

Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube

Taufikurrahman, Endang Setyawati

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim

Email: taufikurrahman.if@upnjatim.co.id, endangsetyawati2135@gmail.com

Received: 25-04-2024

Revised: 30-04-2024

Accepted: 04-05-2024

Abstract

The da'wah communication system in the digital era has undergone a significant transformation. The da'wah methods used in the previous period were limited to direct interactions such as lectures and reading. With advances in digital technology, various platforms are now increasingly being used as a means to send da'wah messages to a larger audience. This research uses a quantitative description method in this research using data from various sources such as journals, the internet, and articles related to the da'wah communication system in the digital era, especially on the Instagram, TikTok, and YouTube platforms. The aim of this research is to discuss the advantages and consequences of the da'wah communication system in the digital era, as well as explain methods for creating an effective and efficient communication system. The research results show that the digital era with the existence of platforms such as Instagram, TikTok, YouTube, and so on provides opportunities for preachers and missionaries to develop a da'wah communication system. The use of digital platforms in da'wah can increase effectiveness and efficiency in conveying messages, as well as provide space for interaction between preachers and audiences. By building a better and more responsible da'wah communication system, it can have a positive impact on society and be very beneficial for the spread of true religious teachings. However, further research is needed to optimize the use of digital platforms as an effective and efficient means of da'wah.

Keywords: *Da'wah, Communication System, Digital Era*

Abstrak

Sistem komunikasi dakwah di era digital bertransformasi yang signifikan. Metode dakwah yang digunakan pada periode sebelumnya terbatas pada interaksi langsung seperti ceramah dan membaca. Dengan kemajuan teknologi digital, berbagai platform kini semakin sering digunakan sebagai sarana untuk mengirimkan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih besar. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan data dari berbagai sumber seperti jurnal, internet, dan artikel terkait dengan sistem komunikasi dakwah di era digital, khususnya di platform Instagram, TikTok, dan YouTube. Tujuan dari penelitian ini untuk membahas keuntungan dan akibat dari sistem komunikasi dakwah di era digital, serta menjelaskan metode menciptakan sistem komunikasi yang efektif dan efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa era digital dengan adanya platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan sebagainya memberikan peluang bagi para mubaligh dan muballigh untuk mengembangkan sistem komunikasi dakwah. Pemanfaatan platform digital dalam dakwah dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyampaikan pesan, serta memberikan ruang interaksi antara khotib dan khalayak. Dengan membangun sistem komunikasi dakwah yang lebih baik dan bertanggung jawab, dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan sangat bermanfaat bagi penyebaran ajaran agama yang benar. Namun, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan efisien.

Kata Kunci: *Dakwah, Sistem Komunikasi, Era Digital*



PENDAHULUAN

Pertumbuhan yang terus berlanjut dalam transformasi terjadi karena dampak teknologi informasi dan komunikasi terhadap pola interaksi dan komunikasi masyarakat di berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam situasi dakwah. Peran penting komunikasi dakwah terletak sebagai alat untuk mengkomunikasikan nilai-nilai agama dan moral, dengan tujuan menjaga serta memperkuat identitas keagamaan, serta meningkatkan pemahaman terhadap kepemimpinan agama.¹ Dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, terlihat bahwa dakwah mengalami transformasi yang signifikan.² Metode dakwah yang digunakan pada periode sebelumnya terbatas pada interaksi langsung seperti ceramah dan membaca. Namun, dengan kemajuan teknologi digital, berbagai platform media sosial, situs web, podcast, video online, dan aplikasi pesan instan kini semakin sering digunakan sebagai sarana untuk mengirimkan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih besar.³

Kemajuan teknologi yang semakin pesat membawa banyak perubahan pada berbagai kalangan masyarakat, memungkinkan akses informasi menjadi lebih cepat dan bebas bagi manusia di seluruh dunia.⁴ Menurut Little John, Kemajuan teknologi dalam era digital menghasilkan transformasi signifikan dalam proses komunikasi dan pertukaran informasi., dan saat ini proses-proses tersebut sering digunakan lebih banyak.⁵ Di era digital ini, proses penyampaian dan penyediaan informasi sedang mengalami perubahan besar. Saat ini, banyak komputer, baik perangkat keras maupun perangkat lunak, mengontrol proses tersebut dengan memanfaatkan jaringan dan fungsi yang dikembangkan di era digital.⁶ Teknologi digital adalah jenis teknologi yang tidak memerlukan campur tangan manusia atau kerja manual. Meskipun umumnya beroperasi dalam sistem terkomputerisasi atau otomatisasi dengan format yang dapat dibaca oleh komputer, dakwah tetap memiliki peran sebagai ajakan dari Da'i kepada Madhu untuk berperilaku baik dan menjauhi perbuatan buruk. Dakwah bertujuan agar individu dapat menjalani kehidupan yang memiliki makna di dunia dan akhirat, sesuai dengan petunjuk Allah SWT dan ajaran yang disampaikan oleh Rasul-Nya.⁷ Dakwah tidak mengalami hambatan dalam

¹ Imam Safi'i, "Strategi Komunikasi Kiai Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Remaja Demam Togel," *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 2 (2019): 47–63, <https://doi.org/10.31538/almada.v2i2.336>.

