

PENGUNAAN TEKNOLOGI DALAM DAKWAH DAN PENYEBARAN ISLAMSalsabila Yunia Putri¹, Jeni Akbar², Muhammad Arrizki³^{1,2,3}Institut Agama Islam Al-Qur'an Al-Ittifaqiahsalsabillahyuniaputri@gmail.com¹, jeniakbar175@gmail.com², kkiky533@gmail.com³**ABSTRAK**

Transformasi digital telah mengubah lanskap dakwah Islam secara fundamental di era kontemporer. Penelitian ini bertujuan mengkaji inovasi digital dalam dakwah Islam dan mengidentifikasi cara-cara baru penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. Metode penelitian menggunakan pendekatan kepustakaan (library research) dengan teknik analisis isi terhadap artikel jurnal, buku, dan publikasi ilmiah periode 2020-2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook telah menjadi sarana utama dakwah dengan tingkat engagement mencapai 15-25%. Inovasi konten berupa video pendek, infografis, live streaming interaktif, dan integrasi teknologi Artificial Intelligence membuka dimensi baru personalisasi dakwah yang efisien dan aksesibel. Data empiris menunjukkan 78% responden merasakan peningkatan pemahaman agama melalui konten digital. Namun, tantangan serius berupa hoaks dan misinformasi keagamaan tetap mengancam dengan 1.615 isu hoaks tercatat pada 2023. Penelitian menemukan kebaruan berupa model hybrid yang mengintegrasikan dakwah digital dan konvensional sebagai pendekatan holistik paling efektif. Solusi komprehensif meliputi peningkatan literasi digital berbasis tabayyun, kolaborasi ulama-platform-pemerintah, dan penerapan etika digital Islam untuk menciptakan ekosistem dakwah yang autentik dan transformatif.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Media Sosial, Teknologi AI, Literasi Digital, Inovasi Dakwah.

ABSTRACT

Digital transformation has fundamentally changed the landscape of Islamic da'wah in the contemporary era. This research aims to examine digital innovations in Islamic da'wah and identify new ways of spreading Islamic values in the digital age. The research method uses a library research approach with content analysis techniques on journal articles, books, and scientific publications from 2020-2025. The results show that social media platforms such as Instagram, TikTok, YouTube, and Facebook have become the main means of da'wah with engagement rates reaching 15-25%. Content innovations in the form of short videos, infographics, interactive live streaming, and integration of Artificial Intelligence technology open new dimensions of efficient and accessible

personalized da'wah. Empirical data shows 78% of respondents experienced increased religious understanding through digital content. However, serious challenges in the form of hoaxes and religious misinformation remain threatening with 1,615 hoax issues recorded in 2023. The research found novelty in the form of a hybrid model that integrates digital and conventional da'wah as the most effective holistic approach. Comprehensive solutions include increasing digital literacy based on tabayyun, collaboration between scholars-platforms-government, and implementation of Islamic digital ethics to create an authentic and transformative da'wah ecosystem.

Keywords: Digital Da'wah, Social Media, AI Technology, Digital Literacy, Da'wah Innovation.

A. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap dakwah Islam secara fundamental di era kontemporer. Platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook kini menjadi sarana utama penyebaran nilai-nilai Islam kepada audiens global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang besar bagi para dai untuk menjangkau generasi milenial dan Z yang merupakan digital native. Dakwah tidak lagi terbatas pada masjid dan pengajian konvensional, melainkan telah bertransformasi ke ruang virtual yang lebih luas dan inklusif.¹

Era digitalisasi menuntut adaptasi metode dakwah yang lebih kreatif dan inovatif untuk menyesuaikan dengan karakteristik audiens modern. Generasi muda saat ini lebih tertarik pada konten visual, video pendek, dan infografis yang mudah dipahami dalam waktu singkat. Media digital memungkinkan interaktivitas dua arah antara dai dan mad'u melalui fitur komentar, live streaming, dan diskusi online. Aksesibilitas informasi keagamaan menjadi lebih demokratis, dimana siapa saja dapat mengakses kajian Islam kapan saja dan dimana saja tanpa batasan geografis.²

Penelitian Ibad (2024) tentang strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok menunjukkan bahwa platform video pendek sangat efektif untuk menjangkau Generasi Z. Penelitian tersebut mengidentifikasi pentingnya konten yang kreatif, penggunaan hashtag strategis, dan interaksi langsung dengan audiens untuk

¹ Dinda Ayu Triani, Mumtaz Ali Ridha Al Munawar, Rahma Amelia, & Syahla Aulia, "Dakwah di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam di Era Digital," *Perspektif: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Bahasa*, Vol. 3, No. 1 (Maret 2025), hlm. 295-305.

