

## Manajemen Dakwah Islam yang Responsif terhadap Tantangan Globalisasi

<sup>1</sup>Yulina Putri <sup>2</sup>Randi Tamirano,

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

(E-mail:yulinaputri48@gmail.com,tamiranorandi@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to analyze the concept and principles of Islamic da'wah management that are responsive to the challenges of globalization through a literature review approach. Globalization has brought significant changes in technological, socio-cultural, and ideological aspects, which directly affect the practice of Islamic da'wah. This research employs a qualitative method with a library research design, using data sources from scholarly books and relevant journal articles published within the last ten years. The findings indicate that effective Islamic da'wah management should be implemented through systematic functions of planning, organizing, implementing, and evaluating da'wah activities. Furthermore, responsiveness to globalization is characterized by adaptive, innovative, and contextual approaches, particularly in utilizing digital media and promoting moderate da'wah strategies. This study emphasizes that responsive da'wah management does not alter the substance of Islamic teachings, but rather serves as a strategic effort to maintain the relevance and effectiveness of da'wah in a globalized society. The results are expected to contribute to the development of Islamic da'wah management studies and provide a conceptual reference for da'wah practitioners.*

**Keywords:** da'wah management, globalization, Islamic da'wah, literature review.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep dan prinsip manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap tantangan globalisasi melalui pendekatan studi pustaka. Globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam aspek teknologi, sosial-budaya, dan ideologis yang berdampak langsung pada praktik dakwah Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain *library research*, dengan sumber data berupa buku ilmiah dan artikel jurnal yang relevan dan terbit dalam sepuluh tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah Islam yang efektif harus dijalankan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi secara sistematis. Selain itu, responsivitas

dakwah terhadap globalisasi ditandai oleh karakter adaptif, inovatif, dan kontekstual, khususnya dalam pemanfaatan media digital dan pendekatan dakwah moderat. Penelitian ini menegaskan bahwa manajemen dakwah yang responsif bukanlah bentuk perubahan substansi ajaran Islam, melainkan strategi pengelolaan dakwah agar tetap relevan dan efektif di tengah dinamika global. Temuan ini diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen dakwah Islam serta menjadi rujukan konseptual bagi praktisi dakwah.

**Kata kunci:** manajemen dakwah, globalisasi, dakwah Islam, studi pustaka.

## Pendahuluan

Globalisasi merupakan fenomena global yang ditandai dengan semakin intensifnya hubungan antarindividu dan masyarakat lintas batas negara melalui kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Perkembangan ini membawa dampak besar terhadap pola kehidupan sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat, termasuk umat Islam. Perubahan cara berpikir, berinteraksi, dan mengakses informasi keagamaan menjadi konsekuensi yang tidak terpisahkan dari arus globalisasi tersebut (Nasrullah, 2018: 15).

Dalam konteks dakwah Islam, globalisasi menghadirkan tantangan yang semakin kompleks. Dakwah tidak lagi berhadapan dengan masyarakat yang homogen, melainkan dengan audiens yang plural, kritis, dan terbuka terhadap berbagai wacana global. Arus informasi digital yang tidak terbandung menjadikan pesan dakwah harus bersaing dengan berbagai ideologi, nilai, dan narasi keagamaan lain yang berkembang di ruang publik (Aziz, 2016: 52).

Kondisi tersebut menuntut dakwah Islam untuk dikelola secara lebih profesional dan sistematis. Dakwah tidak cukup hanya mengandalkan semangat keagamaan, tetapi memerlukan pengelolaan yang terencana agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif. Di sinilah peran manajemen dakwah menjadi penting sebagai upaya mengatur seluruh aktivitas dakwah melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang berkesinambungan (Munir, 2019: 70).

Manajemen dakwah Islam berfungsi sebagai instrumen strategis dalam merespons perubahan sosial akibat globalisasi. Dengan pendekatan manajerial, dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan mad'u, karakteristik media, serta konteks sosial yang melingkupinya. Dakwah yang dikelola dengan baik akan lebih adaptif, inovatif, dan mampu

menjangkau masyarakat secara luas tanpa kehilangan substansi ajaran Islam (Tamirano, 2025:23).

