

## PENANAMAN PEMAHAMAN LITERASI DAKWAH DI ERA MILENIAL MELALUI DIGITAL PADA MAHASISWA KPI UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

Muh. Aswad<sup>1\*</sup>, Abd. Rahim<sup>2</sup>, Wahyuddin<sup>3</sup>, Rahman Subha<sup>4</sup>, Khaerul Bahria<sup>5</sup>

<sup>1,3,4</sup>STAIN Majene

<sup>2</sup>Universitas Muslim Indonesia

<sup>5</sup>STAI Al-Chaeriyah Poso

[muh.aswad@stainmajene.ac.id](mailto:muh.aswad@stainmajene.ac.id)<sup>1</sup> [abdrahim.fai@umi.ac.id](mailto:abdrahim.fai@umi.ac.id)<sup>2</sup>

[rahmansyubha31@gmail.com](mailto:rahmansyubha31@gmail.com)<sup>4</sup> [khaerulbahria58@gmail.com](mailto:khaerulbahria58@gmail.com)<sup>5</sup>

Received: 20-07-2024

Revised: 31-07-2024

Approved: 05-08-2024

### ABSTRAK

*Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muslim Indonesia (UMI) mengenai literasi dakwah melalui media sosial, serta meningkatkan kesadaran tentang peran generasi milenial dalam pengembangan dakwah di platform digital. Metode Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui ceramah dan diskusi tatap muka yang diadakan di Aula Teater FAI UMI Lantai 2. Kegiatan melibatkan 94 peserta, terdiri dari 12 dosen, 72 mahasiswa KPI UMI, 10 pejabat struktural dan staf, serta sekitar 20 masyarakat umum, termasuk sipil dan aktivis organisasi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta berhasil memahami pentingnya eksistensi generasi milenial dalam mengembangkan dakwah melalui media sosial. Selain itu, peserta juga mempelajari kode etik bermedia sosial dan proses akulturasi dakwah di dunia digital. Proses diskusi yang mendalam selama kegiatan ini membantu mahasiswa untuk lebih mendalami materi dan meningkatkan pemahaman mereka. Simpulan, Kegiatan pengabdian ini efektif dalam meningkatkan literasi dakwah mahasiswa KPI UMI mengenai penggunaan media sosial. Pemahaman yang diperoleh mengenai etika dan proses akulturasi dakwah dapat memfasilitasi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara lebih produktif untuk penyebaran dakwah. Program ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kompetensi dakwah digital di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.*

**Kata Kunci :** Literasi, Dakwah, Digital

### PENDAHULUAN

Indonesia mengalami kenaikan trend literasi digital pada tahun 2022 sekitar 3,54 % (Katadata, 2022), hal positif ini harus kita sambut dengan peningkatan dan pemahaman lebih mendalam mengenai penggunaan digital khususnya untuk pemanfaatan dakwah Islam. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa, keberhasilan komunikasi 55% ditentukan dengan visual, 38% vocal dan 7% Verbal. Maka da'i perlu memperhatikan visualisasi saat menyampaikan materi dakwah. Salah satunya dengan memperhatikan gesture, antusiasme da'i, dan teknik atau metode dalam menyampaikan materi. Salah satu metode yang dapat dilatih yaitu dengan menampilkan humor yang sopan. Hal semacam ini akan sangat berpengaruh pada kesuksesan penyampaian materi dakwah di lapangan.

Komunikasi Penyiaran Islam yaitu ilmu yang mempelajari tentang komunikasi dalam bidang pers, penyiaran dan retorika yang dijiwai oleh nilai-nilai islam. Maka dari itu didalam komunikasi perlu yang namanya *public speaking*. Kesuksesan saat ini ditentukan oleh satu faktor yaitu kepandaian dalam komunikasi. Era komunikasi dakwah saat ini tidak hanya terbatas pada tempat-tempat tertentu melainkan lebih luas jangkauannya dengan bantuan teknologi. Masyarakat saat ini masih mengukur seorang da'i dengan sebuah kepopuleran. Oleh karena dai disarankan untuk menjadi seorang

populer. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (Followers) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam Komentar dengan cara tersebut Mereka selalu menunjukkan eksistensinya, karena begitu besarnya dampak dakwah di media sosial, salah satu dampak positifnya adalah mempermudah seorang followers dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun (Maharani et al., 2022). Selain itu, da'i juga perlu membangun personal branding agar dapat membangun kepercayaan orang-orang dalam hal yang disampaikan.

