

PERAN DAKWAH DIGITAL DALAM PENYEBARAN AJARAN ISLAM DI KALANGAN PEMUDA

Crolina Wilna Sastra Sitompul¹, Su'aidah Safitri Manurung², Nazwa Khumairah Rahmadini Hasibuan³, Tita Bunga Febriyanti⁴

crolinawilnasastra.stp@gmail.com¹, suaidahsmnrg@gmail.com²,
nazwakhumairah46@gmail.com³, titabunga46@gmail.com⁴

Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran dakwah digital di kalangan pemuda dalam penyebaran agama Islam di era teknologi informasi. Dengan semakin berkembangnya platform digital seperti media sosial, blog, dan aplikasi berbasis internet, dakwah Islam kini dapat diakses lebih luas dan lebih mudah oleh generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan media digital memengaruhi pemahaman agama Islam di kalangan pemuda, serta peran pentingnya dalam memperkuat nilai-nilai keislaman di era modern. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan cara menyebar kuisioner dengan 20 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan kurang mampu menarik perhatian pemuda yang akrab dengan teknologi. Terdapat tantangan dalam menjaga akurasi dan kualitas pesan dakwah agar tetap sesuai dengan ajaran Islam. Kesimpulannya, dakwah digital memiliki potensi besar dalam menyebarkan Islam di kalangan pemuda, tetapi perlu didukung dengan literasi digital yang baik dan pendekatan yang relevan dengan konteks kehidupan modern.

Kata Kunci: Dakwah digital, pemuda, media sosial, Islam, penyebaran agama, teknologi.

ABSTRACT

This research discusses the role of digital da'wah among youth in the spread of Islam in the era of information technology. With the development of digital platforms such as social media, blogs, and internet-based applications, Islamic da'wah can now be accessed more widely and more easily by the younger generation. This research aims to analyze how the use of digital media affects the understanding of Islam among youth, as well as its important role in strengthening Islamic values in the modern era. Strengthening Islamic values in the modern era. The research method used is descriptive quantitative by distributing questionnaires with 20 respondents. The results show that digital da'wah is less effective in reaching a wider audience and less able to attract the attention of youth who are familiar with technology. Youth who are familiar with technology. There are challenges in maintaining the accuracy and quality of da'wah messages to remain in accordance with Islamic teachings. In conclusion, digital da'wah has great potential in spreading Islam among youth, but it needs to be supported by good digital literacy and an approach that is relevant to the context of modern life.

Keywords: Digital da'wah, youth, social media, Islam, religious propagation, technology.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kegiatan yang menggunakan berbagai strategi dan media yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dengan tujuan mengajak manusia untuk berbuat baik dan mencegah keburukan demi meraih keridhaan Allah SWT di dunia dan akhirat (Lestari, 2020). Berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari, Rasulullah SAW bersabda, "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat" (HR. Bukhari). Hadis ini menegaskan bahwa setiap Muslim memiliki kewajiban untuk berbagi dan menyebarkan ajaran agama, meskipun

hanya sedikit. Dalam konteks era milenial yang terus berkembang pesat, terutama dengan kemajuan teknologi, dakwah dapat memanfaatkan media baru yang lebih relevan dengan masyarakat saat ini (Mardiana, 2020).

