

PERKEMBANGAN DAN EVOLUSI KEPEMIMPINAN LEMBAGA DAKWAH

Wahidin¹, Cecep Castrawijaya²

^{1,2} UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: wahidinbgb17@gmail.com, cecepcastrawijaya@uinjkt.ac.id

Abstract: *This study examines the development and evolution of leadership in Islamic missionary institutions, highlighting the crucial role of leaders in spreading Islamic teachings and guiding the community. The concept of Islamic missionary leadership is defined as the ability to lead, motivate, and direct individuals or groups towards predetermined Islamic missionary goals. Islamic missionary leaders are expected to have characteristics such as trustworthiness, knowledge and expertise, strength, humility, tolerance, patience, truth, justice, trustworthiness, deliberation skills, intelligence, and broad insight. This document also distinguishes between Islamic missionary management leadership (as an organizational manager) and Islamic missionary leadership (as a da'i trait). Analysis of leadership types in Islamic missionary institutions identifies transactional, transformational, participatory, and authoritarian leadership, as well as their implications for institutional performance. In facing the digital era and the industrial revolution 4.0, Islamic missionary leaders are required to adapt to the character of the digital generation who are communicative, open, collaborative, and critical. Digital literacy skills (data, technology, and human) are essential for effective communication. This study emphasizes the importance of da'wah leaders being role models, maximizing the use of internet-based media, and having digital literacy to achieve da'wah effectiveness in the modern era.*

Keywords: *Leadership concept, Da'wah Institutions*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji perkembangan dan evolusi kepemimpinan dalam lembaga dakwah, menyoroti peran krusial pemimpin dalam menyebarkan ajaran Islam dan membimbing umat. Konsep kepemimpinan dakwah didefinisikan sebagai kemampuan untuk memimpin, memotivasi, dan mengarahkan individu atau kelompok menuju tujuan dakwah yang telah ditetapkan. Pemimpin dakwah diharapkan memiliki karakteristik seperti amanah, ilmu dan keahlian, kekuatan, kerendahan hati, toleransi, kesabaran, kebenaran, keadilan, kepercayaan, kemampuan bermusyawarah, kecerdasan, dan wawasan luas. Dokumen ini juga membedakan antara kepemimpinan manajemen dakwah (sebagai manajer organisasi) dan kepemimpinan dakwah (sebagai sifat da'i). Analisis tipe kepemimpinan dalam lembaga dakwah mengidentifikasi kepemimpinan transaksional, transformasional, partisipatif, dan otoriter, serta implikasinya terhadap kinerja lembaga. Dalam menghadapi era digital dan revolusi industri 4.0, pemimpin dakwah dituntut untuk beradaptasi dengan karakter generasi digital yang komunikatif, terbuka, kolaboratif, dan kritis. Kemampuan literasi digital (data, teknologi, dan manusia) menjadi esensial untuk komunikasi yang efektif. Penelitian ini menegaskan pentingnya pemimpin dakwah menjadi teladan, memaksimalkan penggunaan media berbasis internet, dan memiliki literasi digital untuk mencapai efektivitas dakwah di era modern.

Kata kunci: Konsep kepemimpinan, Lembaga Dakwah

Pendahuluan

Kepemimpinan memegang peranan sentral dalam setiap organisasi, tak terkecuali lembaga dakwah. Dalam konteks lembaga dakwah, kepemimpinan memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan penyebaran ajaran Islam. Pemimpin dakwah tidak hanya bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus mampu mempengaruhi dan

mengarahkan orang lain untuk mengikuti ajaran tersebut. Dengan adanya kepemimpinan yang kuat dalam lembaga dakwah, diharapkan tujuan penyebaran ajaran Islam dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Seiring dengan perkembangan zaman dan ditemukannya konsep kecerdasan spiritual, muncul pula berbagai konsep kepemimpinan yang mendasarkan diri pada paradigma tersebut, seperti "The Corporate Mystic" oleh Hendricks dan Ludeman, "Going Deep" oleh Percy, kepemimpinan spiritual dalam perspektif al-Kitab oleh Zaluchu, serta konsep kepemimpinan dimensi keempat oleh Tjahjono. Agustian mengemukakan kepemimpinan spiritual berdasarkan rukun iman dan rukun Islam yang disebutnya sebagai powerfull leader. Pada dasarnya, kepemimpinan tidak ditentukan oleh pangkat, jabatan, atau kedudukan, melainkan muncul dari keindahan jiwa dan proses panjang untuk menjadi pemimpin. Terdapat dua model kepemimpinan berdasarkan sumber tindakan, yaitu kepemimpinan konvensional yang lazim diterapkan dalam berbagai lembaga formal dengan paradigma positivistik, dan kepemimpinan spiritual yang muncul dari dalam diri untuk melayani. Ilaihi (2006: 239) juga menjelaskan bahwa organisasi dakwah membutuhkan manajer yang handal dan profesional.