Dakwah memegang peranan penting dalam menjaga ketertiban Masyarakat Islam yang rukun dan damai (Masyitoh, 2023), dalam mencapai dakwah yang rukun dan damai diperlukan keterampilan dari para da'i. Da'i menyampaikan pesan melalui lisan ataupun tulisan. Terdapat sifat dan kriteria utama yang wajib ada pada setiap Da'i yaitu ilmu yang bermanfaat beriman kepada Allah SWT, sabar, berakhlak yang mulia dan ikhlas dalam melakukan ibadah. Salah satu caranya aktif menyebarkan dakwah di sosial media. Da'i menepati posisi yang sangat penting dalam menentukan berhadis atau tidaknya suatu kegiatan dakwah digital. Namun demikian, perubahan pola literasi dan komunikasi era milenial yang hadir saat ini memberikan tantangan baru bagi para da'i untuk mentransformasikan distribusi pengetahuannya dengan berdakwah melalui digital, salah satu yang paling banyak dinikmati oleh para kaum milenial saat ini adalah media sosial yang memberikan tantangan tersendiri bagi para da'i. Para da'i harus menyesuaikan dengan media sosial sebagai sarana dakwah (Gazali, 2018). Pemanfaatan media sosial di era digital, terbukti sangat efisien dalam menyebarkan pesan keagamaan di kalangan (Fithriyyah & Umam, 2018) namun demikian ada sejumlah tantangan yang dapat dihadapi oleh para da'i dalam berdakwah di media sosial seperti: perubahan paradigma komunikasi, penyebaran konten agama yang tidak terverifikasi (hoax), dan risiko penyebaran pandangan ekstremis (Mustafa et al., 2023).

Salah satu hal yang menjadikan dakwah digital berhasil adalah karena non-dogmatis, mudah diterima, dakwah digital dapat diakses melalui tempat yang berbeda dan biaya murah sehingga masyarakat dapat mudah memilih konten yang menarik hatinya (Ningrum & Astutik, 2023). Melalui media sosial, informasi nilai-nilai agama Islam yang disampaikan oleh para da'i dapat dijangkau dengan mudah oleh kaum milenial. Sebab, tujuan berdakwah adalah agar nilai-nilai dari ajaran Islam dapat diamalkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (An-Nabity & Bahri, 2008). Oleh karena itu, dakwah lisan perlu dilestarikan dan dipromosikan dengan cara mengarsipkannya menggunakan teknologi digital, sebagai bentuk kombinasi antara tradisi dan produk digital. Sehingga, para da'i atau calon da'i dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) khususnya fakultas Agama, Universitas Muslim Indonesia harus dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan literasi digital yang mumpuni.

## **METODE KEGIATAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan seminar yang diikuti oleh seluruh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam lingkungan Universitas Muslim Indonesia yang melibatkan perwakilan dari Himpunan Mahasiswa Jurusan FAI UMI dan perwakilan HMJ KPI dari Luar Universitas Muslim Indonesia dengan melakukan registrasi kepada panitia sebagai sasaran utama penanaman pemahaman, dan Masyarakat umum yang terdiri dari Masyarakat sipil

