

Strategi Komunikasi Guna Meningkatkan Efektifitas Dakwah Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN SMH Banten

Muhammad Ikrar Wiratama^{1*}, Mutaji², Adhi Kusuma³

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten,

Korespondensi Penulis: 231330008.ikrar@uinbanten.ac.id

Abstract: This study aims to analyze the academic communication strategies implemented by lecturers and students of the Faculty of Da'wah UIN Sultan Maulana Hasanuddin (SMH) Banten in increasing the effectiveness of campus da'wah. Using a qualitative approach and case study design, data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation of da'wah communication media. The results of the study indicate that the dialogic approach in learning, integration of digital media. This strategy not only improves students' communication competence, but also expands the reach of da'wah which is contextual and adaptive to the development of the times. The challenges faced include low media literacy of some students and limited digital infrastructure, but can be overcome through continuous training and mentoring. This study recommends strengthening the da'wah curriculum based on strategic communication competencies and developing digital da'wah media.

Keywords: Academic communication, Campus da'wah, Digital media, Communication Strategy, UIN SMH Banten

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi akademik yang diterapkan oleh dosen dan mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin (SMH) Banten dalam meningkatkan efektivitas dakwah kampus. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi media komunikasi dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan dialogis dalam pembelajaran, integrasi media digital. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kompetensi komunikasi mahasiswa, tetapi juga memperluas jangkauan dakwah yang bersifat kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya literasi media sebagian mahasiswa dan keterbatasan infrastruktur digital, namun dapat diatasi melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kurikulum dakwah berbasis kompetensi komunikasi strategis dan pengembangan media dakwah digital.

Kata Kunci: komunikasi akademik, dakwah kampus, media digital, strategi komunikasi, UIN SMH Banten

1. PENDAHULUAN

Peran institusi pendidikan tinggi Islam di Indonesia tidak hanya terbatas pada pengembangan ilmu pengetahuan keislaman, tetapi juga bertanggung jawab dalam mencetak generasi pendakwah yang kompeten, adaptif, dan visioner. Fakultas Dakwah sebagai salah satu entitas strategis dalam universitas Islam negeri, termasuk UIN Sultan Maulana Hasanuddin (SMH) Banten, memiliki mandat akademik dan sosial yang kompleks, yakni menyinergikan antara teori dakwah dengan praktik transformasi sosial-keagamaan. Dalam konteks ini, proses komunikasi akademik antara dosen dan mahasiswa menjadi unsur kunci dalam membentuk paradigma dan keterampilan dakwah mahasiswa yang efektif dan kontekstual.

Perubahan lanskap sosial akibat kemajuan teknologi digital dan globalisasi informasi menuntut transformasi mendalam dalam pendekatan dakwah kampus. Dakwah tidak lagi

sekadar ceramah konvensional di masjid kampus atau majelis taklim, melainkan telah berekspansi ke ranah digital melalui media sosial, podcast, video dakwah, dan platform interaktif lainnya. Mahasiswa sebagai agen utama dalam kegiatan dakwah kampus memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan Islam yang moderat dan inklusif melalui pendekatan kekinian. Namun demikian, pengembangan kapasitas dakwah mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi akademik yang terjadi di ruang-ruang kuliah, pembimbingan, dan aktivitas ko-kurikuler lainnya. Komunikasi akademik dalam konteks ini tidak hanya dilihat sebagai proses transfer ilmu dari dosen ke mahasiswa, tetapi sebagai proses dialogis, reflektif, dan partisipatif yang memungkinkan terjadinya transformasi pemahaman, sikap, dan keterampilan. Di Fakultas Dakwah UIN SMH Banten, proses ini menjadi ruang penting untuk menanamkan nilai-nilai keislaman substantif, keterampilan komunikasi strategis, serta kesadaran terhadap konteks sosial masyarakat sekitar. Dengan demikian, efektivitas dakwah mahasiswa sangat ditentukan oleh bagaimana strategi komunikasi akademik diformulasikan dan diterapkan secara terencana serta berorientasi pada kebutuhan zaman.

