



Hybrid Da'wah and the Shift of Religious Communication Patterns in Contemporary Muslim Society

Ismuhar¹, Muhajir Al-Fairusy², M. Rizal Fazri³

¹UIN Sulthanah Nahrasiyah Lhokseumawe

²STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh

³Universitas Iskandar Muda Banda Aceh

ARTICLE INFORMATION

Received: January 18, 2025

Revised: March 27, 2026

Available online: March 31, 2026

KEYWORDS

Pulpit preaching, transformation, communication patterns, digital era

CORRESPONDENCE

Name: Ismuhar

E-mail: ismuhar@uinsuna.ac.id

A B S T R A C T

The development of digital technology has fundamentally changed the religious communication patterns of Muslims, including the practice of pulpit preaching, which has long been understood as an authoritative and sacred space for religious communication. This study aims to analyze the transformation of congregational communication patterns in receiving pulpit preaching in the digital era and examine how the position of the pulpit is reconstructed in relation to new media. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques such as in-depth interviews, participant observation, and documentation, conducted in several large mosques in Lhokseumawe City. The results show that pulpit preaching is still maintained as a source of religious legitimacy, especially among adults and the elderly. However, the younger generation tends to combine physical presence in the mosque with the consumption of digital preaching through social media platforms. A key finding of this study is the emergence of a hybrid communication pattern, namely the integration of oral preaching from the pulpit with the distribution and amplification of messages through digital media. This pattern marks a shift in preaching from one-way communication to multi-channel dialogic communication that is participatory and interactive. Theoretically, this research enriches Islamic communication studies by integrating a transactional communication approach and uses and gratifications theory in the context of contemporary da'wah. Practically, these findings emphasize the importance of digital literacy for preachers and da'wah institutions to ensure that da'wah from the pulpit remains relevant, has broad reach, and fosters community engagement in a digital society.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara umat Islam menyampaikan dan menerima dakwah. Di era digital ini, dakwah tidak lagi terbatas pada metode tradisional seperti ceramah di masjid atau forum pengajian, tetapi telah merambah ke berbagai platform digital yang memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas, lintas geografis, dan lintas budaya. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah di era digital menjadi semakin relevan dan strategis sebagai upaya menyebarkan ajaran Islam secara efektif dan efisien (Hasibuan, 2025)

Sebagai contoh, sejumlah platform dan program dakwah digital telah berkembang dan mendapatkan tempat di hati masyarakat. Salah satunya adalah kanal YouTube "Yufid TV," yang menyajikan konten dakwah dalam bentuk ceramah, tanya jawab, dan kajian Islam yang mudah diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, aplikasi seperti "Muslim Pro" tidak hanya menyediakan jadwal shalat dan Al-Qur'an digital, tetapi juga konten edukasi keagamaan yang bermanfaat. Media sosial seperti Instagram dan TikTok juga menjadi sarana dakwah kreatif, dengan pendakwah seperti Ustaz Abdul Somad dan Ustaz Hanan Attaki yang menggunakan platform ini untuk menyampaikan pesan agama secara ringan, interaktif, dan menarik bagi generasi muda. (Hasibuan, 2025)

Dakwah merupakan inti dari risalah Islam yang berfungsi menyampaikan ajaran Ilahi sekaligus membentuk kesadaran

moral dan sosial umat. Sejak masa Rasulullah SAW hingga periode klasik Islam, mimbar menempati posisi sentral sebagai medium komunikasi publik yang tidak hanya menyampaikan pesan normatif keagamaan, tetapi juga membangun otoritas, legitimasi moral, dan kontrol sosial dalam masyarakat Muslim. Khutbah Jumat, misalnya, berfungsi sebagai ruang artikulasi nilai, penguatan identitas kolektif, serta instrumen transformasi sosial yang efektif.

Namun demikian, dinamika sosial kontemporer menunjukkan bahwa lanskap komunikasi keagamaan mengalami perubahan mendasar seiring perkembangan teknologi digital. Internet, media sosial, dan platform berbasis video telah membentuk ekosistem komunikasi baru yang bersifat cepat, interaktif, dan lintas batas. Konsekuensinya, pola penerimaan dan pemaknaan pesan dakwah oleh umat tidak lagi bertumpu sepenuhnya pada ruang fisik seperti masjid, melainkan juga pada ruang virtual yang terus berkembang (Hasibuan, 2025; Nurziah & Mustopa, 2025; Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmianani, M., 2024; Risdiana et al., 2020; Sakkiah et al., 2025).

