

Reaktualisasi Dakwah Konvensional di Tengah Ekosistem Digital: Analisis Tantangan, Peluang, dan Transformasi di Platform Media Sosial

Syifa Hamama

Institut Agama Islam Nahdahtul Ulama Kebumen

e-mail: chipamedia@gmail.com

Abstract. *This article explores the challenges faced by conventional da'wah when confronted with the dynamics of digital communication on social media. The core issue identified is the limited ability of traditional da'wah approaches to engage younger audiences who are more responsive to interactive and algorithm-driven communication formats. The purpose of this study is to evaluate the relevance of classical da'wah methods, map the emerging challenges in the age of social media, and identify transformative opportunities that enable da'wah to remain effective within the digital landscape. This article employs a qualitative analytical method based on literature review, analysis of digital media contexts, and examination of digital communication theories. The findings indicate that the most effective strategy lies in integrating conventional da'wah with digital approaches. The relevance of traditional da'wah becomes even more pronounced when strategically combined with the sophistication of social media. Conventional da'wah serves as an anchor that preserves depth and authenticity, while digital da'wah expands its reach to wider publics, especially young people. Through this combination, da'wah can remain relevant, adaptive, and transformative amid the significant changes brought about by the digital age.*

Keywords: *Reactualization, Conventional Da'wah, Digital Da'wah, Social Media*

Abstrak. Artikel ini mengangkat problematika dakwah konvensional ketika berhadapan dengan dinamika digital di media sosial. Masalah utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan pendekatan dakwah tradisional dalam menjangkau audiens muda yang lebih responsif terhadap format komunikasi interaktif dan algoritmik. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi relevansi metode dakwah konvensional, memetakan tantangan yang muncul di era media sosial, serta mengidentifikasi peluang transformasi yang memungkinkan dakwah tetap efektif dalam lanskap digital. Artikel ini menggunakan metode analisis kualitatif berbasis studi literatur, kajian konteks media digital, dan telaah teori komunikasi digital. Hasil menunjukkan bahwa strategi terbaik integrasi antara dakwah konvensional dengan pendekatan digital. Relevansi dakwah konvensional justru semakin nyata ketika ia dipadukan secara strategis dengan kecanggihan media sosial. Dakwah konvensional menjadi jangkar yang menjaga kedalaman dan otentisitas, sementara dakwah digital menjadi perluasan ruang dakwah yang menjangkau publik luas, terutama anak muda.

Dengan kombinasi tersebut, dakwah dapat tetap relevan, adaptif, dan berdaya transformasi di tengah perubahan besar dunia digital.

Kata Kunci: Reaktualisasi, Dakwah Konvensional, Dakwah Digital, Media Sosial

Pendahuluan

Era digital kontemporer ditandai dengan disrupsi komunikasi masif yang dipicu oleh media sosial. Hal tersebut telah mentransformasi cara informasi diproduksi, disebar, dan dikonsumsi termasuk diskursus keagamaan. Platform seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, dan *Podcast* menghadirkan medium dakwah yang lebih terbuka, dialogis dan melintasi batas geografis maupun sosial. (Nugroho, Santono, and Miftahun 2025) Seiring perkembangan zaman, sarana dakwah telah beradaptasi signifikan. Awalnya hanya sebatas mimbar, kini para Da'i semakin kreatif memanfaatkan akun- akun media sosial yang mudah diakses via smartphone sebagai wadah utama untuk menyebarkan nilai-nilai pendidikan Islam. (Wibowo 2019). Fenomena ini menghadirkan tantangan eksistensial bagi pendekatan dakwah konvensional yang secara historis mengandalkan komunikasi satu arah, otoritas terpusat (ulama/da'i) dan terikat pada ruang fisik (masjid atau majelis taklim).

