, ekonomis, dan edukatif, maka ia akan menjelma menjadi kekuatan perubahan yang mampu menjawab tantangan zaman secara holistik dan kontekstual.

Evaluasi dan Implikasi Terhadap Pengembangan Dakwah

Evaluasi terhadap efektivitas lembaga dakwah merupakan upaya strategis yang tidak hanya bertujuan menilai kinerja masa lalu, tetapi juga sebagai dasar untuk merancang pengembangan dakwah yang lebih adaptif, inklusif, dan transformatif ke depan. Evaluasi dalam konteks dakwah tidak bisa dilepaskan dari aspek kualitas materi dakwah, metode penyampaian, respons masyarakat, dampak sosial, serta kapasitas kelembagaan. Salah satu pendekatan evaluatif yang dapat digunakan adalah teori evaluasi berbasis hasil (*Results-Based Evaluation*) yang menekankan pengukuran capaian nyata dari sebuah program. Evaluasi tidak cukup hanya pada aspek input (seperti jumlah dai atau materi ceramah), tetapi juga harus menyentuh outcome dan impact, seperti

³¹ Andi Achruh Nasrullah, Bahaking Rama, "Nahdlatul Ulama, Tokoh Dan Kegiatannya Dalam Dunia Pendidikan," *Nizam: Jurnal Islampedia* 6094 (2023): 21–28.

peningkatan kesadaran spiritual, perbaikan perilaku, dan perubahan sosial yang positif di masyarakat.³²

Teori komunikasi dua arah simetris (Two-Way Symmetrical Communication) dari James E. Grunig menjadi landasan penting dalam mengevaluasi efektivitas komunikasi dakwah. Dakwah yang hanya mengandalkan komunikasi satu arah cenderung kurang efektif dalam membangun keterlibatan emosional dan pemahaman mendalam dari audiens. Oleh karena itu, strategi dakwah ke depan perlu melibatkan dialog, diskusi interaktif, dan pendekatan partisipatif, di mana umat tidak hanya menjadi objek dakwah, tetapi juga subjek yang aktif menyuarakan kebutuhan, tantangan, dan aspirasinya. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *uslub dakwah* yang bersifat *hikmah, mau'idzah hasanah, dan mujadalah bi al-lati hiya ahsan*, yang menekankan pentingnya kebijaksanaan, penyampaian yang baik, dan diskusi yang sehat. Selain itu, Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) dari Icek Ajzen juga sangat relevan dalam mengevaluasi efektivitas dakwah. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.³³ Dalam konteks dakwah, ini berarti bahwa konten dakwah harus tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membentuk persepsi positif terhadap ajaran Islam, memperkuat norma sosial yang mendukung kebaikan, dan memberdayakan individu untuk menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah yang hanya bersifat normatif tanpa mempertimbangkan realitas psikososial masyarakat cenderung gagal mencapai perubahan perilaku yang berkelanjutan.

Untuk memperkuat lembaga dakwah secara kelembagaan, teori Capacity Building sangat penting. Lembaga dakwah perlu memiliki

³² Arsam, "Monitoring Dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap Kegiatan ' Dialog Interaktif ' Takmir Masjid Ash-Shiddiq)," *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* I, no. 1 (2013): 159–76.

³³ Rofiq Anwar, "Peran Praktisi Public Relations Dalam Organisasi Di Yogyakarta," *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2015): 46–55.

