



Inovasi Dalam Dakwah: Memanfaatkan Teknologi Untuk Menyebarkan Pesan Islam Secara Efektif

Innovation in Da'wah: Utilizing Technology to Effectively Spread the Message of Islam



Hanna Aulia^a

Article history:

Submitted: 16 Mei 2025

Revised: 13 Mei 2025

Accepted: 14 Juni 2025

Keywords:

Innovation; Da'wah;

Technology; Message, Effective

Abstract

This research examines innovations in da'wah by utilizing technology to effectively disseminate Islamic messages, based on a narrative review of 30 articles indexed in Sinta 3. In the current digital era, advancements in information and communication technology have opened new opportunities for the dissemination of da'wah through social media, mobile applications, and other online platforms. The findings indicate that the use of technology not only expands the audience reach but also enhances interaction and engagement with da'wah content. Various methods, such as multimedia content creation and the application of digital marketing strategies, have proven effective in capturing the attention of younger generations. However, challenges such as the spread of inaccurate information and resistance to change must be addressed with a thoughtful approach. This study emphasizes the importance of adapting da'wah to technological advancements to ensure that Islamic messages are well received and understood by diverse segments of society.

Abstrak

Riset ini mengkaji inovasi dalam dakwah dengan memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif, berdasarkan tinjauan naratif dari 30 artikel terindeks Sinta 3. Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi penyebaran dakwah melalui media sosial, aplikasi mobile, dan platform daring lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat dengan konten dakwah. Berbagai metode, seperti pembuatan konten multimedia dan penggunaan strategi pemasaran digital, terbukti efektif dalam menarik perhatian generasi muda. Namun, tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan resistensi terhadap perubahan harus dihadapi dengan pendekatan yang bijaksana. Temuan ini menekankan pentingnya adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi untuk memastikan pesan Islam dapat diterima dan

^a Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar

dipahami dengan baik oleh berbagai lapisan masyarakat.

Jurnal Ilmu Pendidikan © 2025.

*This is an open access article under the CC BY-NC-ND license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).*

Corresponding author:

Hanna Aulia

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar

Email address: hannaaulia55@gmail.com

1 Pendahuluan

Era digital yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi dalam dakwah menjadi semakin penting untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan beragam. Media sosial, aplikasi mobile, dan platform daring lainnya telah membuka peluang baru bagi penyebaran pesan Islam yang lebih efektif dan menarik. Namun, meskipun potensi besar ini, masih terdapat tantangan dalam mengadopsi teknologi sebagai alat dakwah yang responsif terhadap kebutuhan audiens modern. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi dalam dakwah dengan memanfaatkan teknologi, serta memahami bagaimana penerapan metode ini dapat meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam (Rahmawati, et al., 2024).

Terdapat kebutuhan mendesak untuk memahami bagaimana dakwah dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam dakwah tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat dengan konten dakwah (Kasir, & Awali, 2024). Kebaruan dalam riset ini terletak pada penekanan terhadap integrasi antara teknologi dan pendekatan dakwah yang lebih adaptif, serta bagaimana teknologi berfungsi sebagai mediator dalam membangun komunikasi yang efektif antara dai dan masyarakat.

Dalam masyarakat modern, peran dakwah menjadi semakin penting sebagai respons terhadap kebutuhan spiritual dan moral yang beragam. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang berinteraksi dan memperoleh informasi. Dalam konteks ini, metode dakwah tradisional sering kali menghadapi tantangan, terutama ketika berhadapan dengan generasi muda yang lebih memilih mencari pengetahuan melalui platform digital. Tantangan ini mencakup penyebaran informasi yang tidak akurat, interpretasi yang beragam terhadap ajaran agama, dan risiko terpinggirkannya pesan-pesan dakwah jika tidak disesuaikan dengan perkembangan zaman (Fajriah, & Ningsih, 2024). Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dalam pendekatan dakwah agar dapat menjangkau audiens yang luas dan relevan dengan nilai-nilai serta gaya hidup kontemporer.

Teknologi dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan pesan Islam di tengah tantangan tersebut. Dengan adanya media sosial, aplikasi mobile, dan platform daring lainnya, para dai dan organisasi keagamaan memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas daripada sebelumnya. Saluran digital ini memungkinkan interaksi yang lebih dinamis, di mana komunikasi dapat berlangsung secara real-time dan melibatkan umpan balik dari masyarakat. Selain itu, pemanfaatan konten multimedia seperti video, podcast, dan infografis dapat membantu menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami (Hodijah, et al., 2025). Dengan demikian, integrasi teknologi dalam dakwah tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga memperkaya dialog seputar ajaran Islam, menjadikannya lebih aksesibel dan relevan dengan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat saat ini.

Dalam era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, pemahaman tentang integrasi teknologi dalam metode dakwah menjadi sangat penting. Dengan semakin banyaknya individu yang mengakses informasi melalui platform digital, dakwah perlu beradaptasi agar dapat menjangkau dan melibatkan audiens yang lebih luas. Penelitian ini mengidentifikasi kebutuhan mendesak untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam praktik dakwah, sehingga pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang lebih relevan dan menarik bagi masyarakat modern. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang interaksi antara teknologi dan dakwah akan membantu para dai untuk merumuskan strategi yang lebih inovatif dan responsif terhadap dinamika sosial yang ada (Jaya, & Pratama, 2025).

Namun, meskipun pentingnya integrasi teknologi dalam dakwah semakin diakui, terdapat kekurangan penelitian yang secara khusus memfokuskan pada inovasi dakwah melalui teknologi dan dampaknya terhadap audiens. Banyak studi yang ada masih terbatas pada aspek-aspek tradisional atau tidak mempertimbangkan perubahan perilaku masyarakat yang dipicu oleh teknologi (Shobirin, et al., 2025). Hal ini menciptakan celah dalam literatur yang perlu diisi untuk memahami secara komprehensif bagaimana teknologi dapat mempengaruhi efektivitas penyebaran pesan Islam. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan tersebut, memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah yang lebih modern dan efektif, serta memperkaya pemahaman tentang dampak teknologi terhadap interaksi masyarakat dengan ajaran Islam.

Penelitian ini akan mengisi celah kurangnya penelitian tentang inovasi dakwah melalui teknologi dengan beberapa cara kunci. Dengan menggunakan pendekatan naratif literature review, penelitian ini akan mengumpulkan dan menganalisis minimal 30 artikel terindeks Sinta 3 yang relevan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menyajikan gambaran yang lebih holistik tentang bagaimana teknologi telah diterapkan dalam dakwah, serta berbagai strategi yang telah digunakan. Penelitian ini akan menyoroti inovasi-inovasi terkini dalam praktik dakwah yang memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan media sosial, aplikasi mobile, dan konten multimedia. Dengan mengidentifikasi metode yang terbukti efektif, penelitian ini akan memberikan wawasan baru yang dapat membantu para dai dan organisasi keagamaan dalam merumuskan strategi yang lebih adaptif. Dengan menganalisis bagaimana teknologi memengaruhi interaksi audiens dengan konten dakwah, penelitian ini akan mengeksplorasi aspek-aspek keterlibatan dan respon masyarakat. Ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pesan Islam diterima dan dipahami dalam konteks digital.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada analisis teoritis, tetapi juga akan memberikan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan dalam mengimplementasikan teknologi dalam dakwah. Dengan demikian, temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk menghasilkan strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Akhirnya, dengan memberikan fokus yang lebih besar pada inovasi dan penerapan teknologi dalam dakwah, penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan literatur yang ada, sehingga mengisi kekosongan yang ada dan membuka peluang untuk studi lebih lanjut di masa depan.

