

STRATEGI PENYUSUNAN PETA DAKWAH DALAM PERSPEKTIF ADMINISTRASI DAKWAH UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS MANAJEMEN DAKWAH DALAM KONTEKS PENDIDIKAN ISLAM KONTEMPORER

¹ Slamet Riyadi, ² Sugianto, ³ Sahrulloh, ⁴Meity Suryandari

^{1,2,3,4} Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

¹sr280677@gmail.com, ²Sugianto.22jkt@gmail.com, ³sahrulgael@gmail.com, ⁴meity@iai-alzaytun.ac.id

ABSTRACT: This study examines the strategy for developing a *da'wah mapping* (peta dakwah) within the perspective of da'wah administration to enhance the effectiveness of contemporary da'wah management. The research is motivated by the need for more adaptive, data-driven, and strategic da'wah practices in response to rapid social and technological changes. Using a qualitative approach with a library research method, this study analyzes relevant literature on da'wah administration, management, and mapping. The findings reveal that da'wah mapping serves as a strategic instrument that integrates managerial functions, including planning, organizing, implementing, and controlling. Through systematic identification of community conditions covering social, economic, cultural, and religious aspects da'wah programs can be designed more accurately, efficiently, and contextually. Furthermore, da'wah mapping significantly contributes to improving targeting accuracy, optimizing resource utilization, and enhancing program quality. The integration of da'wah mapping with digital technology also supports a data-driven approach to da'wah, enabling broader outreach and more effective engagement with modern society. Therefore, the application of da'wah mapping is essential in developing effective, adaptive, and sustainable da'wah management in the contemporary era.

Key words: da'wah mapping, da'wah administration, da'wah management, strategic planning, digital era;

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan digitalisasi, globalisasi, dan meningkatnya kompleksitas sosial telah mendorong transformasi dalam praktik dakwah. Dakwah tidak lagi cukup dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan keagamaan secara normatif, melainkan sebagai proses strategis yang memerlukan pendekatan berbasis data, analisis sosial, dan manajemen profesional. Dalam konteks global, studi tentang komunikasi keagamaan menunjukkan bahwa efektivitas penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan karakteristik audiens serta dinamika ekosistem digital (Campbell, 2020;

Hoover, 2016). Dengan demikian, dakwah kontemporer menuntut adanya pergeseran paradigma dari pendekatan konvensional menuju pendekatan yang lebih sistematis dan berbasis bukti (*evidence-based*).

Namun demikian, dalam konteks praktik dakwah di Indonesia, perencanaan kegiatan dakwah masih cenderung bersifat normatif dan belum sepenuhnya didasarkan pada analisis kebutuhan masyarakat secara empiris. Banyak program dakwah disusun secara rutin tanpa didahului pemetaan sosial yang komprehensif, sehingga berpotensi menghasilkan kegiatan yang kurang kontekstual dan tidak optimal dalam menjawab permasalahan riil masyarakat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan dakwah modern yang berbasis data dengan praktik lapangan yang masih dominan berbasis asumsi. Sejumlah penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa lemahnya basis data dan analisis kebutuhan menjadi salah satu faktor utama rendahnya efektivitas program dakwah (Jama & Tri Handayani, 2024; Prastiwi dkk., 2024).

Di sisi lain, dalam kajian manajemen dan perencanaan strategis secara global, pendekatan pemetaan sosial (*social mapping*) telah diakui sebagai instrumen penting dalam merancang intervensi sosial yang efektif dan tepat sasaran. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk memahami kondisi objektif masyarakat secara komprehensif, mencakup aspek sosial, ekonomi, budaya, hingga perilaku, sehingga strategi yang dirumuskan lebih kontekstual dan adaptif. Meskipun demikian, integrasi pendekatan pemetaan sosial dalam kajian administrasi dakwah masih relatif terbatas dan belum banyak dikembangkan secara konseptual maupun aplikatif, khususnya dalam konteks perencanaan dakwah berbasis data.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan penelitian yang terletak pada terbatasnya kajian yang mengintegrasikan konsep administrasi dakwah dengan pendekatan pemetaan sosial secara sistematis, minimnya model konseptual yang menjelaskan peran peta dakwah sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah, serta kurangnya analisis yang mengaitkan praktik dakwah dengan pendekatan manajemen modern berbasis data. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pengembangan kerangka konseptual yang menghubungkan administrasi dakwah dan peta dakwah masih menjadi kebutuhan penting dalam pengembangan ilmu dakwah kontemporer.