Paradigma dakwah yang sebelumnya bertumpu pada tatap muka, ceramah satu arah, otoritas ulama dan institusi formal, kini berhadapan dengan ruang publik digital yang cair dan interaktif. (Nugroho, Santono, and Miftahun 2025). Oleh karena itu, urgensi untuk menyelidiki dan menganalisa gaya komunikasi dakwah dalam konteks era digital semakin penting (Taufik, 2020). Untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era digital, maka ulama/da'i sebaiknya adalah orang yang memiliki pengetahuan luas, pesan yang disampaikan perlu selaras dengan isu-isu kekinian, disusun dengan pendekatan yang tepat dan relevan dengan karakter masyarakat modern serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan publik masa kini. (Lestari et al. 2020). Kini, mulai marak ditemui selebaran yang mengumumkan jadwal majelis taklim rutin secara daring (*online*). Pengajian daring menjadi praktik yang umum dan terbuka, diselenggarakan melalui fitur siaran langsung pada berbagai platform oleh para pimpinan, kyai, maupun ustadz pesantren. Hal ini menandai pergeseran signifikan, sebab materi pengajian yang dulunya eksklusif bagi santri di pesantren kini dapat dijangkau oleh publik

luas.(Khamim,2022). Hal ini relevan dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan Rogers (2003) dalam konteks dakwah, teori ini menjelaskan bagaimana suatu inovasi atau ide baru dapat tersebar melalui berbagai tahapan, yaitu pengenalan, persuasif, keputusan, implementasi dan konfirmasi. Media sosial, internet dan platform lainnya membuka peluang bagi penyebaran dakwah dengan jangkauan yang lebih luas sekaligus pendekatan yang lebih personal.(Ramli, 2024).

Di ruang digital, konsep dakwah harus bertransformasi menjadi dakwah yang tranformatif dan dakwah partisipatif. Perubahan medium ini tidak hanya membawa pergeseran teknis, tetapi juga epistemologis dan sosiologis, siapa yang berhak berdakwah, bagaimana otoritas diproduksi, serta bagaimana pesan keagamaan dikonstruksi, disebar dan dipahami. Masalah utama muncul ketika pendekatan dakwah konvensional tetap dipertahankan secara kaku tanpa adaptasi terhadap ekosistem digital. Model dakwah berorientasi paternalistik dan top-down, sehingga seringkali tidak kompetibel dengan karakter media sosial yang dialogis, cepat, personal dan berbasis algoritma. Seperti yang diutarakan Nashoil Ibad dalam Annafsa (2025) yang menekankan pentingnya literasi digital dimiliki oleh para Da'i dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah. Menurutnya pemahaman yang mendalam tentang algoritma Tiktok, kemampuan narasi serta keterampilan interaksi dapat meningkatkan efektifitas dakwah di platform tersebut.(Annafsa et al. 2025)

Dakwah digital menuntut pergeseran dari komunikasi satu arah (monolog) ke komunikasi dua arah (dialog). Audiens tidak hanya sekedar objek, melainkan subjek yang berinteraksi, berkomentar, dan bahkan berpartisipasi dalam penyebaran pesan. Da'I perlu membangun interaksi simbolik dan memperkuat hubungan dengan audiens.(Rafi 2025). Hal ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal (Mulyana dalam Ramli, 2024) yang menekankan pada pentingnya interaksi langsung antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks dakwah. Komunikasi interpersonal berperan penting untuk menciptakan suasana interaktif dan memungkinkan terjalinnya hubungan personal antara pendakwah dan *mad'u*. Pendekatan ini dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan pesan karena audiens merasa diperhatikan dan dilibatkan dalam proses dakwah. (Ramli, 2024).

Meskipun dakwah digital bersifat interaktif menawarkan ruang keterlibatan yang jauh lebih besar, fenomena ini juga menghadirkan tantangan baru terkaiat

dengan validitas pesan keagamaan, etika komunikasi, dan resiko distorsi makna ajaran Islam. Ditengah banjir informasi yang serba cepat dan tidak terkontrol, batas antara ajaran yang sah dan pendapat subjektif seringkali menjadi kabur, sehingga pesan dakwah mudah tercampur dengan interpretasi yang tidak memiliki landasan ilmiah ataupun metodologis yang memadai.(Nugroho, Santono, and Miftahun 2025).

Di sisi lain, terdapat tantangan baru yaitu algoritma media sosial yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi mereka.(Post-truth et al. 2025). Studi Javed dan Javed (2023) menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat memperkuat polarisasi politik dengan menampilkan konten yang sejalan dengan keyakinan pengguna, sehingga menciptakan ruang gema (*echo chamber*) yang memperkuat pandangan ekstrem. Oleh karena itu, kemampuan para Da'i dan lembaga keagamaan untuk memahami logika algoritma menjadi kunci dalam merumuskan metode komunikasi yang efektif untuk mempromosikan Islam yang moderat dan merangkul semua kalangan.(Ulya et.al, 2025). Penelitian ini menawarkan kerangka analitis yang menjelaskan bagaimana dakwah dapat bertransformasi menjadi lebih relevan, partisipatif, dan berbasis ekosistem digital, sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara metode tradisional dan kebutuhan komunikasi generasi saat ini.