² Abdul Wahid, "Peluang Dan Tantangan Sistem Kerja Dakwah Di Tengah Masyarakat Milenial," *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2023): 57–71, <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2211>.

³ Samsul Rani, "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 207–16, <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>.

⁴ Wawan Setiawan, "Era Digital Dan Tantangannya," *Seminar Nasional Pendidikan*, 2017, 1–9, <https://eprints.ummi.ac.id/151/>.

⁵ Teguh Prasetyo Utomo, "Literasi Informasi Di Era Digital Dalam Perspektif Ajaran Islam," *Buletin Perpustakaan* 3, no. 1 (2020): 61–82, <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/15194>.

⁶ Astri Dwi Andriani, "Dakwah Virtual: Internet Sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital," *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 23, no. 2 (2023): 175–88, <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.29299>.

⁷ Abdul Hamid Bashori and Moh. Jalaluddin, "Dakwah Islamiyah Di Era Milenial," *Syiar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2021): 89–102, <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.40>.

era modern ini; sebaliknya, perlu beradaptasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi agar pesan-pesan keagamaan yang disampaikan dapat berhasil dan menjaga ketertiban masyarakat. Dengan melakukan penyesuaian ini melalui latihan, kehidupan menjadi lebih tenang, penuh kebahagiaan, dan sejahtera, sehingga memungkinkan pelaksanaan ibadah dengan benar dan sesuai.⁸

Apabila dakwah dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, akan terlihat adanya perbedaan. Dakwah modern memerlukan kemampuan dari para dai untuk menguasai media sosial dan media massa digital dalam mengembangkan ajaran Islam. Sekarang, banyak dai atau ustadz yang mendadak menjadi terkenal karena aktif melakukan dakwah melalui platform media sosial.⁹ Pelaksanaan dakwah melalui media sosial memiliki berbagai keunggulan, seperti fleksibilitas pelaksanaan, jangkauan audiens yang sangat luas dan tak terbatas, serta aksesibilitas di berbagai lokasi dan waktu. Hal ini dapat diwujudkan melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dengan mengunggah ceramah agama. Dakwah ini dapat dilihat ketika orang sedang santai atau menjelang tidur.¹⁰

Dalam era kemajuan teknologi yang terus berkembang, dakwah digital menjadi salah satu cara untuk berkomunikasi dan menyebarkan nilai-nilai keimanan. Oleh karena itu, perlu disesuaikan dengan kemajuan alat sosial dan mampu menyesuaikan dengan pendengar yang dituju. Agar dapat mencapai tujuan dakwah di kalangan milenial, seorang dai dituntut untuk mempunyai pemikiran yang luas dan mampu mengantar modul ajakan dengan cara yang actual.¹¹ Melalui ajakan ini, tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman kita tidak hanya tentang iman, tetapi juga tentang moral, tindakan dalam hidup, serta usaha untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Melalui ajakan digital di Instagram, aturan hidup masyarakat dapat dengan mudah dan cepat berubah. Peristiwa yang disebut sebagai konvergensi media telah membawa beberapa kemajuan penting dalam dakwah. Dengan dakwah melalui media sosial, memungkinkan dakwah untuk lebih cepat dan mudah menampilkan konten yang unik.¹²

Memanfaatkan media komunikasi digital sebagai sarana untuk dakwah merupakan peluang dan tantangan bagi pengembangan dan penyebaran informasi.¹³ Peluang yang dimaksud adalah seberapa banyak masyarakat yang memperhatikan kemampuan komunikasinya dan

⁸ Bashori and Jalaluddin.

⁹ Wahid, "Peluang Dan Tantangan Sistem Kerja Dakwah Di Tengah Masyarakat Milenial."

¹⁰ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (2019): 121–33, <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.

¹¹ Rahayu Puji Lestari, "Hubungan Antara Pernikahan Usia Remaja Dengan Ketahanan Keluarga," *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)* 2, no. 2 (2015): 18, <https://doi.org/10.21009/jkkp.022.04>.

¹² Andini Nur Bahri et al., "Strategi Komunikasi Salam TV Dalam menyiarkan Dakwah Islam Melalui Media," *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual* 1, no. 1 (2023): 80–92, <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i1.644>.

