

MANAJEMEN STRATEGIS LEMBAGA DAKWAH KAMPUS AL-IZZAH UINSU DALAM MEMBENTUK GENERASI DAKWAH MILENIAL

Syarbaini¹ Wildan Ansori Hasibuan² Wina Warohmah Nasution³ Yaqub Dalimunthe⁴
Fakultas Dakwah & Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara ^{1,2,3,4}
Email: syarbainitinambunan@gmail.com¹ wildan.ansori@uinsu.ac.id ²
winanasution.03@gmail.com³ yaqubdalimunthe481@gmail.com⁴

Abstract

This research analyzes the strategic management implemented by the Al-Izzah Campus Da'wah Institute (LDK) at the North Sumatra State Islamic University (UINSU) in forming the millennial preaching generation. The millennial generation has unique characteristics, such as being adaptive to technology, creative, and active on social media, so a strategic da'wah approach is needed. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews, participant observation, and document analysis. The research subjects included LDK Al-Izzah administrators, active members, and students involved in da'wah programs. The research results show that LDK Al-Izzah implements three main stages in strategic management: (1) Planning through preparing a technology-based vision, mission, and da'wah program; (2) Implementation by utilizing social media, inter-organizational collaboration, and competency-based training; and (3) Evaluation, through regular assessments of program success and its impact on member development. This strategy has proven effective in increasing student participation and creating a millennial generation who can preach creatively and relevantly to the challenges of the times. It is hoped that this research can become a reference for other campus Da'wah institutions in developing adaptive and innovative da'wah strategies and supporting the role of campuses as centers for the formation of future generations of da'wah.

Keywords: Strategic Management, Campus Da'wah Institute, Millennial Generation, Creative Da'wah.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategis yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Al-Izzah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dalam membentuk generasi dakwah milenial. Generasi milenial memiliki karakteristik unik, seperti adaptif terhadap teknologi, cenderung kreatif, dan aktif di media sosial, sehingga pendekatan dakwah yang strategis sangat dibutuhkan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Subjek penelitian terdiri dari pengurus LDK Al-Izzah, anggota aktif, serta mahasiswa yang terlibat dalam program-program dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LDK Al-Izzah menerapkan tiga tahapan utama dalam manajemen strategis: (1) Perencanaan, melalui penyusunan visi, misi, dan program dakwah berbasis teknologi; (2) Pelaksanaan, dengan memanfaatkan media sosial, kolaborasi antarorganisasi, dan pelatihan berbasis kompetensi;

serta (Placeholder1) melalui penilaian rutin terhadap keberhasilan program dan dampaknya terhadap pengembangan anggota. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi mahasiswa dan menciptakan generasi milenial yang mampu berdakwah secara kreatif dan relevan dengan tantangan zaman. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Lembaga Dakwah Kampus lain dalam menyusun strategi dakwah yang adaptif dan inovatif, serta mendukung peran kampus sebagai pusat pembentukan generasi dakwah masa depan.

Kata Kunci: Manajemen Strategis, Lembaga Dakwah Kampus, Generasi Milenial, Dakwah Kreatif.

Pendahuluan

Dakwah adalah salah satu kewajiban umat Islam dalam menyampaikan ajaran agama kepada individu maupun masyarakat. Dalam perkembangannya, dakwah tidak hanya dilakukan oleh tokoh agama atau ulama, tetapi juga oleh generasi muda, termasuk mahasiswa yang tergabung dalam Lembaga Dakwah Kampus (LDK). Menurut (Putra, 2020) LDK merupakan organisasi mahasiswa yang berperan penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada kalangan akademik dengan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan tantangan zaman. Sebagai sebuah organisasi, LDK Al-Izzah UIN SU mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan organisasi lain yang tergabung dalam UIN SU. Ciri-ciri tersebut antara lain: modal amal yang panjang, beban organisasi yang panjang, ritme yang cepat dan tidak mengganggu, serta variasi amal yang cukup berbeda-beda, semuanya berkontribusi pada adanya proses pengkaderan yang berhasil menyelesaikan setiap agenda kerja.

