

Strategi Komunikasi Lembaga Dakwah Kampus Takmir Masjid Al-Asy'ari (LDK TM Al-Asy'ari) dalam Penguatan Organisasi

Hana Tuada *, Tia Muthiah Umar

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

chokicklt@gmail.com , tiamutiaumar@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the communication strategies implemented by the Campus Da'wah Institution Takmir Masjid Al-Asy'ari (LDK TM Al-Asy'ari) in strengthening organizational capacity. The research is motivated by the urgency to improve communication effectiveness within Islamic student organizations amid internal challenges and the rise of digital media. A qualitative method with a constructivist paradigm was employed. The object of the research is LDK TM Al-Asy'ari at the Islamic University of Bandung. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and document analysis, then processed using thematic analysis and source triangulation. The results show that social media is effectively used for external communication, while internal communication faces coordination issues. Human resource competencies are enhanced through training and the application of the two-step flow approach. Communication techniques include verbal, written, and digital channels, analyzed using models from Lasswell, Shannon & Weaver, and motivational theories by Maslow and Herzberg. The study concludes that LDK TM Al-Asy'ari's communication strategy supports the sustainability of da'wah and strengthens institutional functions in an adaptive manner. The study ends with recommendations to improve internal communication systems and continuously develop human resource capacities.

Keywords: *Communication Strategy, Campus Da'wah Institution, Organizational Communication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Kampus Takmir Masjid Al-Asy'ari (LDK TM Al-Asy'ari) dalam penguatan organisasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada urgensi peningkatan efektivitas komunikasi organisasi dakwah berbasis kampus di tengah tantangan internal dan perkembangan media digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan konstruktivis. Objek penelitian adalah LDK TM Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, lalu dianalisis dengan pendekatan tematik dan validasi triangulasi sumber. Hasil menunjukkan bahwa media sosial digunakan secara efektif untuk eksternal, sementara komunikasi internal masih menghadapi kendala koordinasi. Kompetensi SDM ditingkatkan melalui pelatihan dan pendekatan two-step flow. Teknik komunikasi meliputi lisan, tulisan, dan digital, dengan model komunikasi dari Lasswell, Shannon & Weaver, serta teori motivasi Maslow dan Herzberg sebagai dasar analisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi LDK TM Al-Asy'ari mendukung keberlangsungan dakwah dan penguatan kelembagaan secara adaptif. Penelitian ini diakhiri dengan saran untuk penguatan sistem komunikasi internal dan pengembangan kapasitas SDM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Lembaga Dakwah Kampus, Komunikasi Organisasi*

A. Pendahuluan

Lembaga Dakwah Kampus (LDK) hadir sebagai respons atas keterbatasan ruang ekspresi mahasiswa pada masa Orde Baru, ketika kebebasan berpendapat dan berorganisasi dibatasi oleh kekuatan militer dan birokrasi negara (Santosa, 2019). Dalam konteks tersebut, masjid kampus menjadi ruang alternatif untuk pengembangan spiritual dan intelektual mahasiswa Muslim (Firdaus, 2017). Reformasi 1998 membuka jalan bagi kebebasan berorganisasi, termasuk pertumbuhan LDK sebagai motor dakwah dan pembinaan karakter mahasiswa di perguruan tinggi (Suryadi, 2015). Seiring waktu, LDK tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang kaderisasi, pelatihan kepemimpinan, serta penyebaran nilai-nilai Islam moderat (Nugroho, 2020).

Dalam dinamika komunikasi dakwah kontemporer, efektivitas integrasi nilai keislaman dengan strategi media menjadi penting. Penelitian oleh Tia Muthiah Umar . (2025) menunjukkan bahwa Televisi Muhammadiyah (TVMu) secara konsisten mengintegrasikan prinsip Fiqh Nationality ke dalam praktik editorialnya guna mempromosikan kesatuan nasional, toleransi beragama, dan partisipasi masyarakat (Umar TM, 2025). Temuan ini menyiratkan bahwa organisasi Islam perlu membangun strategi komunikasi yang adaptif dan kontekstual dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah (Ratu Helga Sarahdiva & Ahmadi, 2024).