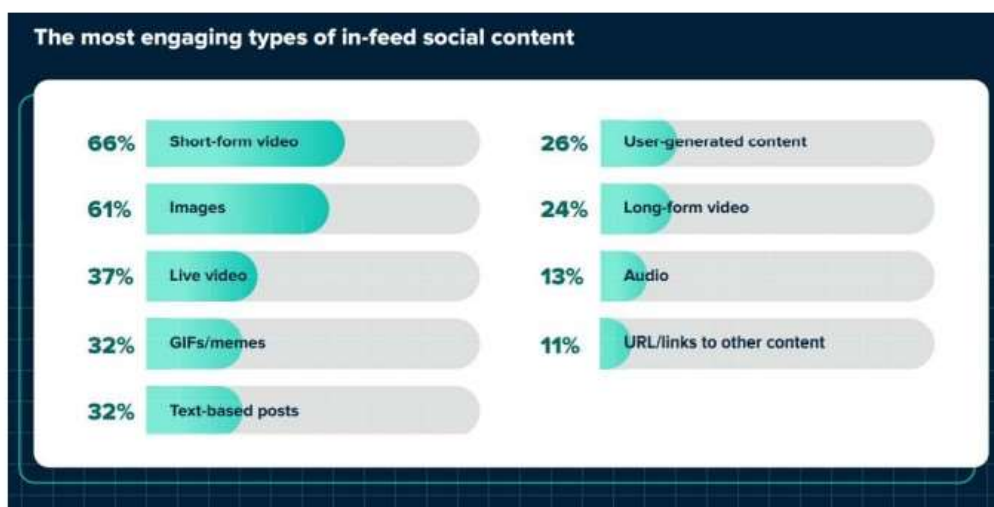
biasa dan dari kalangan aktivis. Seminar ini dilaksanakan dengan menghadirkan beberapa pemateri mitra yang kredibel dibidangnya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan membangun mitra dengan kampus lain seperti dari STAIN Majene, IAIN Pare-Pare, konten creator dari @sempatinnngaji dan youtuber dengan chanel Tadangate Institut yang memberikan materinya. Pemateri 1 menyampaikan materi tentang “Eksistensi Generasi Milenial dalam Mengembangkan Dakwah Melalui Media Sosial” yang disampaikan oleh Akademisi sekaligus konten creator.

Materi kedua menyampaikan materi tentang “Akulturasi Dakwah Islamiyah Wastiyah” oleh akademisi/dosen dari kampus STAIN Majene dan materi ketiga dengan judul “New Media In Dital Age: Problem Etik Dalam Komunikasi” yang disampaikan oleh mantan jurnalis dan akademisi/dosen jurnalistik. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan penyampaian materi selama 30 menit sampai 1 jam oleh para pemateri baik dilaksanakan secara offline maupun online, selanjutnya melakukan proses diskusi atau tanya jawab antara peserta dengan pemateri, dan menyimpulkan hasil kegiatan.

### HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pemateri pertama yang menyampaikan materi tentang Eksistensi Generasi Milenial dalam Mengembangkan Dakwah Melalui Media Sosial menyampaikan bahwa media sosial memiliki proyeksi seperti predator yang bisa membunuh eksistensi seorang manusia yang tidak bisa menyesuaikan dengan perkembangannya, beliau menyampaikan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 64% dari 270 juta total penduduk dengan penggunaan media sosial yang yang paling terbesar yakni 59% yakni sebesar 160 juta penduduk yang terdiri dari gen-z rentang usia 15-25 tahun milenial 26-41 tahun.

Selain itu beliau juga menyampaikan bahwa aplikasi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia secara berurutan dari teratas adalah facebook, youtube, Whatsapp, Instagram dan Tik-Tok. Beliau juga menyampaikan bahwa data-data ini menunjukkan dan membantu kita khususnya bagi para da'i untuk menentukan jenis konten dan aplikasi yang akan kita gunakan untuk menyasar objek dakwah dan materi dakwah yang akan kita siapkan. Statistik lain yang disampaikan oleh pemateri pertama terkait dengan jenis konten yang perlu disiapkan oleh para da'i.