Salah satu tantangan yang dihadapi dakwah di era modern adalah perubahan karakteristik generasi muda, khususnya generasi milenial. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik unik, seperti ketergantungan pada teknologi, kecenderungan terhadap gaya hidup yang dinamis, serta perhatian yang besar terhadap isu-isu global. Kondisi ini menuntut LDK untuk menerapkan strategi dakwah yang kreatif, relevan, dan inovatif agar pesan Islam dapat diterima dengan baik oleh generasi milenial.

LDK Al-Izzah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) merupakan salah satu organisasi dakwah kampus yang aktif dalam membentuk generasi dakwah milenial. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang dakwah, LDK Al-Izzah menghadapi tantangan besar dalam merancang dan melaksanakan program-program yang tidak hanya menarik perhatian mahasiswa tetapi juga mampu menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka. Dalam menghadapi tantangan tersebut, diperlukan penerapan manajemen strategis yang efektif.

Manajemen strategis adalah serangkaian proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks dakwah, manajemen strategis menjadi alat yang sangat penting untuk mengatur sumber daya, menyusun program yang relevan, serta mengukur keberhasilan dakwah di lingkungan kampus. Dengan manajemen strategis yang baik, LDK dapat memastikan bahwa dakwah tidak hanya berfokus pada kegiatan seremonial tetapi juga berdampak pada pembentukan karakter dan kompetensi generasi milenial sebagai pelopor dakwah. Setiap inovasi semakin rumit, dan karena dakwah kepada Madhu dapat diberikan melalui hiburan virtual, menggunakan hiburan berbasis web sangat masuk akal dalam praktik dakwah generasi milenial saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen strategis LDK Al-Izzah dalam membentuk generasi dakwah milenial. Fokus utama penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana LDK Al-Izzah merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program dakwahnya. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya menyusun strategi dakwah yang adaptif terhadap perubahan zaman. Dengan memahami penerapan manajemen strategis di LDK Al-Izzah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi LDK lain dalam mengembangkan program dakwah yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori manajemen dakwah, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai teoritis tetapi juga praktis dalam mendukung keberhasilan dakwah di kalangan generasi milenial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi strategis bagi LDK dalam menghadapi tantangan dakwah di era modern, sekaligus memperkuat peran kampus sebagai pusat pembentukan generasi dakwah masa depan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memahami penerapan manajemen strategis di LDK Al-Izzah UINSU. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan oleh LDK Al-Izzah dalam membentuk generasi dakwah milenial. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan fokus pada LDK Al-Izzah UINSU. Subjek penelitian terdiri dari pengurus inti LDK, anggota aktif, dan mahasiswa yang mengikuti kegiatan dakwah.

Teknik Pengumpulan Data menggunakan Wawancara Mendalam. Dilakukan terhadap pengurus dan anggota LDK untuk mendapatkan informasi mengenai strategi dakwah yang diterapkan. Kemudian dengan cara Analisis Data. Dengan mendeteksi pola atau tema yang muncul dari data, pendekatan analisis tematik digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Untuk menjawab tujuan penelitian, prosedur ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

A. Sejarah Singkat LDK Al- IZZAH UINSU

Lembaga yang pertama kali menyelenggarakan kegiatan dakwah di lingkungan kampus adalah LDK Al-Izzah UIN Sumatera Utara. Setelah keluar dari LDK, para Aktivis dakwah mulai melebarkan wawasan dan cita-citanya untuk mewujudkan kampus yang beradab. LDK Al-Izzah disebut juga sebagai lembaga dakwah kampus yang berada di bawah naungan rektorat sebagai bagian dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) UIN Sumatera Utara atau sebagai lembaga yang bergerak di bidang keislaman dan dakwah yang berlandaskan pada ajaran Nabi Muhammad SAW dan Al-Quran. Atas prakarsa beberapa mahasiswa IAIN Sumatera Utara, berdirilah LDK Al-Izzah UIN Sumatera Utara pada tanggal 8-10 Oktober 1993. Pembentukan lembaga dakwah tersebut kemudian dijabarkan.(Siregar & Haikal, 2024)

Lembaga dakwah yang waktu itu dikenal dengan nama FUMA (Forum Ukhwah Mahasiswa) ini akhirnya berdiri pada tanggal 12 Oktober 1993. FUMA berganti nama menjadi Lembaga Dakwah Kampus IAIN Sumatera Utara pada tanggal 25 November 1994, dan resmi menjadi lembaga intra kampus IAIN Sumatera Utara. Setelah LDK IAIN Sumatera Utara berganti nama menjadi Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah IAIN Sumatera Utara pada tahun 2007, nama LDK Al-Izzah IAIN SU otomatis berubah menjadi LDK Al-Izzah UIN SU pada tahun 2015, saat kampus IAIN SU berganti nama menjadi UINSU.

