

The Effectiveness of the Da'wah Strategy Among Female Students at Ar Raayah University Through the Da'wah Project in the Academic Year 2024–2025

مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات بجامعة الراية من خلال المشروع الدعوي للعام ٢٠٢٤م

٢٠٢٥م

Nur Jumira¹, Husnul Khotimah², Resi Hanifah³

^{1,2,3} Institut Muslim Cendekia, Sukabumi, Indonesia

E-Mail: nurjumira041002@gmail.com¹; husnul.khatimah@edu.mc.ac.id²; resihanifah@edu.mc.ac.id³

Submission: 17-05-2025

Revised: 24-05-2025

Accepted: 20-02-2025

Published: 28-07-2025

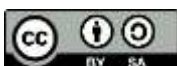
Abstract

The rise of social media and shifting lifestyles present a number of obstacles for Islamic da'wah today, requiring the creation of more potent and successful da'wah tactics. The purpose of this study is to examine the effectiveness of the da'wah strategy for female students at IMC University through the 2024–2025 da'wah project and to identify the connection between the da'wah project and the success of the strategy among female students. Using a descriptive-analytical strategy, the researcher used a quantitative approach. 249 female students taking part in the da'wah project were given a questionnaire to complete. Microsoft Excel and SPSS 24.0 for Windows were used to analyze the data. According to the statistical study, there is a positive correlation between the success of da'wah techniques and the da'wah project, as indicated by the simple linear regression equation, $\hat{Y} = 4.969 + 0.747X$. A high positive correlation between the two variables was indicated by the Pearson correlation coefficient of 0.753 at a statistical significance level of 0.000. The findings demonstrated that a higher degree of da'wah project execution enhances the strategy's effectiveness among female students and helps them build their da'wah skills through the real-world application of da'wah activities in a university setting. These findings highlight the significance of carrying out and creating useful da'wah initiatives at educational establishments.

Keywords: Da'wah project; Da'wah strategy; Success of da'wah;

Abstrak

Da'wah Islam di era modern menghadapi banyak tantangan karena perkembangan media sosial dan perubahan gaya hidup. Akibatnya, strategi da'wah harus dikembangkan agar lebih efektif dan berdampak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa efektif strategi dakwah mahasiswa di Universitas IMC dengan melaksanakan proyek dakwah tahun 2024–2025 M; selain itu, untuk mengungkap hubungan antara proyek dakwah dan keberhasilan strategi dakwah di kalangan mahasiswa. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif-



analitis. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 249 siswa yang terlibat dalam proyek dakwah. Data dianalisis menggunakan program Microsoft Excel dan SPSS 24.0 for Windows. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa proyek dakwah dan keberhasilan strategi dakwah berkorelasi positif, seperti yang ditunjukkan oleh persamaan regresi linier sederhana: $\hat{Y} = 4,969 + 0,747X$. Nilai koefisien korelasi Pearson (0,753) dan tingkat signifikansi statistik (0,000) menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara kedua variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan tingkat pelaksanaan proyek dakwah berkontribusi pada peningkatan keberhasilan strategi dakwah di kalangan siswa dan peningkatan kemampuan dakwah mereka melalui penerapan kegiatan dakwah yang nyata di lingkungan kampus. Hasil ini menunjukkan bahwa melanjutkan pelaksanaan dan pengembangan program dakwah terapan di lembaga pendidikan sangat penting.

Kata kunci : Keberhasilan dakwah; Proyek dakwah; Strategi dakwah;

ملخص البحث

تواجه الدعوة الإسلامية في العصر الحاضر تحديات متعددة نتيجة تطور وسائل التواصل الاجتماعي وتغير أنماط الحياة، مما يستوجب تطوير الإستراتيجيات الدعوية لتكون أكثر فاعلية وتأثيراً. يهدف هذا البحث إلى تحليل مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات بجامعة الراية من خلال المشروع الدعوي للعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، والكشف عن العلاقة بين المشروع الدعوي ونجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات. اعتمدت الدراسة على البحث الكمي بالمنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال الاستبانة الموزعة على 249 طالبة من المشاركات في المشروع الدعوي، مع تحليل البيانات باستخدام برنامجي Microsoft Excel و SPSS 24.0 for Windows. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن معادلة الانحدار الخطي البسيط كانت: $\hat{Y} = 4.969 + 0.747X$ ، مما يدل على وجود علاقة إيجابية بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة. كما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.753) بمستوى دلالة إحصائية (0.000)، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية بين المتغيرين. وبينت النتائج أن ارتفاع مستوى تنفيذ المشروع الدعوي يسهم في تعزيز نجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات وتنمية مهاراتهم الدعوية من خلال التطبيق العملي للأنشطة الدعوية داخل البيئة الجامعية. وتشير هذه النتائج إلى أهمية الاستمرار في تنفيذ البرامج الدعوية التطبيقية وتطويرها داخل المؤسسات التعليمية.