Dalam konteks lembaga dakwah, pemimpin memiliki tanggung jawab untuk membimbing dan mengarahkan anggota lembaga dalam menjalankan aktivitas dakwah dengan efektif. Namun, pemahaman terhadap tipe kepemimpinan yang ada masih terbatas, dan aplikasinya secara spesifik pada lembaga dakwah masih kurang dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami tipe kepemimpinan yang umum ditemukan dalam lembaga dakwah serta implikasinya terhadap kinerja lembaga dan pengaruhnya terhadap anggota lembaga dakwah.

Era digital dan disrupti teknologi menuntut lembaga dakwah untuk merespons perubahan pola komunikasi dan interaksi sosial. Pemimpin dakwah dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan generasi digital yang akrab dengan teknologi dan media online. Kemampuan berkomunikasi, penguasaan teknologi informasi, dan literasi digital menjadi krusial bagi pemimpin dakwah untuk menyampaikan pesan secara efektif di tengah perubahan ini. Artikel ini akan membahas karakteristik kepemimpinan, tipe-tipe kepemimpinan, metode evaluasi, dan prospek masa depan kepemimpinan lembaga dakwah dalam menghadapi tantangan dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Metode

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research). Data dikumpulkan melalui kajian dan analisis berbagai literatur ilmiah, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan kepemimpinan, manajemen, dakwah, kecerdasan spiritual, dan isu-isu kontemporer seperti era digital dan revolusi industri. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif-analitis, di mana konsep-konsep kepemimpinan dalam lembaga dakwah dijelaskan, dianalisis, dan dikembangkan berdasarkan temuan dari berbagai sumber.

Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Dasar Kepemimpinan Lembaga Dakwah

Kepemimpinan dalam lembaga dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan penyebaran ajaran Islam. Pemimpin dakwah tidak hanya bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus mampu mempengaruhi dan mengarahkan orang lain untuk mengikuti ajaran tersebut. Dalam konteks ini, kepemimpinan dakwah dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memimpin, memotivasi, dan mengarahkan individu atau kelompok menuju tujuan dakwah yang telah ditetapkan. (Mahmuddin, 2014).

Para pemimpin dakwah juga harus menjadi teladan dalam perilaku dan sikap agar dapat meyakinkan orang lain untuk mengikuti ajaran Islam. Selain itu, mereka juga harus memiliki pengetahuan agama yang mendalam dan kemampuan berkomunikasi yang baik untuk dapat menyampaikan ajaran dengan jelas dan mudah dipahami. Dengan adanya kepemimpinan yang kuat dalam lembaga dakwah, diharapkan tujuan penyebaran ajaran Islam dapat tercapai secara efektif dan efisien. (Mareta 2023).

Seiring dengan ditemukannya konsep kecerdasan spiritual yang justru dianggap sebagai the ultimate intelligence dan sebagai fundasi yang diperlukan bagi keefektifan dua bentuk kecerdasan yang lain (intellectual quotient atau IQ dan emotional quotient atau EQ), muncul pula berbagai konsep kepemimpinan yang mendasarkan diri pada paradigma, konsep dan karakteristik kecerdasan spiritual tersebut. Hendricks dan Ludeman misalnya mengemukakan The Corporate Mystic sebagai konsep kepemimpinan spiritual; (Hendricks 1996) Percy mengemukakan Going Deep, sebuah eksplorasi kedalaman spiritual dalam hidup dan kepemimpinan; (Percy, 1997) Zaluchu, mengemukakan kepemimpinan spiritual dalam perspektif al-Kitab; (Zaluchu, 2003) Tjahjono mengemukakan kepemimpinan dimensi keempat sebagai konsep kepemimpinan spiritual dan sebagai jawaban atas krisis kepemimpinan. Agustian mengemukakan kepemimpinan spiritual berdasarkan rukun iman dan rukun Islam yang dia sebut sebagai powerfull leader; (Agustian, 2001) Prijosaksono mengemukakan konsep kepemimpinan sejati; dan Blancard mengemukakan konsep servant leadership (kepemimpinan yang melayani); (Spencer, M.D. 2001) dan mungkin masih banyak lagi kajian tentang kepemimpinan spiritual dalam ragam perspektif dan dalam ragam kasus.