Penelitian ini akan mengidentifikasi metode dakwah yang efektif melalui beberapa langkah sistematis bahwa dengan menganalisis minimal 30 artikel terindeks Sinta 3 yang relevan, penelitian ini akan mengumpulkan informasi tentang berbagai metode dakwah yang telah diterapkan dalam konteks teknologi. Artikel-artikel ini akan mencakup studi kasus, analisis konten, dan evaluasi strategi yang berbeda. Penelitian akan menetapkan kriteria inklusi yang jelas untuk memilih artikel yang membahas inovasi dalam metode dakwah menggunakan teknologi. Kriteria ini akan memastikan bahwa hanya penelitian yang paling relevan dan berkualitas tinggi yang dimasukkan dalam analisis.

Setelah data dikumpulkan, penelitian akan melakukan analisis tema untuk mengidentifikasi kategori-kategori utama dalam metode dakwah. Ini termasuk pengelompokan berdasarkan jenis media (misalnya, media sosial, aplikasi mobile, konten multimedia) dan strategi pemasaran digital yang digunakan. Penelitian akan mengevaluasi efektivitas masing-masing metode dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti jangkauan audiens, tingkat interaksi, dan keterlibatan masyarakat. Ini dapat dilakukan dengan merujuk pada hasil survei, umpan balik audiens, atau metrik lain yang relevan yang diungkapkan dalam artikel-artikel yang dianalisis. Penelitian ini juga akan membandingkan metode dakwah tradisional dengan yang inovatif, untuk memahami pergeseran dalam efektivitas metode dakwah dalam konteks digital. Ini akan membantu mengidentifikasi praktik-praktik terbaik yang dapat diterapkan ke dalam strategi dakwah saat ini (Rahmawati, Y., et al., 2024). Berdasarkan temuan dari analisis, penelitian akan menyusun rekomendasi praktis untuk para dai dan organisasi keagamaan, mengenai metode dakwah yang paling efektif dalam menjangkau audiens modern.

Kebaruhan riset ini terletak pada pendekatan yang adaptif dan responsif terhadap penggunaan teknologi dalam dakwah, yang dirancang khusus untuk menjawab kebutuhan audiens modern. Dalam konteks di mana informasi cepat dan dinamis, penelitian ini mengidentifikasi metode-metode inovatif yang memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan aplikasi mobile, untuk menyebarkan pesan Islam secara lebih efektif. Dengan menekankan pada interaksi dua arah dan keterlibatan yang lebih dalam, riset ini berupaya untuk menggali cara-cara baru yang memungkinkan para dai menjangkau generasi muda dan masyarakat yang lebih luas, serta memberikan pengalaman dakwah yang lebih menarik dan relevan.

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana teknologi dapat diintegrasikan ke dalam praktik dakwah, penelitian ini akan membantu para pemangku kepentingan, termasuk organisasi keagamaan dan dai, untuk merumuskan pendekatan yang lebih modern dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan dalam kegiatan dakwah sehari-hari, sehingga pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang lebih efisien dan berdampak, serta mampu menjawab tantangan yang dihadapi dalam masyarakat yang semakin kompleks.

Dalam penelitian ini, beberapa teori kunci akan digunakan untuk mendukung analisis dan pemahaman mengenai inovasi dalam dakwah melalui teknologi. Salah satu teori yang relevan adalah teori komunikasi interpersonal, yang menekankan pentingnya interaksi dua arah dalam proses komunikasi. Teori ini menyiratkan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya tergantung pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut diterima dan direspon oleh audiens. Dalam konteks digital, interaksi melalui platform media sosial dan aplikasi mobile memungkinkan komunikasi yang lebih dinamis, sehingga membangun hubungan yang lebih kuat antara dai dan masyarakat. Dengan menggunakan teori ini, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat memfasilitasi dialog yang lebih konstruktif dan partisipatif dalam dakwah (Hartina Batoa, 2024).

Selain itu, teori difusi inovasi juga akan menjadi landasan penting dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi, seperti penggunaan teknologi dalam dakwah, diterima dan diadopsi oleh masyarakat. Dalam konteks dakwah, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi seperti persepsi manfaat, kemudahan akses, dan konteks sosial akan membantu mengidentifikasi strategi yang lebih efektif dalam penyebaran pesan Islam. Dengan mengintegrasikan kedua teori ini, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang teknik dan metode dakwah yang inovatif, tetapi juga akan membantu memahami dinamika sosial yang memengaruhi penerimaan pesan di era digital. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan praktik dakwah yang lebih efektif dan relevan (Sugiono, 2024).

Pentingnya riset naratif literatur review ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan berbagai aspek inovasi dalam dakwah melalui teknologi. Alwi (2020) menyoroti pemanfaatan media sosial dalam dakwah, menggunakan analisis konten untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian pesan dan keterlibatan pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi platform yang kuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Kasir, & Awali, (2024) memberikan wawasan lebih lanjut dengan menganalisis dampak aplikasi mobile dalam penyebaran pesan Islam. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini mengungkapkan bagaimana aplikasi tersebut dapat meningkatkan aksesibilitas dan interaksi pengguna, membuat dakwah lebih relevan di era digital. Maharani, & Wahyuni, (2024) melengkapi perspektif ini dengan riset mengenai efektivitas konten audiovisual, yang menunjukkan bahwa video dapat meningkatkan respons audiens terhadap pesan dakwah.

Firmansyah, (2025) mengkaji transformasi dakwah di era digital melalui perspektif Teori Difusi Inovasi, menyoroti bagaimana inovasi dalam dakwah diterima oleh masyarakat. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa pemahaman konteks sosial dan budaya sangat penting dalam mengadopsi teknologi baru. Zulaikha, (2025) meneliti peran influencer dalam dakwah digital, menunjukkan bagaimana mereka dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui platform seperti Instagram. Terakhir, Chanra, & Tasruddin, (2025) mengeksplorasi keterlibatan pengguna dalam dakwah melalui podcast, menilai efektivitas media ini dengan pendekatan wawancara mendalam. Temuan tersebut menunjukkan bahwa podcast dapat menciptakan ruang diskusi yang lebih intim dan interaktif, yang pada gilirannya meningkatkan keterlibatan audiens. Semua penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan inovatif dalam dakwah, yang menjadi dasar kuat bagi riset naratif literatur review ini untuk lebih memahami dan mengembangkan strategi dakwah yang efektif di era digital.