Perubahan ini menghadirkan ambivalensi. Di satu sisi, dakwah digital membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pesan Islam dan menjangkau generasi muda yang hidup dalam budaya media baru. Di sisi lain, ia memunculkan tantangan serius terkait otoritas keilmuan, fragmentasi pemahaman keagamaan, serta maraknya pesan dakwah instan yang tidak selalu berbasis pada kedalaman ilmu. Dalam konteks

tersebut, dakwah mimbar dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi tanpa kehilangan legitimasi historis dan spiritualnya (Hasibuan, 2025; Rahmawati et al., 2024; Risdiana et al., 2020).

Membaca fenomena dari kondisi tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji perubahan pola komunikasi umat dalam menerima dakwah mimbar di era digital, dengan mengambil studi kasus di Kota Lhokseumawe. Fokus utama kajian ini adalah memahami bagaimana posisi dakwah mimbar direkonstruksi dalam relasinya dengan media digital, serta bagaimana para khatib dan jamaah merespons perubahan tersebut dalam praktik komunikasi keagamaan sehari-hari.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai makna, proses, dan dinamika komunikasi dakwah dalam konteks sosial yang alamiah. Data penelitian bersumber dari data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan jamaah, khatib, dan pengelola masjid, observasi partisipatif pada kegiatan khutbah dan pengajian, serta dokumentasi aktivitas dakwah baik di ruang fisik maupun digital. Data sekunder dikumpulkan dari literatur akademik, artikel jurnal, dokumen kelembagaan, serta arsip digital yang relevan dengan tema penelitian.

Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan, pengalaman, dan pengetahuan informan terhadap praktik dakwah mimbar dan dakwah digital. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta *member check* untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman informan.

RESULTS AND DISCUSSION

Perubahan Pola Komunikasi Jamaah dalam Menerima Dakwah Mimbar

Dakwah, dalam konteks Islam, dapat didefinisikan sebagai upaya atau tindakan untuk menyampaikan dan menjelaskan ajaran-ajaran agama Islam kepada individu atau kelompok (Ashari et al., 2024; Jabbar, 2018). Tujuan utama dari dakwah adalah untuk menyebarkan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam, mengajak individu untuk menjalani hidup sesuai dengan prinsip-prinsip agama tersebut. Ruang lingkup dakwah melibatkan berbagai aspek, termasuk pendidikan agama, sosialisasi nilai-nilai moral, dan penyebaran informasi mengenai Islam. Baik melalui kata-kata, tulisan, maupun tindakan nyata, dakwah mencakup berbagai metode untuk memberikan pemahaman tentang keyakinan dan praktik-praktik Islam kepada masyarakat. (Rahmawati et al., 2024)

Harus diakui, model dakwah mimbar sebagai bentuk komunikasi keagamaan klasik mengalami transformasi signifikan di era digital. Tradisi dakwah yang sebelumnya bersifat linear, satu arah, dan berbasis ruang fisik (masjid) kini berhadapan dengan realitas baru berupa komunikasi digital yang interaktif, cepat, dan tanpa batas geografis. Perubahan ini tidak serta-merta menghilangkan posisi dakwah mimbar, tetapi justru mendorong proses rekonstruksi peran dan fungsinya dalam lanskap komunikasi keagamaan kontemporer. Artinya,

personal yang bergerak dalam dakwah digital harus mampu memahami karakter audiensnya (Ramdani et al., 2025).

Dalam perspektif komunikasi, transformasi ini dapat dipahami sebagai pergeseran dari model komunikasi konvensional menuju komunikasi berbasis media digital yang memungkinkan partisipasi aktif audiens (Sakdiyah et al., 2025). Dakwah tidak lagi hanya berlangsung di mimbar, tetapi juga meluas ke platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, yang memungkinkan pesan keagamaan dikonsumsi secara fleksibel oleh berbagai kalangan. Penggunaan platform digital secara tegas memberi ruang baru dalam dakwah (Rahmawati et al., 2024).