Pada dasarnya kepemimpinan itu tidak ditentukan oleh pangkat, jabatan dan kedudukan seseorang. Kepemimpinan muncul bukan dari kondisi eksternal dari keindahan seseorang (other beauty of human being), melainkan dari keindahan jiwanya (inner beauty of spiritual human being). Kepemimpinan muncul dari sebuah proses panjang dan sebuah keputusan untuk menjadi pemimpin. Ketika seseorang menemukan keyakinan dasar (core belief) dan nilai-nilai dasar (core values) yang dijadikan pegangan hidupnya, ketika seseorang menetapkan visi dan misi hidupnya, ketika seseorang merasa damai dalam dirinya (inner peace), memiliki karakter yang kokoh (integritas), ketika ucapan dan tindakannya mampu memberikan pengaruh kepada orang lain secara suka rela, ketika keberadaannya mendorong perubahan dalam organisasinya, pada saat itulah seseorang menjadi pemimpin yang sesungguhnya.

Terdapat dua model kepemimpinan apabila dilihat sumber tindakan kepemimpinan yaitu kepemimpinan konvensional dan kepemimpinan spiritual. Yang dimaksud kepemimpinan konvensional adalah kepemimpinan yang lazim diterapkan dalam berbagai lembaga formal dan sebagaimana dikemukakan dalam literatur-literatur ilmiah selama ini. Kepemimpinan konvensional menggunakan paradigma positivistik atau paradigma ilmiah dalam perilaku kepemimpinannya. Blanchard dalam hal ini mengatakan, kalau kepemimpinan sejati adalah kepemimpinan yang muncul dari dalam diri keluar untuk melayani mereka yang dipimpinnya (leadership from inside out), kepemimpinan konvensional sebaliknya, muncul dari luar ke dalam (leadership from outside in) lewat penghormatan dan pujian (honor and praise).

Sedang menurut Ilaihi (2006: 239) menjelaskan bahwa untuk menjalankan roda organisasi dakwah juga dibutuhkan sebuah manajer yang handal serta profesional. Karakteristik dan sifat pemimpin dakwah yang baik menurut analisa manajemen dakwah idealnya adalah pemimpin yang memiliki kecakapan dan kemampuan untuk memadukan antara dimensi institusional dan dimensi individual. Adapun karakter seorang pemimpin dakwah yang ideal tersebut adalah :

- a. Amanah. Amanah merupakan kunci kesuksesan setiap pekerjaan dan sangat penting dimiliki oleh seorang pemimpin dakwah, karena mereka diberi amanah maka untuk mengelola sebuah organisasi dakwah yang dikelola menggunakan sebuah manajemen yang baik maka akan membuahkan hasil yang diharapkan.
- b. Memiliki ilmu dan keahlian. Seorang pemimpin yang baik seharusnya menerapkan ilmu dan keahlian yang sesuai dengan keahliannya dan menerapkan manajemen dengan mengetahui spesifikasi bidang pekerjaannya dan keahliannya dalam hal penataan suatu pekerjaan. Karena tanpa ilmu dan keahlian yang cukup niscaya sebuah organisasi atau suatu kepemimpinan pasti akan hancur dan tidak akan bisa terlaksana.
- c. Memiliki kekuatan dan mampu merealisasikan. Jika seorang pemimpin memiliki kekuatan maka ia sanggup mengatasi segala macam masalah dan problem yang ada. Akan tetapi sebaliknya jika seorang pemimpin tidak mempunyai kekuatan bahkan mempunyai potensi untuk merealisasikan keputusan, maka ia tidak akan lebih sebagai dekorasi yang diletakkan diatas jabatannya terasa bisu dan pilu.
- d. Rendah diri toleransi dan sabar. Sebagaimana seorang manajer, seorang pemimpin juga harus kuat tapi tidak keras, juga ia harus punya hati yang selalu rendah diri namun tidak lemah untuk mendapatkan hati sehingga seluruh anggota mau bekerja dengan sebaik-baiknya dan niscaya akan disayangi oleh bawahan atau orang yang diajak kerja sama dengannya.
- e. Benar, adil dan dapat dipercaya. Pemimpin yang jujur, adil merupakan pemimpin dambaan bagi umatnya. Karena pemimpin yang seperti itu senantiasa akan selalu mendapat naungan rahmat dari Allah swt. karena Allah selalu menyuruh untuk berbuat adil, baik serta jujur.
- f. Musyawarah. Pemimpin yang berhasil adalah pemimpin yang mampu membangun suasana dialogis dan komunikatif yang baik antara seluruh komponen masyarakat, organisasi yang ia pimpin serta jalan untuk melakukan musyawarah sehingga seluruh komponen merasa

ikut terlibat, ikut andarbeni serta ikut memiliki akhirnya melahirkan sikap sense of belonging terhadap organisasi yang ia pimpin termasuk dalam hal ini adalah kepemimpinan dalam dakwah.