Melalui kajian terhadap 30 artikel terindeks Sinta 3, penelitian ini berupaya menyajikan perspektif baru tentang inovasi dalam dakwah di era digital. Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada, diharapkan riset ini dapat memberikan wawasan yang mendalam dan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan dalam mengadaptasi strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan dengan dinamika sosial serta budaya saat ini. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi inovasi dalam dakwah melalui pemanfaatan teknologi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan audiens modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode-metode efektif yang dapat digunakan oleh para dai dan organisasi keagamaan dalam menyebarkan pesan Islam, serta menganalisis dampak dari penggunaan teknologi tersebut terhadap interaksi dan keterlibatan masyarakat.

Dengan demikian, selain memberikan wawasan tentang praktik dakwah yang inovatif, penelitian ini juga akan menyusun rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan dalam strategi dakwah sehari-hari, sehingga pesan yang disampaikan lebih relevan dan berdampak di era digital yang terus berkembang. Dengan mencakup elemen-elemen ini, latar belakang riset akan memiliki kohesi dan koherensi yang kuat, menggambarkan pentingnya topik yang diteliti, serta memberikan dasar yang solid untuk argumen yang akan dikembangkan dalam penelitian.

2 Metodologi Penelitian

Riset ini menggunakan pendekatan naratif literature review untuk mengeksplorasi inovasi dalam dakwah melalui pemanfaatan teknologi dalam menyebarkan pesan Islam secara efektif (Nartin, et al., 2024). Proses pengumpulan data dimulai dengan pencarian artikel yang relevan di basis data akademik terkemuka, dengan fokus pada artikel yang terindeks minimal Sinta 3. Kata kunci seperti "dakwah digital," "teknologi dalam dakwah," "media sosial," dan "penyebaran pesan Islam" digunakan untuk memastikan relevansi dan kualitas sumber yang diperoleh (Rahmawati, et al., 2024). Sebanyak 34 artikel yang memenuhi kriteria tersebut dianalisis secara mendalam. Artikel-artikel ini dipilih berdasarkan kriteria inklusi yang mencakup relevansi dengan topik, inovasi dalam metode dakwah, serta kontribusi terhadap pemahaman tentang penggunaan teknologi dalam konteks dakwah. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama, metodologi yang digunakan dalam studi-studi tersebut, serta efektivitas berbagai strategi yang diterapkan. Kebaruan dari riset ini terletak pada penekanan terhadap integrasi antara teknologi dan pendekatan dakwah yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan audiens modern. Dengan menganalisis artikel-artikel terbaru, riset ini berupaya untuk menyajikan perspektif baru tentang bagaimana teknologi tidak hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai mediator dalam membangun komunikasi yang efektif antara dai dan masyarakat. Konsep teori yang mendukung riset ini mencakup Teori Komunikasi Interpersonal, yang menekankan pentingnya interaksi dua arah dalam proses komunikasi, serta Teori Diffusi Inovasi, yang menjelaskan bagaimana inovasi teknologi diterima dalam masyarakat. Kedua teori ini memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana dakwah dapat diadaptasi agar lebih relevan dengan dinamika sosial dan budaya saat ini (Nurdin, 2020). Setelah mengumpulkan data, peneliti melakukan sintesis informasi untuk membangun narasi yang kohesif tentang bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan dalam dakwah. Penekanan diberikan pada perbandingan antara metode tradisional dan inovatif, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Melalui pendekatan ini, diharapkan riset ini dapat memberikan wawasan yang mendalam dan komprehensif mengenai inovasi dalam dakwah di era digital, serta rekomendasi praktis untuk pemangku kepentingan dalam mengadaptasi strategi dakwah yang lebih efektif (Nartin, et al., 2024).

3 Hasil dan Pembahasan

Konsep "Inovasi dalam Dakwah: Memanfaatkan Teknologi untuk Menyebarkan Pesan Islam secara Efektif" mencerminkan upaya untuk mengadaptasi metode penyampaian ajaran Islam sesuai dengan perkembangan zaman, terutama dalam konteks teknologi yang semakin maju. Inovasi di sini berarti mencari cara-cara baru dan kreatif untuk menyampaikan pesan dakwah agar lebih relevan dan mudah diterima oleh masyarakat modern.

Makna umum tersebut merujuk pada (1) adaptasi terhadap perubahan zaman, artinya bahwa dalam era digital, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Mengintegrasikan teknologi dalam dakwah bukan hanya sekadar pilihan, tetapi kebutuhan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif di platform digital, (2) peningkatan aksesibilitas, artinya dengan memanfaatkan teknologi, pesan-pesan Islam dapat disampaikan melalui berbagai platform, seperti media sosial, aplikasi mobile, dan situs web. Hal ini meningkatkan aksesibilitas bagi audiens yang mungkin tidak bisa hadir dalam kegiatan dakwah secara langsung, (3) interaksi yang lebih mendalam, artinya teknologi memungkinkan interaksi dua arah antara penceramah dan audiens. Melalui media sosial, pendengar dapat memberikan pertanyaan, komentar, dan berbagi pengalaman, sehingga menciptakan suasana dialog yang lebih hidup dan memberdayakan, (4) konten yang menarik dan variatif, artinya bahwa inovasi juga mencakup cara penyajian konten dakwah. Penggunaan video, infografis, podcast, dan bentuk konten audiovisual lainnya dapat membuat pesan lebih menarik dan mudah dipahami. Ini membantu dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam, dan (5) mendorong keterlibatan komunitas, artinya bahwa dengan memanfaatkan teknologi, dakwah tidak hanya menjadi tanggung jawab penceramah, tetapi juga melibatkan komunitas. Audiens dapat berpartisipasi dalam pembuatan konten, berbagi informasi, dan menyebarkan pesan dakwah melalui jaringan sosial mereka.

Secara keseluruhan, konsep ini menekankan pentingnya inovasi dalam dakwah dengan memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif. Ini merupakan langkah strategis dalam menjawab tantangan zaman dan memastikan bahwa ajaran Islam tetap relevan di tengah perubahan sosial dan budaya. Melalui pendekatan ini, diharapkan pesan-pesan Islam dapat menjangkau lebih banyak hati dan pikiran, menciptakan dampak positif yang lebih besar dalam masyarakat. Merujuk hasil kajian objek 34 artikel yang dijadikan dasar kajian, maka hasil sintesis dan analisis dari 34 artikel yang relevan dengan inovasi dalam dakwah melalui pemanfaatan teknologi. Pembahasan akan dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama yang muncul dari literatur, meliputi platform digital, strategi konten, tantangan, dan etika dakwah digital, serta implikasi terhadap efektivitas penyebaran pesan Islam.

Pemanfaatan Platform Digital dalam Dakwah

Pemanfaatan platform digital dalam dakwah merupakan inovasi strategis yang memungkinkan penyebaran pesan Islam secara lebih luas dan efektif. Dengan integrasi media sosial, aplikasi mobile, dan situs web, dakwah dapat dijangkau oleh audiens yang beragam, termasuk generasi muda yang aktif di ruang digital. Penelitian menunjukkan bahwa platform seperti Instagram dan YouTube tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga memungkinkan interaksi dua arah antara penceramah dan audiens, sehingga memperkaya pengalaman belajar dan keterlibatan komunitas.