¹³ Wahyu Budiantoro, "Dakwah Di Era Digital," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 263–81, <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.

memanfaatkan alat komunikasi digital sebagai sarana untuk metode komunikasi Islami. Dalam pengembangan dakwah, agama Islam dan ajarannya terus berkembang dalam masyarakat seiring dengan kemajuan yang terjadi.¹⁴

Untuk mencapai keberhasilan dalam komunikasi, diperlukan efektivitas dan perubahan tidak hanya bagi satu individu, tetapi melibatkan banyak orang. Dalam konteks komunikasi di era digital, efek merupakan elemen integral dari seluruh proses dan menjadi faktor krusial. Saat para dai menyampaikan dakwah, harapannya adalah bahwa pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh para mad'u.¹⁵ Selain itu, diinginkan agar mad'u dapat mengimplementasikan pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari mereka. Bila hal ini terwujud, maka dakwah dianggap sukses.

Kegiatan dakwah melalui media sosial tidak hanya berlangsung di Indonesia, namun juga telah merambah ke seluruh penjuru dunia. Beberapa orator internasional, seperti Zakir Naik, Mufti Menk, dan Nouman Ali Khan, secara aktif menyampaikan dakwah melalui platform media sosial. Dengan kata lain, terjadi perubahan signifikan dalam fenomena dakwah di era digital. Perubahan ini membawa dampak pada penyebaran informasi dakwah, yang semakin meluas untuk menyampaikan ajaran Islam kepada generasi milenial.¹⁶

Interaksi komunikasi di dalam organisasi pendidikan membentuk suatu sistem sosial yang memengaruhi cara komunikasi berlangsung di dalam organisasi tersebut serta menentukan arah jalannya komunikasi. Untuk meningkatkan komunikasi, kita bisa mengurangi kesan hierarkis dan kaku dari arah komunikasi vertikal. Dalam melakukan komunikasi dengan intensitas kontak yang sering, individu dan organisasi dapat mengalami perubahan yang lebih efektif, dan yang terpenting ialah terdapat rasa saling percaya dalam organisasi. Namun, komunikasi pada tingkat individu perlu ditingkatkan agar bisa mendapatkan informasi yang lebih detail.¹⁷

Karena peran komunikasi dakwah dalam pendidikan Islam kontemporer sangat krusial, maka diperlukan penelitian menyeluruh terhadap peluang dan tantangan yang mungkin memengaruhi perkembangan proses tersebut.¹⁸ Menghadapi dinamika perubahan ini, terdapat potensi dan rintangan yang dapat meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana teknologi

¹⁴ Mega Silvia, Ridwan Effendi, and Vidi Sukmayadi, "Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pejuang.Mahar)," no. December (2019), <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30224.76804>.

¹⁵ Sunardi Bashri Iman, "Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital," *Al-Amin: Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2022): 1–10, <https://jurnal.stitalamin.ac.id/index.php/alamina/article/view/139/86>.

¹⁶ Yong He Yubo Wang, "Opinions on the Corona Virus Disease 2019," *Chongqing Medicine*, 2020, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3760/cma.j.issn.9999-998X.2020.0021>.

¹⁷ Imron Muttaqin, "Komunikasi Dan Dakwah Pada Lembaga Pendidikan Islam," *Al-Hikmah* 12, no. 2 (2018): 295–306, <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i2.1187>.

¹⁸ Zayidah Ahsanti Celsyalia, "Pola Komunikasi Dakwah Content Creator: Studi Deskriptif Pada Platform Tiktok Dan Instagram Risyad Baya'sud," *UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023), <https://digilib.uinsgd.ac.id/79758/>.

digital dapat efektif digunakan untuk memperkuat pesan dakwah dan pendidikan Islam dalam era modern. Dengan penulisan ini, diharapkan dapat memberikdan ide-ide baru dan sumbangan positif untuk pengembangan pendidikan dan dakwah Islam yang relevan dengan tuntutan zaman dan mampu beradaptasi dengan perubahan.¹⁹

Perkembangan teknologi menjadi sangat pesat sudah merambah keseluruh sektor kehidupan termasuk dalam sektor dakwah. System komunikasi yang dilakukan saat ini menggunakan teknologi yang dapat memudahkan komunikasi antar sesama.²⁰ Di Indonesia hampir seluruh masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi. Masyarakat Indonesia memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan menggunakan bebrapa palatfon media sosial yaitu instagram, tiktok, youtube dalam kehiduapn sehari-hari salah satunya digunakan dalam berdakwah. Kementerian komunikasi dan Informatika (KemenKominfo) mencatat tahun 2020 pengguna internet di Indonesia 63 juta orang, 95 persen diguakan untuk sosial media. Media sosial menawarkan beberapa kecanggihan aplikasi di era globalisa yang dirasakan banyak manfaatnya oleh masyarakat salah satunya aplikasi tiktok, Instagram dan youtube, dalam setiap aplikasi memberikan kemudahan dan fitur yang canggih sehingga memudahkan dalam penggunaannya seperti reels video yang mana kegunaanya untuk memposting dan dilihat oleh pengguna yang lain.²¹