الكلمات المفتاحية : إستراتيجية الدعوة، المشروع الدعوي، نجاح الدعوة

المقدمة

الدعوة تحتوي على منهجيات أو أساليب يجب تطبيقها في تنفيذ الدعوة، وبالتالي يجب أن تتناسب مع تقدم وتطور الزمان أي صالح في كل زمان ومكان (Najamuddin, 2020). قال الله تعالى ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ (النحل: ١٢٥). فقد ذكر البيهقي في كتابه أن المقصود من الحكمة هي إصابة المحل أي مراعات أحوال المدعوين

وظرفهم، وأن الموعظة الحسنة هي الكلام اللطيف الصادق، وأن أفضل سبيل المجادلة هو بالدليل القاطع والبراهين (Al-Bayanuni, n.d.).

أصبحت الحاجة إلى أساليب دعوية فعالة أكثر إلحاحًا مع تغير الزمن وأنماط الحياة. إنّ تطور وسائل التواصل الاجتماعي وشفافية وسائل الإعلام والعولمة كلها عوامل لها تأثير مباشر على مواقف وأفعال جيل الشباب (Al-'Ammār, 2018). فإن رسائل الدعوة قد لا تصل بشكل مؤثر أو قد تواجه بالرفض إذا لم تتكيف مع هذه التطورات (Fauzi, 2023). لذلك تواجه الدعوة في العصر الحاضر تحديات متعددة تستوجب تحديث الاستراتيجيات الدعوية لتناسب مع الواقع الثقافي والاجتماعي للجمهور المستهدف. لا يعتمد نجاح الدعوة على النية الحسنة فحسب، بل يتطلب أيضًا تخطيطًا منهجيًا واستخدام الوسائل المتاحة لنقل الرسالة بفعالية (Al-Bayanuni). وتستند نجاح إستراتيجية الدعوة إلى وضوح الرسالة، ومعرفة طبيعة المجتمع، وتحديد الأهداف، ثم المتابعة والتقييم المستمرين (Nur, 2025).

وقد تناولت بعض الدراسات السابقة موضوع استراتيجية دعوة الجمعية المحمدية بمنطقة جانديفورا لامبونج الجنوبية في نشر الدعوة الإسلامية، وتوصلت إلى أن الإستراتيجيات التعليمية والإعلامية والاجتماعية أسهمت في نجاح العمل الدعوي بصورة منظمة ومعتدلة (Fattah, 2025). وكما تناولت دراسة (Taufikurrohman et al., 2023). توصلت إلى أن نجاح الدعوة يتطلب التخطيط الجيد، وتحديد البرامج الدعوية، والمتابعة والتقييم المستمر، إضافة إلى استخدام أساليب دعوية متنوعة مثل الحوار والموعظة الحسنة والقدوة. وكما تناولت دراسة (Marhamah et al., 2025) توصلت إلى أن نجاح المحتوى الدعوي الرقمي يعتمد على الجمع بين الجوانب العاطفية والعقلية، واختيار العناوين الجذابة، والاستمرارية في نشر المحتوى الدعوي.

إلا أن الدراسات السابقة ركزت على الإستراتيجيات الدعوية في المؤسسات الاجتماعية أو الوسائل الرقمية، ولم تتناول بصورة خاصة مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات من خلال البرامج الدعوية التطبيقية داخل البيئة الجامعية، خاصة في جامعة الراية، مما يجعل هذا البحث مختلفًا عن الدراسات السابقة.