Selain itu, konten yang disajikan dalam format audiovisual, seperti video ceramah dan infografis, mampu menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman terhadap ajaran Islam. Dengan demikian, platform digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran, tetapi juga sebagai ruang dialog dan kolaborasi yang memperkuat keberadaan dakwah dalam konteks sosial yang terus berkembang. Ringkas temuan kunci artikel tampak pada gambar 1.



Gambar 1. Platfor, Digital dalam Dakwah: Garis Waktu Temuan Kunci

Meninjau pada riview artikel didapatkan bahw penelitian menunjukkan bahwa penggunaan berbagai platform digital menjadi pilar utama inovasi dakwah. Media sosial mendominasi sebagai sarana jangkauan luas. Khaerani,(2021) dalam studinya menyoroti Instagram sebagai platform visual yang sangat efektif untuk menyampaikan kutipan inspiratif dan infografis dakwah. Serupa, Ulwan, (2020) mengemukakan bahwa Facebook, dengan fitur grup dan *live streaming*-nya, memfasilitasi diskusi keagamaan interaktif dan majelis taklim daring. Firdaus, et al (2025) menambahkan bahwa Twitter (sekarang X) berperan dalam diseminasi pesan singkat yang padat dan *hashtag* dakwah untuk memviralkan isu-isu keislaman.

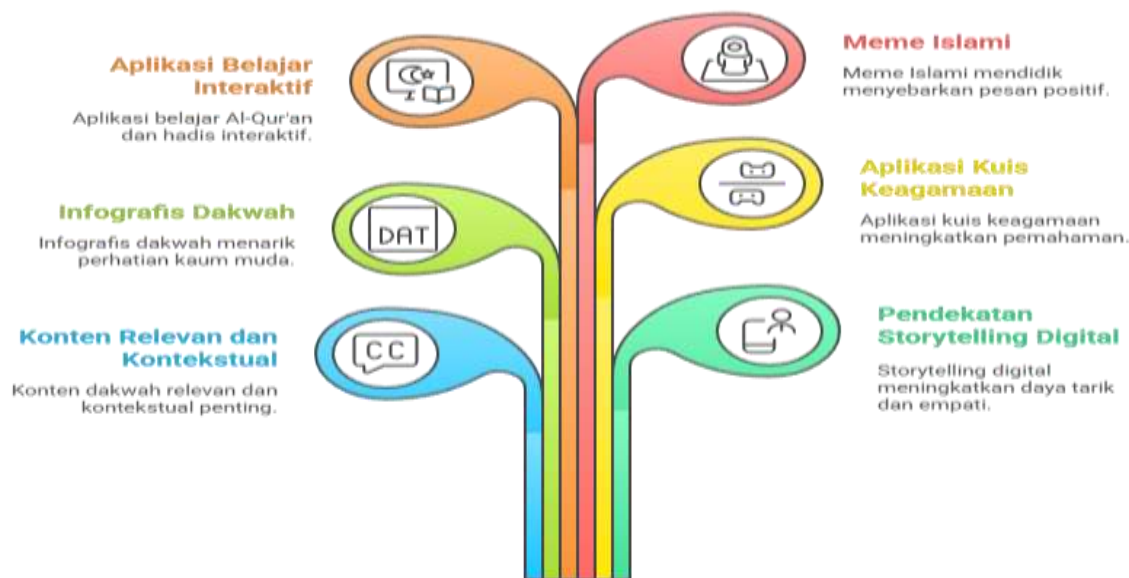
Lebih lanjut, platform video seperti YouTube menjadi medium dakwah yang sangat populer. Ramadhani, M. N (2018) menemukan bahwa video ceramah, kajian, dan konten edukasi Islam di YouTube memiliki tingkat jangkauan dan retensi audiens yang tinggi, terutama di kalangan milenial. Puspa, (2022)melalui artikeln ya menguraikan keberhasilan kanal-kanal dakwah yang konsisten mengunggga h konten video pendek dan *shorts* yang mudah dicerna. Ummah et al (2020) juga menyoroti peran podcast sebagai format audio yang berkembang pesat, memungkinkan pendengar mengonsumsi konten dakwah di mana saja dan kapan saja. kemudian aplikasi pesan

instan seperti *WhatsApp* dan *Telegram* juga dimanfaatkan secara intensif. Hsb, (2019) menjelaskan bahwa grup *WhatsApp* dakwah efektif untuk menyebarkan pengingat keagamaan harian, ayat-ayat Al-Qur'an, dan hadis singkat. Wijayati, (2021) meneliti bagaimana *Telegram* channel digunakan untuk distribusi materi dakwah yang lebih terstruktur, termasuk e-book dan rekaman kajian.

Strategi Konten dan Kreativitas dalam Dakwah Digital

Strategi konten dan kreativitas dalam dakwah digital merupakan elemen kunci yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan Islam di era modern. Dengan meningkatnya konsumsi media digital, penting bagi penyampai dakwah untuk mengembangkan konten yang relevan, kontekstual, dan menarik bagi audiens. Pendekatan seperti storytelling digital, infografis, dan penggunaan elemen gamifikasi telah terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan empati audiens terhadap isu-isu keislaman. Selain itu, pemanfaatan format audiovisual, seperti video dan podcast, memperkaya pengalaman belajar dan memungkinkan penyampaian pesan yang lebih mendalam. Inovasi dalam penyajian konten ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan generasi muda, tetapi juga menciptakan ruang untuk diskusi yang lebih interaktif, sehingga dakwah dapat beradaptasi dengan dinamika sosial dan budaya yang terus berubah.

Tampak gambar 2 terkait dengan temuan strategi kreatif dalam dakwah digital berdasarkan tinjauan artikel review.



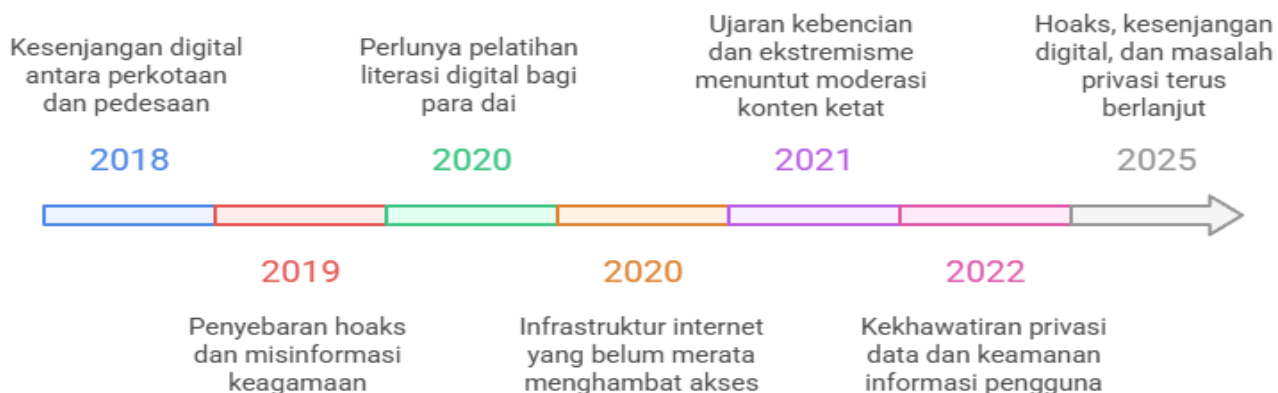
Gambar 2. Strategi kreatif dalam Dakwah Digital