- g. Cerdik dan memiliki wawasan luas. Seorang pemimpin harus memiliki kecerdasan dan insting atau wawasan yang luas serta kuat dalam merespon fenomena gejala yang ada, sehingga dapat membawa kesejukan dan kesuksesan bagi sebuah organisasi yang ia pimpin.

Adapun pengertian kepemimpinan manajemen dakwah dan kepemimpinan dakwah ini berbeda. Kepemimpinan manajemen dakwah adalah suatu kepemimpinan yang fungsi dan perannya sebagai manajer suatu organisasi atau lembaga dakwah yang bertanggung jawab atas jalannya semua fungsi manajemen, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Sedangkan kepemimpinan dakwah adalah suatu sifat atau sikap kepemimpinan yang dimiliki oleh seseorang yang menyampaikan dakwah (da'i) yang mendukung fungsinya untuk menghadapi publik dalam berbagai kondisi dan situasi. Da'i dengan sifat dan sikapnya dalam kehidupan sehari-hari dipandang sebagai pemimpin masyarakat. Oleh karena itu, boleh dikatakan bahwa kepemimpinan dakwah merupakan syarat yang harus dimiliki oleh seorang da'i.

B. Perkembangan Kepemimpinan Lembaga Dakwah

Dalam konteks lembaga dakwah, pemimpin memiliki tanggung jawab untuk membimbing dan mengarahkan anggota lembaga dalam menjalankan aktivitas dakwah dengan efektif (Farin, 2022). Namun, setiap pemimpin memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda-beda. Pengenalan dan pemahaman terhadap tipe kepemimpinan yang ada dalam lembaga dakwah menjadi penting untuk memastikan bahwa kepemimpinan yang efektif dapat diterapkan dalam konteks dakwah. Hingga saat ini, penulis tentang tipe kepemimpinan dalam lembaga dakwah masih terbatas. Meskipun banyak penulis yang telah dilakukan tentang kepemimpinan di berbagai konteks organisasi, namun aplikasinya secara spesifik pada lembaga dakwah masih kurang dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penulis ini akan mengisi kekosongan pengetahuan dengan menganalisis tipe kepemimpinan yang umum ditemukan dalam lembaga dakwah.

Dalam konteks lembaga dakwah, gaya kepemimpinan yang efektif haruslah sejalan dengan tujuan-tujuan dakwah yang ingin dicapai (Hamdiah, 2021). Pengenalan terhadap tipe kepemimpinan yang beragam dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang strategi kepemimpinan mana yang paling cocok dalam situasi-situasi yang berbeda. Selain itu, pemahaman tentang tipe kepemimpinan dalam lembaga dakwah juga dapat membantu mengembangkan program pelatihan dan pengembangan kepemimpinan yang sesuai dengan kebutuhan lembaga dakwah. Dalam rangka meningkatkan keberhasilan lembaga dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai agama dan membimbing umat, penulis tentang tipe kepemimpinan dalam lembaga dakwah menjadi penting. Dengan memahami dan menerapkan tipe kepemimpinan yang efektif, lembaga dakwah dapat mengoptimalkan potensi anggotanya dan meraih keberhasilan dalam misi dakwahnya. Oleh karena itu, penulis ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami tipe

kepemimpinan yang umum ditemukan dalam lembaga dakwah serta implikasinya terhadap kinerja lembaga dan pengaruhnya terhadap anggota lembaga dakwah.

Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan penulis ini dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang tipe kepemimpinan yang ada dalam lembaga dakwah serta memberikan kontribusi bagi pengembangan praktik kepemimpinan yang efektif dalam konteks dakwah dari zaman kezaman sebagai berikut:

1. **Kepemimpinan Transaksional:** Dalam penelitian ini, tipe kepemimpinan transaksional ditemukan dalam lembaga dakwah. Pemimpin yang menerapkan kepemimpinan transaksional cenderung menggunakan insentif dan penghargaan sebagai cara untuk memotivasi anggota lembaga dakwah. Mereka menekankan pada aturan dan prosedur yang jelas serta penyelesaian masalah yang efektif. Kepemimpinan transaksional cocok dalam situasi di mana anggota lembaga dakwah membutuhkan arahan yang tegas dan imbalan yang jelas untuk kinerja mereka.
2. **Kepemimpinan Transformasional:** Tipe kepemimpinan transformasional juga ditemukan dalam lembaga dakwah. Pemimpin yang menerapkan kepemimpinan transformasional berfokus pada memotivasi dan menginspirasi anggota lembaga dakwah melalui visi yang kuat dan komitmen terhadap nilai-nilai agama. Mereka mendorong inovasi, kreativitas, dan pertumbuhan individu anggota lembaga. Kepemimpinan transformasional efektif dalam menciptakan perubahan yang positif dalam lembaga dakwah dan meningkatkan keterlibatan anggota dalam misi dakwah.
3. **Kepemimpinan Partisipatif:** Kepemimpinan partisipatif juga teridentifikasi dalam lembaga dakwah. Pemimpin yang menerapkan kepemimpinan partisipatif melibatkan anggota lembaga dakwah dalam pengambilan keputusan dan perencanaan. Mereka membangun lingkungan kerja yang inklusif, di mana semua anggota merasa dihargai dan memiliki kontribusi yang berarti. Kepemimpinan partisipatif memungkinkan anggota lembaga dakwah untuk merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap keputusan yang diambil, sehingga meningkatkan keterlibatan dan komitmen mereka.
4. **Kepemimpinan Otoriter:** Dalam penelitian ini, ditemukan pula tipe kepemimpinan otoriter dalam lembaga dakwah. Gaya kepemimpinan ini berfokus pada pemberian perintah dan kontrol yang ketat. Kepemimpinan otoriter cocok dalam situasi-situasi yang memerlukan pengambilan keputusan cepat dan penegakan otoritas yang kuat. Namun, penting untuk memperhatikan bahwa kepemimpinan otoriter dapat memiliki dampak negatif pada motivasi dan keterlibatan anggota lembaga dakwah jika tidak diimbangi dengan pendekatan yang lebih inklusif.

Keragaman perspektif dalam lembaga dakwah merupakan tantangan yang signifikan di Indonesia, sebuah negara yang kaya akan budaya, agama, dan tradisi. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun pemahaman dan toleransi antarumat beragama. Artikel ini akan membahas strategi-strategi yang dapat diterapkan dalam lembaga dakwah untuk menghadapi keragaman perspektif

ini. Era digital dan disrupsi teknologi menuntut lembaga dakwah untuk merespons perubahan pola komunikasi dan interaksi sosial. Dengan munculnya media sosial dan platform digital, metode dakwah konvensional yang sebelumnya mengandalkan orasi lisan harus bertransformasi menjadi lebih interaktif dan menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa audiens modern cenderung lebih tertarik pada konten yang kreatif dan mudah diakses.

C. Evaluasi Kepemimpinan dalam Lembaga Dakwah

Kepemimpinan dalam lembaga dakwah memiliki peran yang krusial dalam mencapai tujuan penyebaran nilai-nilai agama. Evaluasi terhadap kepemimpinan ini penting untuk memastikan efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan dakwah. Artikel ini akan membahas karakteristik kepemimpinan, tipe-tipe kepemimpinan yang ada, serta metode evaluasi yang dapat diterapkan dalam konteks lembaga dakwah. Seorang pemimpin dalam lembaga dakwah harus memiliki karakteristik tertentu yang mendukung keberhasilan misi dakwah. Beberapa karakteristik tersebut meliputi:

1. **Integritas:** Pemimpin harus menjadi teladan dengan menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai agama.
2. **Kemampuan Komunikasi:** Pemimpin yang efektif mampu menyampaikan pesan dakwah dengan jelas dan inspiratif.
3. **Empati:** Memahami kebutuhan dan aspirasi anggota lembaga dakwah untuk membangun hubungan yang baik.

Evaluasi kepemimpinan dalam lembaga dakwah sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan misi dakwah. Dengan memahami karakteristik dan tipe-tipe kepemimpinan, serta menerapkan metode evaluasi yang tepat, lembaga dakwah dapat memastikan bahwa mereka beroperasi secara optimal dalam mencapai tujuan mereka. Penulis lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh gaya kepemimpinan terhadap keberhasilan kegiatan dakwah di berbagai konteks. Analisis lembaga dakwah yang berhasil dan kurang berhasil dapat memberikan wawasan penting mengenai efektivitas strategi dan metode yang diterapkan dalam penyampaian pesan agama. Berikut adalah analisis berdasarkan beberapa lembaga dakwah yang telah diteliti.