Di era modern ini, dakwah tidak lagi menjadi tanggung jawab eksklusif para ulama, tetapi merupakan hak dan tanggung jawab setiap Muslim. Setiap individu memiliki kewajiban untuk berdakwah di mana pun dan kapan pun dengan penuh tanggung jawab, sehingga dakwah dapat berlanjut dari waktu ke waktu (Pimay & Savitri, 2021). Fenomena komunitas hijrah yang marak di berbagai kota di Indonesia merupakan salah satu bukti bahwa dakwah telah meluas ke berbagai lapisan masyarakat, dan setiap Muslim berhak serta mampu untuk berdakwah.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi salah satu sarana efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Hikmawati dan Farida (2021) mengungkapkan bahwa platform media sosial seperti TikTok telah digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan Islam, di mana video berdurasi pendek dengan latar shalawat atau lagu islami digunakan untuk menarik perhatian banyak pengikut. Sementara itu, Toybah (2017) mencatat bahwa akun Instagram @haditsku juga aktif menyebarkan dakwah dengan menyampaikan pesan-pesan moral dan religius yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Dakwah memiliki peran penting dalam perkembangan dan penyebaran ajaran Islam. Penyebaran Islam di Nusantara tidak terlepas dari peran ulama yang gigih dalam melakukan dakwah. Secara etimologis, dakwah berasal dari kata dalam bahasa Arab "da'wah" yang berarti ajakan atau seruan untuk beriman kepada Allah SWT berdasarkan akidah dan syariat Islam. Dakwah juga didefinisikan sebagai kegiatan mengajak manusia untuk menaati Allah SWT sesuai dengan akidah, syariat, dan akhlak Islam.

Al-Qur'an secara tegas memerintahkan umat Islam untuk berdakwah, seperti yang tercantum dalam Surat Ali Imran ayat 104, "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung" (QS. 3:104). Surat An-Nahl ayat 125 juga menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah dan pelajaran yang baik, serta argumen yang bijak, sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Dakwah tidak hanya bertujuan untuk kepentingan pribadi sang pendakwah, tetapi demi kepentingan agama Allah SWT (Hayat, Riam, & Z.A., 2022).

METODOLOGI

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis mengenai fenomena penggunaan media sosial dalam konteks dakwah di kalangan pemuda. Metode ini memungkinkan analisis perilaku pengguna media sosial yang terlibat dalam kegiatan dakwah, termasuk keterlibatan mereka, jenis konten yang dibagikan, dan persepsi mereka mengenai efektivitas media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah (Kapoor et al., 2018).

Sampel responden dipilih menggunakan teknik snowball sampling, di mana responden awal merekomendasikan individu lain yang sesuai dengan kriteria penelitian. Kriteria tersebut meliputi keterlibatan aktif dalam dakwah digital dan frekuensi penggunaan media sosial untuk tujuan dakwah (Bryman, 2016). Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mencakup pertanyaan mengenai intensitas penggunaan media sosial, jenis konten dakwah yang dibagikan, serta tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital (Creswell, 2014).

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif, termasuk distribusi frekuensi dan persentase, untuk menggambarkan pola penggunaan media sosial

oleh responden. Analisis ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih dalam tentang tantangan dan peluang dalam dakwah digital melalui media sosial (Cheong, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks dakwah di era digital, umat Muslim dihadapkan pada tantangan baru. Budaya dan kebiasaan masyarakat telah berubah secara signifikan dibandingkan dengan masa lalu. Model dakwah tradisional, seperti ceramah di masjid yang hanya didengar oleh audiens pasif, dianggap kurang efektif dan memerlukan pendekatan yang lebih kreatif. Untuk itu, komunitas-komunitas dakwah di berbagai kota besar telah berkembang dengan cara yang lebih inovatif dan adaptif terhadap budaya lokal serta teknologi modern.

Salah satu contoh adalah komunitas "Ngasango" di Pamekasan, yang menerapkan dakwah berbasis budaya lokal dengan menggabungkan kegiatan ngaji sambil ngopi. Pendekatan ini memungkinkan dakwah disampaikan secara lebih ramah dan akomodatif sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat (Rosi & Rahman, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak harus dilakukan secara formal, tetapi dapat disesuaikan dengan budaya masyarakat lokal untuk menciptakan keterhubungan yang lebih baik.

