



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 2, Tahun 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 2, Tahun 2025

Pages : 3301–3307

Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Dakwah Islam di Era
Digital: Studi Literatur atas Perspektif Komunikasi Islam

Siti Istianah

Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i2.3124>

How to Cite this Article

APA : Istianah, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Dakwah Islam di Era Digital: Studi Literatur atas Perspektif Komunikasi Islam. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(2), 3301 – 3307. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i2.3124>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Dakwah Islam di Era Digital: Studi Literatur atas Perspektif Komunikasi Islam

Siti Istianah

Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

*Email Korespondensi: dewekebae@gmail.com

Diterima: 20-02-2025

| Disetujui: 25-02-2025

| Diterbitkan: 28-02-2025

ABSTRACT

This study examines the role of social media as a platform for Islamic propagation (dakwah) in the digital age, focusing on the opportunities and challenges faced. Social media has transformed the landscape of dakwah, enabling preachers to reach a wider and more diverse audience. This research highlights the increased participation of the younger generation in Islamic studies through social media, as well as innovations in delivering dakwah messages through creative and interactive content. Furthermore, collaboration between preachers and dakwah institutions in the digital realm is also a focus of the study. The research methods include literature study and content analysis from various social media platforms. The results of the study indicate that social media offers great opportunities for dakwah, but also presents challenges related to information verification and ethical interaction. The wise and responsible use of social media can maximize the potential for dakwah in the digital age.

Keywords: Social Media, Dakwah, Young Generation, Creative Content, Collaboration, Digital Age

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital, dengan fokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi. Media sosial telah mengubah lanskap dakwah, memungkinkan para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Penelitian ini menyoroti peningkatan partisipasi generasi muda dalam kajian keislaman melalui media sosial, serta inovasi dalam penyampaian pesan dakwah melalui konten kreatif dan interaktif. Selain itu, kolaborasi antar dai dan lembaga dakwah di ranah digital juga menjadi fokus penelitian. Metode penelitian meliputi studi literatur dan analisis konten dari berbagai platform media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menawarkan peluang besar untuk dakwah, tetapi juga menghadirkan tantangan terkait verifikasi informasi dan etika berinteraksi. Pemanfaatan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab dapat memaksimalkan potensi dakwah di era digital.

Katakunci: Media Sosial, Dakwah, Generasi Muda, Konten Kreatif, Kolaborasi, Era Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kehadiran internet sebagai media utama dalam menyebarkan informasi memungkinkan akses cepat dan luas terhadap berbagai pengetahuan, termasuk dalam bidang keagamaan. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi pola interaksi sosial dan budaya (Nasrullah, 2017). Dalam konteks ini, dakwah Islam sebagai upaya menyampaikan nilai-nilai agama mengalami pergeseran metode dari pendekatan konvensional menuju pendekatan digital yang lebih dinamis dan fleksibel.

Meningkatnya penggunaan media sosial menjadi fenomena yang tak terhindarkan di era digital. Platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok kini menjadi sarana komunikasi dan informasi yang dominan di kalangan masyarakat. Data dari (We Are Social, 2023) menunjukkan bahwa lebih dari 191 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan internet, di mana sekitar 167 juta di antaranya aktif di media sosial. Kondisi ini menciptakan peluang bagi para dai untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat dakwah yang efektif, mengingat jangkauan yang luas dan kemudahan aksesibilitas bagi audiens dari berbagai lapisan masyarakat.

Selain sebagai media penyebaran informasi, dakwah digital juga berfungsi sebagai sarana klarifikasi terhadap berbagai misinformasi atau hoaks yang kerap muncul di dunia maya. Peran ini menjadi krusial mengingat banyaknya konten yang tidak akurat atau menyesatkan terkait ajaran Islam. Para dai memiliki tanggung jawab untuk menyajikan informasi yang benar dan berbasis pada sumber-sumber otoritatif, guna menjaga kemurnian ajaran Islam dan membimbing umat menuju pemahaman yang benar (Syaifulah & Idrus, 2019). Oleh karena itu, kemampuan literasi digital menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para dai di era modern.