Selanjutnya, studi literasi media digital yang dilakukan di Aisyiyah Boarding School Bandung oleh Umar, Drajat, dan Chaerowati (2024) menekankan pentingnya membekali generasi muda Islam dengan kompetensi dalam mengidentifikasi informasi digital, sebuah bagian penting dari strategi komunikasi berbasis komunitas dakwah (Umar TM, 2024). Ini sejalan dengan urgensi LDK mengembangkan kapasitas digital bagi pengelola dan anggota untuk menghadapi tantangan disinformasi dan memperluas jangkauan dakwah.

LDK Takmir Masjid Al-Asy'ari (LDK TM Al-Asy'ari) Universitas Islam Bandung (UNISBA), yang berada di bawah naungan PRIPM dan didukung Wakil Rektor III, menjalankan program dakwah berbasis nilai keislaman kampus. Struktur kelembagaan yang otonom dan strategis menjadikan LDK ini objek penelitian menarik terutama dalam konteks komunikasi internal dan eksternal (Nur Indrawati Maulani & Sevtianny, 2024).

Minimnya kajian mendalam terhadap strategi komunikasi internal organisasi dakwah kampus, khususnya LDK berbasis Islam, menjadi latar utama penelitian ini. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh LDK TM Al-Asy'ari dalam memperkuat organisasi melalui komunikasi. Pendekatan nilai normatif dalam QS. An-Nahl ayat 125 dan QS. Al-Asr dijadikan pijakan untuk membangun dakwah yang santun, kontekstual, dan bertransformasi sosial.

Rumusan masalah penelitian:

“Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Kampus Takmir Masjid Al-Asy'ari (LDK TM Al-Asy'ari) dalam penguatan organisasi?”

Tujuan penelitian:

1. Mengetahui kondisi media komunikasi yang digunakan.
2. Menganalisis kompetensi sumber daya manusia dalam komunikasi organisasi.
3. Teknik komunikasi yang diterapkan.
4. Menggali motif strategis penguatan organisasi melalui komunikasi dakwah.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teori dalam pengembangan ilmu komunikasi organisasi berbasis dakwah Islam serta rekomendasi praktis bagi organisasi mahasiswa Islam lainnya.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Kampus (LDK) TM Al-Asy'ari dalam upaya penguatan organisasi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap realitas sosial yang kompleks dan dinamis sebagaimana adanya di lapangan (Moleong, 2007).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada tiga orang informan yang memiliki posisi strategis dalam struktur organisasi, yaitu Reyfaira Diva selaku

Sekretaris Umum, Ufaira Tsabita Haiman selaku Ketua Divisi Syiar, serta Asrofi Achmad, S.Pd selaku Ketua DKM Masjid Al-Asy'ari. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi tentang strategi komunikasi yang digunakan, media yang dimanfaatkan, hambatan yang dihadapi, serta tujuan dari penguatan organisasi. Teknik wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti mengeksplorasi jawaban informan secara mendalam dan terbuka, sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2018) dalam metode penelitian kualitatif.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi partisipatif dengan mengikuti beberapa kegiatan langsung yang diselenggarakan oleh LDK, seperti rapat koordinasi pengurus, kajian Cumarita, Sekolah Murabbi, dan kegiatan syiar lainnya. Observasi ini bertujuan untuk mengamati secara langsung pola komunikasi yang terjadi antara pengurus, anggota, dan audiens kampus. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip observasi partisipan yang dijelaskan oleh Spradley (1980), di mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat pasif tetapi juga turut terlibat dalam konteks sosial yang diteliti.

Data dokumentasi yang digunakan mencakup laporan kegiatan, program kerja tahunan, hasil evaluasi organisasi, serta arsip digital dari media sosial seperti Instagram dan YouTube milik LDK TM Al-Asy'ari. Dokumentasi ini memberikan data sekunder yang berguna untuk memverifikasi hasil wawancara dan observasi, serta memperkuat keabsahan temuan penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan memilih subjek penelitian yang dianggap paling memahami persoalan dan memiliki kapasitas untuk menjelaskan dinamika strategi komunikasi yang digunakan. Pemilihan narasumber ini didasarkan pada peran dan tanggung jawab mereka dalam struktur organisasi LDK. Waktu pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan, yaitu sejak Desember 2024 hingga Februari 2025. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara langsung dan daring, menyesuaikan dengan jadwal kegiatan organisasi serta ketersediaan narasumber.

Setelah data terkumpul, proses pengolahan data dilakukan melalui tiga tahapan analisis menurut model Miles dan Huberman (2007), yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan cara menyaring dan mengelompokkan data sesuai dengan fokus penelitian. Penyajian data disusun dalam bentuk naratif, tabel kutipan, dan ilustrasi kegiatan yang menggambarkan strategi komunikasi yang dijalankan. Kesimpulan ditarik berdasarkan temuan-temuan utama yang muncul dan dikaitkan dengan teori yang relevan.