Selain itu, di Surakarta terdapat komunitas dakwah bernama "Omah Ngaji", yang memfokuskan pada pengajaran ilmu-ilmu agama Islam seperti tauhid, fiqh, nahwu, sharaf, dan sejarah Islam. Komunitas ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman ahlussunnah wal jamaah bagi generasi milenial, terutama dalam menghadapi tantangan seperti hoaks, radikalisme, dan terorisme (Kristina, 2020). Ini menunjukkan bahwa komunitas dakwah juga berperan penting dalam membentuk pola pikir yang kritis dan moderat bagi kaum muda, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan ideologi ekstrem.

Teknologi digital telah memberikan kecepatan dalam penyebaran informasi, di mana generasi milenial sudah terbiasa menggunakan berbagai platform media sosial. Konten dakwah yang kreatif dan edukatif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dapat memberikan dampak besar bagi audiens muda. Media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium penting dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif. Namun, tantangan terbesar dalam dakwah di era digital adalah bagaimana memanfaatkan platform ini secara maksimal dan strategis untuk memastikan pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki dampak yang mendalam pada perilaku moral dan spiritual generasi muda (Nugraha dkk., 2020).

Pentingnya dakwah kreatif di media sosial tercermin dalam gerakan komunitas seperti "Kreasi", yang menggabungkan pendidikan agama dengan soft skills seperti public speaking, editing, dan programming. Selain itu, komunitas ini menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan kutipan-kutipan inspiratif dan ceramah-ceramah singkat melalui Instagram dan TikTok, yang lebih mudah diakses dan disebarluaskan oleh audiens muda. Inisiatif ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar tradisional, tetapi juga dapat dilakukan melalui pendekatan digital yang modern dan relevan.

Namun, di balik kemudahan teknologi, terdapat dampak negatif yang juga perlu diwaspadai, terutama di kalangan generasi muda. Penggunaan media sosial yang berlebihan sering kali memicu kemalasan belajar, penurunan kualitas interaksi sosial, serta terjadinya individualisme dan intoleransi. Arini (2020) mencatat bahwa kurangnya adab dalam berinteraksi di media sosial juga menjadi faktor penyebab melemahnya moderasi beragama di kalangan generasi muda. Di sinilah peran dakwah menjadi penting, yaitu untuk memberikan pemahaman dan panduan tentang cara menggunakan media sosial secara bijak dan sesuai dengan ajaran agama. Sejalan dengan itu, Liliweri (2005) dalam Hamdi et al. (2020) menekankan pentingnya moderasi beragama dalam menjaga kerukunan dan toleransi

antar umat beragama. Generasi muda perlu mendapatkan pemahaman mendalam mengenai pentingnya hidup berdampingan secara harmonis dengan berbagai kelompok agama. Oleh karena itu, moderasi beragama harus menjadi bagian dari konten dakwah di media sosial, agar ajaran Islam yang damai dan inklusif dapat tersampaikan secara luas.

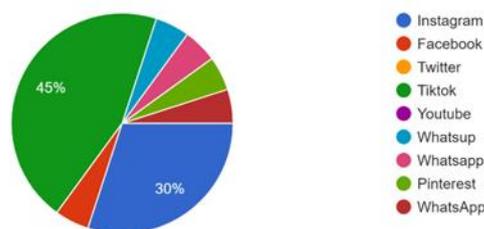
1. Seberapa sering Anda menggunakan media sosial?
20 jawaban



Gambar 1.

Hasil dari 20 responden menunjukkan bahwa 100% dari mereka menggunakan media sosial setiap hari. Ini mencerminkan intensitas penggunaan media sosial yang sangat tinggi di kalangan responden, yang dapat menjadi faktor penting dalam memahami dampak dakwah digital pada pemahaman agama mereka.

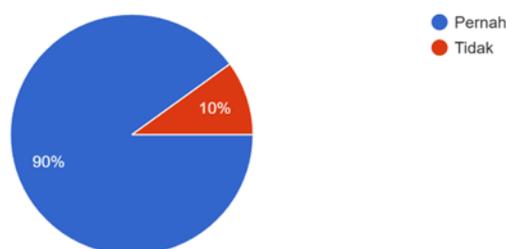
2. Platform media sosial apa yang paling sering Anda gunakan? (Pilih satu atau lebih)
20 jawaban



Gambar 2.