B. Penerapan Manajemen Strategis oleh LDK Al-Izzah UINSU dalam Membentuk Generasi Dakwah Milenial

Memperkenalkan prinsip-prinsip Islam atau Al-Qur'an sesuai dengan ajaran agama sangat penting untuk membentuk seseorang yang berkarakter Al-Qur'an. Setiap muslim harus memiliki akhlak yang mulia agar menjadi muslim yang seutuhnya, yaitu muslim yang memahami dan mampu mengamalkan nilai-nilai Islam dalam berinteraksi dengan Allah, sesama manusia, dan alam semesta.(Zahara, 2023). Manajemen strategis adalah proses sistematis yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks LDK Al-Izzah UINSU, manajemen strategis diterapkan dengan fokus pada pembentukan generasi dakwah milenial yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Proses ini melibatkan tiga tahapan utama yaitu

1. **Perencanaan Strategis:** Tahapan ini mencakup penyusunan visi dan misi yang berorientasi pada kebutuhan generasi milenial. LDK Al-Izzah mengidentifikasi tren dan pola komunikasi milenial, seperti pemanfaatan media sosial dan pendekatan kreatif, untuk menyusun program yang relevan.
2. **Implementasi Strategis:** LDK melaksanakan program-program yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa, seperti kajian tematik, pelatihan kepemimpinan berbasis Islam, dan workshop dakwah digital. Pemanfaatan platform digital seperti podcast, infografis Islami, dan kolaborasi dengan komunitas mahasiswa lainnya menjadi bagian penting dari implementasi strategi.
3. **Evaluasi dan Pengendalian:** Evaluasi dilakukan secara berkala melalui survei kepuasan anggota, analisis partisipasi kegiatan, serta umpan balik dari peserta. Informasi ini digunakan untuk menyesuaikan strategi agar lebih efektif dan relevan.

Pengertian manajemen strategis secara lengkap dijabarkan oleh Kusnadi (2000) dalam pengantar manajemen strategis menyebutkan bahwa manajemen strategis adalah seni (keterampilan), teknik, dan ilmu untuk mengembangkan, mengimplementasikan, menilai, dan mengawasi berbagai keputusan fungsional organisasi (bisnis dan non-bisnis) yang secara konstan dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal yang terus berubah agar organisasi dapat mencapai tujuannya.(Setiawati, 2020). Selain itu, (Daft, 2001)mendefinisikan manajemen strategis sebagai kumpulan pilihan dan tindakan yang digunakan untuk menciptakan dan menjalankan strategi yang sangat kompetitif yang sesuai dengan bisnis dan lingkungannya untuk mencapai tujuan organisasi.

C. Strategi LDK Al-Izzah UINSU dalam Mengoptimalkan Peran Generasi Milenial untuk Kegiatan Dakwah di Lingkungan Kampus

Strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam konteks dakwah, strategi mengacu pada metode dan langkah yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada target audiens, dalam hal ini generasi milenial. Di Lembaga Dakwah Kampus, strategi komunikasi adalah teknik untuk mencari tahu bagaimana merencanakan dalam keadaan yang berbeda sehingga tujuan dakwah tercapai semaksimal mungkin. Tentu saja, sebuah formulir digunakan saat mempersiapkan strategi komunikasi dalam sebuah kelompok sehingga target dapat memahami strategi komunikasi tersebut. (Ritonga & Sikumbang, 2020)