Dalam konteks tersebut, penyusunan peta dakwah menjadi relevan untuk dikaji sebagai bagian dari pendekatan administrasi dakwah. Peta dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat deskriptif, tetapi juga sebagai instrumen analitis yang memungkinkan identifikasi masalah, penentuan prioritas, serta perumusan strategi dakwah yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, peta dakwah dapat diposisikan sebagai bagian integral dari fungsi perencanaan dalam administrasi dakwah yang

mencakup proses pengumpulan data, analisis lingkungan, hingga pengambilan keputusan strategis. Pendekatan ini sejalan dengan konsep administrasi dakwah sebagai sistem pengelolaan terpadu yang melibatkan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan secara sistematis (Fitriani dkk., 2024), serta didukung oleh perspektif manajemen modern yang menekankan pentingnya integrasi antara fungsi manajerial dan analisis lingkungan dalam menentukan keberhasilan program (Bryson, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyusunan peta dakwah dalam perspektif administrasi dakwah, menjelaskan peran peta dakwah dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah kontemporer, serta mengkaji integrasi antara konsep administrasi dakwah dengan praktik pemetaan dakwah dalam konteks masyarakat modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu administrasi dakwah, khususnya dalam penguatan konsep peta dakwah sebagai instrumen perencanaan strategis berbasis data, serta memberikan kontribusi praktis bagi lembaga dakwah dalam merancang program yang lebih efektif, efisien, dan kontekstual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode **Systematic Literature Review (SLR)** untuk mengkaji secara mendalam konsep penyusunan peta dakwah dalam perspektif administrasi dakwah. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti melakukan penelusuran, seleksi, dan analisis literatur secara sistematis, transparan, dan terstruktur. SLR tidak hanya berfungsi untuk mengumpulkan literatur, tetapi juga untuk mengidentifikasi pola, kesenjangan penelitian, serta sintesis konsep secara komprehensif berdasarkan bukti ilmiah yang tersedia (Creswell, 2014; Snyder, 2019).

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis, yaitu identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi data. Pada tahap identifikasi, peneliti melakukan penelusuran literatur melalui database ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, dan portal jurnal nasional dengan menggunakan kata kunci seperti *administrasi dakwah*, *manajemen dakwah*, *peta dakwah*, dan *social mapping*. Tahap selanjutnya adalah penyaringan (screening), yaitu memilih literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, (2) dipublikasikan dalam rentang waktu 10 tahun terakhir, dan (3) memiliki kontribusi konseptual terhadap administrasi atau manajemen dakwah. Adapun kriteria eksklusi

meliputi literatur yang tidak relevan secara langsung, tidak memiliki kejelasan metodologi, atau bersifat opini tanpa dasar akademik yang kuat.

Pada tahap kelayakan (eligibility), literatur yang telah diseleksi kemudian dianalisis secara lebih mendalam untuk memastikan kesesuaian isi dengan fokus penelitian. Tahap akhir adalah inklusi, yaitu penetapan literatur yang digunakan sebagai sumber utama dalam analisis. Prosedur ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki kualitas yang baik, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa artikel jurnal dan buku ilmiah yang secara langsung membahas konsep administrasi dakwah, manajemen dakwah, dan peta dakwah. Sementara itu, data sekunder meliputi literatur pendukung seperti hasil penelitian terdahulu dan referensi teoritis yang relevan. Penggunaan berbagai sumber ini bertujuan untuk memperkaya analisis serta meningkatkan validitas temuan (Yin, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah literatur yang telah lolos proses seleksi SLR. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan sintesis tematik, yaitu mengelompokkan literatur berdasarkan tema, membandingkan konsep yang ditemukan, serta mengidentifikasi pola hubungan antar konsep. Proses ini dilakukan secara iteratif hingga diperoleh pemahaman yang komprehensif dan kesimpulan yang bersifat konseptual.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur dari sumber yang berbeda. Selain itu, transparansi dalam proses seleksi literatur melalui pendekatan SLR juga menjadi upaya untuk meningkatkan kredibilitas dan reliabilitas penelitian (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penyusunan Peta Dakwah dalam Perspektif Administrasi Dakwah

