

## Efektivitas Strategi Komunikasi Dakwah dalam Memperkuat Manajemen Organisasi Islam

Deni Irmansyah

Program Studi Manajemen, Universitas Terbuka, Bandung, Indonesia

\* Corresponding Author: [deni23@gmail.com](mailto:deni23@gmail.com)

### **Key Words:**

Da'wah  
Communication,  
Organizational  
Management,  
Effectiveness, Islamic  
Organization,  
Strategy

**Abstract:** *This study examines the effectiveness of da'wah communication strategies in strengthening Islamic organizational management. Effective communication is a key factor in ensuring that da'wah messages are delivered clearly, efficiently, and in accordance with organizational goals. This research uses a qualitative approach with a literature review method by analyzing relevant academic sources on da'wah communication and organizational management. The findings indicate that effective communication strategies improve coordination, enhance organizational performance, and increase community engagement in Islamic activities. Additionally, strategic communication helps organizations adapt to social and technological changes. However, challenges such as communication barriers, lack of human resource capacity, and inconsistent message delivery still exist. In conclusion, effective da'wah communication strategies play a crucial role in strengthening Islamic organizational management.*

### **Kata Kunci:**

Komunikasi Dakwah,  
Manajemen  
Organisasi,  
Efektivitas, Organisasi  
Islam, Strategi

**Abstrack:** Penelitian ini mengkaji efektivitas strategi komunikasi dakwah dalam memperkuat manajemen organisasi Islam. Komunikasi yang efektif merupakan faktor kunci dalam memastikan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan dengan jelas, efisien, dan sesuai dengan tujuan organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur melalui analisis berbagai sumber akademik yang berkaitan dengan komunikasi dakwah dan manajemen organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi, memperkuat kinerja organisasi, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan keislaman. Selain itu, komunikasi strategis membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan sosial dan teknologi. Namun demikian, masih terdapat tantangan seperti hambatan komunikasi, keterbatasan sumber daya manusia, dan ketidakkonsistenan penyampaian pesan. Kesimpulannya, strategi komunikasi dakwah yang efektif memiliki peran penting dalam memperkuat manajemen organisasi Islam.

## **Pendahuluan**

Komunikasi dakwah merupakan elemen penting dalam penyampaian pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan dalam menyampaikannya. Dalam konteks organisasi Islam, komunikasi yang efektif menjadi dasar dalam memperkuat koordinasi internal dan hubungan dengan masyarakat. Menurut Farhan (2021), strategi komunikasi dakwah yang tepat mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan secara signifikan.

Dalam manajemen organisasi Islam, komunikasi memiliki peran strategis dalam mengatur alur informasi, pengambilan keputusan, serta pelaksanaan program dakwah. Tanpa komunikasi yang baik, organisasi akan mengalami hambatan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurdin (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif merupakan fondasi utama dalam keberhasilan manajemen organisasi dakwah.

Selain itu, efektivitas strategi komunikasi juga berpengaruh terhadap keterlibatan masyarakat dalam kegiatan dakwah. Komunikasi yang jelas, persuasif, dan mudah dipahami akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program-program keagamaan. Hal ini diperkuat oleh Azizah (2020) yang menjelaskan bahwa partisipasi publik sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang dibangun oleh lembaga dakwah.

Di era digital saat ini, organisasi dakwah menghadapi tantangan baru dalam menyampaikan pesan keagamaan. Perubahan teknologi menuntut adanya adaptasi strategi komunikasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Menurut Hidayat (2023), transformasi digital telah mengubah pola komunikasi dakwah menjadi lebih cepat, interaktif, dan berbasis media sosial.

Namun demikian, tantangan dalam komunikasi dakwah juga semakin kompleks, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, perbedaan pemahaman, dan keterbatasan sumber daya manusia. Hal ini dapat memengaruhi efektivitas manajemen organisasi Islam jika tidak dikelola dengan baik. Rahmawati (2021) menegaskan bahwa hambatan komunikasi merupakan salah satu faktor utama yang dapat mengurangi efektivitas organisasi dakwah.