Analisis data dilakukan secara interpretatif, yaitu dengan mengaitkan temuan-temuan empirik di lapangan dengan teori komunikasi organisasi, seperti model Shannon dan Weaver (1949) untuk menganalisis alur komunikasi, serta teori Diffusion of Innovations dari Rogers (2003) untuk memahami adopsi media sosial dalam dakwah kampus. Peneliti juga merujuk pada konsep komunikasi strategis dan kepemimpinan dalam organisasi dakwah sebagaimana dijelaskan oleh Howard (2010), yang menekankan pentingnya kemampuan organisasi untuk adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, studi kasus, serta triangulasi sumber dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini berupaya untuk memberikan gambaran yang mendalam, akurat, dan kontekstual mengenai strategi komunikasi LDK TM Al-Asy'ari dalam penguatan organisasi. Pendekatan ini telah digunakan pula dalam penelitian-penelitian serupa seperti yang dilakukan oleh Afiah Istiqomah (2022) dalam studi komunikasi dakwah UKM Al-Itihad, dan oleh Rudi Hanafi (2022) yang meneliti strategi komunikasi persuasif dalam kegiatan majelis taklim.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Dakwah Kampus (LDK) TM Al-Asy'ari UNISBA dalam penguatan organisasinya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Temuan penelitian dikategorikan ke dalam empat fokus utama, yaitu media komunikasi yang digunakan, kompetensi komunikasi sumber daya manusia, teknik komunikasi yang diterapkan, serta motif penguatan organisasi. Setiap temuan dianalisis secara tematik dan dikaitkan dengan teori

komunikasi organisasi serta pendekatan komunikasi strategis.

Hasil Temuan Pertama: Media Komunikasi yang Digunakan

LDK TM Al-Asy'ari memanfaatkan berbagai media untuk mendukung proses komunikasi internal maupun eksternal. Media komunikasi internal seperti grup WhatsApp digunakan untuk menyampaikan informasi harian, koordinasi kegiatan, serta penguatan ukhuwah antaranggota. Sementara itu, media eksternal seperti Instagram dan YouTube digunakan untuk publikasi kegiatan dakwah dan edukasi keislaman kepada publik kampus.

Temuan ini diperoleh dari observasi langsung terhadap akun media sosial LDK, serta diperkuat oleh hasil wawancara dengan pengurus divisi syiar. Strategi pemilihan media ini relevan dengan teori Diffusion of Innovations oleh Rogers (2003), yang menyebut bahwa kecepatan adopsi media digital berpengaruh terhadap efektivitas penyebaran informasi.



Gambar 1 . Konten Dakwah LDK TM Al-Asy'ari melalui Instagram

Dapat dilihat pada gambar 1 Menunjukkan tampilan akun Instagram resmi LDK TM Al-Asy'ari yang digunakan sebagai media komunikasi eksternal dalam menyampaikan informasi kegiatan, dakwah, dan interaksi dengan civitas akademika. Selain itu, penyajian konten video kajian dan kegiatan rohani melalui YouTube juga menunjukkan upaya digitalisasi dakwah kampus. Namun, berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa penggunaan media sosial belum terintegrasi antar divisi, serta belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) khusus untuk manajemen konten digital.

Hasil Temuan Kedua: Kompetensi Komunikasi SDM Pengelola

Berdasarkan data wawancara dengan pengurus inti dan pembina LDK, ditemukan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal menjadi kekuatan utama organisasi ini. Para pengurus memiliki keterampilan komunikasi lisan yang cukup baik, terutama dalam forum dakwah, mentoring, dan kegiatan kaderisasi seperti Sekolah Murabbi dan Cumarita.

Namun demikian, kemampuan komunikasi digital, seperti membuat desain grafis, menulis konten dakwah yang persuasif, atau mengelola platform digital, belum merata di antara seluruh pengurus. Hal ini menunjukkan bahwa LDK masih perlu mengembangkan pelatihan internal yang terstruktur dalam bidang literasi media dan komunikasi digital.