struktur organisasi yang profesional, transparan, dan akuntabel. Hal ini mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan sistem informasi dakwah, perencanaan strategis, serta kemampuan evaluasi diri secara berkala. Dalam perspektif teori kelembagaan (Institutional Theory), organisasi seperti lembaga dakwah dapat berkembang jika mampu menyesuaikan diri dengan tekanan lingkungan eksternal (misalnya, perkembangan teknologi dan perubahan sosial), serta membangun legitimasi di mata publik. Lembaga dakwah juga perlu memperkuat jejaring kerja sama dengan berbagai pihak, baik pemerintah, perguruan tinggi, media, maupun sektor swasta, dalam semangat *synergy for change*.³⁴ Lebih dari itu, dalam membahas pengembangan dakwah, Teori Kepemimpinan Transformasional (Transformational Leadership Theory) dari Bernard Bass dan James Burns memberikan perspektif penting. Pemimpin dakwah yang inspiratif dan visioner dapat memotivasi anggota lembaga untuk bekerja lebih dari sekadar rutinitas. Kepemimpinan yang transformatif akan mendorong inovasi dakwah, menghidupkan semangat kolektif, dan membangun budaya organisasi yang berorientasi pada perubahan. Pemimpin seperti ini akan menjadi teladan, bukan hanya dalam ucapan, tetapi dalam tindakan nyata yang mencerminkan nilai-nilai Islam.³⁵

Implikasi dari evaluasi ini mengarah pada beberapa rekomendasi strategis. Pertama, dakwah ke depan perlu berbasis data dan riset sosial, bukan hanya asumsi atau tradisi lama. Dibutuhkan lembaga riset dakwah yang mampu melakukan pemetaan sosial keagamaan untuk merancang program yang kontekstual. Kedua, perlu dilakukan diversifikasi metode dakwah sesuai dengan karakteristik audiens. Dakwah digital, dakwah komunitas, dakwah lingkungan, hingga dakwah berbasis budaya lokal

³⁴ Muhammad Anggung Manumanoso Prasetyo, Bashori Bashori, and Masriani Masriani, "Model Capacity Building Pada Pesantren Perbatasan Binaan Dinas Pendidikan Dayah Provinsi Aceh," *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 14, no. 1 (2020): 71–96, <https://doi.org/10.18326/infs13.v14i1.71-96>.

³⁵ Dengan Penerapan and Metode Fifo, "KONSEP KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL PERSPEKTIF ISLAM" 4668, no. 1 (2023): 17–23.

harus diintegrasikan dalam strategi lembaga dakwah modern. Ketiga, dakwah harus menyentuh aspek praktis kehidupan umat, seperti ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Di sinilah dakwah tidak hanya menjadi aktivitas spiritual, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh. Hal ini sejalan dengan pendekatan Dakwah Integralistik, yakni integrasi antara dakwah bil lisan, bil qalam, dan bil hal.³⁶

Akhirnya, pengembangan dakwah yang berkelanjutan hanya dapat terwujud bila lembaga dakwah menjalankan perannya secara profesional, adaptif, dan berbasis nilai-nilai profetik. Dengan mengintegrasikan berbagai teori dari ranah komunikasi, manajemen, sosiologi, dan pendidikan, lembaga dakwah dapat melakukan transformasi bukan hanya dalam bentuk program, tetapi juga dalam visi dakwah itu sendiri—yakni dakwah sebagai jalan menuju peradaban Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

Kesimpulan

Lembaga dakwah dalam perspektif Islam merupakan institusi strategis yang tidak hanya berperan dalam menyampaikan ajaran keislaman, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mencakup pendidikan moral dan pemberdayaan umat di berbagai aspek kehidupan. Dalam menghadapi tantangan kontemporer seperti krisis moral, radikalisme, dan pengaruh globalisasi, lembaga dakwah dituntut untuk lebih adaptif, inovatif, serta mampu mengembangkan pendekatan dakwah yang kontekstual dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan lembaga dakwah sangat bergantung pada kualitas kepemimpinan yang tidak hanya memiliki integritas spiritual, tetapi juga kompetensi manajerial, kemampuan komunikasi, serta pemahaman teknologi. Kepemimpinan transformatif yang visioner, kolaboratif, dan

³⁶ Iqbal Hidayatsyah Noor and Dartim Dartim, "Kepemimpinan Transformasional Dalam Pendidikan Islam Yang Unggul," *Iseedu: Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices* 5, no. 1 (2021): 68–84, <https://doi.org/10.23917/iseedu.v5i1.15993>.

berbasis riset menjadi kunci dalam membangun lembaga dakwah yang profesional, akuntabel, dan berdampak luas.