ومن هنا برزت أهمية البرامج والأنشطة الدعوية التطبيقية في المؤسسات التعليمية، لكونها تمثل وسيلة عملية لتدريب الطالبات على ممارسة الدعوة وتنمية مهاراتهم في التواصل والتخطيط والتأثير المجتمعي (Anggraini). ذكره أسموني سيوكر في كتابه "أساسيات إستراتيجية الدعوة الإسلامية"، فإن إستراتيجية الدعوة تعرف بأنها طريقة أو منهج أو تكتيك أو مناورة تستخدم في أنشطة الدعوة (Syukir, 1983). الدعوة الناجحة هي الدعوة التي تحقق أهدافها،

وتؤثر على من يتم دعوتهم، وتغير طريقة تفكيرهم وسلوكهم وفقاً للتعاليم الإسلامية (Siddiq, 2021). ويعرف المشروع الدعوي بأنه مجموعة من الأنشطة والبرامج المنظمة التي تهدف إلى نشر القيم الإسلامية وتحقيق أهداف الدعوة بصورة مخططة ومنهجية (Al-Muḥaymīd).

ويعد المشروع الدعوي بجامعة الراية من البرامج التي تهدف إلى إتاحة الفرصة للطلابات لتطبيق المعارف والمهارات الدعوية في الواقع العملي من خلال أنشطة متنوعة أثناء العطلة الدراسية، مما يساهم في تعزيز الخبرات الدعوية لديهن وربط الجانب النظري بالتطبيق الميداني.

وتظهر أهمية المشروع الدعوي في كونه وسيلة عملية لتدريب الطالبات على مهارات الدعوة الميدانية، مثل مهارة التواصل مع المجتمع، واختيار الأساليب المناسبة للدعوة، وتنظيم الأنشطة الدعوية بصورة منهجية. كما يساعد المشروع الدعوي الطالبات على تطبيق المعارف النظرية التي درسها داخل القاعات الدراسية في الواقع العملي، مما يساهم في إعداد جيل من الداعيات القادرات على مواجهة التحديات الدعوية المعاصرة بأساليب أكثر فاعلية وتأثيراً. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تسلط الضوء على مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات من خلال المشروع الدعوي داخل البيئة الجامعية، خاصة أن هذا النوع من الدراسات لا يزال محدوداً مقارنة بالدراسات التي تناولت الدعوة الرقمية أو الدعوة المجتمعية بصورة عامة. كما تساهم هذه الدراسة في تقديم صورة علمية حول فاعلية البرامج الدعوية التطبيقية في تنمية المهارات الدعوية لدى الطالبات، ويمكن أن تكون نتائجه مرجعاً للمؤسسات التعليمية في تطوير الأنشطة والبرامج الدعوية المستقبلية.

وانطلاقاً من ذلك، جاء هذا البحث لتحليل مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات بجامعة الراية من خلال المشروع الدعوي لعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، والكشف عن العلاقة بين المشروع الدعوي ونجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات.

منهج البحث

المنهجية في البحث هي الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسته، ومن خلالها تُنظَّم الأفكار بطريقة علمية لمعالجة مشكلة معينة، والوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها (Sugiyono, 2017). اعتمدت هذه الدراسة على البحث الكمي باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج يهدف إلى دراسة الظواهر اعتماداً على البيانات الرقمية وتحليلها إحصائياً (Suharsimi Arikunto, 2010). استخدمت الباحثة في هذا البحث طريقة العينة الشاملة (*Sampling Jenuh*)، مما يعني أن الباحثة اختارت أفراد العينة جميع أفراد مجتمع البحث ليكونوا

عينة البحث (Roflin et al., 2021). تتم عملية جمع البيانات في هذا البحث باستخدام عدة أدوات وأساليب متكاملة تتناسب مع مصادر البيانات.

وقامت الباحثة بجمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة على طالبات جامعة الراية المشاركات في المشروع الدعوي لعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، حيث بلغ عدد الاستجابات (٢٤٩) استجابة. وقد أعدت الاستبانة باستخدام مقياس ليكرت لقياس مستوى نجاح إستراتيجية الدعوة من خلال المشروع الدعوي. (Likert, 1932) كما استخدمت الباحثة برنامج SPSS 24.0 وبرنامج Microsoft Excel من خلال ميزات تحليل البيانات (Data Analysis Features) لتحليل البيانات الإحصائية.

النتائج والمناقشة

أ. نتائج البحث

المشروع الدعوي هو عبارة عن البرنامج الدعوة الخيرية بالهدف الأساسي هي إستفادة من العطلة حتى وإن كان بعمل قليل، واكتساب أجرا منه للدعوة على الخير. ويكون وسيلةً لتفعيل دور الطالبة الدعوي، فلا تترك العطلة تمرّ دون فائدة. المشروع الدعوي هو سلسلة من البرامج المخططة والمنهجية والمنظمة لنقل رسالة الإسلام خلال فترة زمنية محددة، بهدف إحداث تغيير إيجابي في الأفراد والمجتمع.