² Ulul Azmi & Candra Krisna Jaya, "Dakwah di Era Digital: Inovasi Media sebagai Respon terhadap Kebutuhan Umat Kontemporer," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 1, No. 1 (April 2025), hlm. 11-21.

meningkatkan keterlibatan. Hasil penelitian menegaskan bahwa dai perlu memahami algoritma media sosial dan tren konten untuk memaksimalkan jangkauan dakwah. Strategi literasi digital yang baik dapat meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan generasi muda.³

Fauzi (2025) dalam penelitiannya tentang peran teknologi Artificial Intelligence dalam memperkuat dakwah Islam menemukan bahwa AI dapat mempersonalisasi materi dakwah sesuai kebutuhan audiens. Teknologi chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, dan platform pembelajaran Al-Quran berbasis AI terbukti meningkatkan aksesibilitas dakwah. Namun penelitian ini juga mengungkap tantangan terkait otoritas keilmuan, validitas konten keagamaan, dan risiko dehumanisasi dalam penyampaian ajaran Islam. Diperlukan kolaborasi antara ulama, akademisi, dan pakar teknologi untuk memastikan dakwah berbasis AI tetap sesuai nilai-nilai syariat.⁴

Septyawan, Saputra, dan Herdiansyah (2025) mengkaji strategi komunikasi dakwah digital di kalangan santri dan menemukan bahwa digitalisasi materi pembelajaran pesantren membuka peluang penyebaran narasi moderat dan inklusif. Penelitian tersebut menekankan pentingnya literasi digital bagi santri untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional pesantren. Meskipun menghadapi tantangan infrastruktur dan rendahnya literasi digital, peluang dakwah digital sangat besar untuk membangun wacana keislaman yang bermakna. Dukungan berbagai pihak diperlukan untuk optimalisasi dakwah digital yang efektif dan berkelanjutan.⁵

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, artikel ini bertujuan mengkaji inovasi digital dalam dakwah Islam dan mengidentifikasi cara-cara baru penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. Fokus kajian meliputi strategi konten kreatif, pemanfaatan platform media sosial, integrasi teknologi AI, dan tantangan etika dakwah digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan

³ M. Nashoiul Ibad, "Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang," *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, Vol. 2, No. 2 (Mei 2025), hlm. 146-154.

⁴ Ibnu Waseu, "Peran Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Memperkuat Dakwah Islam di Era Digital," *Dialogika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 2 (Agustus 2025), hlm. 112-130.

⁵ D. Septyawan, F. D. Saputra, & A. Herdiansyah, "Strategi Komunikasi Dakwah Digital di Kalangan Santri," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 6, No. 7 (Januari 2025), hlm. 111-120.

dakwah kontemporer yang adaptif, efektif, dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariat Islam dalam menghadapi dinamika transformasi digital global.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji inovasi digital dalam dakwah Islam. Penelitian kepustakaan merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian dari berbagai sumber literatur tanpa melakukan riset lapangan. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran mendalam tentang fenomena dakwah digital berdasarkan analisis teks dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi konsep, teori, dan temuan dari berbagai literatur akademik secara sistematis dan komprehensif.⁶

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi. Data primer meliputi artikel jurnal nasional dan internasional, buku-buku teks, dan publikasi ilmiah yang membahas dakwah digital, teknologi informasi dalam Islam, dan strategi komunikasi keagamaan era digital. Data sekunder mencakup laporan penelitian, prosiding seminar, artikel berita online, dan dokumentasi media sosial yang relevan dengan praktik dakwah kontemporer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mendokumentasikan, membaca secara kritis, dan mencatat informasi penting dari berbagai sumber kepustakaan yang telah ditentukan sesuai dengan fokus penelitian mengenai inovasi teknologi dalam penyebaran Islam.⁷

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan konseptual dalam literatur yang dikaji. Proses analisis dimulai dengan reduksi data melalui pengkodean dan kategorisasi informasi berdasarkan tema-tema utama seperti strategi dakwah digital, pemanfaatan media sosial, integrasi teknologi AI, dan tantangan dakwah kontemporer. Tahap selanjutnya adalah inferring atau pemaknaan data dengan menginterpretasikan temuan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam. Data yang telah dianalisis kemudian disintesis

⁶ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hlm. 3.