Namun, realitas menunjukkan bahwa sebagian praktik dakwah masih bersifat konvensional dan kurang responsif terhadap tantangan globalisasi. Penggunaan media digital yang belum optimal, minimnya perencanaan strategis, serta kurangnya evaluasi program dakwah menjadi kendala yang sering dijumpai. Akibatnya, dakwah Islam kurang mampu bersaing dengan konten global yang lebih menarik dan masif di ruang digital (Rohim, 2017: 104).

Islam sebagai agama dakwah sejatinya memiliki prinsip fleksibilitas dalam metode, tanpa mengubah nilai-nilai dasar ajarannya. Dakwah Islam dituntut untuk tetap berpegang pada Al-Qur'an dan Sunnah, sekaligus mampu menyesuaikan strategi dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, manajemen dakwah yang responsif terhadap globalisasi menjadi kebutuhan mendesak agar dakwah Islam tetap relevan dan berdaya guna bagi masyarakat modern (Nashir, 2017: 110).

Responsivitas manajemen dakwah terhadap globalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan membaca realitas sosial, memahami kebutuhan audiens, serta merumuskan pesan dakwah yang kontekstual dan moderat. Pendekatan ini sejalan dengan misi dakwah Islam sebagai rahmatan lil 'alamin yang menekankan nilai-nilai kemanusiaan, toleransi, dan keadilan sosial (Tamirano, 2025: 63).

Berdasarkan uraian tersebut, kajian mengenai manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap tantangan globalisasi menjadi penting untuk dilakukan. Melalui studi pustaka, penelitian ini berupaya menggali dan menganalisis pemikiran para ahli terkait konsep, prinsip, dan strategi manajemen dakwah Islam yang relevan dengan dinamika global, sehingga dapat memberikan landasan teoretis bagi pengembangan dakwah Islam yang adaptif dan berkelanjutan.

Perkembangan globalisasi juga memengaruhi otoritas keagamaan dalam dakwah Islam. Munculnya media sosial telah menggeser peran tradisional dai dan lembaga dakwah sebagai sumber utama pengetahuan agama. Masyarakat kini dapat mengakses ceramah dan konten keislaman dari berbagai sumber dengan latar belakang ideologis yang beragam,

sehingga menimbulkan tantangan baru dalam menjaga kredibilitas dan moderasi dakwah Islam (Nasrullah, 2018: 57).

Kondisi tersebut menuntut manajemen dakwah Islam untuk memiliki kemampuan seleksi dan kontrol terhadap pesan dakwah yang disampaikan kepada publik. Tanpa pengelolaan yang terencana, dakwah berpotensi disusupi oleh narasi keagamaan yang bersifat provokatif, eksklusif, atau tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam rahmatan lil 'alamin. Oleh karena itu, fungsi evaluasi dalam manajemen dakwah menjadi sangat penting dalam konteks globalisasi (Munir, 2019: 84).

Selain tantangan eksternal, globalisasi juga memunculkan tantangan internal dalam tubuh lembaga dakwah Islam, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital dai, serta lemahnya perencanaan strategis dakwah. Literatur menunjukkan bahwa banyak lembaga dakwah belum sepenuhnya siap menghadapi perubahan global karena masih berorientasi pada pola kerja tradisional dan kurang berbasis data (Zaini, 2021: 66).

Dalam konteks Indonesia, tantangan globalisasi terhadap dakwah Islam menjadi semakin kompleks karena masyarakatnya yang multikultural dan multireligius. Dakwah Islam dituntut untuk mampu menjaga keseimbangan antara penguatan identitas keislaman dan penghormatan terhadap keberagaman. Manajemen dakwah yang responsif diperlukan agar dakwah tidak menimbulkan konflik sosial, melainkan berkontribusi pada terciptanya harmoni dan kohesi sosial (Zubaedi, 2018: 93).