Dari responden, 45% menggunakan YouTube, diikuti oleh Instagram dengan 30%. WhatsApp juga menjadi platform yang signifikan dengan persentase 15%. Platform-platform ini menjadi kanal utama yang digunakan untuk mengakses dan berbagi konten dakwah, menunjukkan potensi besar dakwah melalui video dan pesan instan.

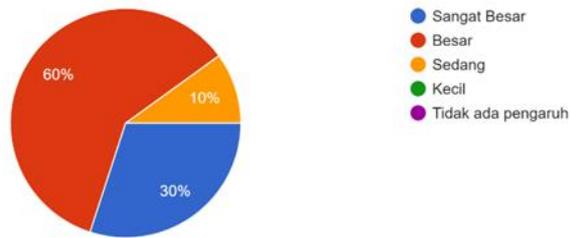
3. Apakah Anda pernah mengikuti akun atau channel dakwah di media sosial?
20 jawaban



Sebanyak 90% responden menyatakan pernah mengikuti akun atau channel dakwah, sementara 10% belum pernah. Ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens tertarik pada dakwah digital, yang mungkin dikaitkan dengan gaya penyampaian yang lebih relevan dan mudah diakses.

4. Seberapa besar pengaruh dakwah digital terhadap pemahaman Anda tentang ajaran Islam?

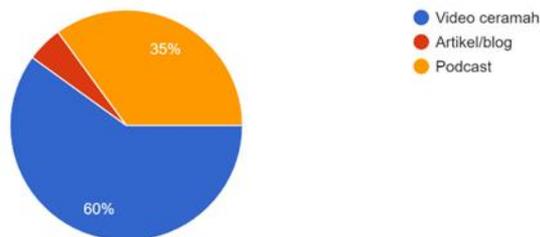
20 jawaban



Sebanyak 60% responden merasa bahwa pengaruh dakwah digital "sedang", dan 30% merasa dampaknya "besar". Hanya 10% yang merasa bahwa dampaknya "sangat besar". Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun dakwah digital memiliki pengaruh yang signifikan, tingkat pengaruhnya bervariasi di antara individu.

5. Konten dakwah digital mana yang paling menarik bagi Anda? (Pilih satu atau lebih)

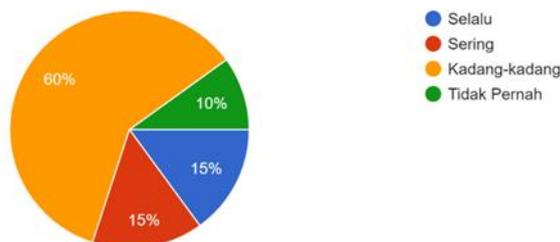
20 jawaban



Konten yang paling menarik adalah video ceramah (60%), diikuti oleh artikel/blog (35%). Sementara podcast hanya menarik 5% responden. Ini menunjukkan bahwa konten visual seperti ceramah video lebih efektif dalam menarik perhatian dibandingkan dengan format audio atau teks.

6. Seberapa sering Anda membagikan konten dakwah yang Anda temui di media sosial?

20 jawaban



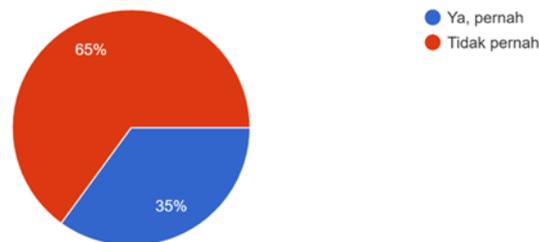
Sebanyak 60% responden jarang membagikan konten dakwah, 15% kadang-kadang, dan 15% tidak pernah membagikan. Hanya sebagian kecil (10%) yang sering membagikan konten tersebut. Ini bisa jadi menunjukkan bahwa meskipun mereka mengonsumsi konten dakwah, tingkat keterlibatan dalam menyebarkan konten tersebut masih relatif rendah.

7. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun dakwah digital? (Pilih satu atau lebih)
20 jawaban



Faktor utama yang membuat responden tertarik mengikuti akun dakwah adalah sebagai pengingat dan penguat iman ketika sedang futur (65%). Relevansi dengan kehidupan sehari-hari (20%) juga menjadi alasan utama, menunjukkan bahwa konten dakwah yang memberikan manfaat praktis lebih menarik bagi audiens.

8. Apakah Anda pernah terlibat dalam organisasi atau komunitas dakwah digital?
20 jawaban



Sebanyak 65% responden belum pernah terlibat dalam organisasi atau komunitas dakwah digital, sedangkan 35% menyatakan pernah. Ini menunjukkan bahwa keterlibatan formal dalam organisasi dakwah digital masih cukup rendah dibandingkan dengan sekadar mengikuti atau mengonsumsi konten dakwah di media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif kuantitatif ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai platform dakwah digital sangatlah tinggi di kalangan responden, dengan seluruh responden mengakses media sosial setiap hari. Platform seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp menjadi sarana utama bagi para responden untuk mengakses konten dakwah. Mayoritas responden telah mengikuti akun atau channel dakwah, menunjukkan ketertarikan besar terhadap penyebaran ajaran Islam melalui media digital. Pengaruh dakwah digital terhadap pemahaman ajaran Islam dinilai signifikan oleh sebagian besar responden, meskipun tingkat pengaruhnya bervariasi.

Dalam era digital ini, dakwah harus tampil dengan cara yang aktual, faktual, dan kontekstual, sebagaimana dikemukakan oleh Syekh al-Baby al-Khuli. Para da'i dituntut untuk memiliki kemampuan teknis dalam penggunaan internet dan media sosial agar dapat menghasilkan konten dakwah yang relevan dan menarik bagi generasi muda (Muhaemin, 2017: 349). Keakraban generasi muda dengan gadget dan internet membuka peluang besar bagi perkembangan dakwah yang efektif melalui platform digital. Ini menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang kuat dalam menyebarkan ajaran Islam, asalkan digunakan dengan cara yang tepat dan dengan tujuan yang baik.

Dakwah di era digital memiliki banyak peluang untuk tumbuh dan berkembang, namun demikian, ada tantangan yang harus diatasi. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku

dakwah untuk memahami tantangan yang dihadapi dan berupaya untuk mengatasi tantangan tersebut sehingga dakwah dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Youtube sebagai sebuah objek yang semakin populer sebagai media kreatif yang digunakan oleh banyak orang untuk menyampaikan ide melalui kreativitas. Dengan menggunakan strategi yang tepat, penggunaan Youtube dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat (Sulaeman et al., 2020).

KESIMPULAN

Dari berbagai penelitian yang dilakukan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah, dapat disimpulkan bahwa platform seperti YouTube atau Tiktok memainkan peran penting dalam menyebarkan ajaran Islam, terutama di kalangan generasi milenial. Penelitian oleh Hamdan & Mahmudin (2021) menunjukkan bahwa YouTube memiliki potensi besar sebagai media dakwah melalui video ceramah, karena kesamaannya dengan tujuan dakwah yang membutuhkan pemirsa dalam jumlah dan kualitas yang baik. Semakin banyak pemirsa yang tertarik, semakin efektif dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Selanjutnya, Rahmawati (2021) menekankan bahwa dakwah telah menjadi lebih populer di era modern ini dan dapat diakses melalui berbagai platform digital, dengan YouTube sebagai salah satu pilihan utama. Pandemi yang memaksa banyak orang untuk tinggal di rumah turut mendorong penggunaan YouTube sebagai media dakwah yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa media massa digital memberikan kemudahan dan luasnya jangkauan dalam penyebaran ajaran Islam.