⁷ Milya Sari & Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA," *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*, Vol. 6, No. 1 (Maret 2020), hlm. 41-53.

untuk menghasilkan kesimpulan yang sistematis tentang inovasi digital dalam dakwah Islam dan implikasinya terhadap penyebaran nilai-nilai keislaman di era kontemporer.⁸

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Platform dan Strategi Dakwah Digital Kontemporer

Media sosial telah menjadi pilar utama dalam transformasi dakwah Islam di era digital dengan berbagai platform yang menawarkan keunikan tersendiri. Instagram dengan 1,1 juta pengikut akun dakwah populer seperti @nuonline_id membuktikan efektivitas konten visual dalam menjangkau audiens milenial melalui kutipan ayat Al-Quran, hadist, dan informasi kesehatan yang dikemas secara kreatif. TikTok sebagai platform video pendek telah mengubah paradigma dakwah dengan format konten maksimal 3 menit yang mudah dikonsumsi generasi Z, dimana penelitian menunjukkan tingkat engagement sangat tinggi karena algoritma yang mendukung viralitas konten keagamaan. YouTube dan podcast menjadi medium untuk kajian mendalam yang dapat diakses kapan saja, sementara Facebook dan WhatsApp tetap relevan untuk diskusi kelompok dan penyebaran materi dakwah di komunitas tertentu, menciptakan ekosistem dakwah digital yang komprehensif dan saling melengkapi.⁹

2. Inovasi Konten dan Metode Penyampaian Dakwah

Kreativitas dalam pengemasan konten menjadi kunci keberhasilan dakwah digital di tengah kompetisi informasi yang sangat ketat. Video pendek berdurasi 15-60 detik dengan visual menarik, motion graphics, dan subtitle yang jelas terbukti paling efektif menarik perhatian audiens muda yang memiliki rentang fokus terbatas. Infografis yang menyajikan data statistik, ayat Al-Quran, atau hadist dengan desain estetik modern memudahkan pemahaman dan meningkatkan kemungkinan konten dibagikan ulang oleh pengguna. Live streaming untuk sesi tanya jawab interaktif memungkinkan komunikasi dua arah antara dai dan mad'u, menciptakan kedekatan emosional yang sulit dicapai melalui metode konvensional. Penggunaan storytelling dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui narasi

⁸ Jumal Ahmad, "Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)," dalam *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 5, No. 1 (2018), hlm. 1-20.

⁹ Zulfikar Ikrom & Muhammad Fauzan Nugraha, "Literasi Dakwah Digital pada Akun Instagram @nuonline_id," *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 5, No. 1 (2024), hlm. 59-70.

kehidupan sehari-hari membuat pesan lebih relatable dan mudah diinternalisasi, menghasilkan dampak transformatif pada perilaku keberagamaan audiens.¹⁰

3. Peran Teknologi Artificial Intelligence dalam Dakwah

Integrasi Artificial Intelligence (AI) telah membuka dimensi baru dalam personalisasi dan aksesibilitas dakwah Islam kepada umat global. Aplikasi chatbot Islami berbasis AI mampu menjawab pertanyaan keagamaan secara real-time dengan referensi Al-Quran dan hadist shahih, memberikan solusi praktis bagi Muslim yang membutuhkan panduan cepat dalam beribadah. Platform pembelajaran Al-Quran digital dengan teknologi speech recognition membantu pengguna memperbaiki tajwid melalui feedback instan yang akurat dan personal. Sistem rekomendasi konten berbasis machine learning menganalisis preferensi pengguna untuk menyajikan materi dakwah yang paling relevan dengan kebutuhan spiritual individual. Namun tantangan signifikan muncul terkait otoritas keilmuan, validitas konten yang dihasilkan AI, dan risiko dehumanisasi dalam penyampaian ajaran Islam yang memerlukan sentuhan empati dan kebijaksanaan ulama, menuntut kolaborasi erat antara pakar teknologi dan sarjana Islam.¹¹

4. Efektivitas dan Dampak Dakwah Digital terhadap Generasi Muda

Penelitian empiris menunjukkan dakwah digital memiliki dampak signifikan terhadap pemahaman dan praktik keberagamaan generasi muda Muslim Indonesia. Survei terhadap pengguna aktif konten dakwah di TikTok menunjukkan 78% responden merasa konten video pendek sangat efektif meningkatkan pengetahuan agama mereka, dengan engagement rate mencapai 15-25% jauh melebihi konten kategori lain. Akun Instagram dakwah dengan satu juta pengikut mampu menjangkau audiens lintas geografis dan demografis dalam hitungan detik, menciptakan efek multiplier melalui fitur share dan repost. Metrik digital seperti jumlah views, likes, comments, dan shares memberikan insight berharga bagi dai untuk mengukur efektivitas pesan dan menyesuaikan strategi konten secara data-

¹⁰ Ulul Azmi & Candra Krisna Jaya, "Dakwah di Era Digital: Inovasi Media sebagai Respon terhadap Kebutuhan Umat Kontemporer," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 1, No. 1 (April 2025), hlm. 11-21.