Seiring dengan berkembangnya Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, mahasiswa dituntut tidak hanya paham terhadap isi dakwah, tetapi juga terhadap strategi penyampaian yang efektif, termasuk penggunaan media digital, kemampuan produksi konten, dan strategi menjangkau audiens. Di sinilah tantangan dan peluang hadir bersamaan. Di satu sisi, mahasiswa Fakultas Dakwah memiliki akses terhadap berbagai sumber daya teknologi dan pelatihan komunikasi; di sisi lain, belum semua mahasiswa memiliki literasi digital yang memadai, dan belum semua dosen mampu membimbing mahasiswa dalam produksi dakwah berbasis media digital secara optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nurhadi (2021) dan Maulana (2020), menunjukkan bahwa integrasi komunikasi akademik dan media digital dalam dakwah kampus mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan kepada generasi muda. Namun, kebanyakan dari penelitian tersebut dilakukan di kampus-kampus besar seperti UIN Jakarta dan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Masih sedikit penelitian yang secara khusus menelaah bagaimana strategi komunikasi akademik berperan dalam menunjang aktivitas dakwah mahasiswa di UIN SMH Banten, yang memiliki karakteristik lokal dan budaya keislaman tersendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti secara mendalam strategi komunikasi akademik yang diterapkan oleh dosen dan mahasiswa di Fakultas Dakwah UIN SMH Banten dalam konteks mendukung dakwah kampus. Penelitian ini

juga ingin mengidentifikasi sejauh mana komunikasi akademik mampu meningkatkan efektivitas dakwah mahasiswa, baik dari sisi kualitas pesan, pemanfaatan media, maupun partisipasi audiens. Fokus penelitian ini meliputi tiga hal utama: strategi komunikasi dosen dalam proses perkuliahan dakwah, peran mahasiswa dalam merancang dan menyebarkan konten dakwah digital, serta tantangan-tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut.

Singkatnya, komunikasi akademik bukanlah proses satu arah yang bersifat formalistik, tetapi merupakan strategi dinamis yang dapat membentuk mahasiswa menjadi komunikator Islam yang kreatif, adaptif, dan relevan dengan tantangan zaman. Dengan landasan teoritik yang kuat dan praktik dakwah yang berbasis kolaborasi dosen-mahasiswa, diharapkan dakwah kampus dapat menjadi motor perubahan sosial yang positif dan inklusif, khususnya di lingkungan UIN SMH Banten dan masyarakat sekitarnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menggali secara mendalam pengalaman, pandangan, dan praktik komunikasi akademik yang terjadi di lingkungan Fakultas Dakwah UIN SMH Banten. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna di balik interaksi sosial yang terjadi antara dosen dan mahasiswa dalam proses pengembangan dakwah kampus.

Lokasi penelitian adalah Fakultas Dakwah UIN SMH Banten, dengan fokus utama pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Subjek penelitian dipilih secara purposive, yakni mereka yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses komunikasi akademik dan kegiatan dakwah kampus. Informan utama terdiri dari 3 dosen pengampu mata kuliah dakwah, 4 mahasiswa aktif Prodi KPI yang juga menjadi pengurus Unit Kegiatan Mahasiswa Dakwah Kampus (UKM-DK), serta 1 pejabat fakultas yang bertanggung jawab atas pengembangan akademik mahasiswa.

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik (thematic analysis), yang dilakukan dalam beberapa tahap: reduksi data, kategorisasi, pengkodean (coding), dan penarikan tema-tema utama yang muncul dari data. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta pemeriksaan anggota (member check) dengan beberapa informan kunci.

3. LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Akademik

Komunikasi akademik merupakan proses penyampaian gagasan, informasi, dan pengetahuan dalam lingkungan pendidikan tinggi yang berlangsung secara sistematis, ilmiah, dan terstruktur. Menurut Effendy (2003), komunikasi akademik melibatkan interaksi antara dosen dan mahasiswa yang bersifat edukatif dan reflektif, serta ditujukan untuk membangun pemahaman konseptual dan keterampilan berpikir kritis. Dalam konteks pendidikan Islam, komunikasi akademik tidak hanya berorientasi pada transfer ilmu, tetapi juga pembentukan karakter dan nilai-nilai dakwah.

Dosen sebagai komunikator akademik memiliki peran strategis dalam membimbing mahasiswa memahami isu-isu sosial keagamaan, sekaligus memfasilitasi proses berpikir independen dan kolaboratif. Proses ini tidak hanya terjadi di ruang kelas, tetapi juga melalui media digital, diskusi kelompok, bimbingan karya ilmiah, dan aktivitas dakwah kampus (Afandi & Sari, 2020).

B. Dakwah Mahasiswa

Dakwah mahasiswa merupakan aktivitas penyampaian ajaran Islam yang dilakukan oleh mahasiswa dalam berbagai bentuk, baik secara verbal maupun nonverbal, melalui media luring dan daring. Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki posisi strategis dalam menjembatani pesan keislaman dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Ibrahim (2019) menyebut bahwa dakwah mahasiswa di era digital menuntut penguasaan keterampilan komunikasi yang adaptif, kreatif, dan kontekstual.