Deskripsi strategi merujuk pada review menunjukkan bahwa inovasi dakwah tidak hanya tentang platform, tetapi juga bagaimana pesan dikemas. Nikmah, F. (2020) menekankan pentingnya konten dakwah yang relevan dan kontekstual dengan isu-isu kontemporer. Auni, S. (2022) menemukan bahwa pendekatan storytelling digital mampu meningkatkan daya tarik dan empati audiens terhadap pesan keislaman. Penggunaan visualisasi menarik dan infografis menjadi kunci. Rachmadhani, A. (2021) mencontohkan keberhasilan infografis tentang rukun Islam dan kisah para nabi dalam menarik perhatian kaum muda.

Selain itu, gamifikasi (penggunaan elemen game dalam konteks non-game) mulai dipertimbangkan. Zafri, et al. (2023) dalam studinya mengemukakan potensi aplikasi berbasis kuis atau tantangan keagamaan untuk meningkatkan pemahaman dan interaksi pengguna. Maulana, & Nasir (2022) menyoroti pengembangan aplikasi belajar Al-Qur'an dan hadis yang interaktif sebagai bentuk inovasi konten. Humor yang bijak dan relevan juga dapat menjadi strategi. Hamdi, et al (2021) meneliti bagaimana meme Islami yang mendidik dan lucu dapat menyebarkan pesan positif di kalangan remaja.

Tantangan dan Hambatan dalam Dakwah Digital

Tantangan dan hambatan dalam dakwah digital menjadi isu penting yang perlu diperhatikan seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi dalam penyebaran pesan Islam. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran hoaks dan misinformasi yang dapat merusak reputasi dakwah dan membingungkan audiens. Selain itu, kesenjangan digital antara perkotaan dan pedesaan mengakibatkan ketidakmerataan akses, sehingga tidak semua lapisan masyarakat dapat menikmati konten dakwah secara optimal. Problematika lainnya termasuk perlunya literasi digital di kalangan dai dan audiens, agar mereka mampu menyaring informasi yang diterima dan berpartisipasi secara aktif dalam komunitas online. Di samping itu, tantangan etika seperti ujaran kebencian dan ekstremisme di ruang digital memerlukan moderasi konten yang ketat untuk menjaga integritas dakwah. Dengan memahami dan menghadapi tantangan ini, dakwah digital dapat berkembang secara berkelanjutan dan tetap relevan di tengah perubahan sosial yang cepat tampak terurai pada gambar 3.



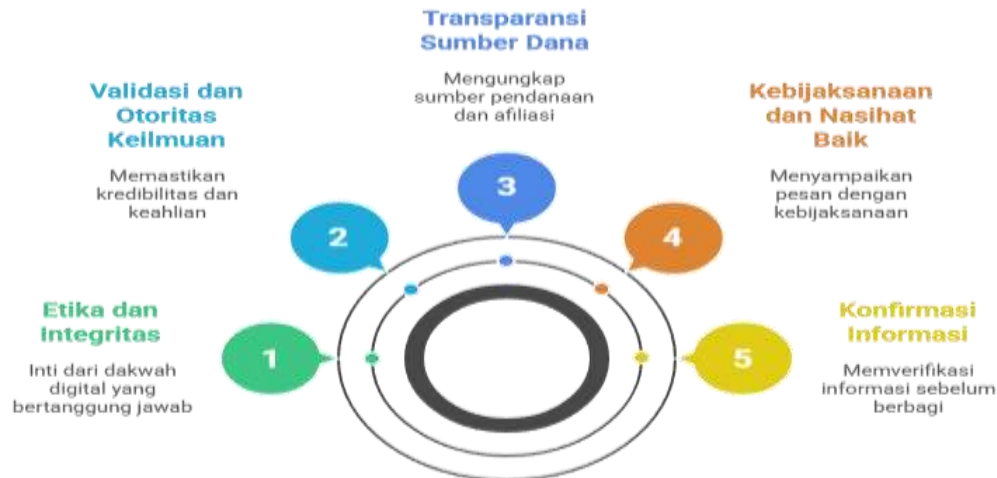
Gambar 3. Tantangan dan Hambatan dalam dakwah Digital

Merujuk hasil review tampak bahwa meskipun potensi inovasi dakwah digital besar, berbagai tantangan juga teridentifikasi. Suharyanto, (2019) mengidentifikasi penyebaran hoaks dan misinformasi keagamaan sebagai hambatan serius. Literasi digital para dai dan audiens menjadi krusial. Munawara, et al. (2020) menekankan perlunya pelatihan bagi para dai agar mahir dalam produksi konten digital dan manajemen komunitas daring.

Masalah etika juga mencuat. Nasution, (2021) membahas tantangan ujaran kebencian dan ekstremisme yang sering muncul di ruang digital, menuntut moderasi konten yang ketat. Yel, (2022) juga menyoroti isu privasi data dan keamanan informasi pribadi pengguna dalam platform dakwah. Selain itu, Pramukantoro, E. S. (2018) menemukan bahwa kesenjangan digital (digital divide) antara perkotaan dan pedesaan masih menjadi kendala dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Keterbatasan akses internet dan perangkat. Hikmatunazilah, H. (2020) menyoroti bahwa infrastruktur internet yang belum merata di beberapa daerah menjadi kendala utama.

Etika dan Integritas dalam Dakwah Digital

Etika dan integritas dalam dakwah digital merupakan fondasi yang esensial untuk memastikan penyebaran pesan Islam yang akurat dan bertanggung jawab. Dalam konteks digital, penting bagi para dai untuk mengedepankan prinsip tabayyun atau konfirmasi informasi sebelum menyebarkan konten, guna mencegah penyebaran hoaks dan misinformasi yang dapat merugikan kepercayaan publik. Selain itu, penyampaian pesan harus dilakukan dengan hikmah dan mau'izhah hasanah, yaitu nasihat yang baik, untuk menghindari provokasi yang berpotensi menimbulkan perpecahan. Transparansi mengenai sumber informasi dan afiliasi juga menjadi aspek penting untuk membangun kredibilitas di mata audiens. Dengan mengedepankan etika dan integritas, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas yang saling menghargai dan memahami, sehingga dapat berkontribusi positif terhadap masyarakat secara keseluruhan, tampak pada gambar 4.