فكان اختيار نوع النشاط الدعوي في هذا المشروع حرية على الطالبات، على ما تناسب قدراتهن وظروفهن، ولو كان عملاً بسيطاً. فمنهنّ من تختار الدعوة الأسرية، أو دعوة الصديقات، أو تعليم الأطفال، أو إقامة الدورة اللغوية أو غير ذلك من الأنشطة الدعوية، سواء كان ذلك عن طريق التواصل الإجتماعية أم عن طريق المباشر.

جمعت الباحثة البيانات باستخدام الاستبانة على استجابة من ٢٤٩ طالبة لمعرفة مدى نجاح إستراتيجية

دعوة الطالبات بجامعة الراية من خلال المشروع الدعوي لعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥م

١. اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط (*Regresi linear sederhana*) باستخدام برنامج

Microsoft Excel Data Analysis Features

قامت الباحثة بإجراء اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط باستخدام برنامج Microsoft Excel من

خلال ميزة تحليل البيانات (Data Analysis Features)، وذلك بعد معالجة نتائج الاستبانة التي بلغت ٢٢

استجابة. ويهدف هذا الاختبار إلى معرفة مدى العلاقة والتأثير بين المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث تم الحصول على نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول ١. نتيجة تحليل الانحدار الخطي البسيط

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	4.9692991	0.786421	6.31888	1.2198E-09	3.4203518	6.518246	3.420352	6.5182464
Variabel 1	0.747221	0.041584	17.9689	9.68261E-47	0.6653162	0.829126	0.665316	0.8291259

١. المصدر: الحصول على البيانات من *Microsoft Exel Data Analysis Features*

يمكن رؤية نتائج اختبار تحليل لانحدار الخطي البسيط في الجدول السابق، ومن هذه النتيجة عرف أن:

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

(Y) : نجاح إستراتيجيات الدعوة (المتغير التابع)

(X): المشروع الدعوي (المتغير المستقل)

(a): الثابت

(b): المعامل اتجاه لانحدار، الذي يشير إلى القيمة

ويعرف من الجدول النتائج التالية:

أ) المقطع الثابت (*Intercept*): 4,96 يعني إن كانت قيمة المتغير المستقل (المشروع الدعوي) تساوي

صفرًا، فإن القيمة المتوقعة للمتغير التابع نجاح (إستراتيجيات الدعوة) ستكون 4,96.

ب) معامل لانحدار للمشروع الدعوة (*Coefficient X*): 0,74 يعني عندما يزداد المشروع الدعوي بمقدار

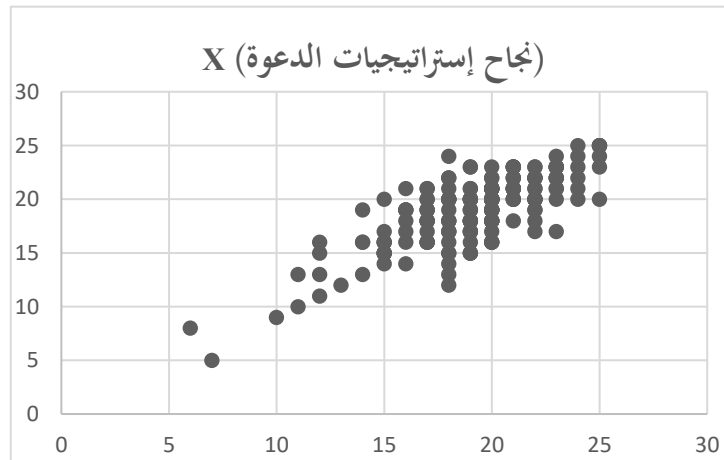
وحدة واحدة ستزداد قيمة Y بمقدار 0,74 بشرط ثبات العوامل الأخرى.

$$Y = a + bx$$

$$\hat{Y} = 4,969 + 0,747 (23)$$

$$\hat{Y} = 22.15538299$$

الرسم ١. نتيجة التحليل بشكل Scatter Plot



المصدر: الحصول على البيانات من Microsoft Exel Data Analysis Features

يوضح الرسم البياني (Scatter Plot) وجود علاقة إيجابية بين المشروع الدعوي (X) ونجاح إستراتيجيات الدعوة (Y)، حيث تتجه معظم النقاط من أسفل اليسار إلى أعلى اليمين مع ميلها إلى اتباع خط الانحدار. ويدل ذلك على أنه كلما ارتفع مستوى تنفيذ المشروع الدعوي، ازداد مستوى نجاح إستراتيجيات الدعوة لدى الطالبات، رغم وجود بعض العوامل الأخرى التي قد تؤثر على البيانات.