**Gambar 1.** Jenis Konten Sosial Dalam Feed Yang Paling Menarik

Berdasarkan statistik tersebut bahwa sebanyak 66% pengguna media sosial mengakses video-video pendek yang berdurasi 1-2 menit, 61% mengakses informasi dalam bentuk gambar, infografis dll, 37% mengakses informasi dalam bentuk live video seperti live streaming, podcast dll dan diikuti dengan jenis konten dalam bentuk meme, postingan dalam bentuk teks, video Panjang, audio/suara dan dalam bentuk link lainnya. Berdasarkan data ini, para da'i dapat dengan mudah menentukan jenis konten yang akan disajikan melalui media sosial yang telah dibuatnya sehingga dengan mudah dapat diakses oleh para objek dakwah dan memudahkan memahami pendengar apa yang disampaikan oleh da'i karena menggunakan visual yang menarik dan komunikatif. Dengan menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam yang baik dengan cara yang baik pula (mudah diterima) dan sesuai dengan perkembangan zaman, menurut pemateri pertama telah mengamalkan surah an-Nahl ayat 125 tentang dakwah dengan hikmah (*bil hikmah*).

أَحْسَنُ هِيَ بِالتِّي وَجَادِلُهُمُ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةُ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ أُذُنِ

Terjemahnya:

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik...

Penggunaan media dakwah dengan media sosial merupakan unsur yang penting dalam dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *thariqah* (metode dakwah), *wasilah* (media dakwah), *atsar* (efek dakwah) (Wahidin Saputra, 2012). Olehnya penggunaan media sosial sebagai wasilah (media) dalam berdakwah menjadi kewajiban untuk diketahui metodenya sehingga bisa memaksimalkan kegiatan dakwah yang kita lakukan. Setelah peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya peran media sosial dalam menyampaikan informasi, khususnya materi-materi dakwah Islamiyah, selanjutnya kegiatan pengabdian ini kami suguhkan juga materi tentang kode etik dalam bermedia sosial, sebab hal ini juga merupakan salah satu cara agar konten dakwah yang kita sampaikan kepada kaum milenial dan gen-z dapat diterima dengan baik. Pemateri kedua menyampaikan materi tentang "Problem Etik Dalam Komunikasi", beliau membuka materinya dengan menyampaikan bahwa "Saya tidak yakin kapan Media Baru akan menggantikan Media Lama, tapi itu akan terjadi lebih cepat" yang merupakan ungkapan yang datang dari jeff Gannon. Hal ini tentu dapat diterima sebab, semakin hari perkembangan teknologi semakin cepat, Dimana hari ini peran artificial intelligence (AI), semakin berkembang pesat dalam beberapa kondisi menyamai bahkan menggantikan peran dan kerja manusia bahkan lebih efektif dan lebih baik.

Pemateri kedua menyampaikan bahwa melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik maka Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber sebagai berikut: 1. Baca dan Patuhi Peraturan dalam Setiap Grup Diskusi; 2. Hati-hati dalam memberikan komentar (*Be careful in comment*); 3. Menghormati opini orang lain (*Respect Other People's Opinion*); 4. Jangan Terobsesi Menjadi Terkenal. Selain itu, beliau juga menyampaikan untuk tips untuk menjadi netizen yang baik, yakni:

- a) Bisa menyeleksi mana berita yang bermanfaat dan mana berita yang sebenarnya tidak penting untuk jadi konsumsi publik.
- b) Ikut mengisi konten-konten media online yang positif;
- c) Memutus mata rantai hoax dengan cara tidak mudah membagi berita yang

belum jelas.