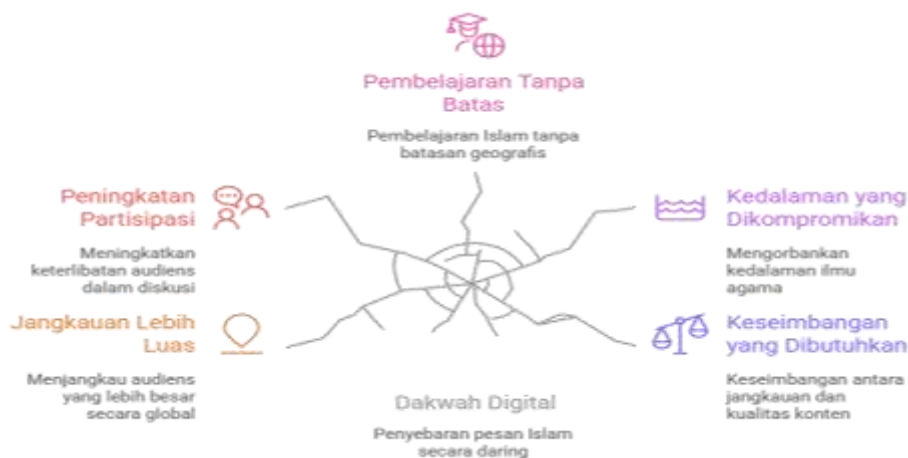


Gambar 4. Etika dan Integritas dalam Dakwah Digital

Meninjau dari review tampak terkaji bahwa aspek etika adalah fondasi dakwah digital yang efektif. Roijah, (2020) menegaskan pentingnya *tabayyun* (konfirmasi informasi) dalam setiap penyebaran konten dakwah. Purnamasari & Thoriq, (2021) menggarisbawahi urgensi menyampaikan pesan Islam dengan *hikmah* (kebijaksanaan) dan *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), menghindari provokasi dan penghakiman. Transparansi dan akuntabilitas para dai digital ditekankan oleh Fitria, & Subakti (2022) terutama dalam hal sumber dana dan afiliasi.

Implikasi terhadap Efektivitas Penyebaran Pesan Islam

Implikasi terhadap efektivitas penyebaran pesan Islam dalam konteks dakwah digital sangat signifikan, mengingat penggunaan teknologi modern yang terus berkembang. Dengan memanfaatkan platform digital, pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang lebih inovatif dan menarik, menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih terhubung secara online. Hal ini memungkinkan terciptanya interaksi yang lebih dinamis antara penceramah dan audiens, yang pada gilirannya meningkatkan pemahaman dan keterlibatan masyarakat terhadap ajaran Islam. Namun, efektivitas ini juga bergantung pada strategi konten yang tepat dan etika penyampaian yang baik, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya menarik tetapi juga akurat dan relevan. Selain itu, tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak benar dan kesenjangan digital harus diatasi untuk memastikan bahwa dakwah digital dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan, memperkuat kehadiran Islam di ruang publik, serta membangun hubungan yang harmonis di antara berbagai komunitas yang tertuang pada gambar 5



Gambar 5. Dakwa Digital Mempengaruhi Efektifitas Penyebaran Pesan Islam

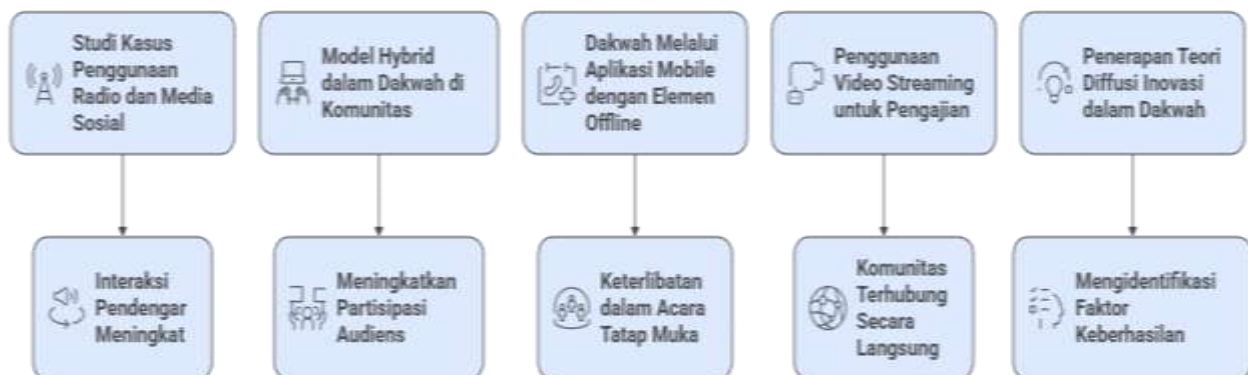
Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi secara inovatif telah meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam. Kurniawati, L. (2018) menemukan bahwa dakwah digital mampu menjangkau audiens yang lebih luas,

termasuk generasi muda yang cenderung kurang aktif di majelis taklim konvensional. Yanti, (2019) mengindikasikan peningkatan partisipasi audiens dalam diskusi keagamaan daring. Fleksibilitas waktu dan tempat menjadi keuntungan signifikan, seperti yang diutarakan oleh Tantowi, & Yazid. (2020) memungkinkan pembelajaran Islam berlangsung tanpa batasan geografis.

Namun, efektivitas ini juga diimbangi dengan kekhawatiran akan dangkalnya pemahaman. Ika, (2021) memperingatkan tentang fenomena "dakwah instan" yang mengorbankan kedalaman ilmu. Zaman, (2023) menekankan perlunya keseimbangan antara jangkauan luas dan kualitas konten dakwah. Sasongko. (2020) menyoroti bahwa interaksi virtual, meski luas, belum tentu menggantikan kedalaman interaksi personal dalam dakwah konvensional. Pentingnya validasi dan otoritas keilmuan dalam dakwah digital juga menjadi perhatian, seperti yang dijelaskan oleh Kulsum, (2021) menambahkan bahwa dakwah digital membutuhkan adaptasi terus-menerus terhadap perubahan tren teknologi dan preferensi audiens. Musta'in, et al. (2022) menggarisbawahi bahwa keberlanjutan dakwah digital sangat bergantung pada inovasi berkelanjutan dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi baru. Rizqy, et al. (2023) menyimpulkan bahwa meskipun teknologi memberikan alat baru, esensi dakwah tetap pada penyampaian kebenaran dengan cara yang paling efektif dan bijaksana. Jati. (2023) dalam analisis terbarunya, menegaskan bahwa kolaborasi antara dai, teknologi, dan komunitas adalah kunci untuk memaksimalkan dampak dakwah digital.