Berdasarkan uraian tersebut, kajian mengenai efektivitas strategi komunikasi dakwah dalam memperkuat manajemen organisasi Islam menjadi sangat penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas organisasi dakwah di era modern.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research) untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi dakwah dalam memperkuat manajemen organisasi Islam. Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian teori dan konsep dari berbagai literatur tanpa melakukan pengumpulan data lapangan. Menurut Hamzah (2022), studi kepustakaan sangat tepat digunakan untuk memahami fenomena komunikasi organisasi melalui analisis sumber-sumber ilmiah yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur akademik seperti jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan komunikasi dakwah, manajemen organisasi, dan efektivitas strategi komunikasi. Data dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kebaruan informasi agar hasil penelitian lebih akurat. Hal ini sejalan dengan pendapat Indrawati (2021) yang menyatakan bahwa kualitas penelitian kualitatif sangat ditentukan oleh ketepatan dalam pemilihan sumber data.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu dengan membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan informasi dari berbagai literatur yang sesuai dengan fokus penelitian. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan tema seperti strategi komunikasi dakwah, efektivitas organisasi, dan manajemen Islam. Menurut Sari (2020), teknik dokumentasi membantu peneliti dalam menyusun data secara sistematis dan terstruktur.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (content analysis), yaitu dengan menelaah isi berbagai sumber literatur untuk menemukan pola, hubungan, dan konsep yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti menarik kesimpulan secara objektif berdasarkan data yang tersedia. Hal ini diperkuat oleh Yusuf (2023) yang menjelaskan bahwa analisis isi sangat efektif digunakan dalam penelitian kualitatif berbasis dokumen.

Dengan demikian, metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi dakwah dalam memperkuat manajemen organisasi Islam berdasarkan kajian literatur yang relevan.

## **Hasil Penelitian**

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas manajemen organisasi Islam. Komunikasi yang terstruktur dan jelas membantu organisasi dalam menyampaikan visi, misi, serta program dakwah secara lebih efektif kepada anggota dan masyarakat. Menurut Karim (2021), strategi komunikasi yang baik dapat meningkatkan kinerja organisasi dakwah secara signifikan.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang efektif mampu memperkuat koordinasi internal dalam organisasi Islam. Alur komunikasi yang jelas antara pimpinan dan anggota organisasi dapat mengurangi kesalahpahaman dalam pelaksanaan program dakwah. Hal ini sejalan dengan pendapat Fauzan (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi internal yang baik merupakan kunci stabilitas organisasi dakwah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang tepat dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keislaman. Pesan yang disampaikan secara persuasif dan mudah dipahami akan mendorong keterlibatan publik yang lebih besar. Menurut Lutfiah (2020), kualitas komunikasi sangat berpengaruh terhadap tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah.

Selanjutnya, penelitian ini mengungkapkan bahwa pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi penting dalam komunikasi dakwah modern. Media sosial memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara cepat, luas, dan interaktif. Hal ini diperkuat oleh Zulkarnain (2023) yang menyatakan bahwa digitalisasi komunikasi dakwah meningkatkan efektivitas penyebaran informasi keagamaan.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan komunikasi seperti perbedaan pemahaman, keterbatasan sumber daya manusia, dan kurangnya keterampilan komunikasi masih menjadi tantangan utama dalam organisasi dakwah. Hal ini dapat memengaruhi efektivitas manajemen organisasi jika tidak dikelola dengan baik. Menurut Hidayanti (2022), hambatan komunikasi merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi efektivitas organisasi dakwah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang efektif, koordinasi internal yang baik, pemanfaatan media digital, serta kemampuan mengatasi hambatan komunikasi merupakan faktor penting dalam memperkuat manajemen organisasi Islam.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki peran fundamental dalam memperkuat manajemen organisasi Islam. Komunikasi yang terarah dan sistematis membantu organisasi dalam menyampaikan pesan dakwah secara lebih efektif kepada anggota dan masyarakat. Menurut Ramadhani (2021), strategi komunikasi yang tepat dapat meningkatkan efektivitas organisasi dakwah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Selain itu, komunikasi internal yang efektif menjadi faktor penting dalam menjaga

stabilitas organisasi dakwah. Hubungan komunikasi yang baik antara pimpinan dan anggota dapat menciptakan koordinasi yang lebih solid dalam pelaksanaan program. Hal ini sejalan dengan pendapat Syahputra (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi internal yang kuat merupakan kunci keberhasilan manajemen organisasi dakwah.