Selanjutnya pemateri ketiga menyampaikan materi tentang “Akulturasi Dakwah Islam Wasatiyah”, beliau menyampaikan bahwa dakwah merupakan salah satu manifestasi dari keimanan, dengan berdakwah mengenai ajaran atau apa yang kita percayai itu merupakan bentuk keyakinan tertinggi, pendapat ini merupakan hasil pemikiran dari Amrullah ahmad yang mengatakan bahwa dakwah merupakan Aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu system kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio - kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu (Amin, 2009). Beliau menyampaikan bahwa ada beberapa prinsip-prinsip dakwah yang wasatiyah, yakni:

- a) Tawassut (mengambil jalan tengah): yaitu pemahaman dan pengamalan yang tidak ifrât} (berlebihlebihan dalam beragama) dan tafriât} (mengurangi ajaran agama);
- b) Tawaazun (berkeseimbangan): yaitu pemahaman dan pengamalan agama secara seimbang yang meliputi semua aspek kehidupan, baik duniawi maupun ukhrawi, tegas dalam menyatakan prinsip yang dapat membedakan antara inhiraf ,(penyimpangan,) dan ikhtilaf (perbedaan);
- c) I’tidal (lurus dan tegas): yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya dan melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban secara proporsional;
- d) Tasaamuh (toleransi): yaitu mengakui dan menghormati perbedaan, baik dalam aspek keagamaan dan berbagai aspek kehidupan lainnya.

Selanjutnya untuk menyukkseskan kegiatan dakwah, bisa dilakukan melalui dua pendekatan yakni:

- a) Paradigma dakwah kultural yaitu menggunakan alat sosial-budaya untuk membangun moral masyarakat melalui kultur mereka. Ajaran Islam mampu mengakomodir setiap budaya dan turut memberi warna kepada budaya yang disinggahinya. Model dakwah kultural yang demikian pernah bumingkan oleh para Wali Songo di Tanah Jawa dan pedakwah lainnya di Nusantara. Mereka mengadopsi kebudayaan sebagai alat untuk mengenalkan (dakwah) ajaran Islam.
- b) Paradigma dakwah struktural adalah kegiatan dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, kekuatan, politik sebagai alat untuk memperjuangkan Islam. Kecenderungan dakwah ini terlibat aktif dalam kekuasaan, terlibat pada proses eksekutif, yudikatif, dan legislatif serta bentuk-bentuk struktur sosial kenegaraannya lainnya. Dakwah struktural yang dimaksud di sini tidak identik dengan dakwah yang dicita-citakan oleh sebagian umat Islam, di mana negara berdasar hukum syari’at Islam, melainkan dakwah struktural dalam arti pelaksanaan dakwah berkaitan dengan kebijakan pemerintah melalui Kementerian Agama berkaitan dengan pelaksanaan peraturan perundangundangan.

Selanjutnya beliau menyampaikan bahwa ada faktor pendukung dan penghambat jalannya dakwah secara umum yakni:

1. Faktor pendukung
  - a) Kehadiran dakwah tidak dianggap sebagai 01 ancaman bagi eksistensi budaya lokal;
  - b) Dakwah yang bersifat akomodatif terhadap nilai budaya tertentu secara

inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan.

2. Faktor Penghambat

- a) Dakwah secara internal adalah keragaman faham keislaman yang berkonsekuensi beragamnya pula titik penekanan dakwah sehingga terkesan saling berseberangan antara yang moderat dan ekstrim, simbolik dan substantif.
- b) Tantangan secara eksternal adalah keberadaan faham radikal, dampak negatif informasi yang berasal dari media sosial, dan globalisasi.

Selanjutnya kegiatan pengabdian ini memberikan kesempatan kepada para peserta untuk menyampaikan pertanyaan-pertanyaan seputar materi yang telah disampaikan, hal ini dilakukan sebagai bentuk pendalaman materi yang belum dimengerti oleh para peserta berkaitan dengan peran mereka sebagai gen-z untuk memaksimalkan dakwah melalui media sosial, salah satu pertanyaan yang disampaikan oleh Akbar Mursalim adalah “bagaimana cara membedakan berita hoax dan yang benar dan bagaimana caranya agar konten-konten dakwah kita menarik untuk dikonsumsi oleh penikmat media sosial”. Pertanyaan general ini ditujukan kepada seluruh pemateri.