Berdasarkan sintesis berbagai literatur, strategi penyusunan peta dakwah dalam perspektif administrasi dakwah tidak hanya merupakan tahapan teknis pengumpulan data, tetapi merupakan proses manajerial yang terintegrasi dan berbasis analisis sosial. Berbeda dengan pendekatan konvensional yang cenderung normatif, peta dakwah dalam konteks ini diposisikan sebagai instrumen strategis yang menghubungkan data empiris dengan pengambilan keputusan dakwah. Dengan demikian, peta dakwah berfungsi sebagai jembatan antara realitas sosial masyarakat dan desain program dakwah yang kontekstual.

Secara konseptual, strategi penyusunan peta dakwah dapat dipahami sebagai siklus manajerial yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu identifikasi kondisi, analisis kebutuhan, perumusan strategi, dan evaluasi berkelanjutan. Tahap identifikasi kondisi masyarakat tidak sekadar berfungsi sebagai pengumpulan data, tetapi merupakan proses konstruksi pemahaman sosial terhadap karakteristik mad'u. Literatur menunjukkan bahwa kegagalan dakwah seringkali bukan disebabkan oleh lemahnya materi, tetapi oleh ketidaksesuaian antara pendekatan dakwah dengan konteks sosial masyarakat (Yakin, 2020). Oleh karena itu, pengumpulan data dalam peta dakwah harus dipahami sebagai proses epistemologis dalam memahami realitas dakwah secara lebih mendalam.

Tahap selanjutnya, yaitu analisis kebutuhan (*need assessment*), merupakan inti dari proses strategis peta dakwah. Dalam tahap ini terjadi transformasi data menjadi informasi strategis. Berbagai penelitian menegaskan bahwa pemetaan dakwah memungkinkan pengelompokan masyarakat berdasarkan tingkat kebutuhan, sehingga pendekatan dakwah dapat bersifat diferensiatif, bukan seragam (Qona'ati dkk., 2023). Sintesis dari temuan ini menunjukkan bahwa peta dakwah tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki fungsi prediktif dalam menentukan strategi dakwah yang paling relevan.

Lebih lanjut, tahap penentuan prioritas program menunjukkan bahwa peta dakwah memiliki implikasi langsung terhadap efisiensi dan efektivitas organisasi dakwah. Berbeda dengan pendekatan umum yang menyamaratakan program, pendekatan berbasis pemetaan memungkinkan alokasi sumber daya yang lebih rasional dan berdampak. Dalam konteks ini, peta dakwah berperan sebagai alat pengambilan keputusan strategis (*decision support system*), bukan sekadar dokumen administratif. Hal ini memperkuat temuan bahwa dakwah berbasis pemetaan memiliki kontribusi signifikan terhadap perubahan sosial-keagamaan masyarakat (Safitri & Lamazi, 2024).

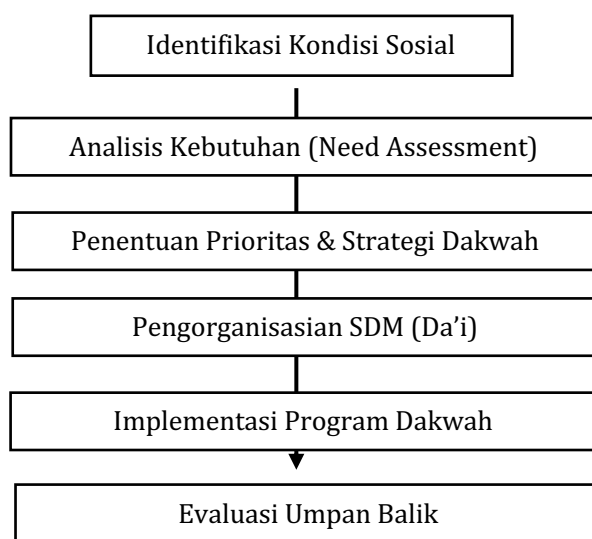
Dalam perspektif administrasi dakwah, integrasi peta dakwah dengan fungsi pengorganisasian menjadi aspek yang krusial. Sintesis literatur menunjukkan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh program, tetapi juga oleh kesesuaian antara kompetensi da'i dan karakteristik wilayah. Dengan demikian, peta dakwah berfungsi sebagai dasar dalam distribusi sumber daya manusia yang lebih proporsional dan strategis. Ini menunjukkan bahwa peta dakwah memiliki dimensi struktural dalam mendukung tata kelola organisasi dakwah.