1. Takmir Masjid Ash-Shiddiq

Lembaga ini berhasil dalam program dialog interaktif yang meningkatkan pemahaman keagamaan jamaah. Melalui monitoring dan evaluasi, mereka mencatat peningkatan jumlah jamaah dan pemahaman yang lebih baik tentang perbedaan dalam praktik keagamaan. Indikator keberhasilan termasuk peningkatan jumlah shaf dalam shalat dan peningkatan partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

2. Masyarakat Taqwah Remaja

MTR menunjukkan keberhasilan dalam memperkuat eksistensinya sebagai lembaga dakwah dengan mengembangkan program-program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa MTR tidak hanya berhasil dalam

penyampaian materi dakwah, tetapi juga dalam membangun hubungan yang baik dengan komunitas

D. Prospek Masa Depan Kepemimpinan Lembaga Dakwah

Kepemimpinan dalam lembaga dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan ajaran agama dan membimbing umat. Dalam konteks ini, pemimpin tidak hanya bertanggung jawab atas pengelolaan organisasi, tetapi juga harus mampu menginspirasi dan memotivasi anggota untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan dakwah. Prospek masa depan kepemimpinan lembaga dakwah akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tipe kepemimpinan yang diterapkan, tantangan sosial yang dihadapi, dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Salah satu karakter generasi digital adalah keakraban mereka dengan alat komunikasi dan teknologi digital berbasis internet. Sehingga generasi digital memiliki karakter sangat komunikatif. Generasi digital sangat suka berkomunikasi, baik langsung maupun dan terutama melalui media online. Maka seorang pemimpin da'wah harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan generasi digital, baik secara luring (luar jaringan) maupun daring (dalam jaringan). Terkait hal ini Hasril Atieq dalam penelitiannya menjelaskan, "Aspek komunikasi yang dilakukan pemimpin menjadi vital karena keunikan generasi milenial ini adalah keakrabannya dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Pemimpin di era milenial harus mampu mengkomunikasikan dengan baik kepada anggotanya baik secara langsung maupun melalui pemanfaatan media dan teknologi digital.

Maka Asep Saeful Muhtadi menyarankan agar pemimpin da'wah dalam menghadapi generasi digital ini harus menguasai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Lebih dari itu, pemimpin da'wah juga harus menguasai teknik pemanfaatan media untuk mengkomunikasikan pesan-pesan da'wahnya. Maka pemimpin da'wah harus memahami berbagai pendekatan dan strategi dalam penggunaan media tersebut. "Sebab corak dan gaya penyampaian pesan-pesan yang disalurkan melalui media massa tidak selalu sama dengan corak dan gaya paparan lisan yang biasa disampaikan secara konvensional di atas mimbar," Asep menjelaskan lebih jauh, Fahrurroji menjelaskan bahwa salah satu kewajiban para pemimpin da'wah adalah harus mampu menciptakan lingkungan islami di internet (cyber-islamic environments). Dimana kondisi semacam ini dapat diimplementasikan melalui optimalisasi sejumlah layanan di internet untuk kepentingan umat Islam. Sehingga internet sebagai sebuah media tidak hanya menjadi media informasi, tapi juga menjadi ruang ekspresi keagamaan bagi para pemimpin da'wah tersebut.

Dengan demikian, pemimpin da'wah dapat berkomunikasi secara massif kepada generasi digital. Sehingga komunikasi yang disampaikan pemimpin da'wah dapat berjalan lebih efektif. Dalam menghadapi generasi digital, para pemimpin da'wah di waktu yang sama juga harus menghadapi fenomena revolusi industri 4.0. Sehingga dengan demikian diperlukan kemampuan literasi dalam menghadapi fenomena ini. Setidaknya ada tiga literasi digital yang perlu dimiliki oleh pemimpin da'wah, yaitu literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia.