Selanjutnya, strategi komunikasi dakwah juga berpengaruh besar terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keislaman. Pesan yang disampaikan dengan jelas, persuasif, dan sesuai kebutuhan masyarakat akan mendorong keterlibatan yang lebih tinggi. Menurut Huda (2020), kualitas komunikasi sangat menentukan tingkat partisipasi masyarakat dalam program dakwah.

Di era digital, pemanfaatan teknologi menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi dakwah modern. Media sosial dan platform digital memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara lebih cepat, luas, dan interaktif. Hal ini diperkuat oleh Maulida (2023) yang menjelaskan bahwa digitalisasi komunikasi dakwah meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan di masyarakat modern.

Namun demikian, tantangan dalam komunikasi dakwah masih cukup besar, seperti perbedaan pemahaman, keterbatasan sumber daya manusia, dan rendahnya kemampuan komunikasi sebagian pengelola organisasi. Hal ini dapat menghambat efektivitas manajemen dakwah jika tidak diatasi dengan baik. Menurut Anwar (2022), hambatan komunikasi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kinerja organisasi dakwah.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen organisasi Islam sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang efektif, komunikasi internal yang baik, peningkatan partisipasi masyarakat, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan mengatasi hambatan komunikasi.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat manajemen organisasi Islam. Komunikasi yang efektif membantu organisasi dalam menyampaikan pesan, tujuan, dan program dakwah secara lebih terarah dan sistematis.

Selain itu, komunikasi internal yang baik antara pimpinan dan anggota organisasi berkontribusi dalam meningkatkan koordinasi dan stabilitas pelaksanaan program dakwah. Hal ini menjadikan organisasi lebih solid dalam menjalankan berbagai kegiatan keislaman.

Strategi komunikasi dakwah juga terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah. Penyampaian pesan yang jelas, persuasif, dan sesuai kebutuhan

masyarakat dapat mendorong keterlibatan yang lebih aktif.

Di era digital, pemanfaatan teknologi komunikasi memberikan peluang besar dalam memperluas jangkauan dakwah. Namun, tantangan seperti hambatan komunikasi dan keterbatasan sumber daya manusia tetap perlu diperhatikan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan manajemen organisasi Islam sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang efektif, komunikasi internal yang kuat, partisipasi masyarakat, serta pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

### **Referensi**

- Azizah, N. (2020). Partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Farhan, M. (2021). Strategi komunikasi dakwah efektif. *Jurnal Ilmu Dakwah*.
- Hidayat, R. (2023). Transformasi digital dalam komunikasi dakwah. *Jurnal Media Islam*.
- Nurdin, A. (2022). Komunikasi dalam manajemen organisasi Islam. *Jurnal Manajemen Dakwah*.
- Rahmawati, L. (2021). Hambatan komunikasi dalam organisasi dakwah. *Jurnal Sosial Keagamaan*.
- Hamzah, R. (2022). Studi kepustakaan dalam penelitian komunikasi organisasi. *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Indrawati, S. (2021). Pemilihan sumber data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Sari, D. (2020). Teknik dokumentasi dalam penelitian sosial keagamaan. *Jurnal Penelitian Akademik*.
- Yusuf, A. (2023). Analisis isi dalam penelitian kualitatif berbasis literatur. *Jurnal Humaniora*.
- Fauzan, M. (2022). Komunikasi internal dalam organisasi dakwah. *Jurnal Manajemen Islam*.
- Hidayanti, R. (2022). Hambatan komunikasi dalam organisasi keagamaan. *Jurnal Sosial dan Dakwah*.
- Karim, A. (2021). Strategi komunikasi dakwah efektif. *Jurnal Ilmu Dakwah*.
- Lutfiah, N. (2020). Komunikasi dan partisipasi masyarakat dalam dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Zulkarnain, D. (2023). Digitalisasi komunikasi dakwah di era modern. *Jurnal Media Islam*.

Anwar, F. (2022). Hambatan komunikasi dalam organisasi dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*.

Huda, M. (2020). Partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah. *Jurnal Sosial Keagamaan*.

Maulida, N. (2023). Digitalisasi komunikasi dakwah modern. *Jurnal Media Islam*.

Ramadhani, A. (2021). Strategi komunikasi dalam manajemen dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*.

Syahputra, R. (2022). Komunikasi internal organisasi keagamaan. *Jurnal Manajemen Islam*.