Pada tahap implementasi dan evaluasi, peta dakwah berfungsi sebagai instrumen kontrol dan refleksi. Program yang berbasis pemetaan cenderung lebih adaptif karena telah mempertimbangkan kondisi riil masyarakat sejak awal. Selain itu, evaluasi berbasis peta dakwah memungkinkan pengukuran dampak secara lebih objektif melalui

perbandingan kondisi sebelum dan sesudah intervensi. Dengan demikian, peta dakwah tidak hanya berfungsi dalam tahap perencanaan, tetapi juga dalam siklus evaluasi dan pengembangan berkelanjutan.

Berdasarkan sintesis tersebut, dapat ditegaskan bahwa strategi penyusunan peta dakwah merupakan suatu model manajerial berbasis data yang bersifat siklikal dan adaptif. Peta dakwah tidak lagi dipahami sebagai alat bantu teknis, melainkan sebagai sistem analisis strategis yang mampu meningkatkan ketepatan sasaran, efektivitas program, serta profesionalitas pengelolaan dakwah di era kontemporer.

Gambar 1. Model Strategi Peta Dakwah



Peran Peta Dakwah dalam Meningkatkan Efektivitas Manajemen Dakwah Kontemporer

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peta dakwah memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah kontemporer. Peta dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu analisis, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan berbasis data. Dalam konteks ini, efektivitas dakwah tidak lagi hanya diukur dari banyaknya kegiatan yang dilakukan, melainkan dari sejauh mana kegiatan tersebut mampu memberikan dampak nyata terhadap perubahan perilaku dan pemahaman keagamaan masyarakat (setiabudi, 2024).

Pertama, peta dakwah mampu meningkatkan ketepatan sasaran (*targeting accuracy*) dalam kegiatan dakwah. Dengan adanya data yang komprehensif mengenai kondisi sosial, budaya, ekonomi, serta tingkat religiusitas masyarakat, program dakwah dapat disusun secara lebih kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan riil *mad'u*. Hal ini

memungkinkan dai atau lembaga dakwah menentukan pendekatan yang tepat, baik dari segi metode, materi, maupun media dakwah. Sejalan dengan itu, penelitian dalam jurnal menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang berbasis pemahaman audiens, pemilihan media yang tepat, serta kemampuan da'i dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik masyarakat (Miftahuddin, 2025). Selain itu, komunikasi dakwah yang dirancang secara adaptif dan kontekstual terbukti mampu meningkatkan penerimaan pesan serta mendorong perubahan sikap dan perilaku audiens (Hakim, 2025). Dengan demikian, pemetaan dakwah menjadi langkah strategis dalam memastikan kesesuaian antara pesan dakwah dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat yang dituju.

Kedua, peta dakwah berperan dalam meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dakwah. Dengan adanya pemetaan wilayah dan kebutuhan masyarakat, lembaga dakwah dapat menentukan prioritas program secara lebih terarah sehingga penggunaan tenaga, waktu, dan biaya menjadi lebih optimal. Efisiensi ini sejalan dengan prinsip manajemen dakwah yang menekankan pentingnya pengelolaan kegiatan secara terencana dan terkoordinasi agar menghasilkan output yang maksimal (Prastiwi dkk., 2024).

Ketiga, peta dakwah mendukung peningkatan kualitas program dakwah. Program yang disusun berdasarkan data pemetaan cenderung lebih sistematis, terarah, dan berkelanjutan. Selain itu, peta dakwah memungkinkan diferensiasi program sesuai karakteristik wilayah sehingga dakwah menjadi lebih inovatif dan tidak bersifat seragam. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menyatakan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh penerapan fungsi manajemen secara optimal, mulai dari perencanaan hingga evaluasi kegiatan (Fadilah, 2025).

Selain itu, peta dakwah juga berperan penting dalam penguatan sistem informasi dakwah. Dalam konteks manajemen modern, pengelolaan informasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Peta dakwah dapat dipandang sebagai bagian dari sistem informasi dakwah yang membantu dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan pemanfaatan data untuk mendukung pengambilan keputusan. Penelitian menunjukkan bahwa manajemen informasi yang baik mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan dakwah secara signifikan (Marshanawiah, 2023).