Literasi data terkait dengan kemampuan seorang pemimpin da'wah dalam membaca, menganalisa dan membuat kesimpulan terhadap data dan informasi yang amat banyak (big data). Dengan hasil analisis dari big data itu, pemimpin da'wah dapat menyusun strategi da'wah yang akan dilaksanakan oleh organisasi da'wah yang dipimpinnya. Termasuk strategi dalam berkomunikasi dengan generasi digital. Dengan analisa terhadap big data itu, seorang pemimpin da'wah dapat memahami karakter komunikasi generasi digital dan isu-isu yang sedang banyak dibicarakan generasi digital. Kemampuan ini akan menopang efektifitas komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital. Adapun literasi teknologi terkait dengan kemampuan seorang pemimpin da'wah dalam memahami cara kerja mesin. Sehingga kerja-kerja da'wah dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi teknologi atau berbasis produk teknologi lainnya sehingga diharapkan hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal. Termasuk dalam proses komunikasi dengan generasi digital. Sehingga penggunaan teknologi ini dapat menopang efektifitas komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital.

Sementara literasi manusia adalah terkait dengan kemampuan untuk berkomunikasi, berkolaborasi, berfikir kritis, kreatif dan inovatif. Kemampuan ini adalah kemampuan yang diformulasikan oleh para ahli untuk menghadapi fenomena revolusi industri 4.0. Di Indonesia formula ini sudah diadopsi oleh Kementerian Pendidikan dalam penyusunan kurikulum.³¹ Sehingga dengan kemampuan ini pemimpin da'wah dapat mengkomunikasikan pesan-pesan da'wahnya secara lebih efektif. Sebagai contoh, menurut Dr. Lynell Burmark, seorang konsultan pendidikan, pesan yang disampaikan secara visual jauh lebih kuat dibandingkan dengan pesan yang disampaikan secara lisan. Sebab kata-kata diproses oleh memori jangka pendek yang hanya dapat menangkap 7 keping informasi. Sementara gambar akan ditangkap oleh memori jangka panjang yang menyebabkan gambar tersebut akan terukir lama dan sulit terhapus.³² Maka dari pemahaman terhadap konsep ini, seorang pemimpin da'wah dituntut untuk kreatif dalam menyampaikan pesan-pesan da'wahnya secara visual. Pesan yang biasa disampaikan dengan kata-kata, harus didesain dalam bentuk gambar.

Maka seorang pemimpin da'wah yang menguasai literasi manusia ini dapat menyesuaikan metode komunikasinya kepada generasi digital sesuai dengan karakteristik mereka. Misalnya ketika pemimpin da'wah memahami bahwa generasi digital lebih menyukai kolaborasi, maka dalam berkomunikasi ia akan berusaha untuk mengajak generasi digital terlibat. Ia gunakan metode komunikasi dua arah agar generasi digital merasa diajak untuk bersama-sama. Dengan menguasai literasi digital ini, seorang pemimpin da'wah akan dapat memahami karakter dari generasi digital. Selain itu juga akan dapat mengimbangi cara generasi digital dalam berkomunikasi. Sehingga diharapkan komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital dapat berjalan secara efektif. Demikianlah pembahasan mengenai konsep komunikasi pemimpin da'wah dalam menghadapi generasi digital.

Generasi digital adalah generasi mayoritas hari ini. Maka kepemimpinan da'wah harus segera menyesuaikan gaya kepemimpinannya, termasuk gaya komunikasinya, dengan karakter generasi digital ini. Sebab generasi digital memiliki karakter yang unik yang dipengaruhi oleh

budaya digital yang dianutnya. Diantara karakter generasi digital ini adalah: aktif, kreatif, komunikatif, terbuka, kolaboratif, dan kritis. Maka seorang pemimpin da'wah ketika berkomunikasi menghadapi generasi yang memiliki karakter seperti itu, setidaknya harus melakukan tiga hal berikut:

Pertama, harus menjadi teladan. Sebab generasi digital memiliki karakter terbuka dan kritis, sehingga ia akan memandang pemimpin da'wahnya dengan pandangan terbuka dan kritis juga. Maka itu seorang pemimpin da'wah harus senantiasa menjaga diri agar selalu dapat menjadi teladan bagi generasi digital. Jika seorang pemimpin da'wah menjadi teladan bagi generasi digital, maka proses komunikasi yang dijalankannya akan berjalan efektif, lebih mudah diterima oleh generasi digital.

Kedua, harus memaksimalkan penggunaan media berbasis internet. Sebab karakter generasi digital adalah sangat akrab dengan media internet. Maka tidak ada kata lain bagi seorang pemimpin da'wah selain memanfaatkan media berbasis internet ini sebagai media komunikasi kepada generasi digital. Dengan demikian pemimpin da'wah akan dapat berkomunikasi secara intens dengan generasi digital.