وبالتالي استخدمت الباحثة جدول ANOVA ليساعد على معرفة حقيقة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وعلى التأكد أن العلاقة بينهما ذات دلالة إحصائية ولا تحدث عشوائيا

الجدول ٢. نتيجة ANOVA

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	1736.83878	1736.839	322.8802986	9.68261E-47
Residual	247	1328.66323	5.379203		
Total	248	3065.50201			

١. المصدر: الحصول على البيانات من Microsoft Exel Data Analysis Features

استخدمت الباحثة برنامج Microsoft Exel Data Analysis Features فوجدت نتيجة ANOVA لمعرفة F_{hitung} ونتيجة Sig. أما نتيجة Sig (قيمة الدلالة) فلمعرفة مقدار دور المتغير X (نجاح إستراتيجيات الدعوة) على المتغير Y (المشروع الدعوي) وأما F_{hitung} لمعرفة مستوى العلاقة بين المتغيرين. ومن الجدول عرف أن:

$$322,880 = F_{hitung}$$

$$0,000 = \text{Sig. نتيجة}$$

والخطوة التالية هي اتخاذ القرارات في تحليل الانحدار الخطي البسيط وذلك يركز على شيئي:

١. إذا كانت قيمة الدلالة أقل من 0.05، فهذا يعني أن المتغير X له دور في المتغير Y.

٢. إذا كانت قيمة الدلالة أقل من 0.05، فهذا يعني أن المتغير X لا يوجد دور في المتغير Y.

ومن الجدول السابق المعروض أن قيمة $F_{hitung} = 322,880$ بمستوى دلالة يبلغ $0,000 > 0,005$.

فتشير نتائج تحليل ANOVA إلى أن قيمة F بلغت (322.88)، بينما بلغت قيمة $F (9.68261E-47)$ ، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05). وهذا يدل على أن نموذج الانحدار المستخدم في هذه الدراسة ذو دلالة إحصائية. وبناء على ذلك يمكن القول إن إستراتيجية دعوة الطالبات من خلال المشروع الدعوي حققت مستوى جيداً من النجاح.

٢. اختبار الارتباط بيرسون باستخدام برنامج SPSS 24.0 for Windows

وبعد التأكد من دلالة نموذج الانحدار إحصائياً، انتقلت الباحثة إلى اختبار الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمعرفة قوة العلاقة بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة لدى الطالبات، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول ٣. اختبار الارتباط بيرسون

Correlations			
		المشروع الدعوي	تعزيز نجاح إستراتيجيات الدعوة
المشروع الدعوي	Pearson Correlation	1	.753**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	249	249
تعزيز نجاح إستراتيجيات الدعوة	Pearson Correlation	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	249	249
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

١. المصدر: المصدر: الحصول على البيانات من SPSS 24.0 for Windows

تبين نتائج اختبار الارتباط باستخدام معامل بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية بين دور المشروع الدعوي و تعزيز نجاح إستراتيجيات الدعوة، وذلك بالتفسير التالي:

أن قيمة الدلالة الإحصائية تعزيز نجاح إستراتيجيات الدعوة في المتغير المستقل (X) بلغت 0.000 كما أظهرت أن قيمة الدلالة الإحصائية للمتغير التابع (Y) المشروع الدعوي بلغت أيضاً 0.000.

وفي الخطوة التالية، تم تحديد طبيعة العلاقة باستخدام معامل ارتباط بيرسون، وذلك بالاعتماد على معيارين أساسيين، وهما:

١. إذا كانت قيمة الدلالة أقل من 0,005، فإن العلاقة تكون مترابطة.
 ٢. إذا كانت قيمة الدلالة أكبر من 0,005، فإن العلاقة لم تكون مترابطة.
- وبهذا عرف أن قيمة الدلالة كلا المتغيرين 0,000، وهي أقل من 0,005.
- كما تُظهر نتائج الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغير المستقل (X) بلغت 0,753، وكذلك بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغير التابع (Y) 0,753، مما يدل على أن قيمة الارتباط بين المتغيرين متساوية، وتُصنف ضمن مستوى الارتباط الشديد.