Lebih lanjut, dalam konteks dakwah kontemporer yang berbasis digital, peta dakwah juga dapat diintegrasikan dengan teknologi informasi seperti media sosial dan platform digital lainnya. Hal ini memungkinkan jangkauan dakwah menjadi lebih luas serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Penelitian lain menunjukkan bahwa strategi dakwah berbasis digital yang didukung oleh perencanaan yang matang mampu

meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan secara signifikan (Ummah, 2023).

Dengan demikian, efektivitas dakwah dalam era kontemporer tidak hanya ditentukan oleh intensitas kegiatan, tetapi juga oleh kualitas perencanaan, ketepatan sasaran, serta pemanfaatan data dan teknologi. Peta dakwah menjadi instrumen penting dalam menjembatani antara konsep administrasi dakwah dengan praktik di lapangan. Oleh karena itu, penggunaan peta dakwah sebagai dasar pengambilan keputusan strategis merupakan langkah yang relevan dan mendesak dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah di tengah dinamika masyarakat modern.

Integrasi Administrasi Dakwah dan Peta Dakwah dalam Konteks Kontemporer

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa peta dakwah memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah kontemporer. Peta dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu analisis, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan berbasis data. Dalam konteks ini, efektivitas dakwah tidak lagi diukur semata dari banyaknya kegiatan yang dilakukan, melainkan dari sejauh mana kegiatan tersebut mampu menghasilkan perubahan perilaku, peningkatan pemahaman keagamaan, serta dampak sosial yang terukur (Setiabudi, 2024). Pergeseran indikator ini menegaskan bahwa dakwah kontemporer bergerak menuju pendekatan berbasis outcome, bukan sekadar output.

Pertama, peta dakwah terbukti mampu meningkatkan ketepatan sasaran (*targeting accuracy*) dalam kegiatan dakwah. Dengan tersedianya data yang komprehensif mengenai kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan religiusitas masyarakat, program dakwah dapat dirancang secara lebih kontekstual. Sebagai contoh, studi kasus pada program dakwah berbasis komunitas di wilayah perkotaan menunjukkan bahwa pemetaan tingkat religiusitas dan pola aktivitas masyarakat menghasilkan strategi dakwah yang berbeda antara kelompok pekerja urban dan masyarakat pinggiran. Kelompok pekerja urban lebih efektif dijangkau melalui media digital dan kajian tematik singkat, sedangkan masyarakat pinggiran lebih responsif terhadap pendekatan tatap muka berbasis komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa pemetaan tidak hanya meningkatkan ketepatan sasaran, tetapi juga menentukan efektivitas metode dakwah yang digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Miftahuddin (2025) dan Hakim (2025) yang menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara pesan, media, dan karakteristik audiens. Dengan demikian, peta dakwah berfungsi sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis audiens.

Kedua, peta dakwah berperan dalam meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dakwah. Sintesis berbagai studi menunjukkan bahwa organisasi dakwah yang menggunakan pendekatan pemetaan cenderung memiliki perencanaan program yang lebih terarah dan terukur. Sebagai ilustrasi, lembaga dakwah yang memprioritaskan wilayah dengan tingkat pemahaman keagamaan rendah berdasarkan hasil pemetaan mampu mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal dibandingkan dengan pendekatan yang bersifat merata. Hal ini berdampak pada pengurangan pemborosan program serta peningkatan efektivitas intervensi dakwah. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Prastiwi dkk. (2024) yang menekankan bahwa efisiensi dalam manajemen dakwah sangat bergantung pada kualitas perencanaan berbasis data.

Ketiga, peta dakwah berkontribusi terhadap peningkatan kualitas program dakwah. Program yang disusun berdasarkan data empiris cenderung lebih sistematis, terarah, dan berkelanjutan. Selain itu, pemetaan memungkinkan adanya diferensiasi program sesuai dengan karakteristik wilayah, sehingga dakwah tidak lagi bersifat homogen. Sebagai contoh, pada wilayah dengan tingkat literasi keagamaan rendah, program dakwah lebih difokuskan pada edukasi dasar dan pembinaan intensif, sementara pada wilayah dengan tingkat pemahaman tinggi, program dapat diarahkan pada penguatan nilai dan pemberdayaan masyarakat. Sintesis ini menunjukkan bahwa peta dakwah berfungsi sebagai instrumen inovasi dalam pengembangan program. Hal ini sejalan dengan Fadilah (2025) yang menegaskan bahwa kualitas dakwah sangat ditentukan oleh optimalisasi fungsi manajemen secara menyeluruh.