Temuan ini diperkuat dengan data dokumentasi program kerja LDK yang menunjukkan belum adanya program pelatihan komunikasi secara rutin. Kompetensi ini penting agar komunikasi

organisasi berjalan efektif dan efisien. Dalam teori Shannon dan Weaver (1949), keberhasilan penyampaian pesan sangat tergantung pada kemampuan pengirim dalam mengelola noise (gangguan komunikasi), yang dalam konteks ini mencakup keterbatasan teknis dan pemahaman digital.

Hasil Temuan Ketiga: Teknik Komunikasi yang Diterapkan

LDK TM Al-Asy'ari menerapkan teknik komunikasi lisan, tulisan, dan visual dalam menjalankan aktivitas dakwah dan organisasi. Komunikasi lisan masih menjadi sarana utama, terutama dalam kegiatan kajian, pelatihan, dan pertemuan internal. Sementara itu, komunikasi tulisan digunakan dalam bentuk proposal, laporan kegiatan, dan materi cetak seperti pamflet.

Komunikasi visual dan digital berkembang melalui media sosial. Namun, temuan lapangan menunjukkan bahwa konsistensi pemanfaatan teknik komunikasi ini belum optimal. Hal ini terlihat dari ketidakaturan jadwal unggahan konten, kurangnya identitas visual yang konsisten, serta tidak semua kegiatan terdokumentasikan secara sistematis.

Dalam konteks teori komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2006), komunikasi efektif terjadi jika pesan dapat diterima secara utuh oleh audiens melalui berbagai saluran yang digunakan secara harmonis. Teknik multi-channel communication yang diterapkan LDK sudah tepat, namun masih perlu dikembangkan dalam hal perencanaan dan evaluasi media.

Hasil Temuan Keempat: Motif Penguatan Organisasi

Motif utama penguatan organisasi LDK TM Al-Asy'ari adalah untuk membentuk kader yang berintegritas, memperluas jangkauan dakwah, serta menjawab tantangan zaman, khususnya dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup mahasiswa. Hal ini dijelaskan oleh pembina LDK dalam wawancara, bahwa LDK memiliki peran strategis dalam mempertahankan nilai keislaman di tengah dinamika kampus sekuler.

Motif lainnya adalah memperkuat sinergi antarorganisasi keislaman di kampus, seperti DKM, PRIPM, dan forum-forum dakwah lainnya. Upaya penguatan dilakukan melalui program kaderisasi berjenjang, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penyesuaian metode dakwah sesuai kebutuhan generasi muda.

Tabel 1. Program Penguatan Organisasi LDK TM Al-Asy'ari

Nama Program	Tujuan	Waktu Pelaksana
Sekolah Murabbi	Meningkatkan Kapasitas Kader Dakwah	Semester Ganjil
Cumarita	Kajian Rutin Pekan	Setiap Jum'at
Jaulah LDK	Silahturahmi dan Sinergi	1x per semester
Bimbingan Ukhuwah	Penguatan Internal dan Keorganisasian	Setiap Bulan

Sumber: Program Kerja LDK TM Al-Asy'ari Tahun 2024–2025

Motif penguatan ini sejalan dengan konsep strategi komunikasi organisasi menurut Howard (2010) yang menekankan pentingnya adaptabilitas dan relevansi strategi terhadap konteks sosial dan kultural organisasi.

Interpretasi Data dan Pembahasan Teoritis

Secara umum, strategi komunikasi LDK TM Al-Asy'ari telah mencerminkan upaya sistematis dalam memperkuat organisasi melalui pendekatan komunikasi yang bersifat interpersonal, struktural,

dan digital. Namun, belum semua elemen komunikasi berjalan secara sinergis dan terstruktur. Masih diperlukan pembenahan dalam integrasi media, pelatihan SDM, serta penyusunan SOP yang dapat mengarahkan strategi komunikasi secara lebih strategis dan profesional.

Dalam kaitannya dengan teori komunikasi strategis, keberhasilan organisasi bukan hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dirancang, dikemas, dan disampaikan melalui media yang tepat kepada audiens yang sesuai. Oleh karena itu, strategi komunikasi perlu disusun secara berkelanjutan dan partisipatif dengan melibatkan seluruh elemen organisasi.

Analisis dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh LDK TM Al-Asy'ari UNISBA memiliki peran penting dalam memperkuat organisasi dakwah kampus. Empat aspek utama yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi media komunikasi yang digunakan, kompetensi komunikasi pengurus, teknik komunikasi yang diterapkan, serta motif penguatan organisasi.