قيمة الارتباط بيرسون	درجة العلاقة
0,81-1,00	الارتباط الكامل
<u>0,61-0,80</u>	<u>الارتباط الشديد</u>
0,41-0,60	الارتباط المتوسط
0,21-0,40	الارتباط الضعيف
0,0-0,20	لا يوجد الارتباط

تدل نتائج اختبار الارتباط بيرسون على وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.753) بمستوى دلالة إحصائية (0.000) أقل من (0.05) وتشير هذه النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى تنفيذ المشروع الدعوي يرتبط بارتفاع مستوى نجاح إستراتيجيات الدعوة لدى الطالبات.

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة إيجابية بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة لدى الطالبات، حيث أظهرت قيمة معامل الانحدار أن ارتفاع مستوى تنفيذ المشروع الدعوي يسهم في

ارتفاع مستوى نجاح الإستراتيجية الدعوية. كما بينت نتائج اختبار ANOVA أن نموذج الانحدار المستخدم ذو دلالة إحصائية، مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين ليست علاقة عشوائية.

وأظهرت نتائج اختبار الارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.753) بمستوى دلالة إحصائية (0.000). وتدل هذه النتائج على أن المشروع الدعوي يسهم في تنمية المهارات الدعوية لدى الطالبات من خلال التطبيق العملي للأنشطة الدعوية، مما يساعد على تعزيز فاعلية الإستراتيجية الدعوية داخل البيئة الجامعية.

ب. مناقشة البحث

تدل نتائج هذا البحث على أن المشروع الدعوي يسهم بصورة إيجابية في نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات بجامعة الراية، وذلك من خلال الأنشطة الدعوية التطبيقية التي تقوم بها الطالبات أثناء تنفيذ المشروع الدعوي. ويظهر ذلك من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط واختبار الارتباط بيرسون، كما يمكن أن تعود هذه النتيجة إلى تنوع الأنشطة الدعوية التي تمارسها الطالبات في المشروع الدعوي، مثل الدعوة الأسرية، وتعليم الأطفال، والدورات اللغوية، والدعوة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يسهم في اكتساب الخبرات الدعوية وتنمية الثقة بالنفس لدى الطالبات. إضافة إلى ذلك، فإن حرية اختيار نوع النشاط الدعوي المناسب لقدرات الطالبة وظروفها يساعد على زيادة التفاعل الإيجابي مع المشروع وتحقيق أهدافه بصورة أفضل. فيمكن وصف العلاقة بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة بأنها علاقة ارتباطية إيجابية وقوية، وذلك بناءً على قيمة معامل ارتباط بيرسون التي بلغت (0.753)، وهي تقع ضمن مستوى الارتباط الشديد. ويدل ذلك على أن زيادة تفعيل المشروع الدعوي تؤدي إلى زيادة مستوى نجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين ليست علاقة سلبية أو ضعيفة، بل علاقة إيجابية ذات تأثير واضح.

وتتفق نتائج هذا البحث مع دراسة (Fattah, 2025). التي بينت أن استخدام الإستراتيجيات التعليمية والإعلامية والاجتماعية يسهم في نجاح العمل الدعوي بصورة منظمة. كما تتفق أيضًا مع دراسة (Taufikurrohman et al., 2023). التي أكدت أن نجاح الدعوة يرتبط بالتخطيط الجيد، والمتابعة، واستخدام الأساليب الدعوية المناسبة. كذلك تتوافق نتائج هذا البحث مع دراسة (Marhamah et al., 2025). التي أوضحت أهمية اختيار الوسائل والأساليب المؤثرة في تحقيق نجاح المحتوى الدعوي.

إلا أن هذا البحث يتميز عن الدراسات السابقة في كونه ركز على قياس مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات من خلال المشروع الدعوي داخل البيئة الجامعية باستخدام المنهج الكمي والتحليل الإحصائي، بينما ركزت أغلب الدراسات السابقة على الجانب الكيفي أو على الدعوة الرقمية والمؤسسات الاجتماعية بصورة

عامة. ولذلك يسهم هذا البحث في تقديم صورة علمية حول فاعلية البرامج الدعوية التطبيقية في تنمية نجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات داخل المؤسسات التعليمية

خلاصة البحث

في هذا البحث، هدفت الباحثة إلى تحليل مدى نجاح إستراتيجية دعوة الطالبات بجامعة الراية من خلال المشروع الدعوي لعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، والكشف عن العلاقة بين المشروع الدعوي ونجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات. واستخدمت الباحثة المنهج الكمي بالأسلوب الوصفي التحليلي، مع جمع البيانات من خلال الاستبانة الموزعة على الطالبات المشاركات في المشروع الدعوي. كما استخدمت الباحثة برنامجي Microsoft Excel و SPSS 24.0 لتحليل البيانات الإحصائية باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط واختبار الارتباط بيرسون.