Metode Penelitian

Untuk memahami dan menggambarkan fenomena etika dakwah di media digital, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang fokus pada deskripsi rinci suatu fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan tanpa mengubah variabel yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang luas dan menyeluruh tentang masalah yang dibahas, yaitu tantangan dan solusi etika dakwah di media digital. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif. Penelitian ini tidak berusaha menguji hipotesis; sebaliknya, ia berusaha untuk memahami cara fenomena tertentu terjadi dan apa artinya. Dalam konteks dakwah digital, fokus deskriptif penelitian ini membantu mengidentifikasi komponen utama yang membentuk tantangan dan solusi.

Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, juga dikenal sebagai studi pustaka. Studi literatur adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis data dari berbagai literatur, termasuk buku, artikel, jurnal ilmiah, dan sumber digital lainnya yang relevan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan sumber-sumber ini untuk mempelajari konsep teoritis dan temuan penelitian sebelumnya tentang etika dadah. Kesesuaian dengan topik penelitian, validitas sumber, dan kontribusinya terhadap diskusi saat ini adalah beberapa kriteria yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Selanjutnya, data yang dikumpulkan diperiksa secara menyeluruh untuk mengidentifikasi pola, tema, dan korelasi antara variabel yang relevan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Dakwah Konvensional

Dakwah merupakan aktivitas komprehensif yang meliputi komunikasi persuasif dan tindakan nyata bertujuan untuk mengarahkan khalayak menuju kebaikan (*Ma'ruf*) dan menjauhi kemungkaran. Untuk mencapai *falah* (kebahagiaan) holistik di kedua alam, aktivitas ini harus dilakukan melalui media dan metode yang selaras dengan kaidah Islam. Fakta historis menunjukkan bahwa pertumbuhan Islam di Indonesia adalah hasil langsung dari upaya dakwah para penyebar agama. Jumlah populasi Muslim Indonesia yang dominan saat ini dibentuk sebagian besar oleh kontribusi para Da'i ini. (Lestari, 2020).

Ditinjau dari segi bahasa, kata dakwah bersumber dari akar kata Arab *da'â – yad'û – da'watan*, yang mengandung makna dasar menyeru, memanggil, mengajak, dan menjamu. Implikasi bahasa ini menimbulkan ambiguitas, karena seruan tersebut dapat diarahkan kepada hal yang positif maupun negatif. Seruan atau ajakan yang menjurus pada hal-hal negatif secara spesifik merujuk pada subjeknya, yaitu setan dan individu yang meneladani perbuatannya. (Abdurahman, 2023). Dalam pelaksanaannya, dakwah berpegang pada prinsip-prinsip dasar yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, meliputi tiga metode utama sebagaimana disebutkan dalam Q.S. An-Nahl: 125, yaitu: kebijaksanaan (hikmah), nasihat yang baik (*mau'izah hasanah*), dan diskusi atau dialog yang lebih baik (*mujadalah billati*

hiya ahsan), serta harus dilakukan dengan penuh kasih sayang, kesabaran, dan berorientasi pada perubahan perilaku (*dakwah bil hal*). (Siroj, 2017). Sebelum era digital mendominasi, metode yang digunakan adalah metode dakwah konvensional yaitu segala bentuk komunikasi keagamaan yang mengandalkan interaksi tatap muka, kehadiran fisik dan media non-digital. Memahami karakter, kelebihan dan kekurangannya penting untuk menempatkan peran metode ini dalam ekosistem dakwah kontemporer.

Dakwah konvensional memiliki beberapa karakter fundamental. *Pertama*, tempat sentral pelaksanaannya adalah institut fisik seperti masjid, majelis taklim, atau mushola. *Kedua*, metode yang dominan adalah monolog atau satu arah, seperti khotbah jumat, ceramah rutin, atau pengajian umum, dimana Da'I bertindak sebagai sumber utama informasi dan audiens bertindak sebagai penerima. *Ketiga*, jangkauannya bersifat lokal dan terbatas pada waktu serta batas geografis tertentu, dan pesan hanya dapat dinikmati oleh mereka hadir secara fisik. Meskipun demikian, hubungan yang terjalin antara Da'i dan *Mad'u* cenderung personal dan mendalam, terbangun dari rutinitas pertemuan dan kedekatan emosional. Dakwah konvensional efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat dan efisien. Materi dakwah yang disampaikan dalam khutbah atau pengajian umum disusun dengan struktur yang padat dan disampaikan dalam waktu yang terbatas sehingga memudahkan *mad'u* untuk menerima inti pesan dalam waktu singkat. (Ramli, 2025).