Selain itu, peta dakwah juga berperan penting dalam penguatan sistem informasi dakwah. Dalam perspektif manajemen modern, informasi merupakan aset strategis yang menentukan kualitas pengambilan keputusan. Peta dakwah dapat diposisikan sebagai bagian dari sistem informasi dakwah yang mengintegrasikan proses pengumpulan, pengolahan, dan pemanfaatan data secara sistematis. Studi Marshanawiah (2023) menunjukkan bahwa organisasi dakwah yang memiliki sistem informasi berbasis data mampu meningkatkan efektivitas program secara signifikan karena keputusan yang diambil lebih akurat dan terukur. Dengan demikian, peta dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai infrastruktur informasi strategis.

Lebih lanjut, dalam konteks dakwah berbasis digital, peta dakwah dapat diintegrasikan dengan teknologi informasi seperti media sosial dan platform digital lainnya. Integrasi ini memungkinkan segmentasi audiens secara lebih spesifik serta memperluas jangkauan dakwah. Sebagai contoh, penggunaan data demografis dan perilaku pengguna media sosial dalam menentukan konten dakwah terbukti meningkatkan engagement dan efektivitas penyampaian pesan. Penelitian Ummah

(2023) menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang berbasis data memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pendekatan konvensional yang tidak tersegmentasi. Sintesis ini menegaskan bahwa peta dakwah memiliki relevansi tinggi dalam ekosistem dakwah digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peta dakwah memiliki peran strategis dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah kontemporer melalui peningkatan ketepatan sasaran, efisiensi sumber daya, kualitas program, serta penguatan sistem informasi dakwah. Secara konseptual, peta dakwah berfungsi sebagai penghubung antara pendekatan administrasi dakwah yang bersifat normatif dengan praktik dakwah yang berbasis data dan realitas sosial. Oleh karena itu, implementasi peta dakwah sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bukan hanya menjadi pilihan metodologis, tetapi merupakan kebutuhan mendesak dalam menghadapi dinamika masyarakat modern yang semakin kompleks.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa penyusunan peta dakwah dalam perspektif administrasi dakwah merupakan proses strategis yang terintegrasi dengan fungsi manajerial, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Peta dakwah berperan sebagai instrumen berbasis data yang tidak hanya mendukung identifikasi kondisi sosial masyarakat, tetapi juga memungkinkan analisis kebutuhan dakwah secara lebih sistematis serta penetapan prioritas program yang kontekstual dan tepat sasaran. Dengan demikian, peta dakwah tidak lagi diposisikan sebagai alat bantu administratif, melainkan sebagai bagian integral dari sistem pengambilan keputusan strategis dalam manajemen dakwah.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu administrasi dakwah dengan menawarkan sintesis konseptual yang mengintegrasikan fungsi manajerial dengan pendekatan pemetaan sosial (*social mapping*) berbasis data. Temuan ini memperluas kerangka administrasi dakwah dari yang semula bersifat normatif menjadi lebih analitis dan berbasis bukti (*evidence-based*), sekaligus menempatkan peta dakwah sebagai model strategis dalam perencanaan dakwah kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat konsep peta dakwah sebagai instrumen analisis sosial, tetapi juga mempertegas posisinya dalam kerangka manajemen strategis dakwah yang adaptif terhadap dinamika masyarakat modern.

Selain itu, secara praktis dan kebijakan, hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi lembaga dakwah, organisasi keagamaan, maupun pemangku kepentingan di bidang keagamaan. Penerapan peta dakwah berbasis data perlu dijadikan sebagai

standar dalam perencanaan program dakwah agar kegiatan yang dilakukan lebih efektif, efisien, dan berdampak nyata. Lembaga dakwah juga perlu mengembangkan sistem informasi dakwah yang terintegrasi serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam melakukan analisis sosial dan pemanfaatan teknologi digital. Di tingkat kebijakan, diperlukan dukungan dalam bentuk penyusunan pedoman atau model operasional peta dakwah yang dapat diimplementasikan secara luas, sehingga praktik dakwah tidak lagi bersifat sporadis, melainkan terencana, terukur, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, integrasi antara administrasi dakwah, peta dakwah, dan teknologi digital menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas manajemen dakwah kontemporer. Penggunaan peta dakwah sebagai dasar perencanaan dan pengambilan keputusan strategis bukan hanya relevan, tetapi juga menjadi kebutuhan mendesak dalam menghadapi kompleksitas masyarakat modern yang terus berkembang.