Dakwah kampus tidak hanya bersifat normatif-tekstual, tetapi juga responsif terhadap isu sosial seperti toleransi, etika digital, kesehatan mental, dan keadilan gender. Oleh karena itu, efektivitas dakwah mahasiswa sangat tergantung pada strategi komunikasi yang digunakan, termasuk pemilihan media, pendekatan bahasa, dan bentuk penyajian pesan (Rohim, 2021).

C. Strategi Komunikasi dalam Dakwah

Strategi komunikasi dalam dakwah merujuk pada perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang sistematis, dengan tujuan menyampaikan pesan keislaman secara efektif kepada khalayak. Komponen strategi ini mencakup pemahaman terhadap audiens, pemilihan media yang tepat, penyesuaian gaya komunikasi, serta evaluasi efektivitas pesan (Fadhilah, 2022).

Dalam konteks dakwah digital, strategi komunikasi tidak hanya melibatkan penyusunan konten, tetapi juga algoritma media sosial, interaktivitas, dan kecepatan distribusi. Mahasiswa dituntut untuk mampu menggunakan platform seperti Instagram, YouTube, dan podcast

sebagai medium dakwah yang komunikatif dan menarik. Menurut Munfarid (2021), keberhasilan strategi dakwah digital bergantung pada kolaborasi antara aktor dakwah, terutama dosen dan mahasiswa, dalam merancang pesan yang bernilai dan teknologis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendekatan Dialogis dan Reflektif dalam Komunikasi Akademik

Strategi komunikasi akademik yang diterapkan oleh dosen di Fakultas Dakwah UIN SMH Banten menunjukkan kecenderungan pada pendekatan dialogis dan reflektif. Dosen tidak hanya bertindak sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai fasilitator yang mendorong mahasiswa untuk aktif dalam proses pembelajaran. Metode yang diterapkan meliputi diskusi kelompok, studi kasus, analisis konten media dakwah, serta simulasi ceramah berbasis isu-isu kontemporer.

Penggunaan platform pembelajaran daring seperti Google Classroom dan WhatsApp Group juga memperluas ruang interaksi akademik di luar kelas. Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa lebih responsif dan termotivasi ketika mereka dilibatkan dalam penyusunan materi dakwah yang kontekstual dengan realitas sosial masyarakat. Pendekatan dialogis ini telah berhasil mengembangkan kemampuan berpikir kritis mahasiswa dan menjadikan ruang kelas sebagai forum pembentukan pemahaman dakwah yang tidak hanya normatif, tetapi juga aplikatif. Komunikasi akademik yang terbuka, partisipatif, dan berbasis konteks sosial menjadi landasan penting dalam membentuk kompetensi dakwah yang relevan. (Arifin, 2019)

B. Integrasi Media Digital dalam Praktik Dakwah Mahasiswa

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa mahasiswa, khususnya dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, secara aktif memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Media yang digunakan meliputi Instagram, YouTube, dan Spotify, dengan konten berbentuk video pendek, infografis, dan podcast keislaman.

Salah satu program unggulan adalah podcast bertajuk "Suara Dakwah UIN Banten" yang dikelola oleh tim mahasiswa. Podcast ini membahas tema-tema keislaman dengan pendekatan kekinian, seperti etika media sosial, Islam dan kesehatan mental, hingga diskursus keagamaan di kalangan anak muda. Produksi konten dilakukan secara kolaboratif dengan struktur kerja tim yang terdiri dari penulis naskah, penyiar, editor, dan manajer media sosial.

Efektivitas penggunaan media digital terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut dan interaksi audiens terhadap konten dakwah kampus. Data dokumentasi menunjukkan bahwa dalam satu tahun terakhir, akun media sosial UKM-DK mengalami peningkatan pengikut

sebesar 45%, serta beberapa video dakwah mahasiswa telah mencapai lebih dari 3.000 penayangan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa penggunaan media digital secara strategis mampu memperluas jangkauan dan efektivitas dakwah mahasiswa. (Effendy, 2003)

C. Kolaborasi Dosen dan Mahasiswa dalam Produksi Dakwah

Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa menjadi salah satu kunci keberhasilan strategi komunikasi akademik di Fakultas Dakwah UIN SMH Banten. Dosen tidak hanya membimbing dalam konteks perkuliahan formal, tetapi juga terlibat aktif dalam kegiatan ko-kurikuler seperti pelatihan produksi konten, workshop komunikasi strategis, dan pendampingan pembuatan program dakwah digital.