Sejalan dengan itu, Ansori dan Jaya menegaskan bahwa dakwah di era digital mengalami perubahan paradigma dari sekadar penyampaian pesan menjadi proses interaksi simbolik yang dinamis (Hasibuan, 2025). Hal ini diperkuat beberapa kajian lain yang menyebut bahwa budaya digital telah membentuk pola baru dalam komunikasi dakwah, di mana otoritas keagamaan tidak lagi monopoli khatib di mimbar, tetapi juga dimiliki oleh "content creator" keagamaan. Aktor agama dapat dimunculkan kapan saja, sesuai selera dan kebutuhan konsumen digital (Rahmawati et al., 2024).

Namun demikian, dakwah mimbar tetap memiliki posisi penting sebagai ruang otoritatif dan sakral dalam praktik keagamaan. Sebagian studi yang mengkaji dakwah digital menyatakan bahwa mimbar masih menjadi medium utama dalam menyampaikan pesan keagamaan yang bersifat normatif dan ritualistik, terutama dalam khutbah Jumat. Dengan kata lain, rekonstruksi yang terjadi bukanlah penggantian, tetapi integrasi antara dakwah mimbar dan dakwah digital. Jadi, keduanya merupakan ruang yang dapat dimanfaatkan oleh para pendakwah jika ingin bertahan dalam dunia dakwah (Nurziah & Mustopa, 2025)

Peran dakwah dalam masyarakat Islam sangat krusial, karena dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial. Peran utama dakwah melibatkan pembentukan karakter dan moral individu serta masyarakat dalam kerangka nilai-nilai Islam. Dakwah memiliki tanggung jawab untuk memberikan panduan dan arahan mengenai cara hidup yang sesuai dengan ajaran agama, membantu masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, adil, dan bermartabat (Risdiana et al., 2020)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jamaah di Kota Lhokseumawe masih memandang dakwah mimbar sebagai sumber legitimasi keagamaan yang penting, terutama bagi kelompok usia dewasa dan lanjut usia. Namun demikian, bagi generasi muda, mimbar tidak lagi menjadi satu-satunya rujukan utama dalam memperoleh pengetahuan keislaman. Jamaah muda cenderung mengombinasikan kehadiran fisik di masjid dengan konsumsi dakwah digital melalui media sosial dan platform video.

Keterlibatan Media Digital dalam Memperkuat Pesan Dakwah Mimbar

Transformasi komunikasi dakwah dalam era digital memberikan dimensi baru dalam penyampaian pesan keagamaan. Tidak hanya dari segi kecepatan dan jangkauan, namun juga dalam bentuk penyampaian pesan yang lebih variatif dan menarik. Dakwah kini dapat hadir dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, hingga siaran langsung (live streaming), yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah

antara pendakwah dan mad'u. Di sisi lain, kemajuan ini menuntut para da'i untuk memiliki literasi digital yang memadai agar dapat memanfaatkan media teknologi secara optimal dan bertanggung jawab. (Nurziah & Mustopa, 2025)

Namun demikian, kemudahan yang ditawarkan oleh era digital juga menghadirkan tantangan yang tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah maraknya penyebaran informasi yang belum tentu valid atau bahkan mengandung hoaks, yang dapat mengganggu pemahaman umat terhadap ajaran Islam. Di samping itu, tidak semua da'i memiliki kemampuan adaptif terhadap teknologi digital, sehingga dapat menimbulkan kesenjangan dalam efektivitas komunikasi dakwah (Arahman, 2023; Hasibuan, 2025). Ketidakseimbangan antara penguasaan teknologi dan pemahaman keislaman dapat berpotensi menimbulkan distorsi pesan dakwah. Dalam (Nurziah & Mustopa, 2025)

Dalam konteks pendidikan Islam kontemporer, transformasi komunikasi dakwah melalui media digital menjadi sebuah keniscayaan yang harus direspon secara bijak dan strategis. Pendidikan Islam memiliki peran penting dalam membekali calon da'i dengan kompetensi teknologi informasi dan komunikasi, selain penguasaan ilmu keislaman. Hal ini sejalan dengan kebutuhan zaman, di mana generasi milenial dan generasi Z lebih akrab dengan dunia digital dibandingkan metode pembelajaran konvensional. Oleh karena itu, institusi pendidikan Islam perlu mengintegrasikan penguasaan teknologi sebagai bagian dari kurikulum dakwah (Andini et al., 2023; Ramdani et al., 2025).