Namun, dakwah di era digital juga menghadapi berbagai tantangan, seperti adanya disinformasi, ujaran kebencian, dan polarisasi di media sosial. Selain itu, pendekatan yang terlalu formal atau kaku terkadang kurang diminati oleh generasi muda yang lebih menyukai konten kreatif dan menghibur. Menurut (Supriyatno, n.d.) untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi dakwah yang inovatif dan kontekstual, seperti memanfaatkan storytelling, visualisasi menarik, dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami. Dengan cara ini, dakwah dapat tetap relevan di tengah arus informasi yang terus berkembang.

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis peran media sosial dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital. Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah pola komunikasi keagamaan secara signifikan. Media sosial memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara cepat dan luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok, para dai dapat menjangkau audiens dari berbagai kalangan usia dan latar belakang sosial. Analisis terhadap peran media sosial ini penting untuk memahami bagaimana teknologi dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat modern.

Selain itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tantangan dan peluang dakwah melalui media sosial. Salah satu tantangan utama dalam dakwah digital adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks terkait ajaran Islam. Menurut (Syaifulah & Idrus, 2019) informasi yang salah atau disalahartikan di media sosial dapat menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Di sisi lain, media sosial juga menawarkan peluang besar untuk menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Dengan pendekatan kreatif seperti video pendek, infografis, dan podcast, pesan-pesan dakwah dapat dikemas secara menarik dan mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas (Hidayat & Huda, 2024).

Tujuan lainnya adalah menganalisis adaptasi dakwah terhadap tren digital dan budaya populer di kalangan generasi muda. Generasi milenial dan Gen Z cenderung mengonsumsi konten berbasis visual dan audio yang ringan namun bermakna. Penelitian ini akan mengidentifikasi strategi dakwah yang efektif di kalangan generasi muda melalui format konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Misalnya, memanfaatkan tren viral, meme, atau storytelling sebagai media edukasi Islam tanpa mengurangi esensi ajaran agama. Dengan pendekatan ini, dakwah menjadi lebih relevan dan mudah diterima oleh generasi *digital-native*.

Akhirnya, penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi bagi para dai dalam memaksimalkan media sosial sebagai alat dakwah yang berkelanjutan. Rekomendasi ini mencakup pentingnya literasi digital, etika bermedia, dan strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan prinsip komunikasi Islam. Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada, para dai dapat menggunakan media sosial secara optimal untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin. Penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi pengembangan dakwah digital yang efektif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kontemporer (Budiantoro, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review sebagai teknik utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena dakwah Islam di era digital secara mendalam melalui kajian terhadap berbagai sumber literatur (Creswell & Creswell, 2017). *Literature review* dalam penelitian ini dilakukan dengan menelaah secara sistematis berbagai karya ilmiah yang relevan, termasuk jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian yang membahas hubungan antara media sosial dan dakwah Islam. Melalui metode ini, penelitian berupaya merangkum hasil kajian sebelumnya untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana media sosial digunakan sebagai instrumen dakwah serta mengidentifikasi peluang, tantangan, dan perspektif komunikasi Islam dalam praktik dakwah digital (Snyder, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini meliputi literatur primer dan sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah terakreditasi, buku-buku akademik, artikel dari media daring terpercaya, serta laporan penelitian yang membahas tema utama terkait dakwah Islam dan media sosial. Data dianalisis menggunakan analisis tematik, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengeksplorasi, dan mengelompokkan pola, tema, serta konsep utama yang muncul dari literatur yang dikaji (Braun & Clarke, 2006). Teknik ini memungkinkan peneliti memahami isu-isu kunci dalam dakwah digital, seperti efektivitas media sosial, tantangan penyebaran informasi yang benar, dan integrasi prinsip komunikasi Islam dalam strategi dakwah. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat menyajikan gambaran holistik mengenai peran media sosial sebagai media dakwah yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern (Nowell et al., 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam di Era Digital

Media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital. Dengan kemajuan teknologi informasi, pesan keislaman dapat disampaikan secara cepat dan luas kepada

berbagai kalangan masyarakat. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan para dai menyampaikan ceramah, kajian, dan nasihat keislaman dalam bentuk teks, gambar, dan video. Hal ini sejalan dengan pandangan Hasan yang menyatakan bahwa media sosial memudahkan penyebaran dakwah karena sifatnya yang interaktif dan mampu menjangkau audiens dalam skala global.