Tantangan yang dihadapi oleh dakwah konvensional adalah efisiensi dan jangkauan. Kekurangan dalam mengakomodasi keterbatasan ruang dan waktu ini, membuat pesan dakwah tidak dapat diakses secara masif dan cepat. Hal ini sangat kontras dengan kecepatan penyebaran informasi di era digital. Agar tetap relevan, pesan dakwah konvensional harus menghindari generalisasi, jika materi terlalu umum dan tidak peka karakteristik *mad'u*, efektifitas dan relevansinya akan berkurang. Tantangan besar lainnya adalah tingginya biaya logistik dan tenaga penyelenggaraan majelis taklim atau tabligh akbar yang memerlukan alokasi dana untuk tempat, transportasi, konsumsi dan izin. Hal ini menjadikan dakwah konvensional menjadi kurang efisien jika dibandingkan membuat satu konten video yang bisa dijangkau jutaan penonton dengan biaya produksi relatif rendah. Selain itu,

metode ini seringkali bersifat pasif dan *monologis*, di mana *mad'u* hanya berfungsi sebagai penerima pesan. Ini tidak mendorong adanya *dakwah partisipatif* yang kini menjadi tuntutan di masyarakat modern. (Huda, 2023).

Relevansi, Tantangan dan Peluang Dakwah Melalui Media

Pengaruh teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi dan memperkenalkan tantangan baru dalam penyampaian pesan dakwah islam. Perubahan lanskap ini sering dipahami sebagai pergeseran total dari ruang fisik menuju ruang digital. Media sosial, platform video pendek dan kanal streaming menghadirkan bentuk dakwah baru yang cepat, interaktif dan luas jangkauannya. Namun ditengah euforia dakwah digital, muncul pertanyaan apakah dakwah konvensional seperti pengajian tatap muka, ceramah di masjid, majelis taklim, dan pembinaan komunitas masih relevan di era digital. Perlu disadari bahwa saat ini, peran dakwah konvensional mulai bergeser dari pusat dominan menjadi fondasi kelimuan dan pembinaan yang mendalam.

Ada beberapa alasan mengapa dakwah konvensional masih relevan diterapkan saat ini. *Pertama*, adanya kedalaman ilmu dan ketelitian ilmu. Dalam dakwah konvensional, pengajaran dilakukan secara bertahap dan terbuka ruang dialog untuk memastikan pemahaman yang lebih komprehensif. *Kedua*, pembentukan karakter dan etika sosial. Dakwah bukan hanya soal pengetahuan, tetapi juga pembiasaan perilaku. Ruang fisik membangun atmosfer yang memungkinkan internalisasi nilai-nilai keislaman. *Ketiga*, garis keilmuan (sanad) lebih mudah dipertahankan dalam lembaga tradisional seperti pesantren dan majelis taklim. *Keempat*, dalam kajian tatap muka, makna lebih terjaga dan kecil kemungkinan terjadi penyalahpahaman. Dengan kata lain, relevansi dakwah konvensional justru semakin menguat di era digital.

Meski saling menguatkan, pertemuan antara dakwah konvensional dan media sosial menghadirkan tantangan serius yang harus diperhatikan. Adanya krisis otoritas dan maraknya ustadz instan. Popularitas di media sosial sering tidak didukung kapasitas keilmuan yang memadai. Algoritma lebih memilih konten yang memicu emosi ketimbang kedalaman ilmu. Akibatnya, muncul pendakwah populer yang mengandalkan retorika dangkal atau narasi hitam-putih. Bahwan tidak sedikit,

dakwah digital ini dijadikan sebagai ajang “AdSens” sehingga tujuan syiar Islam berubah menjadi ajang bisnis.(Permadi, 2023).