DAFTAR RUJUKAN

- Auli, S., Fitri, A. A., & Suryandari, M. (2025). Analisis Peranan Perguruan Tinggi Dalam Mengembangkan Potensi Dakwah Mahasiswa. *Journal Of Islamic Studies Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia*, 2(4).
- Burhan Bungin Zed. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Fadilah, N. (2025). Peran Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Kegiatan Dakwah. *Maddina: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1), 24–48. <https://doi.org/10.37216/Maddina.V2i1.2139>
- Fitriani, A., Fitri, A. A., & Suryandari, M. (2024). Implementasi Fungsi Manajemen Pada Sarana Dan Prasarana Kegiatan Dakwah Di Masjid Rahmatan Lil Alamin Ma'hadal-Zaytun Indramayu. *Journal Of Islamic Studies*, 2(2), 178–186. <https://doi.org/10.61341/Jis/V2i2.077>
- Hakim, L. (2025). Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform Tiktok Dan Instagram Reels. *Ukmanul Hakimal-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.30983/Al-Jamahiria.V3i2.10102>
- Jama, H. A., & Tri Handayani, N. A. (2024). Manajemen Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(2), 115–130. <https://doi.org/10.58518/Alamtara.V8i2.3042>
- John W. Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Jumhadi, A. I., Geun, A. S., Muhibuddin, Nisa, F. K., & Hijjiriyah, N. A. (2024). Strategi Dakwah Berbasis Media Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Generasi Z Di Indonesia. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3). <https://Jurnal.Uia.Ac.Id/Spektra/Article/View/5255/2631>
- Lexy J. Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Madaniah, A. F., Hudedi, & Suryandari, M. (2023). Manajemen Proses Administrasi Dalam Dakwah. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia*, 2(1), 62–68. <https://Doi.Org/10.572349/Relinesia.V1i2.634>
- Marshanawiah, A. (2023). Pengembangan Keterampilan Sosial Dalam Organisasi Kemahasiswaan Himpunan Mahasiswa Jurusan (Hmj) Pgsd Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo (Ung). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2). <https://Journal.Universitaspahlawan.Ac.Id/Index.Php/Jpdk/Article/View/14064/10844>
- Miftahuddin. (2025). Pengaruh Komunikasi Dakwah Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *Insight Journal*, 1(2), 112–119.
- Prastiwi, H., Fariza Makmun, & Muhammad Shoful Umam. (2024). Efektivitas Manajemen Dalam Dakwah. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 7(2), 60–68. <https://Doi.Org/10.37567/Syiar.V7i2.2591>
- Qona'ati, A. F., Trifita, A., & Husniya, E. A. (2023). Peran Fitur “Peta Dakwah” Pada Aplikasi “Dakwah Mui” Dalam Membangun Peta Dakwah Di Surabaya. *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 106. <https://Doi.Org/10.24235/Orasi.V14i1.13530>
- Rizal, K., & Sumardi, S. (2024). Dakwah Dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 22383–22390.
- Robert K. Yin. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Safitri, A., & Lamazi, L. (2024). Peta Dakwah Masjid Kapal Munzalan Kubu Raya Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, 10(1), 17–30. <https://Doi.Org/10.37567/Al-Muttaqin.V10i1.3333>
- Setiabudi, D. I. (2024). *Profesi Keguruan: Menjadi Guru Profesional*. KMO Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1).
<https://doi.org/10.15408/Jmd.V11i1.32914>
- Yakin, S. (2020). Peta Dakwah Kecamatan Sawangan Kota Depok. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 24(2), 127–144.
<https://doi.org/10.15408/Dakwah.V24i2.18341>
- Yulia Rahmawati, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, & Mia Nurmiarani. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal Of Social Humanities And Education*, 3(1), 266–279.
<https://doi.org/10.55606/Concept.V3i1.1081>