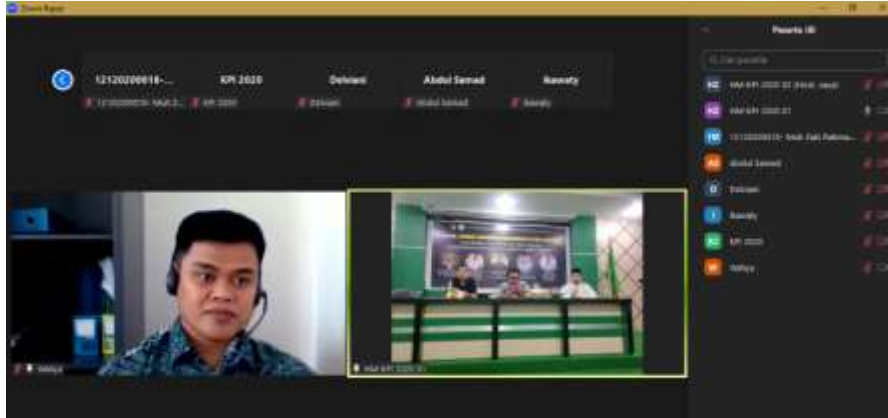


**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan Secara Offline

Para pemateri menyampaikan jawaban yang senada dengan bahasa yang berbeda-beda yang secara substansinya adalah suatu berita sebelum dikonsumsi dan menyebarkan suatu berita harus diverifikasi terlebih dahulu dengan menelusuri sumber media yang menyebarkan berita tersebut, dengan melihat kredibilitas media yang mempublikasi berita tersebut kita bisa dengan mudah memvalidasi kebenaran dari berita tersebut, selain itu kita bisa memverifikasi langsung isi berita tersebut dengan mempertanyakan langsung kepada subjek yang ada dalam berita (baik pelaku maupun korban), hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Kombes Pol Chaerul Yani bahwa melalui setiap pembaca harus mempunyai kemampuan untuk mendeteksi bahwa suatu informasi adalah hoax, mencegah penyebarluasannya dan memiliki pemahaman bahwa dampak hoax di media sosial (Kombes Pol Chaerul Yani, 2019).

Selain itu, agar konten dakwah yang dibuat dapat menarik dan diminati oleh para penikmat media sosial maka perlu dilakukan penyesuaian dengan algoritma aplikasi media sosial yang dijadikan media dakwah, saat ini sistem media sosial mengarahkan untuk membuat konten yang mudah untuk viral dengan menyesuaikan perkembangan dan kebutuhan pengguna media sosial. Untuk memaksimalkan cara ini, maka perlu pembiasaan dalam pembuatan konten serta latihan-latihan pembuatan konten yang

sesuai dengan segmentasi pengguna media sosial agar bisa dengan mudah viral. Agar kemampuan kita dalam membuat konten yang menarik semakin bagus, maka perlu dilakukan kegiatan pelatihan atau pembiasaan secara terus menerus (Rifqi, A., Hariyati, N., & Sholeh, 2022).



**Gambar 3.** Pelaksanaan Kegiatan Secara Online

Da'i sebagai unsur utama dan penting dalam berdakwah harus dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media dakwah yang memiliki proyeksi dalam membantu penyebaran dakwah yakni melalui media sosial. Di era Dimana komunikasi dominan dilakukan melalui media sosial serta literasi yang banyak beredar juga melalui media sosial menjadi tantangan bagi da'i untuk ikut serta dalam menyampaikan ajaran agama Islam melalui konten di media sosial. Dakwah melalui media sosial dengan membuat konten-konten dakwah dapat memaksimalkan tersampainya pesan-pesan ajaran agama dan moral sekaligus, minimal peran yang bisa kita lakukan adalah dengan menshare konten-konten yang menarik dan bisa membuat khalayak tertarik untuk menontonnya (Nurlina, 2020).