Melalui pendekatan ini, mahasiswa memiliki ruang yang luas untuk berekspresi dan bereksperimen dengan berbagai format dakwah. Beberapa mahasiswa yang mendapat pembinaan intensif dari dosen menunjukkan perkembangan signifikan dalam hal kreativitas, kepercayaan diri, dan profesionalisme dalam menyusun program dakwah. Kolaborasi ini juga memperkuat budaya akademik yang produktif dan berbasis kemitraan. (Maulana, 2020)

D. Tantangan Implementasi Strategi Komunikasi Akademik

Meskipun berbagai strategi telah diterapkan, masih terdapat sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi komunikasi akademik dalam mendukung dakwah mahasiswa. Tantangan utama terletak pada rendahnya literasi digital sebagian mahasiswa, yang berdampak pada keterbatasan dalam penguasaan perangkat lunak produksi dan teknik komunikasi berbasis media.

Selain itu, keterbatasan infrastruktur seperti studio rekaman, perangkat editing, dan akses internet yang stabil juga menjadi kendala teknis yang signifikan. Di sisi lain, belum semua dosen memiliki kapasitas memadai dalam penggunaan teknologi digital, sehingga terdapat kesenjangan dalam pendampingan mahasiswa dalam ranah dakwah digital. Temuan ini mengindikasikan perlunya upaya sistematis dalam penguatan kapasitas digital civitas akademika, baik melalui pelatihan, pengadaan sarana, maupun integrasi literasi digital dalam kurikulum. (Miles & Huberman, 1994)

E. Implikasi terhadap Transformasi Dakwah Kampus

Strategi komunikasi akademik yang berbasis dialog, teknologi, dan kolaborasi terbukti mampu menjawab tantangan dakwah kampus di era digital. Mahasiswa tidak lagi hanya menjadi objek pembelajaran, tetapi telah menjadi subjek aktif dalam merancang, memproduksi, dan menyebarkan pesan-pesan dakwah yang moderat dan kontekstual. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi dakwah kampus dapat tercapai jika komunikasi akademik dirancang secara terencana dan partisipatif. Efektivitas dakwah kampus tidak hanya ditentukan

oleh seberapa baik mahasiswa memahami teori dakwah, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam mengelola pesan, media, dan audiens secara strategis. (Moleong, 2018)

Diperlukan langkah konkret dalam penguatan kurikulum berbasis kompetensi komunikasi, pengembangan infrastruktur digital, serta peningkatan kapasitas dosen sebagai mentor strategis. (Nurhadi, 2021) Dengan demikian, dakwah kampus tidak hanya menjadi ruang ekspresi keagamaan, tetapi juga menjadi wahana pembentukan karakter dan literasi publik yang kritis dan inklusif. (Yusuf, 2014)

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi akademik yang diterapkan di Fakultas Dakwah UIN SMH Banten memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah mahasiswa. Pendekatan dialogis dalam pembelajaran, pemanfaatan media digital secara kreatif, serta pola kolaboratif dalam produksi konten dakwah menjadi elemen kunci keberhasilan. Komunikasi akademik bukan hanya sebagai media transfer ilmu, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas komunikatif mahasiswa yang visioner dan adaptif.

Untuk meningkatkan dampak dakwah kampus ke depan, diperlukan penguatan kurikulum berbasis kompetensi komunikasi strategis, peningkatan literasi media mahasiswa, serta penyediaan fasilitas digital yang mendukung. Selain itu, keterlibatan dosen dalam pembimbingan non-formal juga harus diintensifkan agar proses dakwah kampus tetap terarah, kontekstual, dan relevan dengan dinamika masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, A., & Sari, D. K. (2020). *Komunikasi dakwah di era digital*. Prenada Media.
- Arifin, A. Z. (2019). *Komunikasi dakwah mahasiswa di era digital*. Kencana.
- Azra, A. (2012). *Islam substantif*. Mizan.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fadhilah, M. (2022). Strategi komunikasi dakwah mahasiswa. *Jurnal Komunika*, 16(2), 185–200.
- Ibrahim, M. (2019). Dakwah dan media sosial: Telaah strategi komunikasi dakwah mahasiswa. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(1), 45–58.
- Maulana, I. (2020). *Dakwah digital di kalangan mahasiswa*. Pustaka Pelajar.

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Munfarid, M. (2021). Efektivitas media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di kalangan milenial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 71–85.
- Nurhadi, M. (2021). Peran media sosial dalam dakwah mahasiswa. *Jurnal Komunika*, 15(2), 123–138.
- Rohim, A. (2021). Dakwah mahasiswa di media sosial. *Jurnal At-Taqaddum*, 13(1), 1–15.
- Sudrajat, A. (2020). Literasi digital mahasiswa dalam komunikasi keislaman. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2), 110–123.
- Yusuf, M. (2014). *Dakwah dan komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Zulkifli, M. (2022). Pengaruh kolaborasi dosen dan mahasiswa dalam pengembangan dakwah kampus. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Dakwah*, 7(1), 88–99.