Selain sebagai sarana penyebaran pesan, media sosial juga memfasilitasi diskusi keagamaan di kalangan umat Islam. Berbagai grup dan forum daring memungkinkan masyarakat untuk bertanya dan berdiskusi tentang berbagai permasalahan keislaman. Interaksi di dunia maya dapat membangun pemahaman agama yang lebih mendalam melalui dialog dan tukar pikiran yang konstruktif. Diskusi ini memperkuat ukhuwah Islamiyah di antara pengguna media sosial yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Media sosial juga berperan dalam membangun komunitas virtual yang berbasis nilai-nilai Islam. Komunitas ini menjadi tempat berbagi informasi, pengalaman spiritual, dan dukungan moral. Misalnya, komunitas penghafal Al-Qur'an atau majelis ilmu daring menjadi wadah bagi muslim untuk saling memotivasi dalam menjalankan ibadah.

Dalam konteks edukasi keislaman, media sosial menawarkan akses yang mudah dan praktis bagi masyarakat. Berbagai konten edukatif seperti kajian tafsir, hadis, dan fiqh tersedia secara gratis di berbagai platform. Menurut penelitian (Rahmawati, 2024) media sosial berfungsi sebagai sumber belajar alternatif yang dapat menjangkau daerah-daerah yang sulit diakses oleh dakwah konvensional. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi jembatan bagi masyarakat yang ingin memperdalam ilmu agama namun memiliki keterbatasan akses terhadap lembaga pendidikan formal. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadapi tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak valid atau hoaks keagamaan. Oleh karena itu, penting bagi para dai dan pengguna media sosial untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Kesimpulannya, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital. Melalui platform ini, pesan keislaman dapat disampaikan secara cepat dan luas, memfasilitasi diskusi keagamaan, membangun komunitas virtual, dan memberikan akses edukasi yang mudah dijangkau. Dengan memanfaatkan media sosial secara bijak, dakwah Islam dapat terus berkembang dan menjawab tantangan zaman di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

Tantangan Dakwah di Media Sosial

Dakwah di media sosial menawarkan peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas, tetapi juga menghadirkan tantangan signifikan (Nurhayati et al., 2023). Tantangan-tantangan ini meliputi penyebaran informasi yang tidak akurat, kurangnya regulasi, risiko misinterpretasi ajaran agama, polarisasi masyarakat, konten negatif dan provokatif, serta pengaruh algoritma media sosial (Maulidna et al., 2025). Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi dakwah yang efektif dan etis. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Kemudahan akses informasi di media sosial menyebabkan banyak konten beredar tanpa verifikasi yang memadai, sehingga informasi yang salah dapat dengan mudah menyebar. Hal ini dapat merusak reputasi dakwah dan menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para dai (pendakwah) untuk berhati-hati dalam memilih dan menyampaikan informasi, serta memastikan kebenaran dan kesahihan sumber informasi sebelum menyebarkannya.

Tantangan lainnya adalah kurangnya regulasi dalam media digital. Tidak adanya pedoman yang jelas membuat pengawasan terhadap konten dakwah menjadi sulit. Tanpa batasan yang jelas, para dai mungkin kesulitan menentukan cara penyampaian pesan mereka, sehingga dapat terjebak dalam kontroversi

atau konflik ideologis. Hal ini dapat mengakibatkan perpecahan di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat, terutama jika pesan dakwah disampaikan dengan cara yang tidak sensitif terhadap konteks sosial dan budaya. Risiko misinterpretasi ajaran agama juga menjadi perhatian penting. Penyebaran informasi yang tidak terkontrol dapat mengaburkan makna asli dari pesan dakwah. Konten-konten provokatif sering kali menarik perhatian lebih banyak daripada konten edukatif, sehingga masyarakat lebih terpengaruh oleh informasi sensasional daripada pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam. Hal ini menuntut para dai untuk menyampaikan pesan dakwah secara komprehensif dan mendalam, serta menghindari penyederhanaan yang berlebihan.