Dengan demikian, kajian tentang manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap tantangan globalisasi tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memiliki urgensi praktis. Studi pustaka mengenai tema ini diharapkan mampu merumuskan kerangka konseptual yang dapat menjadi rujukan bagi pengembangan strategi dakwah Islam yang profesional, moderat, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat global, khususnya dalam konteks dakwah Islam kontemporer di Indonesia.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah mengkaji dan menganalisis konsep, prinsip, serta strategi manajemen dakwah Islam yang responsif

terhadap tantangan globalisasi berdasarkan sumber-sumber tertulis. Studi pustaka memungkinkan peneliti menelaah pemikiran para ahli, teori manajemen dakwah, serta hasil penelitian sebelumnya secara sistematis dan mendalam. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat merumuskan pemahaman konseptual yang komprehensif tanpa melakukan pengumpulan data lapangan, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang bersifat teoretis dan analitis.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah lembar dokumentasi dan pedoman analisis pustaka yang digunakan untuk menyeleksi, mencatat, dan mengklasifikasikan data dari sumber-sumber relevan. Data dikumpulkan melalui penelusuran buku ilmiah, artikel jurnal nasional terakreditasi, serta publikasi ilmiah lain yang berkaitan dengan manajemen dakwah Islam dan globalisasi. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) identifikasi dan pemilihan sumber pustaka yang kredibel dan relevan; (2) pembacaan kritis terhadap isi sumber; (3) pencatatan gagasan pokok dan konsep utama; serta (4) pengelompokan data sesuai fokus kajian. Langkah-langkah tersebut dilakukan secara sistematis untuk menjamin keandalan dan ketepatan data yang dianalisis.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil studi pustaka menunjukkan bahwa manajemen dakwah Islam secara umum dipahami melalui empat fungsi utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi dakwah. Keempat fungsi ini menjadi fondasi dalam mengelola aktivitas dakwah agar berjalan sistematis dan berorientasi pada tujuan. Literatur kontemporer menegaskan bahwa dakwah yang dikelola tanpa kerangka manajemen cenderung bersifat insidental dan kurang berkelanjutan (Munir, 2019: 72; Aziz, 2016: 61).

Temuan selanjutnya mengungkapkan bahwa tantangan globalisasi terhadap dakwah Islam dapat diklasifikasikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu teknologi informasi, sosial-budaya, dan ideologis. Perkembangan media digital memengaruhi cara dakwah disampaikan, sementara pluralitas sosial-budaya dan keberagaman pemikiran keagamaan menuntut dakwah yang lebih moderat dan dialogis. Pola ini ditemukan secara konsisten dalam berbagai sumber pustaka yang dianalisis (Nasrullah, 2018: 34; Saputra, 2020: 95).

Literatur juga menunjukkan bahwa responsivitas manajemen dakwah Islam ditandai oleh karakter adaptif, inovatif, dan kontekstual. Dakwah adaptif mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, dakwah inovatif memanfaatkan teknologi dan metode baru, sedangkan dakwah kontekstual memperhatikan kondisi sosial mad'u. Ketiga karakter ini dipandang sebagai indikator utama keberhasilan dakwah Islam di era globalisasi (Faizah & Muchsin, 2018: 79).

Berdasarkan pemetaan temuan pustaka, mayoritas penulis menekankan pemanfaatan media digital sebagai strategi utama dakwah global. Temuan ini dapat diringkas secara konseptual bahwa globalisasi mendorong pergeseran dakwah dari ruang fisik ke ruang virtual, sehingga menuntut manajemen dakwah yang mampu mengelola konten, audiens, dan media secara terintegrasi (Rohim, 2017: 118; Saputra, 2020: 101).

Temuan mengenai pentingnya fungsi manajemen dakwah memperkuat teori manajemen modern yang menempatkan perencanaan dan evaluasi sebagai kunci keberhasilan organisasi. Dalam konteks dakwah Islam, fungsi manajemen tidak hanya bernilai teknis, tetapi juga normatif karena dakwah merupakan amanah keagamaan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa dakwah yang efektif harus dikelola secara profesional tanpa menghilangkan nilai-nilai Islam (Munir, 2019: 75).