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi lapangan secara langsung terhadap implementasi program-program dakwah pada berbagai lembaga, guna memperoleh gambaran yang lebih empiris mengenai efektivitas strategi dakwah, model kepemimpinan, serta tantangan yang dihadapi dalam konteks sosial dan kultural yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Alkhairy, M.S. Ghazi, Yusuf Zaenal Abidin, and Dewi Sadiah. "Peran Pimpinan Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Kualitas Dakwah Santri." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 3 (2017): 213–30. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v2i3.294>.
- Anam, Ahmad Misbahul. "Peran Organisasi Dalam Dakwah." *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat* 2, no. 02 (2020): 49–77. <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v2i02.52>.
- Anwar, Rofiq. "Peran Praktisi Public Relations Dalam Organisasi Di Yogyakarta." *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2015): 46–55.
- Arsam. "Monitoring Dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap Kegiatan ' Dialog Interaktif ' Takmir Masjid Ash-Shiddiq)." *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* I, no. 1 (2013): 159–76.
- Asiva Noor Rachmayani. "Tantangan Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama Di Era Teknologi Informasi: Formulasi Materi Di Youtube," 2015, 6.
- Asy'ari, Al. "Strategi Perencanaan Dakwah." *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen* 7, no. 1 (2019): 36–49.
- Aulia, Hanifah Nur, Karina Aulia Putri, Marfa Azzahra, Tyara Latifa, and Nadya Amelia. "Transformasi Dakwah : Pengaruh Perkembangan Zaman Dalam Strategi Penyebaran Agama Di Lingkungan Masyarakat Program Pendidikan Matematika , Universitas Pendidikan Indonesia , Indonesia Perkembangan Zaman Dan Untuk

- Mengidentifikasi Pengaruhnya Terhadap Stra" 2, no. 4 (2024).
- Bahrul Khoir, Anan. "Radikalisme Dan Aparatur Sipil Negara: Faktor Penyebab Dan Upaya Pemerintah Menangani Radikalisme Pada Aparatur Sipil Negara." *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* 12, no. 2 (2021): 145–62. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v12i2.3938>.
- Baidowi, Achmad, and Moh. Salehudin. "Strategi Dakwah Di Era New Normal." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (2021): 58–74. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>.
- Cahyani, Anisa Nur Indah, and Nasrulloh Nasrulloh. "Pola Manajemen Pengelolaan Dana Zakat Pada LAZISMU Bojonegoro Untuk Kesejahteraan Ekonomi Umat." *Jurnal E-Bis* 7, no. 1 (2023): 25–37. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1157>.
- Fadhlurrahman, M Bintang, Munawir Munawir, Muhammad Mundzir, and Rida Sopiiah Wardah. "Rekonstruksi Dakwah Di Media Online: Kontekstualisasi Makna Hikmah Dalam Q.S. Al-Nahl: 125 Aplikasi Pendekatan Ma'na-Cum-Maghza Ma'na-Cum-Maghza." *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 7, no. 1 (2022): 19–44. <https://doi.org/10.14421/jkii.v7i1.1288>.
- Fadilah, Nurul. "Peran Lembaga Dakwah Dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Dakwah." *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 2 (2022): 390.
- Faizin, Faizin. "Pemikiran Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii): Analisis Praktik Keagamaan Dan Pengaruhnya Di Kabupaten Kerinci." *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 16, no. 2 (2017): 59–78. <https://doi.org/10.32939/islamika.v16i2.124>.
- Faturhurokhmah, Fita. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Edited by Diajeng Ragil Pangesturi. 1st ed. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2024.
- Fauzan, Imam. "Pemaknaan Ma ' Na Cum Maghza Terhadap: Q.S. An-Nahl Ayat 125 Dalam Otoritas Keagamaan Baru." *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* Vol.6, no. 2 (2021): 257. <https://doi.org/10.30868/at.v6i02.1785>.
- Fauzi. "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam." *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat*