METODE PENELITIAN

Penyusunan karya tulis ilmiah ini, metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor dalam Lexy J. Moleong bahwa pendekatan kualitatif adalah salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian guna menghasilkan data deskriptif dari perilaku yang menjadi target pengamatan baik secara tertulis atau secara lisan.²² Sumber data yang dimanfaatkan melibatkan jurnal, internet, dan artikel yang membahas sistem komunikasi dakwah di era digital. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya diolah, diinterpretasi, diklasifikasikan, dianalisis, dan disimpulkan untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang relevan. Hasil penelitian ini mengungkapkan pemahaman baru mengenai teori sistem, komunikasi, dan dakwah yang dapat diintegrasikan ke dalam sistem komunikasi dakwah di era digital. Tujuan dari penelitian ini untuk membahas keuntungan dan akibat dari sistem komunikasi dakwah di era

¹⁹ Yoki Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif," *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1, no. 1 (2020): 1–13, <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>.

²⁰ Rahmi Wahyuni and Rahma Harahap, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review," *An-Nadwah* 29, no. 2 (2023): 162–72, <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.37064/an-nadwah.v29i2.18571>.

²¹ Nurhasanah et al., "Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah Kalangan Milenial Di Era Digital," *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 63–76, <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.149>.

²² Lexy J. Moleong, *Melodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).

digital, serta menjelaskan metode menciptakan sistem komunikasi yang efektif dan efisien. Uji Keabsahan Data Perpanjangan pengamatan, Meningkatkan ketekunan, dan Triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks Islam, dakwah adalah upaya mengundang dan mendorong orang untuk mengakui serta taat kepada Allah sesuai dengan keyakinan, hukum, dan moral Islam. Kata "dakwah" berasal dari kata kerja Arab "da'aa," yang artinya "menyeru." Dakwah mencerminkan perjuangan untuk menghormati hukum Ilahi dalam berbagai aspek kehidupan manusia dan masyarakat, menjadikan prinsip-prinsip Islam sebagai dasar, semangat, dan panduan bagi perilaku sehari-hari manusia.²³ Dakwah yang bijak bertujuan mengajak umat untuk mematuhi perintah Allah dan menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam untuk mencapai kebahagiaan abadi di dunia dan akhirat.²⁴ Dalam Islam, dakwah merupakan suatu proses menyampaikan ajaran Islam secara personal atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan mendidik individu, keluarga, atau masyarakat dalam menerapkan dan menyebarkan ajaran Islam melalui kata-kata, tulisan, dan tindakan sebagai bentuk dari "Nahi al-Munkar".²⁵

Dalam Islam, dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian berbagai hal, termasuk hikmah dan ajaran agama, oleh seorang khatib.²⁶ Dakwah mencakup berbagai makna, seperti penyampaian informasi, ajakan, dan pembelajaran. Saat menjalankan dakwah, seorang Dai dapat berperan sebagai perantara yang mengajak pendengar untuk mengamalkan ajaran agama dan menjalankan kehidupan sesuai dengan *man'idhab hasanah*.²⁷ Tujuan utama dari kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Dai adalah sangat nobel dan penting, yakni melatih keimanan dan amal sholeh agar sesuai dengan ajaran agama, serta mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yang diberikan oleh Allah SWT.²⁸

Macam-macam metode dakwah yaitu:

1. *Dakwah bi al hal* merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan dakwah yang dilakukan melalui tindakan fisik, contohnya mengajar anak-anak tentang shalat atau memberi contoh dengan membuang sampah. Guru yang disiplin akan masuk ke dalam kelas, dan seorang kiai (pendakwah) akan selalu melaksanakan shalat malam yang

²³ Nurhasanah et al., "Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah Kalangan Milenial Di Era Digital."

²⁴ Aisah, Anna, Abdul Muhaimin "Wasatiyyah Concept of Al-Syaukani Perspective in The Fath Al-Qadir Tafsir," *Dirosatuna: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (2022): 61–75, <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/dirosatuna.v5i1.2726>.

²⁵ Rosyidi, *Dakwah Sufistik Kang Jalal: Menentramkan Jiva, Mencerahkan Pikiran* (Khazanah Populer Paramadina, 2004), <https://books.google.co.id/books?id=fvmAAAAACAAJ>.

²⁶ Guntur Cahyono and Nibros Hassani, "Youtube : Seni Komunikasi Dakwah Dan Media," *Jurnal Dakwah* Vol. 13, no. 1 (2019): 23–38, <https://doi.org/https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.

²⁷ Imam Safri et al., "Moderasi Beragama Di Tengah Masyarakat Plural: Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Wonorejo Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo," *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 6, no. 3 (2023): 537–55, <https://doi.org/10.31538/almada.v6i3.3222>.

²⁸ Bashori and Jalaluddin, "Dakwah Islamiyah Di Era Milenial."

diharapkan bisa ditiru oleh murid-muridnya.