Tantangan dakwah digital lainnya adalah munculnya polarisasi dan penyebaran ideologi kaku. Konten ekstrem atau provokatif lebih mudah viral dibandingkan dengan konten normatif. Media sosial telah berkembang menjadi tempat baru di mana wacana keagamaan dapat tersebar luas. Ruang digital memungkinkan penyebaran dakwah yang lebih luas dan demokratis, tetapi juga mempercepat radikalisme, ujaran kebencian, dan narasi keagamaan, memperkuat dikotomi "kami" versus "mereka".(Terbuka 2025). Hal ini tercermin dari meningkatnya intoleransi digital dan penyebaran ideologi Islamisme yang memanfaatkan sentimen identitas. Di era digital, informasi dapat tersebar dengan mudah dan tanpa terverifikasi yang mana yang bisa menimbulkan konflik dan memacu rasa intoleransi antar umat beragama.(Aziza, Khotimah, and Homepage 2025). Adanya fragmentasi pengetahuan agama. Generasi muda yang belajar agama melalui video 30-60 detik berpotensi memahami agama sebagai potongan-potongan bukan kerangka yang utuh. Dakwah konvensional berperan mengembalikan struktur pemahaman tersebut.

Integrasi Cerdas Dakwah Konvensional-Dakwah Digital

Melihat perkembangan zaman, dakwah konvensional tidak bisa berdiri sendiri. Ia perlu hadir dalam jaringan digital, mengemas ulang pesan dengan tetap menjaga integritas ilmiahnya. Integrasi antara metode dakwah konvensional dan digital menjadi strategi efektif dalam penyebaran nilai-nilai keislaman di era modern. (Pratama, Aprison, and Syafruddin 2024). Bentuk integrasi yang dapat diterapkan untuk menjaga relevansi dakwah konvensional di era digital bisa dilakukan dengan cara *pertama*, mengintegrasikan pendekatan digital. Dalam dakwah konvensional tidak perlu meninggalkan bentuk aslinya, tetapi dapat diperkuat dengan dokumentasi video, ringkasan materi dalam bentuk dokumentasi digital kajian konvensional. *Kedua*, menghadirkan isu-isu kontemporer. Anak muda kini mencari relevansi. Bagaimana Islam berbicara tentang kesehatan mental, kesenjangan sosial, perubahan iklim, korupsi, atau teknologi AI. Forum dakwah konvensional perlu merespon isu-isu tersebut dengan pendekatan inklusif dan

berbasis riset. *Ketiga*, memperkuat literasi digital jamaah. Pertemuan tatap muka bisa berperan sebagai pembimbing literasi digital keagamaan, mengajarkan cara memilih konten kredibel, memeriksa sumber yang terpercaya dan memahami konsep algoritma. *Keempat*, menjaga tradisi keilmuan. Aspek sanad, metodologi ushul fikih, dan disiplin keilmuan tetap menjadi kekuatan dakwah konvensional. Ini harus diekspos lebih jelas agar jamaah menyadari nilai tambahnya dibanding konten viral. *Kelima*, mendisiplinkan sumber rujukan dan literatur dalam konten digital. Perlu disadari, bahwa tidak semua tema bisa dipadatkan dalam format pendek dan tidak semua perdebatan teologis cocok untuk konsumsi publik yang tidak siap. Sinergi dua model dakwah ini memungkinkan dakwah berkembang secara seimbang, sekaligus mendalam dan akurat.