1. Media Komunikasi yang Digunakan

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp menjadi strategi utama LDK TM Al-Asy'ari dalam menyampaikan pesan dakwah dan melakukan koordinasi internal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media internal digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan membangun ukhuwah antaranggota, sementara media eksternal digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah. Namun, sebagian informan menyatakan bahwa belum semua kegiatan dipublikasikan dengan baik di media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen konten digital masih perlu ditingkatkan melalui sistem pengelolaan yang lebih konsisten dan terstruktur agar eksistensi organisasi semakin kuat di ruang digital.

2. Kompetensi Komunikasi Pengurus

Pengurus LDK memiliki kemampuan komunikasi lisan yang cukup baik, terutama saat memimpin forum dan menyampaikan materi dakwah secara langsung. Program seperti Sekolah Murabbi dan Cumarita menjadi media penguatan kompetensi tersebut. Meski demikian, masih ditemukan kesenjangan dalam hal literasi digital, terutama terkait desain visual, copywriting, dan pengelolaan media sosial. Beberapa pengurus belum memahami cara menyusun pesan visual yang persuasif dan informatif. Maka, pelatihan komunikasi digital menjadi kebutuhan penting agar strategi komunikasi bisa menjangkau generasi muda yang lebih visual dan aktif secara daring.

3. Teknik Komunikasi yang Diterapkan

LDK menggabungkan berbagai teknik komunikasi, mulai dari tatap muka dalam forum dakwah, hingga penyampaian pesan melalui media visual dan tulisan. Teknik multikanal ini terbukti efektif dalam menjangkau audiens dengan karakteristik berbeda. Namun, sebagian kegiatan dakwah belum terdokumentasi dengan baik secara daring, sehingga menyebabkan kesenjangan antara aktivitas luring dan publikasi daring. Ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi yang digunakan sudah cukup beragam, tetapi masih perlu penyelarasan agar lebih terintegrasi dan tidak tumpang tindih antar kanal komunikasi.

4. Motif Penguatan Organisasi

Motif utama LDK dalam memperkuat organisasi adalah untuk membentuk kader dakwah yang siap menghadapi tantangan zaman serta menjawab dinamika sosial kampus yang terus berubah. Hasil wawancara dengan pembina menunjukkan bahwa penguatan dilakukan melalui kaderisasi yang berjenjang dan kolaborasi lintas organisasi seperti DKM dan PRIPM. Namun, untuk menjamin keberlanjutan dakwah, perlu adanya pembaruan metode yang menyesuaikan dengan karakteristik mahasiswa generasi digital. Pengurus juga perlu memperkuat narasi dakwah yang inklusif agar lebih diterima oleh berbagai lapisan mahasiswa.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi LDK TM Al-Asy'ari sudah berjalan dengan cukup baik dan menunjukkan arah yang progresif. Namun, masih diperlukan penguatan dalam aspek

pelatihan digital, konsistensi konten, serta integrasi komunikasi antarplatform agar strategi ini bisa semakin efektif dalam mencapai tujuan dakwah dan memperkuat struktur organisasi kampus.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh LDK TM Al-Asy'ari UNISBA berperan penting dalam memperkuat eksistensi organisasi dakwah di lingkungan kampus. Penggunaan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp menjadi bagian dari strategi komunikasi digital yang menjangkau audiens internal dan eksternal secara efektif, meskipun integrasi antarplatform masih perlu ditingkatkan. Kemampuan komunikasi pengurus, terutama dalam aspek verbal dan interpersonal, menjadi modal utama dalam membangun relasi antaranggota dan dalam forum dakwah, namun literasi digital serta kompetensi dalam merancang pesan visual dan tulisan masih terbatas.

Teknik komunikasi yang digunakan sudah cukup beragam, mencakup pendekatan luring dan daring, tetapi belum seluruhnya berjalan secara terpadu dan sistematis. Upaya dokumentasi serta publikasi kegiatan juga masih belum merata. Motif penguatan organisasi yang dilakukan LDK dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan kader dakwah yang mampu menjawab tantangan zaman serta membentuk sinergi dengan berbagai organisasi keislaman lainnya. Penguatan tersebut tercermin dalam berbagai program kaderisasi, pelatihan internal, serta inisiatif digitalisasi dakwah.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dalam organisasi dakwah kampus harus menggabungkan kompetensi interpersonal dengan kemampuan adaptasi terhadap teknologi komunikasi modern. Keberhasilan komunikasi organisasi sangat ditentukan oleh kesesuaian media, teknik penyampaian pesan, serta pemahaman terhadap kebutuhan audiens.