## **KESIMPULAN**

Bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam bentuk seminar nasional ini memberikan pemahaman awal bagi para mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muslim Indonesia mengenai peran media sosial dalam berdakwah, memberikan pemahaman eksistensi gen-z dalam penggunaan media sosial khususnya dalam berdakwah serta memahami penerapan dasar-dasar etika dalam bermedia sosial agar tidak menyebarkan berita hoax. Untuk selanjutnya para mahasiswa harus dibekali skill atau kemampuan dalam membuat konten dakwah yang menarik melalui pelatihan-pelatihan khusus.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, Samsul Munir, (2009). Ilmu Dakwah. Jakarta, Amzah.
- An-Nabity, & Bahri, F. (2008). Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i. Sinar Grafika. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/02/01/status-literasi-digital-di-indonesia-2022>.
- Fithriyyah, M. U., & Umam, M. S. (2018). Quo Vadis Ormas Islam Moderat Indonesia? Meneropong Peran NU-Muhammadiyah di Era Revolusi Industri 4.0. *Politea*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.21043/politea.v1i1.4310>
- Gazali, E. (2018). Pesantren Di Antara Generasi Alfa Dan Tantangan. *OASIS: Jurnal Ilmiah Kajian Islam*, 2(2), 96-109.

- <http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/oasis/article/view/2893>
- Maharani, C., Mugni Nubagja, H., Natalie Theofilus, K., & Natasya, R. (2022). Quotes Of The Day: Implementasi Model Dakwah Islam Melalui Sosial Media di Era Digital. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 3(5), 367–374. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss5pp367-374>
- Masyitoh, R. (2023). Dakwah Melalui Media Sosial ( Studi Dakwah Gus Iqdam Pada Majelis Ta'lim Sabilu Taubah ). *Mukammil*, VI(1), 5.
- Mustafa, M., Rohayati, R., Abdullah, A., Alhidayatillah, N., & Astuti, D. P. (2023). From Inequality to Digital Inclusion: Opportunities and Challenges of Digitalization among Santri in Indonesia. *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 336–342. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas>
- Librianti, E. O. I., & Pratama, M. A. (2022). Transformasi Tradisi Lisan Sebagai Sarana Dakwah: Kajian Historis dan Tantangan Era Digital. *Journal of Community Development*, 1(1), 46-63.
- Naamy, N. (2023). Dakwah di Era Digital: Tantangan Sosiologis dan Solusinya. *Al-Munawwarah: Jurnal Pendidikan Islam*, 15(1), 128-146.
- Nikmah, Faridhatun. (2020). Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial. *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*. 2 (1). DOI: 10.18592. pp: 45-52.
- Ningrum, M. E. S., & Astutik, A. P. (2023). Implementation of Dakwah in the Era of Disruption. *Indonesian Journal of Education Methods Development*, 18(2). <https://doi.org/10.21070/ijemd.v22i.730>.
- Nur, A., & Nashrillah, M. G. (2024). Strategi Dakwah Di Era Digital (Studi Kasus pada Ma'had Al-Jami'ah UIN Sumatera Utara Medan). *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 751-757.
- Nurlina. (2020, July 24). Berdakwah Di Media Sosial Sebagai Sarana Penyebar Dakwah Di Era Digital. <https://doi.org/10.31219/osf.io/b2cvm>.
- Rahmadani, N. P., & Amalia, N. (2023). Media sosial sebagai media dakwah yang dilakukan remaja di era digital. *Islamic Education*, 1(4), 396-404.
- Rifqi, A., Hariyati, N., & Sholeh, M. (2022). Pelatihan Penelitian Evaluasi. *Jurnal Pengabdioan Masyarakat Transformasi Dan Inovasi*, 2(1), 1–5.
- Rosmalina, Asriyanti. (2022). Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 13 (1), 64-77.
- Saputra, Wahidin. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012).
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339-356.
- Yani, Chaerul. Pencegahan Hoax Di Media Sosial Guna Memelihara Harmoni Sosial. *Jurnal Kajian Lemhannas RI | Edisi 40 | Desember 2019*. Hal. 15-21.