2. *Dakwah bil Lisān* mengacu pada cara pendakwah memberikan ceramah kepada Madhu secara langsung, melalui acara keislaman, bacaan, dan kegiatan bertema keislaman. Biasanya, pengkhotbah akan menggunakan khotbah lisan ini untuk melakukan dakwah. Khotbah tersebut mengharuskan khatib untuk berbicara langsung dengan para Madhu. Namun, saat ini, banyak pengkhotbah yang menggunakan teknologi virtual untuk melakukan dakwah dan tidak perlu bertemu langsung dengan Madhu. Dalam upaya menyebarkan dakwah, para Dai dapat menggunakan alat perantara seperti aplikasi modern untuk mencapai khalayak yang lebih luas. Mengacu pada cara pendakwah memberikan ceramah kepada Madhu secara langsung, melalui acara keislaman, bacaan, dan kegiatan bertema keislaman. Biasanya, pengkhotbah akan menggunakan khotbah lisan ini untuk melakukan dakwah.²⁹ Khotbah tersebut mengharuskan khatib untuk berbicara langsung dengan para Madhu. Namun, saat ini, banyak pengkhotbah yang menggunakan teknologi virtual untuk melakukan dakwah dan tidak perlu bertemu langsung dengan Madhu. Dalam upaya menyebarkan dakwah, para Dai dapat menggunakan alat perantara seperti aplikasi modern untuk mencapai khalayak yang lebih luas.
3. *Dakwah fi al-Alamat* adalah cara melakukan dakwah di lokasi tertentu, namun sayangnya sebagian besar dari para pendengar tidak mengetahui tentang adanya kegiatan dakwah tersebut di alamat tersebut. Untuk membantu orang menemukan lokasi kegiatan dakwah, biasanya dibuat rambu-rambu yang menunjukkan arah ke masjid, sekolah, pesantren, dan sebagainya. Hal ini juga dapat menjadi alat bantu bagi para pengkhotbah untuk menunjukkan kebaikan dalam aktivitas dakwah.

Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital

“Work from hand” merupakan istilah yang relevan dalam era digital saat ini, di mana segala bentuk aktivitas telah mengalami digitalisasi dan dapat diakses dengan mudah. Pada era digital, proses komunikasi dilakukan dalam format digital, dan media komunikasi digital diwujudkan dalam bentuk media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi. Perbedaan ini sangat kontras dengan metode komunikasi analog atau tradisional. Pesan yang dikirimkan melalui media digital bisa memiliki dampak yang sangat besar pada penerimanya, karena pesan tersebut mudah dibuat, disajikan, dan sangat menarik meskipun kadang-kadang pesan tersebut kurang bermanfaat.

²⁹ Tri Wahyuni Pebirawati, “Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok,” *AL-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 2 (2023): 48–62, <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/alinsan/article/view/327>.

Di era digital, hampir semua orang memanfaatkan media digital untuk bertransaksi, berkomunikasi, dan bersosialisasi. Era digital biasanya dikaitkan dengan teknologi berbasis komputer, di mana hampir semua aktivitas dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi yang terkoneksi dengan komputer.³⁰ Teknologi digital sendiri adalah teknologi informasi yang melibatkan penggunaan komputer dan sistem digital, menawarkan operasi otomatis yang sangat canggih, dan terkomputerisasi sehingga data bisa dibaca oleh komputer.³¹ Kemajuan teknologi digital memberikan banyak manfaat bagi manusia dalam melancarkan aktivitas sehari-hari. Media komunikasi digital memudahkan orang untuk berinteraksi meskipun berada di tempat yang berbeda. Di samping itu, kemajuan teknologi digital juga menunjang berbagai kegiatan manusia yang semakin canggih. Pada era digital, dakwah dan komunikasi agama mengalami perkembangan yang pesat, terlihat dari pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Tik Tok, dan Youtube. Mekanisme interaksi dan pertukaran informasi yang terdapat di platform media sosial memberikan kenyamanan bagi komunikator dan audiens dalam menjalankan interaksi tersebut.³²

Pertama, Instagram banyak disebut-sebut sebagai platform yang membentuk citra diri penggunanya sehingga banyak institusi dan otoritas yang memanfaatkan keberadaannya. Pada era digital saat ini, Instagram menjadi sarana berkomunikasi yang sangat penting dalam pendakwaan. Terdapat contoh dari seorang habib bernama Habib Ja'far yang menggunakan Instagram sebagai sarana untuk menyebar luaskan pendakwahnya. Dengan menyajikan materi yang sesuai dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, Habib Ja'far turut berperan dalam memperkaya pemahaman masyarakat terkait ajaran agama. Melalui postingan Instagram-nya, ia menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi para pengikutnya, sehingga pengetahuan tentang agama semakin meluas di kalangan masyarakat. Dengan pertumbuhan yang pesat dalam penyebaran dakwah melalui Instagram, Habib Ja'far berhasil mencapai calon pengikut dari berbagai wilayah, memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas cakupan dakwah dan menjangkau lebih banyak orang.