Ringkasan hasil *review* dari 34 artikel yang membahas inovasi dakwah digital tersintesis merujuk (1) studi kasus penggunaan radio dan media sosial dikatakan bahwa beberapa penelitian telah menunjukkan bagaimana stasiun radio Islam mengintegrasikan platform media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah mereka. Misalnya, program radio yang disiarkan secara langsung dapat dipromosikan melalui akun media sosial, memungkinkan pendengar untuk berinteraksi secara langsung dengan penceramah dan berbagi pengalaman mereka; (2) model hybrid dalam dakwah di komunitas, dinyatakan terdapat studi yang mengeksplorasi model hybrid dakwah, di mana kegiatan tatap muka seperti pengajian atau seminar diintegrasikan dengan konten digital, seperti video atau podcast. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggabungan kedua metode ini meningkatkan partisipasi audiens dan memperkuat komunitas; (3) dakwah melalui aplikasi mobile dengan elemen offline, dinyatakan beberapa aplikasi mobile telah dirancang untuk menyediakan konten dakwah yang dapat diakses kapan saja, tetapi juga mendorong pengguna untuk menghadiri acara atau kelas offline. Studi ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam komunitas lokal melalui acara tatap muka dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan melalui aplikasi; (4) penggunaan video streamin untuk pengajian, dikatakan bahwa penelitian yang menganalisis penggunaan platform streaming video untuk menyiarkan pengajian atau ceramah secara langsung. Penelitian ini menunjukkan bagaimana komunitas dapat mengikuti acara secara langsung di mana pun mereka berada, tetapi tetap terhubung dengan kegiatan komunitas lokal; dan (5) penerapan teori diffusi inovasi dalam dakwah, ditemukan beberapa studi menerapkan Teori Diffusi Inovasi untuk memahami bagaimana metode dakwah tradisional dapat diadaptasi dengan teknologi digital. Penelitian ini menganalisis proses adopsi dan integrasi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan transisi dari metode tradisional ke digital.

Studi-studi ini menunjukkan bahwa integrasi dakwah tradisional dan digital dapat menciptakan pendekatan yang lebih holistik, meningkatkan jangkauan, dan memperdalam keterlibatan audiens dalam penyampaian pesan Islam. Adapun integrasi daakwah tradisional dan digital tampak pada gambar 6



Gambar 6. Integrasi Dakwah Tradisional dan Digital

Analisis gambar 6 menggambarkan berbagai studi yang menyoroti pengintegrasian dakwah tradisional dengan metode digital, menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dalam penyampaian pesan Islam dapat meningkatkan efektivitas dan keterlibatan audiens. Studi pertama mengenai penggunaan radio dan media sosial menunjukkan bahwa integrasi ini mampu meningkatkan interaksi pendengar, menciptakan saluran komunikasi yang lebih responsif dan dinamis. Selanjutnya, model hybrid yang mengeksplorasi kombinasi kegiatan tatap muka dengan konten digital seperti video atau podcast menunjukkan peningkatan partisipasi audiens dan penguatan komunitas, menekankan pentingnya interaksi langsung dalam membangun hubungan sosial yang kuat.

Studi tentang aplikasi mobile menggarisbawahi pentingnya elemen offline dalam mendorong keterlibatan, di mana kehadiran di acara tatap muka secara signifikan meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Penggunaan video streaming untuk pengajian juga menjadi contoh nyata bagaimana teknologi dapat memungkinkan masyarakat untuk mengikuti acara secara langsung, menjaga konektivitas meskipun secara fisik terpisah. Terakhir, penerapan teori Diffusi Inovasi memberikan kerangka teoritis untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan transisi dari metode dakwah tradisional ke digital, menyoroti perlunya strategi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan audiens.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa integrasi dakwah tradisional dan digital bukan hanya sekadar tren, melainkan suatu keharusan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam. Hal ini juga mengindikasikan bahwa dakwah yang efektif harus memanfaatkan berbagai platform dan metode untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih holistik dan interaktif.

Namun demikian review menemukan beberapa kajian terkait kesenjangan riset yang dapat ditinjau dari (1) pengaruh budaya lokal terhadap penerimaan teknologi dalam dakwah, artinya bahwa banyak penelitian telah membahas penggunaan teknologi dalam dakwah secara umum, tetapi sedikit yang mengeksplorasi bagaimana budaya lokal mempengaruhi penerimaan dan efektivitas teknologi tersebut. Misalnya, bagaimana norma budaya dan nilai-nilai masyarakat setempat dapat memengaruhi cara teknologi digunakan dalam praktik dakwah; (2) efektivitas jangka panjang dari metode dakwah digital, artinya bahwa sebagian besar penelitian saat ini fokus pada dampak jangka pendek dari inovasi digital, seperti media sosial dan aplikasi mobile. Kesenjangan ada dalam studi yang menginvestigasi efektivitas jangka panjang dari metode ini dalam mengubah perilaku dan sikap audiens terhadap Islam; (3) integrasi antar dakwah tradisional dan digital, artinya penelitian yang ada cenderung berfokus pada satu metode saja, baik itu tradisional atau digital. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya studi yang mengeksplorasi bagaimana kedua pendekatan ini dapat diintegrasikan secara efektif, dan model apa yang dapat digunakan untuk menjembatani keduanya; (4) peran komunitas dalam penyebaran inovasi dakwah, artinya ditemukan beberapa penelitian yang meneliti bagaimana komunitas lokal berperan dalam menyebarkan inovasi dakwah. Misalnya, penelitian yang lebih mendalam tentang peran kelompok pemuda atau organisasi lokal dalam mempromosikan konten dakwah di media sosial dapat memberikan wawasan berharga; (5) pengaruh algoritma media sosial terhadap penyebaran pesan dakwah, artinya dengan meningkatnya penggunaan media sosial, ada kebutuhan untuk memahami bagaimana algoritma platform ini mempengaruhi visibilitas dan distribusi konten dakwah. Penelitian yang menyelidiki hubungan antara algoritma dan efektivitas penyampaian pesan dakwah masih sangat terbatas; dan (6) keterlibatan audiens dalam proses pembuatan konten dakwah, artinya bahwa kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian tentang bagaimana audiens dapat dilibatkan dalam pembuatan konten dakwah. Penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana partisipasi audiens dalam proses kreatif dapat meningkatkan keterlibatan dan efektivitas pesan.

Mengidentifikasi kesenjangan-kesenjangan ini dapat membuka peluang untuk penelitian di masa depan yang lebih mendalam dan relevan, serta membantu dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital.

4 Kesimpulan dan Saran

Konsep "Inovasi dalam Dakwah: Memanfaatkan Teknologi untuk Menyebarkan Pesan Islam secara Efektif" menekankan pentingnya adaptasi metode penyampaian ajaran Islam dengan memanfaatkan teknologi modern. Dalam era digital, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan, menjadikan integrasi teknologi dalam dakwah suatu keharusan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Pemanfaatan berbagai platform digital, seperti media sosial, aplikasi mobile, dan situs web, meningkatkan aksesibilitas pesan-pesan Islam bagi mereka yang tidak dapat hadir secara langsung. Selain itu, teknologi memungkinkan terciptanya dialog dua arah antara penceramah dan audiens, yang memperkaya pengalaman belajar dan mendorong keterlibatan komunitas dalam pembuatan konten.

Kajian terhadap 34 artikel relevan menunjukkan bahwa tema-tema sentral dalam inovasi dakwah mencakup pemanfaatan platform digital, strategi konten, tantangan yang dihadapi, etika dakwah digital, dan implikasi terhadap efektivitas penyebaran pesan Islam. Meskipun terdapat banyak peluang, tantangan seperti penyebaran hoaks, kesenjangan digital, dan perlunya literasi digital di kalangan dai dan audiens tetap harus dihadapi. Secara keseluruhan, inovasi dalam dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam, tetapi juga memastikan bahwa ajaran Islam tetap relevan di tengah perubahan sosial dan budaya. Oleh karena itu, penelitian dan pengembangan di bidang ini harus terus dilakukan agar dakwah dapat beradaptasi dengan tren dan kebutuhan masyarakat yang terus berubah.