Observasi lapangan menunjukkan bahwa media digital berperan sebagai penguat (*reinforcement*) bagi dakwah mimbar. Rekaman khutbah, potongan video singkat, dan kutipan ceramah yang disebarluaskan melalui media sosial membantu jamaah mengingat kembali pesan-pesan utama khutbah. Temuan ini mengafirmasi teori *uses and gratifications* yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan informasi, identitas, dan integrasi sosial mereka.

Transformasi ini juga berkaitan dengan fenomena *mediatization of religion*, di mana praktik keagamaan mengalami adaptasi terhadap logika media (Ramdani et al., 2025). Dalam konteks ini, dakwah mimbar mulai mengadopsi gaya komunikasi digital seperti penggunaan bahasa yang lebih sederhana, narasi yang lebih menarik, serta referensi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Perubahan lanskap komunikasi keagamaan memunculkan beragam respons dari para khatib. Sebagian khatib melihat media digital sebagai peluang untuk memperluas jangkauan dakwah, sementara sebagian lainnya masih mempertahankan pendekatan tradisional (Jabbar, 2018).

Sekarang, kebanyakan da'i mulai mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah tambahan. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan media sosial oleh para khatib untuk menyebarkan materi khutbah atau ceramah. Kehadiran dai digital menunjukkan perubahan komunikasi para pendakwah dengan model dan metode yang unik (Zaman et al., 2023).

Di sisi lain, banyak yang menyebutkan bahwa generasi muda lebih responsif terhadap dakwah berbasis digital, sehingga khatib dituntut untuk menyesuaikan metode penyampaian agar tetap relevan. Adaptasi ini mencakup penggunaan bahasa yang komunikatif, visualisasi pesan, serta pengemasan materi yang

lebih kontekstual. Aktifitas scroll dan hidup bersama gawai mendorong bagian ini menjadi vital di era digital.

Namun, tidak semua khatib menerima perubahan ini secara penuh. Sebagian masih memandang dakwah digital sebagai bentuk "reduksi kesakralan" karena tidak memiliki dimensi spiritual yang sama dengan mimbar. Hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara otoritas tradisional dan otoritas digital dalam praktik dakwah. Padahal, zaman selalu berubah, cara manusia hidup juga harus menyesuaikan dengan semangat zaman.

Adaptasi Khatib terhadap Teknologi Komunikasi Digital

Di era digital, segala aspek dakwah Islam memang butuh interpretasi ulang agar dapat ditransformasikan menuju arah baru yang lebih sesuai dengan spirit era digital. Alasan utamanya adalah untuk menangkalkan keagapan budaya akibat dari ketidakmampuan menyaring dan beradaptasi terhadap derasnya arus informasi di era digital.³ Oleh karena itu, dakwah Islam membutuhkan kecakapan para da'i untuk memaksimalkan potensi digitalnya dalam penyediaan konten dakwah. (Risidiana et al., 2020)

Pentingnya dunia digital sebagai media dakwah bagi da'i muslim Indonesia ini belum disadari sepenuhnya, dan terkesan tertinggal dengan da'i muslim di negara lain. Di Malaysia, misalnya, dakwah Islam tidak saja memanfaatkan dunia digital tetapi juga apa yang mereka sebut *Cyber-Urban Activism*, yakni tidak saja menggunakan media digital sebagai media baru melainkan juga turun ke jalan-jalan padat dengan membawa spanduk, kaos-kaos bertemakan Islam, buku-buku agama dan al-Quran. Dakwah Jalanan belum lazim di Indonesia, sekali pun aktivitas dakwah seperti itu bagian dari *Cyber-Urban Activism*. (Risidiana et al., 2020)

Penelitian ini juga menemukan adanya diferensiasi sikap khatib dalam merespons teknologi digital. Sebagian khatib masih mempertahankan pola dakwah konvensional, sementara sebagian lainnya khususnya dari kalangan muda dan akademisi mulai mengintegrasikan dakwah mimbar dengan produksi konten digital. Adaptasi ini mencakup penggunaan bahasa yang lebih komunikatif, pengemasan pesan yang ringkas, serta pemanfaatan platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dakwah Mimbar dalam Bingkai Komunikasi Hibrida