Sebagai saran, penelitian selanjutnya dapat mengkaji efektivitas pesan dakwah di media sosial LDK secara lebih spesifik, misalnya dengan analisis konten atau pengukuran interaksi digital. Selain itu, penelitian mendalam terhadap dinamika hubungan antarorganisasi dakwah di kampus juga dapat memberikan kontribusi dalam membentuk model komunikasi kolaboratif yang lebih kuat dan inklusif.

Ucapan Terimakasih

Dengan segala hormat peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Oji Kurniadi, DRS., M.Si., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama masa studi.
2. Ibu Tia Muthiah Umar, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ani Yuningsih, Dra., M.Si., dan Bapak Ferry Darmawan, S.Sos., M.Ds., selaku dosen penguji pada seminar proposal skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA, atas ilmu dan pembelajaran yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
5. Staf pegawai bagian akademik Fikom UNISBA, atas layanan dan bantuan administratif yang sangat membantu selama proses studi.
6. Rekan mahasiswa Fikom: Yuniar, Salsa, Ufaira, Tata, dan Diva, atas bantuan dan kebersamaannya selama masa bimbingan.
7. Rekan semasa sekolah: Plc, Rahma, dan Lola, atas dukungan dan perhatian yang diberikan.
8. Rekan sejak SMP hingga kuliah: Firdah Cantika Ayu, atas doa dan semangat yang tak pernah putus.
9. Rekan daring: Aulia, Apis, dan Fadli yang senantiasa menjadi penyemangat dalam proses penulisan.

Daftar Pustaka

- Nur Indrawati Maulani, I., & Sevtiany, V. (2024). Manajemen Risiko dan Bisnis GoTo Financial serta Implementasinya dalam Komunikasi Bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 141–150. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4406>
- Ratu Helga Sarahdiva, & Ahmadi, D. (2024). Strategi Marketing Komunikasi pada Channel Youtube “Jurnal Risa.” *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 81–88. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4029>
- Afiyah, I. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Al-Itihad dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah di Kampus UIN Raden Intan Lampung. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Amalia, N. (2020). Manajemen Strategis Lembaga Dakwah Mahasiswa: Studi Kasus Organisasi Keislaman di Perguruan Tinggi. *Jurnal Studi Dakwah dan Komunikasi Islam*, 15(1), 45–59.
- Effendy, O. U. (2019). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hanafi, R. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Antara Da’i dan Mad’u dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Hasibuan, R., & Nurhadi, F. (2021). Analisis Teknik Komunikasi Internal dalam Organisasi Sosial Keagamaan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 111–125.
- Howard, P. N. (2010). *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*. Oxford: Oxford University Press.
- Kurniawan, R., & Dewi, C. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(1), 23–35.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2007). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (Terj.). Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2006). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.

- Santosa, B. (2019). Reformasi 1998 dan Kebebasan Berorganisasi: Dampaknya terhadap Lembaga Dakwah Kampus. Yogyakarta: Penerbit Sejarah Indonesia.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Spradley, J. P. (1980). Participant Observation. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Satriani, A., Permatasari, A. N., & Firmansyah. (2022). Jurnalis Muslim Menghadapi Pandemi Covid-19 : Sebuah Antologi. CV. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, A. (2015). Masjid Kampus sebagai Ruang Alternatif Dakwah: Sejarah dan Perkembangannya pada Masa Orde Baru dan Reformasi. Bandung: Penerbit Islamika.
- Nugroho, T. (2020). Politik Orde Baru dan Pembatasan Kebebasan Berorganisasi di Kampus. Jakarta: Penerbit Politik Indonesia.
- Firdaus, M. (2017). Masjid Kampus dan Peranannya dalam Pengembangan Dakwah Mahasiswa di Era Orde Baru. Jurnal Dakwah Kampus, 12(1), 45–60.
- Umar, T. M., Rachmiate, A., Suryadi, K., Zakiah, K., Ahmadi, D., & Sanjaya, M. (2025). The Integration of Fiqh Nationality in Islamic Television Journalism. Journal of Management World, 2025(2), 472–480.

Umar, T. M., Drajat, M. S., & Chaerowati, D. L. (2024). Literasi Media Digital bagi Pemilih Pemula di Aisyiyah Boarding School Bandung. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 15–26.