Habib Ja'far berhasil membangun interaksi yang positif antara dirinya dan pengikutnya melalui komentar dan reaksi terhadap pesan di media sosial. Hal ini menciptakan atmosfer interaksi yang positif dan mempererat rasa persaudaraan antara jemaah dan pendakwah dalam membentuk komunitas yang saling mendukung.³³

³⁰ Andriani, "Dakwah Virtual: Internet Sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital."

³¹ Muhamad Danuri, "Development and Transformation of Digital Technology," *Infokam XV*, no. II (2019): 116–23, <https://doi.org/https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>.

³² M. Dliya' Ulami' Enggar Dhian Pratamanti, Daryono, "Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik," *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v23i1.3484>.

³³ Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial."

Melalui tanggapan terhadap komentar dan pesan di platform media sosial, Habib Ja'far berhasil menciptakan suasana interaksi yang positif dengan para pengikutnya. Kesuksesan ini tidak hanya memperkuat hubungan antara jemaah dan penyampai dakwah, tetapi juga membentuk sebuah komunitas yang saling mendukung. Responsif terhadap komentar dan pesan pengikut juga memberikan kontribusi signifikan dalam membangun interaksi positif serta memperluas pengaruh dakwahnya

Jelas terlihat bahwa cara Habib Ja'far menyampaikan dakwah berhasil memperkuat pemahaman keagamaan di kalangan pengikutnya, menyebarluaskan pesannya ke berbagai wilayah, dan membangun hubungan yang kokoh dengan para pengikutnya. Gaya komunikasinya di Instagram, baik melalui kata-kata maupun ekspresi non-verbal, terbukti sangat efisien di platform media sosial dalam mencapai tujuan dakwah secara efektif dan menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan oleh Habib Ja'far dalam menyampaikan dakwah di Instagram memiliki potensi untuk menginspirasi dai dan pengguna media sosial lainnya dalam menyebarkan pesan keagamaan dengan metode yang relevan, sederhana dipahami, dan bersifat positif.³⁴

Kedua, TikTok merupakan sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk menonton, berbagi, dan membuat video berdurasi 15 detik hingga 3 menit dengan nomor telepon terhubung.³⁵ Aplikasi ini menarik perhatian berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak, remaja, dan bahkan orang tua seperti ayah dan ibu, karena video yang ditampilkan singkat dan menarik. Kemudahan penggunaan dalam membuat video dan berinteraksi telah membuat TikTok semakin populer, bahkan digunakan oleh dai terkenal seperti Koh Dennis untuk menyampaikan pesan dakwahnya.³⁶

Koh Dennis Lim meraih ketenaran di media sosial, khususnya di akun TikTok, berkat kisah hidupnya yang penuh inspirasi.³⁷ Sebelumnya, ia adalah seorang bandar taruhan yang akhirnya bertaubat, dan perjalanan hidupnya memberikan inspirasi kepada banyak orang.³⁸ Popularitasnya meluas di kalangan remaja dan ibu-ibu milenial karena gaya berbicaranya yang sopan, mudah dimengerti, serta tampilannya yang menghibur. Kontennya di akun TikTok

³⁴ Muhammad As'ad, "Penetrasi Dakwah Islamisme Eks HTI Di Indonesia: Studi Netnografi Dakwah Felix Siauw & 'Yuk Ngaji' Di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 1 (2021): 33–62, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15642/jki.2021.11.01.33-62>.

³⁵ Hadi Subhan, "Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0," *Al-Tsiqob : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 8, no. 1 (2023): 34–51, <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/altsiq.v8i1.3683>.

³⁶ Dessy Kushardiyanti, Zaenal Mutaqin, and Iman Nurchotimah Aulia Sholichah, "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era," *Orasi : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7936.g3839>.

³⁷ Nikita Nur Zulaecha et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)," *Attractive : Innovative Education Journal* 5, no. 2 (2023), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51278/aj.v5i2.763>.

³⁸ Aniek Rismawati, "Pola Komunikasi Dakwah Virtual Channel Youtube Yufid TV" (IAIN Kudus, 2023), <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/10454>.

cenderung ringan, mengangkat isu-isu sehari-hari, dan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai positif. Koh Dennis sering memberikan ceramah langsung melalui sesi live dan membagikan konten khotbah di akun TikTok pribadinya. Dalam berdakwah di media sosial, menciptakan suasana yang merangsang minat audiens untuk mendengarkan memiliki kepentingan yang signifikan.³⁹ Oleh karena itu, seorang khatib harus memiliki pemahaman mendalam terhadap materi yang akan disampaikan dan menyajikannya sesuai dengan etika atau prinsip dakwah yang baik. Al-Quran sendiri menggarisbawahi enam prinsip Komunikasi Dakwah, termasuk kejujuran, perkataan yang baik, kata-kata yang ampuh dan menyentuh hati, serta penggunaan kata-kata yang cepat.⁴⁰