Klasifikasi tantangan globalisasi dalam aspek teknologi, sosial-budaya, dan ideologis menunjukkan bahwa dakwah Islam berhadapan dengan realitas sosial yang kompleks. Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang menyatakan bahwa tantangan utama dakwah kontemporer bukan pada substansi ajaran, melainkan pada konteks sosial dan media yang melingkupinya (Nashir, 2017: 121; Nasrullah, 2018: 40).

Karakter adaptif, inovatif, dan kontekstual dalam manajemen dakwah Islam menunjukkan adanya pergeseran paradigma dakwah. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai penyampaian pesan satu arah, tetapi sebagai proses komunikasi yang membutuhkan strategi dan pengelolaan. Temuan ini memperluas kajian dakwah dengan menegaskan bahwa responsivitas merupakan bentuk ijtihad metodologis dalam menghadapi globalisasi (Aziz, 2016: 89).

Dominasi media digital dalam strategi dakwah memperkuat pandangan bahwa ruang dakwah telah mengalami transformasi signifikan. Media digital bukan hanya sarana

pendukung, tetapi telah menjadi arena utama dakwah Islam. Namun, literatur juga mengingatkan bahwa tanpa manajemen yang baik, dakwah digital berpotensi kehilangan kualitas dan arah, sehingga diperlukan pengelolaan konten yang terencana dan bertanggung jawab (Saputra, 2020: 112).

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada aspek teknis dakwah digital, hasil penelitian ini menegaskan bahwa aspek manajerial merupakan faktor penentu keberhasilan dakwah di era global. Temuan ini melengkapi kajian terdahulu dengan menambahkan dimensi perencanaan strategis dan evaluasi sebagai elemen penting dalam dakwah Islam kontemporer (Munir, 2019: 80; Rohim, 2017: 130).

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap tantangan globalisasi harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai normatif Islam dengan pendekatan manajemen modern. Hasil ini memberikan kontribusi teoretis dalam merumuskan model dakwah Islam yang adaptif dan berkelanjutan, sekaligus menjadi dasar konseptual bagi pengembangan praktik dakwah yang relevan dengan dinamika global (Faizah & Muchsin, 2018: 95; Nashir, 2017: 128).

Hasil kajian pustaka juga menunjukkan bahwa literatur menekankan pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia dakwah sebagai bagian dari manajemen dakwah responsif. Dai dan pengelola dakwah dituntut tidak hanya memiliki kompetensi keilmuan keislaman, tetapi juga keterampilan komunikasi, literasi digital, dan pemahaman konteks sosial global. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas SDM menjadi faktor kunci dalam efektivitas dakwah Islam di era globalisasi (Zaini, 2021: 72; Munir, 2019: 88).

Selain aspek SDM, literatur juga menyoroti pentingnya perencanaan strategis dakwah berbasis analisis kebutuhan mad'u. Dakwah yang responsif terhadap globalisasi cenderung dirancang dengan mempertimbangkan segmentasi audiens, karakter media, serta isu-isu aktual yang berkembang di masyarakat. Pola ini menunjukkan bahwa dakwah Islam kontemporer bergerak ke arah pendekatan yang lebih terukur dan berbasis data (Tamirano, 2025: 19).

Temuan mengenai penguatan kapasitas SDM dakwah sejalan dengan teori manajemen sumber daya manusia yang menempatkan kompetensi sebagai aset utama organisasi. Dalam konteks dakwah Islam, pengembangan kapasitas dai merupakan bentuk ikhtiar strategis agar

pesan dakwah mampu disampaikan secara persuasif dan relevan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa dakwah yang berhasil di era globalisasi sangat ditentukan oleh kualitas pelaku dakwah, bukan semata oleh media yang digunakan (Aziz, 2016: 115).