Selain itu, polarisasi masyarakat dapat terjadi akibat perdebatan di media sosial mengenai isu-isu keagamaan². Ketika berbagai pendapat saling bertentangan tanpa dialog konstruktif, hal ini dapat mengganggu persatuan dan harmoni antar kelompok masyarakat. Kontroversi semacam ini sering kali menciptakan ketegangan antara berbagai aliran atau paham dalam Islam. Oleh karena itu, dakwah di media sosial harus dilakukan dengan bijaksana dan mengedepankan dialog yang konstruktif, serta menghindari ujaran kebencian dan diskriminasi. Konten negatif dan provokatif juga menjadi tantangan dalam dakwah digital. Konten negatif dan provokatif sering kali lebih menarik perhatian dibandingkan dengan konten yang bersifat edukatif dan positif². Ini menciptakan tantangan bagi para dai untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang benar dan konstruktif di tengah arus informasi yang sering kali tidak etis. Konten-konten yang mengandung ujaran kebencian dan diskriminasi dapat dengan cepat viral, sehingga mengganggu upaya dakwah yang bertujuan untuk menyebarkan kasih sayang dan toleransi.

Peluang Dakwah melalui Media Sosial

Media sosial telah membuka peluang baru yang signifikan untuk aktivitas dakwah di era digital. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok* memungkinkan para dai (penyampai dakwah) untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Digitalisasi dakwah memberikan kesempatan besar untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan secara luas dan efektif, menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Dakwah yang dulunya terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau forum keagamaan, kini dapat diakses secara virtual melalui berbagai konten digital. Salah satu peluang utama adalah peningkatan partisipasi generasi muda dalam kajian keislaman melalui media sosial. Generasi milenial aktif memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan dakwah yang moderat dan inklusif (Rahmadhani et al., 2024). Dai sering memanfaatkan format video singkat yang menarik perhatian untuk menyampaikan pesan-pesan agama yang mudah dipahami oleh generasi muda. Konten-konten dakwah yang interaktif dan edukatif cenderung lebih diminati oleh audiens yang mencari pemahaman agama (Kasir & Awali, 2024).

Inovasi dalam penyampaian pesan dakwah menjadi kunci keberhasilan di era digital. Media sosial memungkinkan dai untuk menggunakan berbagai metode kreatif yang sesuai dengan karakteristik platform digital¹. Strategi komunikasi dakwah yang efektif meliputi pembuatan konten headline yang menarik, penyampaian isi yang terperinci dengan teknik scripting, dan penggunaan fitur-fitur seperti Reels di Instagram untuk menarik perhatian. Pemanfaatan virtual technology juga memungkinkan penyelenggaraan acara dakwah, serta penggalangan dukungan dan donasi untuk lembaga dakwah (Salim et al., 2024). Media sosial menawarkan interaktivitas yang tinggi, memungkinkan dai untuk langsung berkomunikasi dengan audiens melalui komentar, siaran langsung, atau fitur pesan pribadi. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan kedekatan antara dai dan jamaah, tetapi juga memungkinkan dialog dan tanya jawab yang lebih mudah dilakukan. Selain itu, audiens dapat dengan mudah berbagi konten dakwah kepada jaringan mereka,

sehingga pesan yang disampaikan memiliki potensi viral dan dapat menyebar dengan cepat dan luas.

Kolaborasi antar dai dan lembaga dakwah di ranah digital juga menjadi peluang penting. Dengan berkolaborasi, para dai dapat memperluas jangkauan dakwah mereka dan menciptakan konten yang lebih berkualitas. Lembaga dakwah dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun komunitas online yang kuat dan menyediakan sumber daya yang bermanfaat bagi para pengikutnya. Pemanfaatan media sosial sebagai platform dakwah tidak hanya memberikan peluang besar, tetapi juga menghadirkan tantangan yang perlu diatasi. Informasi yang tidak terverifikasi dengan benar dapat menyesatkan pemahaman agama dan memecah belah umat. Oleh karena itu, penting bagi dai dan pengguna media sosial untuk selalu memastikan kebenaran dan kesahihan informasi sebelum menyebarkannya. Selain itu, menjaga akhlak dan etika dalam berinteraksi di dunia maya juga menjadi hal yang sangat penting.