Ketiga, harus memiliki literasi digital. Sebab generasi digital adalah generasi yang sangat menguasai dunia digital. Maka untuk memahami dan mengimbangi generasi digital itu, seorang pemimpin da'wah juga harus memiliki literasi digital. Dimana literasi digital ini terdiri atas literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia digital.

Dengan ketiga hal itu, diharapkan seorang pemimpin da'wah dapat berkomunikasi secara efektif dengan generasi digital. Sehingga gerakan da'wah yang dijalankannya pun akan menjadi efektif pula.

Simpulan

Kepemimpinan dalam lembaga dakwah memiliki peran krusial dalam menyebarkan ajaran Islam dan membimbing umat. Pemimpin dakwah tidak hanya bertanggung jawab menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus mampu memengaruhi dan mengarahkan orang lain untuk mengikuti ajaran tersebut. Konsep kepemimpinan dakwah didefinisikan sebagai kemampuan memimpin, memotivasi, dan mengarahkan individu atau kelompok menuju tujuan dakwah yang telah ditetapkan.

Karakteristik penting seorang pemimpin dakwah meliputi amanah, ilmu dan keahlian, kekuatan untuk merealisasikan keputusan, rendah diri, toleransi, dan sabar, benar, adil, dan dapat dipercaya, kemampuan bermusyawarah, serta cerdas dan memiliki wawasan luas. Dokumen ini membedakan antara kepemimpinan manajemen dakwah, yang berfungsi sebagai manajer organisasi, dan kepemimpinan dakwah, yang merupakan sifat dan sikap da'i dalam menyampaikan dakwah dan menghadapi publik.

Beberapa tipe kepemimpinan yang teridentifikasi dalam lembaga dakwah meliputi kepemimpinan transaksional yang menggunakan insentif dan penghargaan, kepemimpinan transformasional yang berfokus pada motivasi dan inspirasi melalui visi yang kuat, kepemimpinan partisipatif yang melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan, dan kepemimpinan otoriter

yang berfokus pada pemberian perintah dan kontrol ketat. Pengenalan dan pemahaman terhadap tipe-tipe kepemimpinan ini penting untuk memastikan kepemimpinan yang efektif dalam konteks dakwah. Dalam menghadapi era digital dan revolusi industri 4.0, pemimpin dakwah dituntut untuk beradaptasi dengan karakter generasi digital yang aktif, kreatif, komunikatif, terbuka, kolaboratif, dan kritis. Tiga hal esensial bagi pemimpin dakwah dalam berkomunikasi dengan generasi digital adalah: menjadi teladan, memaksimalkan penggunaan media berbasis internet, dan memiliki literasi digital yang mencakup literasi data, literasi teknologi, dan literasi manusia. Dengan menguasai hal-hal ini, diharapkan komunikasi pemimpin dakwah terhadap generasi digital dapat berjalan efektif, sehingga gerakan dakwah juga menjadi efektif.

Referensi

- Aprianto, Naerul Edwin Kiky. (2016) Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengembangan Organisasi Perspektif Islam, *Jurnal Ekonomi Islam*, vol.4, no.2.
- A Fakhruroji, Moch., (2017) *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Abdhal, Yusuf. (2021). *Pengertian Budaya Organisasi: Fungsi, Jenis, Karakteristik dan Contoh*. Yogyakarta: Deepublish.
- Afriadi, (2018) “*Peranan Majelis Taklim Dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam Di Desa Payabenua Kecamatan Mendo Barat Bangka Belitung*”, (Tesis, PPs, UIN Raden Intan Lampung).
- Akbar, Nadzmi. (2018). *Kepemimpinan Islam: Kepemimpinan yang Membimbing*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Bashori, B. (2020). *Konsep Kepemimpinan Abad 21 Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*. PRODU: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 1(2).
- Firmanzah, (2008) *Marketing Politik antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Marfu'ah, U., & Sulthon, M. (2017). Komunikasi Brand Lembaga Dakwah: Studi pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(1), 139–158.
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Mulyadi, Deddy. (2013). *Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nuh, Sayid Muhammad, (2000) *Dakwah Fardiyah*, Solo: Era Intermedia, cet ke II.
- ohan, Hasril Atieq, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol. 3, No 2, 2019, hal. 158.
- Prensky, Marc, *Digital Natives*, (2001) *Digital Immigrants*, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October, hal. 1.
- Zaidallah, Alwisral Imam. (2002). *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i dan Khotib Profesional*. Jakarta: Kalam Mulia.