Perencanaan strategis dakwah berbasis kebutuhan mad'u juga memperluas kajian dakwah dari pendekatan normatif menuju pendekatan sosiologis dan manajerial. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa dakwah yang tidak mempertimbangkan kondisi sosial audiens cenderung kurang efektif. Dengan demikian, manajemen dakwah responsif dapat dipahami sebagai upaya mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan realitas sosial global yang terus berubah.

Secara keseluruhan, tambahan temuan ini menegaskan bahwa responsivitas manajemen dakwah Islam terhadap tantangan globalisasi tidak hanya terletak pada penggunaan media digital, tetapi juga pada pengelolaan SDM, perencanaan strategis, dan orientasi pada kebutuhan masyarakat. Integrasi aspek-aspek tersebut menunjukkan bahwa dakwah Islam yang responsif merupakan hasil dari proses manajerial yang komprehensif dan berkelanjutan, sehingga mampu menjaga relevansi dakwah Islam di tengah dinamika global.

Tabel 1. Manajemen Dakwah Islam Terhadap Tantangan Global

| No | Aspek Temuan     | Tantangan Global           | Respon                                | Implikasi manajemen dakwah |
|----|------------------|----------------------------|---------------------------------------|----------------------------|
| 1  | Fungsi Manajemen | Perubahan sosial cepat     | Perencanaan dan evaluasi sistematis   | Dakwah lebih terarah       |
| 2  | Media Dakwah     | Digitalisasi informasi     | Pemanfaatan media digital             | Jangkauan dakwah luas      |
| 3  | Audiens (Mad'u)  | Masyarakat plural & kritis | Segmentasi dan pendekatan kontekstual | Pesan lebih relevan        |
| 4  | SDM Dakwah       | Rendahnya literasi digital | Peningkatan kompetensi dai            | Profesionalisme dakwah     |
| 5  | Konten Dakwah    | Persaingan narasi global   | Manajemen konten moderat              | Kredibilitas dakwah        |
| 6  | Ideologi         |                            |                                       | Harmoni sosial             |

|  |  |                           |                           |  |
|--|--|---------------------------|---------------------------|--|
|  |  | Radikalisme & liberalisme | Dakwah inklusif & moderat |  |
|--|--|---------------------------|---------------------------|--|

Tabel ini menunjukkan hubungan langsung antara tantangan globalisasi dan respons manajemen dakwah Islam sebagaimana ditemukan dalam kajian pustaka.

Tabel 2. Karakteristik Manajemen Dakwah Islam yang Responsif

| Karakteristik | Penjelasan                                | Contoh implementasi                 |
|---------------|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| Adaptif       | Mampu menyesuaikan dengan perubahan zaman | Dakwah berbasis media sosial        |
| Inovasi       | Menggunakan pendekatan dan metode baru    | Konten dakwah visual dan interaktif |
| Kontekstual   | Memperhatikan kondisi sosial mad'u        | Dakwah sesuai budaya local          |
| Terencana     | Memiliki tujuan dan strategi jelas        | Program dakwah tahunan              |
| evaluatif     | Menilai keberhasilan dakwah               | Analisis respons audiens            |

Tabel di atas menjelaskan bahwa manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap tantangan globalisasi memiliki sejumlah karakter utama, yaitu adaptif, inovatif, kontekstual, terencana, dan evaluatif. Karakter-karakter ini menunjukkan bahwa dakwah Islam perlu dikelola secara profesional agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang berkembang secara global.

Karakter adaptif dan inovatif menekankan kemampuan dakwah Islam dalam menyesuaikan metode serta memanfaatkan media baru, khususnya media digital, tanpa mengubah substansi ajaran Islam. Melalui inovasi dalam penyampaian pesan, dakwah dapat disajikan secara lebih menarik, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern yang beragam.