¹¹ Ibnu Waseu, "Peran Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Memperkuat Dakwah Islam di Era Digital," *Dialogika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 2 (Agustus 2025), hlm. 112-130.

driven. Aksesibilitas 24/7 terhadap materi keagamaan memungkinkan pembelajaran mandiri yang fleksibel sesuai ritme hidup modern, meningkatkan literasi agama kontekstual yang relevan dengan tantangan kehidupan sehari-hari generasi digital native.¹²

5. Tantangan: Hoaks, Misinformasi, dan Validitas Konten Keagamaan

Maraknya hoaks dan misinformasi menjadi ancaman serius bagi integritas dakwah digital yang dapat menyesatkan pemahaman agama umat Islam. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat 1.615 isu hoaks beredar di platform digital sepanjang 2023, dengan konten keagamaan menduduki peringkat teratas kategori hoaks yang paling sering disebarkan. Rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia menyebabkan konten keagamaan palsu mudah viral tanpa verifikasi, memperparah polarisasi dan perpecahan umat berdasarkan sentimen SARA. Algoritma media sosial yang memprioritaskan konten sensasional dan emosional justru mempercepat penyebaran disinformasi keagamaan dibanding konten edukatif yang terverifikasi. Tidak adanya mekanisme kurasi dan verifikasi konten yang ketat di sebagian besar platform memungkinkan siapa saja mengklaim otoritas keagamaan tanpa kredensial memadai, menciptakan kebingungan teologis di kalangan Muslim awam yang kesulitan membedakan sumber valid dan tidak valid dalam lautan informasi digital.¹³

6. Solusi dan Strategi Mitigasi Tantangan Dakwah Digital

Peningkatan literasi digital menjadi kunci utama dalam membangun ketahanan umat terhadap hoaks dan misinformasi keagamaan di ruang digital. Program pendidikan literasi digital yang mengintegrasikan prinsip tabayyun (klarifikasi) dari QS Al-Hujurat ayat 6 perlu digalakkan melalui kurikulum formal dan kampanye publik masif untuk melatih masyarakat berpikir kritis terhadap informasi yang diterima. Kolaborasi strategis antara ulama kredibel, platform media sosial, dan pemerintah diperlukan untuk membangun sistem verifikasi konten

¹² Alena Siti Maharani, Anugrah Alifia Khairunnisa M, & Cucu Surahman, "Efektivitas Aplikasi TikTok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital," *IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol. 3, No. 3 (2025), hlm. 1-7.

¹³ Vanesa Rose Annafajrin, Titis Laelatul Khasanah, Miftahul Rizal Nur Rizky, Ferto Irham Arifudin, & Muhammad Nabil Athallah, "Analisis Literasi Digital Masyarakat Indonesia Terkait Hoaks Libur Sekolah Saat Ramadhan Tahun 2025," *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 2, No. 6 (Agustus 2025), hlm. 406-412.

keagamaan yang efektif dengan label khusus untuk akun dai terverifikasi. Penerapan etika digital Islam yang mencakup shidq (kejujuran), amanah (tanggung jawab), tabligh (penyampaian yang benar), dan maslahah (kemanfaatan sosial) harus menjadi pedoman bagi setiap kreator konten dakwah digital. Pengembangan platform dakwah Islam resmi yang dikelola lembaga keagamaan terpercaya dengan konten berkualitas tinggi dapat menjadi alternatif sumber informasi yang kredibel, sementara penguatan regulasi tentang konten keagamaan digital perlu dilakukan tanpa membatasi kebebasan berekspresi, menciptakan ekosistem dakwah digital yang sehat, edukatif, dan transformatif.¹⁴

7. Integrasi Dakwah Digital dan Konvensional: Pendekatan Holistik

Dakwah digital dan konvensional bukan entitas yang saling menggantikan melainkan harus diintegrasikan untuk menciptakan pendekatan holistik yang lebih efektif. Metode konvensional seperti ceramah di masjid, pengajian, dan halaqah tetap memiliki nilai penting dalam membangun ikatan emosional, spiritual mendalam, dan transmisi nilai-nilai Islam secara personal yang sulit dicapai melalui media digital. Dakwah digital berperan optimal dalam penyebaran informasi masif, menjangkau audiens luas lintas geografis, dan memberikan akses fleksibel terhadap materi keagamaan, sementara dakwah konvensional memberikan pengalaman spiritual autentik dan bimbingan langsung dari ulama. Model hybrid yang mengombinasikan live streaming kajian masjid dengan diskusi follow-up di grup WhatsApp, atau webinar interaktif yang diikuti pertemuan offline untuk pendalaman materi, terbukti meningkatkan efektivitas dakwah secara signifikan. Pendekatan terintegrasi ini memaksimalkan kekuatan masing-masing metode sambil menutupi kelemahannya, menciptakan ekosistem dakwah komprehensif yang mampu menjawab kebutuhan spiritual umat Muslim di era transformasi digital dengan tetap menjaga nilai-nilai tradisi Islam yang autentik.¹⁵