KESIMPULAN

Media sosial telah mengubah lanskap dakwah secara fundamental, menawarkan peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk menyebarkan nilai-nilai Islam ke khalayak yang lebih luas. Platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok memungkinkan para dai untuk menembus batasan geografis dan menjangkau audiens dari berbagai latar belakang budaya dan usia. Digitalisasi dakwah ini memungkinkan pesan-pesan keagamaan disampaikan secara luas dan efektif, melampaui batasan ruang fisik seperti masjid atau forum keagamaan. Salah satu aspek paling signifikan dari peluang ini adalah peningkatan partisipasi generasi muda dalam kajian keislaman. Generasi milenial dan Gen Z, yang tumbuh besar dengan teknologi, sangat aktif di media sosial. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap konten dakwah yang disajikan dengan cara yang kreatif, interaktif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Para dai dapat memanfaatkan format-format seperti video pendek, infografis, meme, dan siaran langsung untuk menyampaikan pesan-pesan agama yang mudah dipahami dan menarik bagi generasi muda. Inovasi dalam penyampaian pesan dakwah menjadi kunci keberhasilan di era digital. Dai dapat menggunakan berbagai strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform media sosial. Misalnya, penggunaan visual yang menarik, musik latar yang sesuai, dan narasi yang kuat dapat membuat konten dakwah lebih menarik dan mudah diingat. Selain itu, interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar, polling, atau sesi tanya jawab dapat meningkatkan keterlibatan dan membangun komunitas online yang solid.

Kolaborasi antar dai dan lembaga dakwah di ranah digital juga sangat penting. Dengan bekerja sama, mereka dapat menggabungkan sumber daya dan keahlian untuk menciptakan konten yang lebih berkualitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. Lembaga dakwah dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun merek mereka, menyebarkan informasi tentang program dan kegiatan mereka, serta menggalang dukungan dan donasi dari masyarakat. Namun perlu diingat bahwa pemanfaatan media sosial sebagai platform dakwah juga menghadirkan tantangan tersendiri. Penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan dapat menimbulkan kebingungan dan perpecahan di kalangan umat Islam. Oleh karena itu, penting bagi para dai dan pengguna media sosial untuk selalu berhati-hati dalam memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Selain itu, etika dan adab dalam berinteraksi di media sosial juga harus dijaga dengan baik agar tidak menimbulkan permusuhan atau konflik.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263–281.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hidayat, T., & Huda, M. S. (2024). Strategi Dakwah melalui Komik di Era Digital: Da'wah Strategy through Comics in the Digital Era. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 237–255.
- 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.
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336.
- Nasrullah, R. (2017). Blogger dan digital word of mouth: getok tular digital ala blogger dalam komunikasi pemasaran di media sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 1–16.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1609406917733847.
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *AL-AUFA: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 1–27.
- Rahmadhani, S. A., Pratama, D. I., Putri, R. N. A. Z., Rochimah, Z. N., & Ludiansyah, A. R. (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(2), 222–227.
- Rahmawati, L. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1796–1806.
- Salim, N., Amanda, N. C., & Rohman, R. (2024). Inovasi Dakwah di Era Digital Melalui Media Sosial. *Qaulan Baligha: Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah*, 1(2), 108–122.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Supriyatno, H. T. (n.d.). STRATEGI DAKWAH MULTIKULTURAL. *DAKWAH MULTIKULTURAL*, 41.
- Syaifullah, H., & Idrus, A. (2019). Inovasi Pelayanan Wakaf Produktif Era Digital: Studi Kasus Di Yayasan Wakaf Bani Umar 2018. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(2), 114.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. . Diakses Dari <https://Wearesocial.Com>.