وأظهرت نتائج البحث وجود علاقة إيجابية وقوية بين المشروع الدعوي ونجاح إستراتيجيات الدعوة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.753) بمستوى دلالة إحصائية (0.000)، مما يدل على أن المشروع الدعوي يسهم في تعزيز نجاح الإستراتيجية الدعوية لدى الطالبات. كما بينت نتائج تحليل الانحدار الخطي أن ارتفاع مستوى تنفيذ المشروع الدعوي يؤدي إلى ارتفاع مستوى نجاح الدعوة بصورة إيجابية.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، توصي الباحثة بالاستمرار في تنفيذ المشروع الدعوي وتطوير برامجه وأنشطته؛ لما له من دور مهم في تنمية المهارات الدعوية وربط الجانب النظري بالتطبيق العملي. كما تقترح الباحثة إجراء دراسات أخرى حول الإستراتيجيات الدعوية المختلفة ووسائل تطوير العمل الدعوي داخل المؤسسات التعليمية.

المراجع

- Al-'Ammār, Ḥamad bin Nāṣir bin 'Abd ar-Raḥmān. (2018). *Asālīb ad-Da'wah al-Islāmiyyah al-Mu'aṣirah*. Dār Kunūz Isybīliyyā li an-Nasyr wa at-Tauzī'.
- Al-Bayanuni, M. A. al-F. (n.d.). *al-Madkhal ilā 'Ilm ad-Da'wah*. Mu'assasah ar-Risālah.
- Al-Muḥaymīd, N. bin I. bin S. (n.d.). *Iddārat al-Mashārī' al-Iḥtirāfiyyah Wifqa Manhajiyyat PMI*.
- Anggraini, Erna martia, Khomsahrial Romli, Fitri Yanti, S. R. A. (n.d.). *STRATEGI DAKWAH DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM: KAJIAN LITERATUR*. Vol. 4 No. <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/5axh7t47>
- Fattah, A. Al. (2025). *The Da ' wah Strategy of the Muhammadiyah Organization in Spreading Islamic Teachings in the Candipura Region South Lampung*. 7(1), 2245–2258.
- Fauzi. (2023). *STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN AGAMA ISLAM DA ' WAH STRATEGIES IN THE DIGITAL ERA IN INCREASING*. 13(1), 35–55.
- Likert, R. (1932). "Technique for the Measurement of Attitudes, A." In *Encyclopedia of Research Design*. <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n454>
- Marhamah, B., Aziz, A., Mursalin, H., & Sukabumi, S. A. (2025). *Analyzing the Da ' wah Strategy of Muhammad Nuzul Dzikri ' s YouTube Channel Using Animatio*. 7(1), 2324–2335.
- Najamuddin. (2020). Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh Pendahuluan Dalam konstelasi kehidupan di dunia ini manusia tentunya. *Jurnal Studi Islam*, 12(April), 25–46. <https://doi.org/ISSN 2086-6291>
- Nur, D. M. (n.d.). Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya. *Aug 12, 2015, Vol. 12 No. 2 (2011): Wardah*. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/wardah.v12i2.233>
- Roflin, E., Liberty Ichi, A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variable Dalam Penelitian Kedokteran*. Penerbit Nem.
- Şiddīq, N. 'Abd ar-R. 'Abdullāh. (2021). *ad-Da'wah al-Islāmiyyah Minhāj Ḥayāh*. <https://doi.org/https://doi.org/10.52981/fic.v1i12.764>
- Sugiyono. (2017). *Pendidikan Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* (6th ed.). Rineka Cipta.
- Syukir, A. (1983). *Strategi Dakwah Islam*. Usaha nasional.
- Taufikurrohman, A., Khulwati, E., & Hidayat, T. (2023). *Optimalisasi Dakwah Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19*. 7(2), 75–87. <https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.7489>