Di sini media sosial telah menjadi sarana penting dalam menyebarkan dakwah. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, para pendakwah dapat menjangkau jamaah yang beragam dan lebih luas. Ini juga memungkinkan penyampaian materi dakwah secara interaktif dan menarik. Adanya dakwah digital menjadikan kegiatan yang bersifat mengajak kepada kebaikan, taat kepada Allah SWT lebih mudah dilaksanakan. Ini yang dirasakan dari kemajuan teknologi yang berefek positif dalam perkembangan dakwah digital. (Sakdiah et al., 2025)

Namun demikian banyak juga ditemukan fenomena negatif dari dakwah digital, seperti adanya pelanggaran etika dakwah, lebih mengutamakan nilai materialistik, keinginan popularitas, munculnya peluang manipulasi konten, dan kebenaran menjadi kabur, potensi fitnah membesar, perkataan tidak sopan, dan ujaran kebencian bermunculan. Erwan Efendi, dkk, (2022) menyebutkan ada beberapa aspek penyebab lemahnya etika dakwah pada saat ini, yaitu: 1) sebagian orientasi dakwah lebih

mengutamakan banyaknya jamaah; 2) media baru memberikan kesempatan seluruh orang untuk dapat bebas berekspresi; 3) masih banyak penceramah yang belum mengerti substansi agama, sehingga pesan yang disampaikan dapat memicu perpecahan; 4) filterisasi yang lemah membuat menjamurnya konten ujaran kebencian; 5) regulasi yang masih lemah. (Sakdiyah et al., 2025)

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah munculnya model komunikasi hibrida dalam dakwah, yakni perpaduan antara komunikasi lisan di mimbar dan komunikasi digital berbasis media baru. Model ini menunjukkan bahwa mimbar tidak tergeser oleh media digital, melainkan direposisi sebagai fondasi otoritatif yang diperluas melalui kanal digital. Fenomena ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan model dakwah Islam di era konvergensi media (Fajrie, n.d.; Hendra & Saputri, n.d.; Sakdiyah et al., 2025).

Metode Dakwah		
No	Dakwah Mimbar	Dakwah Digital
1	Bersifat Manual dan terbatas ruang	Digital dan ruang luas
2	Lokalitas	Global
3	Audiens terbatas	Audiesn luas

Di sisi jamaah, transformasi digital juga membawa perubahan signifikan dalam cara mereka mengakses dan memahami pesan keagamaan. Jamaah tidak lagi bergantung sepenuhnya pada khutbah di masjid, tetapi juga mengonsumsi konten keagamaan dari berbagai platform digital.

Selama ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi keagamaan, terutama bagi generasi muda. Hal ini menciptakan pola komunikasi yang lebih fragmentatif dan plural, di mana jamaah dapat memilih sumber otoritas keagamaan sesuai preferensi mereka (Fajrie, n.d.; Hendra & Saputri, n.d.; Ismail, 2022).

Bagaimanapun, dakwah digital berperan dalam membentuk perubahan sosial, terutama dalam cara generasi Z memahami agama. Sementara itu, platform seperti YouTube menjadi ruang baru bagi produksi dan distribusi wacana keagamaan. Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan, seperti munculnya otoritas keagamaan yang tidak terverifikasi serta potensi komodifikasi agama (Ramdani et al., 2025). Dalam konteks ini, jamaah dituntut untuk memiliki kemampuan literasi digital agar dapat menyaring informasi keagamaan secara kritis.

Berdasarkan uraian di atas, posisi dakwah mimbar di era digital tidak mengalami marginalisasi, melainkan transformasi dan rekontekstualisasi. Dakwah mimbar tetap memiliki legitimasi sebagai praktik keagamaan formal, sementara dakwah digital berfungsi sebagai pelengkap yang memperluas jangkauan komunikasi. Beberapa studi menyebut fenomena ini model integrasi antara metode tradisional dan modern. Dalam konteks ini, keberhasilan dakwah tidak lagi ditentukan oleh medium semata, tetapi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan sosial dan teknologi (Sakdiyah et al., 2025).