5 Daftar Rujukan

- Auni, S. (2022). *Dakwah Melalui Kisah Di Kampung Dongeng Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Bashori, A. H. (2022). *Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah*. El-Fatih: Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam, 1(1), 1-30.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). *Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial*. Jurnal Kolaboratif Sains, 8(1), 872-881.
- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). *Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital*. Merdeka Indonesia Jurnal International, 4(1), 149-158.
- Firdaus, Y., et al. (2025). *Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam*. Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara, 1(6), 746-755.
- Firmansyah, M. Y. (2025). *Infiltrasi Dakwah Dalam Komunitas Pendidikan (Studi Pada Program Proyek Kebaikan Sokola Sogan Medono Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Fitria, W., & Subakti, G. E. (2022). *Era digital dalam perspektif Islam: Urgensi etika komunikasi umat beragama di Indonesia*. Jurnal Penelitian Keislaman, 18(2), 143-157.
- Hamdi, S., et al. (2021). *Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi*. Intizar, 27(1), 1-15.
- Hartina Batoa, S. P. (2024). *Teori-teori Komunikasi. Komunikasi Sosial dan Lintas Budaya*.
- Hikmatunazilah, H. (2020). *Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Berbasis Teknologi Informasi* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Hodijah, C., et al. (2025). *Komunikasi Bisnis dalam Era Artificial Intelligence*. Takaza Innovatix Labs.
- Hsb, Z. S. (2019). *Agama Dan Virtualitas (Menelisik Aktivitas Khalayak Dalam Fenomena Sosial Dan Ritual Keagamaan Di Dunia Virtual)*. Komodifikasi, 7(1).
- Ika, P. (2021). *Metode Bahtsul Kutub Dalam Pembentukan Karakter Calon Da'i Di Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Jati, R. P. (2023). *Memberdayakan Komunitas: Komunikasi Kooperatif Dalam Platform Media Komunitas*. Communication, 14(2), 190-205.
- Jaya, C. K., & Pratama, L. M. R. (2025). *Dakwah Di Era Digital: Inovasi Media Sebagai Respon Terhadap Kebutuhan Umat Kontemporer*. Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah, 1(1), 11-21.
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). *Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern*. Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta, 11(1), 59-68.
- Khaerani, A. (2021). *Pengaruh Penyajian Berita Infografis Tirto. id Terhadap Kepuasan Pembaca (Survei Terhadap Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta Angkatan 2014-2016)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kulsum, U. (2021). *Dakwah Islam Salafi Pada Instagram Khalid Basalamah Official Dalam Perspektif New Media* (Master's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kurniawati, L. (2018). *Analisis kesenjangan literasi digital mahasiswa program studi PAI PTKIN Indonesia* (Master's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2018).
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Maharani, D., & Wahyuni, R. (2024). *Systematic Literature Review: Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Melalui Penggunaan Media Audio-Visual*. Jurnal Strategi Pembelajaran, 1(2).

- Maulana, M. R., & Nasir, M. (2022). *Pengembangan Media Interaktif Berbasis Aplikasi Android Pada Pembelajaran Ilmu Tahsin Dan Tajwid*. Jurnal Basicedu, 6(2), 1756-1765.
- Munawara, M., et al. (2020). *Pemanfaatan Media Digital Untuk Dakwah Pesantren Tebuireng: Studi Pada Akun Media Sosial Tebuireng*. online. Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 14(1), 29-45.
- Musta'in, M. M., et al. (2022). *Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Dan Kemandirian Masyarakat Era Society 5.0*.
- Nartin, S. E., et al. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Nasution, M. S. A. (2021). *Moderasi Beragama Di Indonesia Dalam Menyikapi Pilkada Serentak 2020 (Perspektif Warga Nahdliyin)*.
- Nikmah, F. (2020). *Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial*. Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 2(1), 45-52.
- Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media.
- Pramukantoro, E. S. (2018). *Solusi Kesenjangan Informasi Digital di Daerah Rural: Pendekatan Praktis*. Universitas Brawijaya Press.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). *Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam*. Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies, 2(2), 87-99.
- Puspa, H. (2022). *Gaya Retorika Dakwah Kh Abdullah Gymnastiar Di Channel Youtube Aagym Official* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(2), 150-169.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). *Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur*. Concept: Journal of Social Humanities and Education, 3(1), 266-279.
- Ramadhani, M. N. *Al-Qur'an Dan Media Digital: Penggunaan Video Murottal Di Youtube Tahun 2009-2015* (Bachelor's thesis).
- Rizqy, M., et al. (2023). *Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0*. Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora, 1(1), 22-42.
- Roijah, S. (2020). *Tabayyun Terhadap Berita Ditinjau Dari Al-Quran Dan Kode Etik JurnalisTIK (Studi atas Surat Al Hujurat ayat 6 dalam Tafsir Al-Misbah, Tafsir Al-Azhar dan Tafsir An-Nur)* (Doctoral dissertation, IAIN).
- Sasongko, Y. P. D. (2020). *Mitigasi Pandemi Covid-19 Dalam Komunikasi Interpersonal Yuval Noah Harari*. Pusaran komunikasi di tengah badai covid-19, 86.
- Shobirin, M. A., Rosyadi, R. N., & Sari, E. F. (2025). *Tantangan Dan Problematika Masyarakat Modern*. Cahya Ghani Recovery.
- Sugiono, S. (2024). *Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence Dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi*. Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 9(1), 110-133.
- Suharyanto, C. E. (2019). *Analisis Berita Hoaks Di Era Post-Truth: Sebuah Review*. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi, 10(2), 37-49.
- Tantowi, A. Y. A., & Yazid, A. (2020). *Kontestasi ideologi dalam narasi otoritas keakidahan antara Islam Nusantara dengan Islam Salafi di media online Youtube*. Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ulwan, A. F. (2020). *Konstruksi Makna Islam Nusantara pada Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama dalam Perspektif Komunikasi Persuasif* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ummah, A. H., et al. (2020). *Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan*. Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 12(2), 210-234.
- Wijayati, A. D. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram terhadap Peningkatan Pengetahuan Keagamaan (Studi Kasus pada Akun Telegram Rumaysho)* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Yanti, M. (2019). *Telaah Literatur Tentang Dakwah Di Indonesia*. Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan, 13(2), 400-451.
- Yel, M. B. M. (2022). *Keamanan Informasi Data Pribadi Pada Media Sosial*. Jurnal informatika kaputama (JIK).
- Zafri, N. D., et al. (2023). *Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial: Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media*. Journal of Fatwa Management and Research, 28(2), 54-69.
- Zaman, S. (2023). *Rencana Strategis Komunikasi Institusi: Membangun Kualitas Dan Relevansi Konten Untuk Masa Depan*.

Zulaikha, P. (2025). *Pengaruh Influencer Keagamaan terhadap Perubahan Gaya Hidup Religius Generasi Z: Perspektif Al-Qur'an*. Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi, 2(6), 648-668.