- Islam* 13, no. 1 (2023): 35–55.
<https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433>.
- Fauzi, M. Makhrus. "Menuju Fikih Filantropi Nusantara Yang Berkemajuan: Studi Komparatif Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.
- H Kara, O Anlar MY Ağargün. "Dakwah Dan Perubahan Sosial: Studi Terhadap Peran Manusia Sebagai Khalifah Di Muka Bumi Abubakar." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 7, no. 2 (2014): 107–15.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Jakarta: Literasi Nusantara Abadi, 2020.
- Handono, Setiyo Yuli. "Transformasi Sosial Desa Adat Menjadi Desa Wisata Edelweis: Perpektif Teori Strukturisasi 'Anthony Giddens.'" *Agribusiness Journal* 13, no. 2 (2020): 53–73.
<https://doi.org/10.15408/aj.v13i2.13953>.
- Kadir, Abdul. "Da'Wah Bil Ihsan; Concept, Methods, and Application." *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 5, no. 2 (2023): 13–40. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v5i2.138>.
- Kahfi, Al, and Nurul Fadilah. "Peran Prodi Manajemen Dakwah Untuk Memperkuat Profesi Pengelola Zakat : Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat." *Idarotuna* 6, no. 2 (2024): 144.
<https://doi.org/10.1010.24014/idarotuna.v4i1.Peran>.
- Kamirudin. "Religion and Social Solidarity : How Islam Views the Social." *Jurnal Ilmiah Keislaman* 5, no. 1 (2006): 70–83.
- Mulyani, Sri, and Aulia Ayu Rohayah. "Peran Lembaga Dakwah Kampus Dalam Membina Akhlak Pada Mahasiswa Universitas Islam 45." *Turabian: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2024): 18–32.
<https://doi.org/10.33558/turabian.v2i1.9508>.
- Nasrullah, Bahaking Rama, Andi Achruh. "Nahdlatul Ulama, Tokoh Dan Kegiatannya Dalam Dunia Pendidikan." *Nizam: Jurnal Islampedia* 6094 (2023): 21–28.
- Noor, Iqbal Hidayatsyah, and Dartim Dartim. "Kepemimpinan

- Transformasional Dalam Pendidikan Islam Yang Unggul." *Iseedu: Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices* 5, no. 1 (2021): 68–84. <https://doi.org/10.23917/iseedu.v5i1.15993>.
- Penerapan, Dengan, and Metode Fifo. "KONSEP KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL PERSPEKTIF ISLAM" 4668, no. 1 (2023): 17–23.
- Pokhrel, Sakinah. "PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM MEMBINA AKHLAK REMAJA LKSA AMRULLAH AISYIAH CABANG LIMBUNG KAB. GOWA." *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Prasetyo, Muhammad Anggung Manumanoso, Bashori Bashori, and Masriani Masriani. "Model Capacity Building Pada Pesantren Perbatasan Binaan Dinas Pendidikan Dayah Provinsi Aceh." *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 14, no. 1 (2020): 71–96. <https://doi.org/10.18326/infs13.v14i1.71-96>.
- Pratama, Fikri Surya. "Strategi Dakwah Kontemporer Di Kawasan Asia Timur." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 67. <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7386>.
- Rika Widianita, Dkk. "FILOSOFI DAN METODE DAKWAH KONTEMPORER (Memahami Landasan Pemikiran Dalam Menyebarkan Pesan Islam)." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Wastiyah, Lilik Jauharotul. "Peran Manajemen Dakwah Di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Tantangan)." *Idarotuna* 3, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>.
- Zaman, Mujadiduz, Mohammad Robith Ilman, and Ilham Maulidi. "Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 4, no. 2 (2023): 165–77. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i2.9343>.