Ketiga, dalam konteks penyebaran ilmu agama, dakwah Islam kini telah mengalami transformasi, di mana para da'i dan mubaligh menggunakan platform YouTube untuk menyebarkan pesan mereka.⁴¹ Sebelum adanya platform ini, masyarakat terbatas pada informasi audio-visual melalui televisi dengan jadwal tayang tertentu, yang menyebabkan keterbatasan dalam memilih jenis informasi sesuai dengan preferensi pribadi. YouTube menghasilkan perubahan yang cukup berarti dengan memberikan fleksibilitas akses kapan pun dan di mana pun selama terkoneksi dengan internet.⁴²

YouTube sebagai platform media sosial menciptakan inovasi baru dalam model dakwah dengan memanfaatkan format berbagi tautan dan video. Biasanya, pengajian sering diselenggarakan dalam ruangan dan memiliki batasan waktu tertentu. Namun, dengan adanya YouTube, jamaah memiliki kemampuan untuk mengakses konten dakwah kapan pun dan di mana pun. Lebih lanjut, para jamaah dapat memilih ustad sesuai dengan preferensi pribadi mereka. YouTube sebagai media sosial juga mampu mendistribusikan konten dakwah dan pengajian secara global dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan sekelompok jamaah.⁴³

PENUTUP

Sistem merupakan gabungan unsur yang berhubungan dan saling berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan khusus. Di sisi lain, komunikasi adalah langkah dimana seseorang

³⁹ Aziz Iskandar and Mulkan Habibi, "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar)," *Jurnal Kemubammadiyah Dan Integrasi Ilmu* 1, no. 1 (2022): 33–37, <https://doi.org/https://doi.org/10.24853/jkii.1.1.33-37>.

⁴⁰ Anita Ariani, "Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran," *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.

⁴¹ Wahyuni and Harahap, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review."

⁴² Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84–95, <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.

⁴³ Rani, "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer."

mentransmisikan pesan dan informasi kepada individu lainnya. Dalam konteks era digital, teknologi informasi dianggap sebagai perangkat kerja yang sangat penting. Selain itu, dakwah mencakup proses menyampaikan pemahaman dan pandangan sesuai dengan ajaran Islam, dengan niat membentuk sikap dan perilaku yang benar pada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa era digital dengan adanya platform seperti Instagram, Tik Tok, YouTube, dan sebagainya memberikan peluang bagi para mubaligh dan muballigh untuk mengembangkan sistem komunikasi dakwah. Pemanfaatan platform digital dalam dakwah dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyampaikan pesan, serta memberikan ruang interaksi antara khotib dan khalayak. Meskipun demikian, penggunaan platform tersebut juga membawa risiko dalam bentuk konten yang tidak akurat, tidak etis, dan dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap dakwah tersebut. Oleh karena itu, para khotib dan penganjur harus memilih konten dengan hati-hati dan memastikan pesan dakwah yang disampaikan mencerminkan ajaran agama yang benar. Dengan membangun sistem komunikasi dakwah yang lebih baik dan bertanggung jawab, dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan sangat bermanfaat bagi penyebaran ajaran agama yang benar. Namun, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, Anna, and Abdul Muhaimin. "Wasāṭiyyah Concept of Al-Syaukānī Perspective in The Fath Al-Qadīr Tafsir." *Dirosatuna: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (2022): 61–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/dirosatuna.v5i1.2726>.
- Andriani, Astri Dwi. "Dakwah Virtual: Internet Sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 23, no. 2 (2023): 175–88. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.29299>.
- Ariani, Anita. "Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran." *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.
- As'ad, Muhammad. "Penetrasi Dakwah Islamisme Eks HTI Di Indonesia: Studi Netnografi Dakwah Felix Siauw & 'Yuk Ngaji' Di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 1 (2021): 33–62. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15642/jki.2021.11.01.33-62>.
- Bahri, Andini Nur, Annisa Julianti Kudairi, Anggi Meruah Purba, Jarosim Simbolon, Novi Lestari, Universitas Islam Negeri, and Sumatra Utara. "Strategi Komunikasi Salam TV Dalam Menyiarkan Dakwah Islam Melalui Media." *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual* 1, no. 1 (2023): 80–92.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i1.644>.
- Bashori, Abdul Hamid, and Moh. Jalaluddin. "Dakwah Islamiyah Di Era Milenial." *Syiar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2021): 89–102. <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.40>.
- Budiantoro, Wahyu. "Dakwah Di Era Digital." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 263–81. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. "Youtube : Seni Komunikasi Dakwah Dan Media." *Jurnal Dakwah* Vol. 13, no. 1 (2019): 23–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.
- Celsyalia, Zayidah Ahsanti. "Pola Komunikasi Dakwah Content Creator: Studi Deskriptif Pada Platform Tiktok Dan Instagram Risyad Baya'sud." *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023. <https://digilib.uinsgd.ac.id/79758/>.
- Danuri, Muhamad. "Development and Transformation of Digital Technology." *Infokam XV*, no. II (2019): 116–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>.
- Enggar Dhian Pratamanti, Daryono, M. Dliya' Ulami'. "Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik." *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v23i1.3484>.
- Iman, Sunardi Bashri. "Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2022): 1–10. <https://jurnal.stitalamin.ac.id/index.php/alaman/article/view/139/86>.
- Iskandar, Azizs, and Mulkan Habibi. "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar)." *Jurnal Kemubammadiyah Dan Integrasi Ilmu* 1, no. 1 (2022): 33–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.24853/jkii.1.1.33-37>.
- Kushardiyanti, Dessy, Zaenal Mutaqin, and Iman Nurchotimah Aulia Sholichah. "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da ' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era." *Orasi : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7936.g3839>.
- Lestari, Rahayu Puji. "Hubungan Antara Pernikahan Usia Remaja Dengan Ketahanan Keluarga." *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)* 2, no. 2 (2015): 18. <https://doi.org/10.21009/jkkp.022.04>.
- Moleong, Lexy J. *Melodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Muttaqin, Imron. "Komunikasi Dan Dakwah Pada Lembaga Pendidikan Islam." *Al-Hikmah* 12,