Penutup

Dakwah konvensional masih sangat relevan di era digital. Namun perannya bergeser dari pusat dominan menjadi fondasi keilmuan dan pembinaan yang mendalam. Strategi terbaik adalah bukan meninggalkan metode lama tetapi mengintegrasikannya dengan pendekatan digital yang kreatif dan kritis. Relevansi dakwah konvensional justru semakin nyata ketika ia dipadukan secara strategis dengan kecanggihan media sosial. Dakwah konvensional menjadi jangkar yang menjaga kedalaman dan otentisitas, sementara dakwah digital menjadi perluasan ruang dakwah yang menjangkau publik luas, terutama anak muda. Dengan kombinasi tersebut, dakwah dapat tetap relevan, adaptif, dan berdaya transformasi di tengah perubahan besar dunia digital.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan dan peluang dakwah islam di era digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3.2 (2023): 152-162.
- Agung Nugroho, Reformis Santono, and Ahmad Miftahun, "Dakwah Interaktif: Pergeseran Dari Ceramah Satu Arah Ke Diskusi Dua Arah" 5, no. 1 (2025): 78–98.
- Adi Wibowo, "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL" 03, no. 02 (2019): 339–56.
- Andy Riski Pratama, Wedra Aprison, and Nurrahmi Latifa Syafruddin, "DAKWAH DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM" 5, no. 1 (2024): 45–53.
- Annafsa, Zihan, M Alawy Farhan, Reva Intan Zakiah, and Ali Hasan Siswanto. "Jurnal Penelitian Nusantara Transformasi Paradigma Filsafat Dakwah : Dari Tradisional Ke Digital Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara" 1, no. 3 (2025): 606–17.
- Aziza, Fathia Salsabilla, Khusnul Khotimah, and Journal Homepage. "Article Info," 2025, 70–88.
- Fathia Salsabilla Aziza, Khusnul Khotimah, and Journal Homepage, "Article Info," 2025, 70–88
- Huda, Sokhi, et al. "Digitalisasi Konten Dakwah Berbasis Media Sosial." (2025).
- Khamim, M, Dakwah Digital, and Transformasi Dakwah. "An-Nur : Jurnal Studi Islam TRANSFORMASI DAKWAH : URGENSI DAKWAH DIGITAL I TENGAH PANDEMI COVID-19" 14, no. 1 (2022): 25–43.
- Lestari, Puput Puji, Universitas Islam, Negeri Sunan, and Kalijaga Yogyakarta. "DAKWAH DIGITAL" 21, no. 1 (2020): 41–58.
- M Khamim, Dakwah Digital, and Transformasi Dakwah, "An-Nur : Jurnal Studi

Islam TRANSFORMASI DAKWAH : URGENSI DAKWAH DIGITAL DI TENGAH PANDEMI COVID-19” 14, no. 1 (2022): 25–43.

Makassar, Universitas Muhammadiyah, Universitas Islama, Negeri Alauddin, and Article History. “Dakwah Komunitas Dan Konvensional 1 1 Ramli, 2 Musafir Pababari” 6, no. 1 (2024): 133–39.

Moch Rafi, “Peran Psikologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital” 01, no. 04 (2025): 1176–82.

Nugroho, Agung, Reformis Santono, and Ahmad Miftahun. “Dakwah Interaktif: Pergeseran Dari Ceramah Satu Arah Ke Diskusi Dua Arah” 5, no. 1 (2025): 78–98.

Permadi, Danur Putut. "Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse." *Academic Journal of Da'wa and Communication* 4.1 (2023): 95-112.

Post-truth, Moderat Di Era, Khaiza Lois, Himmatul Ulya, Moh Firman Ali Al-karim, Bagus Kurniawan, and Ali Hasan Siswanto. “Jurnal Penelitian Nusantara Dakwah Digital Multimazhab : Analisis Strategi Komunikasi Islam” 1, no. 2 (2025): 682–87.

Pratama, Andy Riski, Wedra Aprison, and Nurrahmi Latifa Syafruddin. “DAKWAH DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM” 5, no. 1 (2024): 45–53

Rafi, Moch. “Peran Psikologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital” 01, no. 04 (2025): 1176–82.

Siroj, M. (2017). Prinsip-Prinsip Dakwah Islamiyah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 37(1), 1-15.

Taufik, M. T. (2020). *Dakwah Era Digital: Sejarah, Moetode dan Perkembangan* (Vol. 1). Yayasan Islam Ta’limiyah Al-Ikhlash.

Terbuka, Universitas. “Abstrak Pendahuluan Metodologi” 1, no. 1 (2025): 26–33.

Ulya, Khaiza Lois Himmatul, et al. "Dakwah Digital Multimazhab: Analisis Strategi Komunikasi Islam Moderat Di Era Post-Truth." *Menulis: Jurnal Penelitian*

Nusantara 1.6 (2025): 682-687.

Universitas Muhammadiyah Makassar et al., “Dakwah Komunitas Dan Konvensional 1 1 Ramli, 2 Musafir Pababari” 6, no. 1 (2024): 133–39.

Wibowo, Adi. “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL” 03, no. 02 (2019): 339–56.

Zihan Annafsa et al., “Jurnal Penelitian Nusantara Transformasi Paradigma Filsafat Dakwah : Dari Tradisional Ke Digital Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara” 1, no. 3 (2025): 606–17.