Video dakwah memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran keagamaan di kalangan generasi muda. Namun, efektivitasnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kualitas konten dan kemampuan media sosial dalam menampilkan informasi yang tepat. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan relevansi dan kualitas konten dakwah agar lebih menarik bagi audiens muda. Hasil survei menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar remaja masih tertarik pada dakwah selama pandemi, hanya sedikit yang mendengarkannya secara teratur. Mayoritas remaja lebih memilih konten dakwah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan disajikan dalam bentuk contoh serta keteladanan (Parhan et al., 2022).

Model pembelajaran PAI berbasis proyek video Islami yang diterapkan kepada mahasiswa juga menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan kreativitas dakwah digital. Dengan mendorong mahasiswa untuk menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga relevan dan menarik, proyek ini dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang ajaran Islam sekaligus membekali mereka dengan keterampilan penting dalam memanfaatkan teknologi informasi (Siregar et al., 2020).

Dengan demikian, untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital, para pendakwah perlu mengadaptasi metode penyampaian dan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens muda. Upaya ini akan membantu menjadikan dakwah lebih menarik dan relevan, sehingga dapat memperkuat kesadaran keagamaan di kalangan generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/http://10.24256/pal.v6i1.2003>
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Arini, D. (2020). Penyuluhan Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Kalangan Remaja

- Di Desa Way Heling Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Abdimas Universal*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v2i1.38>
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58. <https://doi.org/10.14421/jd.2112020.1>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10, 148–158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Siregar, Hapni Laila. et al. (2024). Pembentukan Karakter Mandiri Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Indonesian Research Journal on Education*. Vol 4(1). DOI: <https://doi.org/10.31004/irje.v4i1.466>
- Siregar, Hapni Laila. et al. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran PAI Berbasis Proyek Video Islami Untuk Membangun Karakter Mahasiswa Di Abad Ke-21. *Journal of Critical Reviews*. Vol 7(1). <http://repository.upi.edu/49932/>
- Hikmawati, S. A., & farida, luluk. (2021). Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>
- Kristina, A. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial: Studi Atas Praktik Dakwah Di Komunitas Omah Ngaji Surakarta. *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 11–25. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3665>
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58. <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1>
- Rahmawati, N., Ichsan, Y., Pahlefi, M. S., Nawangsih, N., & Utami, L. A. (2021). OPTIMALISASI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL. *Jurnal PAI Raden Fatah*, 3(4), 382–392. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/pairf.v3i4.9337>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2). <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). *Advances in Social Media Research: Past, Present and Future*. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558.
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghia. (2020). Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital. *Jurnal Muharrrik: Dakwah dan Sosial*, 3(02), 175–194. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v3i02.398>
- Nurjanah, T., & Fatoni, U. (2019). Dakwah Kelompok dalam Komunitas Pejuang Mahar. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(1), 34–49. <https://doi.org/10.15575/anida.v19i1.5041>
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i.1906>
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Rastiadi, H. A., & Maysaroh. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65–75. <https://doi.org/DOI:10.15575/anida.v22i1.16633>
- Rosi, B., & Rahman, H. (2023). Dakwah Kultural Komunitas “Ngasango” di Kabupaten Pamekasan. *DA’WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.36420/dawa.v2i2.222>
- Toybah, N. R. (2017). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku. *Al-Hiwar : Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 4(6). <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v4i6.1218>
- Hayat, N. M. Riam, Z. A. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *Ilmu Al-Qur’an (IQ) Jurnal Pendidikan Islam*. Vol 5(2). DOI: 10.37542/iq.v5i02.791
- Sulaeman, A. R., Fazr, A., & Fairus. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v11i1.1009.g777>