LDK Al-Izzah UINSU menyadari pentingnya peran generasi milenial sebagai ujung tombak dakwah di era modern. Generasi ini memiliki karakteristik yang unik, seperti keterbukaan terhadap teknologi, kebutuhan akan pendekatan yang interaktif, serta minat pada isu-isu kontemporer. Oleh karena itu, LDK Al-Izzah merancang strategi yang sesuai dengan karakteristik tersebut agar kegiatan dakwah menjadi lebih relevan dan menarik. Strategi ini berpusat pada optimalisasi potensi milenial melalui berbagai program inovatif. Salah satu fokus utamanya adalah menjadikan generasi ini tidak hanya sebagai penerima pesan dakwah, tetapi juga sebagai aktor utama dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, dakwah tidak hanya terbatas pada lingkup ceramah formal, tetapi juga mencakup aktivitas yang kreatif dan berbasis teknologi.

Selain itu, strategi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kampus yang Islami dan inklusif, di mana mahasiswa dari berbagai latar belakang dapat merasa nyaman untuk terlibat dalam kegiatan dakwah. Dengan pendekatan yang fleksibel dan adaptif, LDK Al-Izzah berupaya menjawab tantangan dakwah di era globalisasi.

Pada akhirnya, strategi yang diterapkan oleh LDK Al-Izzah bertujuan untuk membentuk generasi dakwah milenial yang tidak hanya berpengetahuan agama yang mendalam, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengomunikasikan nilai-nilai Islam dengan cara yang relevan dengan zaman. Dengan strategi ini, LDK Al-Izzah berkomitmen untuk menjadikan dakwah sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan kampus sekaligus mempersiapkan generasi yang mampu menghadapi tantangan dakwah di masa depan. Strategi yang diterapkan oleh LDK Al-Izzah untuk mengoptimalkan peran generasi milenial mencakup:

1. Pemanfaatan Teknologi Digital

LDK memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menyampaikan pesan dakwah. Konten dibuat dalam bentuk video pendek, infografis, dan podcast yang kreatif dan menarik perhatian generasi milenial. Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, penyedia platform media sosial menawarkan semakin banyak kemampuan. (Setiawan, 2021) Penggunaan teknologi ini mempermudah akses informasi dan memperluas jangkauan dakwah.

2. Pendekatan Personal dan Komunal

LDK membentuk kelompok halaqah atau mentoring yang lebih kecil untuk membangun hubungan personal antara mahasiswa dan mentor dakwah. Mahasiswa

yang berdedikasi dan memiliki jiwa dakwah dapat bergabung dengan kelompok dakwah kampus.(Sufriyani, 2018) Pendekatan ini memungkinkan diskusi yang mendalam dan keterlibatan yang lebih intens. Selain itu, acara berbasis komunitas, seperti gathering dan diskusi santai, juga sering diadakan untuk menarik minat lebih banyak mahasiswa.

3. **Pelatihan dan Pemberdayaan**

LDK menyelenggarakan pelatihan keterampilan seperti public speaking, desain grafis, produksi video, dan content creation. Keterampilan ini tidak hanya membantu mahasiswa dalam kegiatan dakwah, tetapi juga memberi manfaat dalam pengembangan pribadi mereka.

4. **Penyelenggaraan Acara Kreatif**

LDK mengadakan acara-acara kreatif seperti lomba vlog Islami, seminar tematik yang relevan dengan isu terkini, serta workshop berbasis teknologi. Kegiatan ini dirancang untuk menarik minat generasi milenial yang cenderung lebih menyukai pendekatan non-konvensional.

5. **Kolaborasi dengan Organisasi Lain**

LDK menjalin kerja sama dengan organisasi mahasiswa lain untuk menciptakan kegiatan yang inklusif dan menarik. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas audiens tetapi juga meningkatkan citra LDK sebagai lembaga dakwah yang adaptif.