D. KESIMPULAN

Transformasi digital telah merevolusi dakwah Islam melalui platform media sosial

¹⁴ Mustawi & Mahmuddin, "Strategi Dakwah Interaktif Melalui Media Sosial," *Global Research and Innovation Journal*, Vol. 1, No. 2 (Mei 2025), hlm. 313-323.

¹⁵ I. Irwanto, "Efektivitas Dakwah Digital di Kalangan Remaja Muslim," *Journal of Innovative and Creativity*, Vol. 5, No. 2 (Agustus 2025), hlm. 23500-23514.

seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook dengan tingkat engagement mencapai 15-25%. Inovasi konten berupa video pendek, infografis, live streaming interaktif, dan integrasi teknologi AI seperti chatbot Islami membuka personalisasi dakwah yang efisien. Kebaruan penelitian ini adalah model hybrid yang mengintegrasikan kekuatan dakwah digital dan konvensional, menciptakan ekosistem holistik yang memaksimalkan jangkauan masif sambil mempertahankan kedalaman spiritual metode tradisional.

Meskipun 78% responden merasakan peningkatan pemahaman agama, tantangan hoaks dan misinformasi tetap serius dengan 1.615 isu hoaks pada 2023. Rendahnya literasi digital dan algoritma sensasional memperparah penyebaran disinformasi keagamaan. Solusi komprehensif meliputi peningkatan literasi digital berbasis tabayyun, kolaborasi ulama-platform-pemerintah untuk verifikasi konten, dan penerapan etika digital Islam. Pendekatan holistik yang mengintegrasikan live streaming dengan diskusi offline terbukti paling efektif menciptakan pengalaman spiritual autentik.

Disarankan kepada dai meningkatkan kompetensi literasi digital dan produksi konten kreatif sesuai karakteristik platform. Lembaga keagamaan perlu mengembangkan platform resmi dengan verifikasi kredibel, sementara pemerintah memperkuat regulasi dan kampanye literasi digital berbasis tabayyun. Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan studi empiris dampak jangka panjang dakwah digital dan model integrasi AI yang menjaga otoritas ulama. Kolaborasi multidisiplin sangat diperlukan untuk framework dakwah digital komprehensif yang autentik dan transformatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (content analysis). *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 5(1), 1-20.
- Annafajrin, V. R., Khasanah, T. L., Rizky, M. R. N., Arifudin, F. I., & Athallah, M. N. (2025). Analisis literasi digital masyarakat Indonesia terkait hoaks libur sekolah saat Ramadhan tahun 2025. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 406-412.
- Azmi, U., & Jaya, C. K. (2025). Dakwah di era digital: Inovasi media sebagai respon terhadap kebutuhan umat kontemporer. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 11-21.

- Ibad, M. N. (2025). Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok: Tantangan dan peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dahwa*, 2(2), 146-154.
- Ikrom, Z., & Nugraha, M. F. (2024). Literasi dakwah digital pada akun Instagram @nuonline_id. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 5(1), 59-70.
- Irwanto, I. (2025). Efektivitas dakwah digital di kalangan remaja Muslim. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 23500-23514.
- Maharani, A. S., Khairunnisa M, A. A., & Surahman, C. (2025). Efektivitas aplikasi TikTok sebagai media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. *IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(3), 1-7.
- Mustawi, & Mahmuddin. (2025). Strategi dakwah interaktif melalui media sosial. *Global Research and Innovation Journal*, 1(2), 313-323.
- Sari, M., & Asmendri. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41-53.
- Septyawan, D., Saputra, F. D., & Herdiansyah, A. (2025). Strategi komunikasi dakwah digital di kalangan santri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(7), 111-120.
- Triani, D. A., Al Munawar, M. A. R., Amelia, R., & Aulia, S. (2025). Dakwah di kalangan anak muda: Menjaga identitas Islam di era digital. *Perspektif: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Bahasa*, 3(1), 295-305.
- Waseu, I. (2025). Peran teknologi artificial intelligence (AI) dalam memperkuat dakwah Islam di era digital. *Dialogika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2), 112-130.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.