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah mimbar di Kota Lhokseumawe tetap mempertahankan peran strategisnya sebagai ruang komunikasi spiritual sekaligus sumber legitimasi keagamaan dalam kehidupan masyarakat. Keberadaannya tidak tergantikan, terutama dalam konteks ritual dan otoritas normatif yang melekat pada praktik keagamaan formal. Namun

demikian, perkembangan media digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara umat mengakses, memahami, dan merespons pesan dakwah.

Transformasi tersebut melahirkan pola komunikasi keagamaan yang bersifat hibrida, yaitu perpaduan antara dakwah konvensional berbasis mimbar dengan dakwah digital yang berlangsung melalui berbagai platform media. Pola ini ditandai oleh karakter komunikasi yang lebih dialogis, partisipatif, dan multikanal, di mana jamaah tidak lagi menjadi audiens pasif, melainkan aktor aktif yang turut mengonstruksi makna keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkaya kajian komunikasi Islam dengan menunjukkan relevansi pendekatan komunikasi transaksional dalam memahami interaksi antara khatib dan jamaah, sekaligus menguatkan kerangka uses and gratifications dalam menjelaskan preferensi audiens terhadap media digital sebagai sumber alternatif informasi keagamaan. Dengan demikian, dakwah tidak lagi dipahami sebagai proses linear, tetapi sebagai praktik komunikasi yang dinamis dan kontekstual.

Secara praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi digital bagi para khatib dan lembaga dakwah agar mampu beradaptasi dengan perubahan lanskap komunikasi keagamaan. Penguatan kapasitas ini diperlukan agar dakwah mimbar tidak hanya tetap relevan, tetapi juga mampu berintegrasi secara efektif dengan media digital, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam di era masyarakat digital.

REFERENCES

Andini, I. P., Hamida, F. N., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Dakwah di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(2), 302–314. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>

Arahman, Z. (2023). *Metode Dakwah Digital dalam Komunikasi Islam untuk Menguatkan Pemahaman Keislaman Generasi Milenial*. 2, 110–119.

Ashari, M. F., Dova, M. K., & Jaya, C. K. (2024). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(2), 137–161. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423>

Fajrie, M. (n.d.). *Dakwah Islam dan Tantangan Media Global*.

Hasibuan, A. (2025). Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), h. 7. <https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860>

Hendra, T., & Saputri, S. (n.d.). *Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial*.

Ismail, N. (2022). *Tantangan-Tantangan Dakwah di Era Kontemporer (I)*. Samudra Biru.

Jabbar, A. (2018). Pesantren: Tantangan dan Masa Depan Dakwah. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 10(1), 125–148. <https://doi.org/10.32489/tasamuh.50>

Nurziah, E., & Mustopa, I. (2025). *Transformasi Komunikasi Dakwah Era Digital: Peluang serta Tantangan bagi Pendidikan Islam Kontemporer*. 3(2).

Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur Universitas Pembangunan Nasional Veteran. *Social Humanities and Education*, 3(1), 274–277.

Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). *Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian*

Literatur Universitas Pembangunan Nasional Veteran , Jakarta pertanyaan kritis yang perlu diteliti lebih lanjut. Bagaimana sebenarnya perubahan ini terjadi , dakwah. Literatur berupa sumber-sumber dari buku , *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 274–277.

- Ramdani, D., Harianto, S. D., & Saefulloh, A. (2025). Komodifikasi Islam dalam Dakwah Digital: Telaah Kritis Perspektif Industri Budaya. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 297. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v7i2.36840>
- Risdiana, A., Ramadhan, R. B., & Nawawi, I. (2020). Transformasi Dakwah Berbasis “Kitab Kuning” Ke Platform Digital. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 18(1), 1–28. <https://doi.org/10.31291/jlka.v18i1.682>
- Sakdiah, H., Rahmah, M. N., Adawiah, R., & Aslamiah, R. (2025). Prophetic Communication in Digital Preaching: Building a Critical and Wise Society in Using Social Media/Komunikasi Profetik dalam Dakwah Digital: Membangun Masyarakat yang Kritis dan Bijak dalam Bermedia Sosial. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 13(1 SE-Articles), 13–24.
- Zaman, M., Robith Ilman, M., & Maulidi, I. (2023). Transformasi Gaya Dakwah Islam di Era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 165–177. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i2.9343>