6. **Penyebaran Dakwah melalui Konten Viral**

LDK berupaya membuat konten yang relevan dengan isu-isu yang sedang tren di kalangan milenial, seperti dakwah yang membahas kesehatan mental, self-improvement, dan pengembangan diri sesuai nilai-nilai Islam. Dengan mengikuti tren ini, dakwah lebih mudah diterima oleh generasi milenial. Instagram adalah platform media sosial yang digunakan masjid untuk berkomunikasi dan memberikan pencerahan kepada audiens atau jamaahnya.(Narayana Mahendra & Sos, 2021)

D. Tantangan yang Dihadapi oleh LDK Al-Izzah UINSU dalam Menerapkan Manajemen Strategis

Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Al-Izzah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan manajemen strategis. Beberapa tantangan utama yang dihadapi meliputi:

1. **Kendala Sumber Daya**

Anggaran yang terbatas menjadi hambatan utama bagi LDK dalam menjalankan program-program kreatif. Contohnya, pembuatan konten dakwah digital seperti video profesional sering kali memerlukan peralatan dan keahlian khusus yang tidak dapat dipenuhi dengan sumber daya yang ada. Selain itu, penyelenggaraan acara besar seperti seminar tematik dengan pembicara terkenal juga terkendala biaya yang signifikan.

2. **Kurangnya Partisipasi Mahasiswa**

Tidak semua mahasiswa memiliki minat terhadap kegiatan dakwah. Beberapa mahasiswa menganggap dakwah hanya berkaitan dengan ceramah formal, sehingga mereka kurang tertarik untuk terlibat. Hal ini menjadi tantangan bagi LDK untuk menciptakan program yang lebih inklusif dan menarik minat berbagai kalangan

mahasiswa. Selain itu, keberadaan organisasi lain di kampus, seperti HMI dan IMM, juga mengalihkan perhatian mahasiswa baru dari LDK Al-Izzah.

3. **Perubahan Tren Milenial yang Cepat**

Preferensi generasi milenial terhadap media dan gaya komunikasi berubah dengan cepat. Sebagai contoh, tren media sosial seperti TikTok atau format konten viral dapat berubah dalam hitungan bulan, sehingga LDK harus terus berinovasi untuk tetap relevan di mata generasi ini.

4. **Tantangan Internal**

Koordinasi antaranggota dengan latar belakang yang berbeda sering kali menjadi hambatan dalam pelaksanaan program. Perbedaan gaya kerja, prioritas pribadi, dan kurangnya komunikasi yang efektif dapat memengaruhi kelancaran program yang direncanakan. Tantangan ini membutuhkan pendekatan kepemimpinan yang kuat untuk menyatukan visi dan misi anggota.

5. **Perbedaan Karakter Anggota**

LDK Al-Izzah terdiri dari anggota dengan latar belakang dan karakter yang beragam. Hal ini seringkali menimbulkan perbedaan pendapat dan kesenjangan dalam kerjasama tim. Menurut wawancara dengan ketua umum LDK, perbedaan karakter, seperti adanya anggota yang keras kepala atau kurang fleksibel, menjadi hambatan dalam mencapai tujuan bersama. Kecenderungan yang lebih luas atau nasional (makro) dapat menjadi penyebab meningkatnya fenomena religiusitas radikal di kalangan mahasiswa. (Sirajuddin, n.d.)

6. **Tantangan dalam Pelaksanaan Program**

LDK Al-Izzah mengalami kesulitan dalam menjalankan program-program yang telah direncanakan. Beberapa program tidak berjalan sesuai rencana karena banyaknya kegiatan yang harus dikelola, sehingga menyebabkan penumpukan tugas dan kurangnya fokus pada pelaksanaan program tertentu

Ada sedikit reaksi untuk menggunakan teknik dakwah langsung, termasuk percakapan mingguan atau pengajian di masjid, untuk membangun paradigma bagi para siswa di era milenial. Mahasiswa saat ini kurang peduli untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan lebih peduli pada kehidupan yang hedonis. Tidak ada reaksi atas seringnya diadakannya kajian dan diskusi keislaman oleh organisasi dakwah kampus. Sebenarnya penting untuk diingat bahwa Islam melarang kita untuk menelantarkan mereka yang lemah. Artinya, kita harus terus membentuk paradigma yang tepat untuk masa depan intelektual negeri ini. (Syamsuriah, 2020).