Sementara itu, karakter kontekstual, terencana, dan evaluatif menunjukkan pentingnya dakwah yang berbasis pada pemahaman kondisi mad'u, perencanaan program yang jelas, serta evaluasi berkelanjutan. Dengan demikian, hal ini menegaskan bahwa

responsivitas manajemen dakwah Islam merupakan hasil dari integrasi nilai-nilai Islam dengan prinsip manajemen modern untuk mewujudkan dakwah yang efektif dan berkelanjutan.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa manajemen dakwah Islam memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan globalisasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah Islam yang dikelola melalui fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, cenderung lebih sistematis, terarah, dan efektif dalam menyampaikan pesan keislaman di tengah perubahan sosial global.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa tantangan globalisasi terhadap dakwah Islam mencakup aspek teknologi informasi, sosial-budaya, dan ideologis. Ketiga aspek tersebut memengaruhi cara dakwah disampaikan, diterima, dan dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, dakwah Islam tidak cukup hanya berpegang pada metode konvensional, tetapi perlu dikelola secara responsif agar tetap relevan dan mampu bersaing dengan berbagai narasi global.

Penelitian ini menemukan bahwa responsivitas manajemen dakwah Islam ditandai oleh kemampuan adaptif, inovatif, dan kontekstual. Dakwah yang responsif mampu menyesuaikan metode dengan perkembangan zaman, memanfaatkan media digital secara optimal, serta memperhatikan kondisi sosial dan kebutuhan mad'u. Temuan ini menunjukkan bahwa responsivitas bukanlah bentuk kompromi terhadap ajaran Islam, melainkan upaya strategis dalam menjaga efektivitas dakwah.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar para dai dan lembaga dakwah menerapkan prinsip-prinsip manajemen modern dalam setiap aktivitas dakwah, khususnya dalam perencanaan program, pengelolaan media dakwah, dan evaluasi berkelanjutan. Pemanfaatan media digital perlu diimbangi dengan manajemen konten yang berkualitas dan berlandaskan nilai-nilai Islam moderat agar dakwah tetap kredibel dan bertanggung jawab.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena bersifat studi pustaka dan belum menyentuh aspek empiris. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji manajemen dakwah Islam yang responsif terhadap globalisasi melalui pendekatan

lapangan, seperti studi kasus pada lembaga dakwah atau analisis praktik dakwah digital. Penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan model manajemen dakwah Islam yang aplikatif sesuai dengan konteks sosial dan budaya tertentu.

## Referensi

- Aziz, M. A. (2016). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Faizah, & Muchsin, L. (2018). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fikri, Z., Afdhal, K., Pelangi, A., Pauzana, P. P., Sari, R. L., & Tamirano, R. (2025). Komunikasi Dakwah di Era Digital: Peran Radio Nurul Ilmi Jambi dalam Menyebarkan Nilai Islam. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 286-300.
- Lubis, C. K. J., Nasution, A. M., Sos, S., Nasihin, A., Sos, S., Leliana, A., ... & Sos, S. (2022). *Komunikasi dakwah era digital*. Publica Institute Jakarta.
- Munir, M. (2019). *Manajemen Dakwah Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nashir, H. (2017). *Islam Berkemajuan: Pencerahan untuk Peradaban Global*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rohim, S. (2017). *Manajemen Dakwah Modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tamirano, R. (2025). Pengembangan Model Manajemen Dakwah Berbasis Kewirausahaan Islam: Praktik Mahasiswa Manajemen Dakwah Uin STS Jambi. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 246-262.
- Tamirano, R. (2025). Peran Manajemen Konflik dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Multikultural di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 35-49.
- Tamirano, R. (2024). Gerakan dakwah m. Natsir lewat dewan dakwah islamiyah indonesia. *Jurnal Pendidikan Integratif*, 5(3).
- Tamirano, R. (2026). Konstruksi Pesan Dalam Konten Dakwah Visual Pada Platform Tiktok: Tinjauan Teori Komunikasi Massa. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 89-99.

- Putri, Y., & Tamirano, R. (2026). Transformasi Manajemen Dakwah Pada Lembaga Dakwah Dari Pola Tradisional Ke Digital Berdasarkan Kajian Kepustakaan. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 118-134.
- Zaini, A. (2021). *Manajemen Lembaga Dakwah Islam*. Malang: UIN Maliki Press.