- no. 2 (2018): 295–306. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i2.1187>.
- Nurhasanah, Salwa Intan Fatikah, Silvy Aulia Arifah, and Meity Suryandari. “Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah Kalangan Milenial Di Era Digital.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 63–76. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.149>.
- Pebirawati, Tri Wahyuni. “Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok.” *AL-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 2 (2023): 48–62. <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/alinsan/article/view/327>.
- Rani, Samsul. “Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer.” *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 207–16. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>.
- Rismawati, Aniek. “Pola Komunikasi Dakwah Virtual Channel Youtube Yufid TV.” IAIN Kudus, 2023. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/10454>.
- Rohman, Dudung Abdul. “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial.” *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (2019): 121–33. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.
- Rosyidi. *Dakwah Sufistik Kang Jalal: Menentramkan Jiwanya, Mencerabkan Pikirannya*. Khazanah Populer Paramadina, 2004. <https://books.google.co.id/books?id=fvmAAAAACAAJ>.
- Rustandi, Ridwan. “Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam.” *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.
- Safi'i, Imam. “Strategi Komunikasi Kiai Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Remaja Demam Togel.” *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 2 (2019): 47–63. <https://doi.org/10.31538/almada.v2i2.336>.
- Safi'i, Imam, Muhammad Alfin, Fatkhiyatus Su'adah, and Mohamad Toha. “Moderasi Beragama Di Tengah Masyarakat Plural: Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Wonorejo Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.” *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 6, no. 3 (2023): 537–55. <https://doi.org/10.31538/almada.v6i3.3222>.
- Setiawan, Wawan. “Era Digital Dan Tantangannya.” *Seminar Nasional Pendidikan*, 2017, 1–9. <https://eprints.ummi.ac.id/151/>.
- Silvia, Mega, Ridwan Effendi, and Vidi Sukmayadi. “Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pejuang.Mahar),” no. December (2019). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30224.76804>.
- Subhan, Hadi. “Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0.” *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 8, no. 1 (2023): 34–51.

Taufikurrahman, Endang Setyowati

<https://doi.org/https://doi.org/10.31538/altsiq.v8i1.3683>.

Utomo, Teguh Prasetyo. “Literasi Informasi Di Era Digital Dalam Perspektif Ajaran Islam.”

Buletin Perpustakaan 3, no. 1 (2020): 61–82. <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/15194>.

Wahid, Abdul. “Peluang Dan Tantangan Sistem Kerja Dakwah Di Tengah Masyarakat

Milenial.” *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2023): 57–71. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2211>.

Wahyuni, Rahmi, and Rahma Harahap. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada

Era Digital: Study Literature Review.” *An-Nadwah* 29, no. 2 (2023): 162–72. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.37064/an-nadwah.v29i2.18571>.

Yubo Wang, Yong He. “Opinions on the Corona Virus Disease 2019.” *Chongqing Medicine*, 2020.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3760/cma.j.issn.9999-998X.2020.0021>.

Yusanto, Yoki. “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif.” *Journal of Scientific Communication (Jsc)*

1, no. 1 (2020): 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>.

Zulaecha, Nikita Nur, Biela Nanda, Oktivibi Pertiwi, Husna Nashihin, and Universitas

Muhammadiyah Surakarta. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki).”

Attractive: Innovative Education Journal 5, no. 2 (2023). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51278/aj.v5i2.763>.