7. **Komunikasi Internal**

Komunikasi yang tidak efektif di antara anggota juga menjadi kendala. Pentingnya komunikasi yang jelas dan terbuka di dalam tim sering kali terabaikan, sehingga menghambat kolaborasi dan pencapaian tujuan organisasi. Untuk meningkatkan kerja sama di dalam organisasi, komunikasi adalah instrumen yang sangat penting. (Lailiyah et al., 2024)

8. **Pengelolaan Waktu Anggota**

Anggota LDK sering kali harus membagi waktu antara tugas akademik dan kegiatan organisasi. Banyak dari mereka terlibat dalam beberapa organisasi sekaligus, yang dapat mengakibatkan kelelahan dan kurangnya komitmen terhadap LDK

Kesimpulan

Manajemen strategis yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Al-Izzah UINSU berperan penting dalam membentuk generasi dakwah milenial yang mampu menjawab tantangan zaman. Proses penerapannya mencakup tiga tahapan utama: perencanaan strategis, implementasi strategis, dan evaluasi berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, LDK Al-Izzah berupaya menghadirkan kegiatan dakwah yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi milenial.

Namun, dalam pelaksanaannya, LDK menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi, minimnya partisipasi mahasiswa, dan persaingan dengan hiburan non-religius. Selain itu, isu-isu kontemporer, seperti globalisasi dan nilai-nilai modern, sering kali menimbulkan dilema dalam menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, LDK Al-Izzah mengoptimalkan peran generasi milenial melalui strategi inovatif. Strategi ini meliputi pemanfaatan teknologi digital, pelatihan keterampilan dakwah, pendekatan personal melalui halaqah, kolaborasi dengan organisasi lain, serta pembuatan konten kreatif yang relevan dengan tren terkini. Dengan pendekatan ini, LDK berhasil menjadikan generasi milenial tidak hanya sebagai penerima, tetapi juga pelaku utama dakwah yang aktif dan kreatif.

Keberhasilan LDK Al-Izzah terlihat dari peningkatan partisipasi mahasiswa, pengakuan dari pihak kampus, serta dampak positif di media sosial. Anggota LDK juga mampu menunjukkan perkembangan sebagai pemimpin dakwah yang kompeten dan relevan dengan tuntutan era digital. Dengan evaluasi dan inovasi yang berkelanjutan, LDK Al-Izzah terus menunjukkan dedikasinya dalam mencetak generasi dakwah milenial yang berkarakter Islami, kreatif, dan berdaya saing di masa depan.

Daftar Pustaka

- Daft, R. L. (2001). *Era Baru Manajemen*. Erlangga. Surabaya.
- Lailiyah, H. R., Pratama, R. R., Aulia, S. Z., Amanda, F. A., Rossarie, B. A. S., & Zuhri, S. (2024). Komunikasi Budaya Dalam Organisasi Duta Inspirasi Indonesia: Pendekatan Fenomenologi Dan Kultural. *Juskop-Jurnal Studi Komunikasi Dan Politik*, 1(1), 125–149.
- Narayana Mahendra, P., & Sos, S. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Masjid Kampus Dalam Meningkatkan Public Engagement*.
- Putra, A. (2020). *Manajemen Lembaga Dakwah Kampus (Ldk) Al Izzah Dalam Pengkaderan Da'i Di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Sumatera Utara*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA.

- Ritonga, F. A., & Sikumbang, A. T. (2020). *Membentuk Kepribadian Islam melalui Strategi Komunikasi Lembaga Dakwah Kampus (LDK) di STMIK Budi Darma Medan*.
- Setiawan, A. T. (2021). *Propaganda Deislamisasi melalui Media Sosial pada Generasi Z*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66.
- Sirajuddin, S. (n.d.). *Buku Literasi Paham Radikalisme di Indonesia*. Penerbit. Zigie Utama.
- Siregar, H. M., & Haikal, M. F. (2024). Manajemen Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam Pemanfaatan Sistem Informasi pada Kegiatan Dakwah Melalui Chanel Youtube. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 437–448.
- Sufriyani, I. (2018). *Strategi Pengkaderan Lembaga Dakwah Kampus (Studi Kasus di Lembaga dakwah kampusar-Risalah Uin Ar-Raniry)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Syamsuriah, S. (2020). Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 164–174.
- Zahara, R. (2023). *Implementasi Karakter Pemuda dalam Surat Al-Kahfi Ayat 13-14 pada Mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Ar-Risalah UIN Ar-Raniry Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry.