



Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja

Muhamad Parhan^{1*}, Yuni Rahmawati², Imelda Rara Rahmawati³, Hasna Aisyah Rastiadi⁴, Maysaroh⁵

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

*correspondence: parhan.muhamad@upi.edu

ABSTRACT

Since the pandemic, da'wah has begun to develop by involving technology such as using zoom, youtube, Instagram, and so on. In addition to the da'wah method, the content of da'wah is also essential and must be considered because of da'wah material influences teenagers' interest in listening to da'wah. The purpose of this research is to analyze the methods and content of da'wah that are suitable for teenagers, the method used is quantitative in the form of a survey of teenagers. Based on the information obtained through a study of teenagers, around 86.3% of teenagers still like to listen to da'wah during this pandemic. Still, only 38.4% of teenagers who often listen to da'wah and 61.6% rarely listen to da'wah. Around 72.6% of teenagers during the pandemic prefer to listen to da'wah through YouTube media with da'wah content about life, and 71.2% of teenagers prefer the da'wah method in the form of examples and examples. This shows that technological advances and youth synergize well so that da'wah content is packaged more attractively, and effectively and reaches wider attention.

Keywords: *Da'wah, method, content, media, technology*

ABSTRAK

Sejak adanya pandemi, dakwah mulai berkembang dengan melibatkan teknologi seperti menggunakan zoom, youtube, instagram dan lain sebagainya. Selain metode dakwah, konten dakwah juga penting dan harus diperhatikan, karena materi dakwah sangat berpengaruh terhadap minat remaja untuk mendengarkan dakwah. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai metode dan konten dakwah yang sesuai dengan remaja, metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan berbentuk survey kepada remaja. Berdasarkan informasi yang telah kami dapatkan melalui survey kepada remaja, bahwa pada masa pandemi ini sekitar 86,3 % remaja masih suka dalam mendengarkan dakwah, tetapi hanya 38,4% remaja yang sering mendengarkan dakwah dan 61,6 % remaja jarang dalam mendengarkan dakwah. Sekitar 72,6 % remaja pada masa pandemi lebih suka mendengarkan dakwah melalui media youtube dengan konten dakwah mengenai kehidupan, dan 71,2 % remaja lebih suka dengan

metode dakwah dalam bentuk contoh dan keteladanan. Hal ini memperlihatkan bahwa kemajuan teknologi dan remaja bersinergi dengan baik, sehingga konten dakwah dikemas lebih menarik, efektif, dan menjangkau perhatian yang lebih luas.

Kata Kunci: Dakwah, metode, konten, media, teknologi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan kehidupan remaja yang serba ingin tahu seakan saling bersinergi dengan baik, hal ini didukung dengan kemajuan teknologi yang memudahkan remaja dalam mengakses informasi. Kehidupan remaja yang tidak lepas dari teknologi harus diarahkan kepada hal yang baik. Media sosial sudah dianggap menjadi kebutuhan hidup dan sangat digemari oleh kalangan remaja. Di masa modern ini berbagai kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah merubah kehidupan manusia, terutama remaja yang merupakan peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Remaja pada dasarnya memiliki beberapa kondisi seperti kecenderungan untuk meniru, mencari perhatian, berpikir kritis, dan emosinya yang masih menggelora. Generasi muda juga berusaha untuk bersaing dan berkompetisi dalam memperoleh ilmu pengetahuan, namun di sisi lain, kaum muda berusaha meruntuhkan nilai-nilai moralnya sebagai manusia (Budi & Siregar, 2013). Dengan kondisi tersebut, jika perilaku anak muda tidak disaring maka akan menimbulkan berbagai masalah bagi kaum muda, terutama kaum muda yang secara langsung menghadapi berbagai dampak positif dan negatif dari kemajuan teknologi. Salah satu cara untuk mengatasi masalah pemuda adalah melalui kegiatan dakwah. Peran dakwah dalam mengatasi problematika pemuda tidak hanya menjadi peran dakwah yang diprioritaskan, tetapi juga pendukung lingkungan sekitar, yang akan menjadi pendukung karakter atau kegiatan yang membawa hal-hal positif bagi pemuda. Melalui pemanfaatan teknologi yang digunakan anak muda, anak muda dapat aktif menyebarkan dakwah melalui media sosial (Sugiestian, 2020). Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut mendukung proses transformasi pengetahuan, ideologi dan pemahaman keagamaan, sehingga memudahkan generasi muda untuk mengkonsumsi berbagai paham (terutama aktivisme) melalui media sosial (Abdullah, 2020). Untuk menghadapi perkembangan teknologi yang begitu pesat, diperlukan strategi untuk membangun jaringan dakwah, yaitu dengan memanfaatkan perkembangan koneksi global (Latief et al., n.d.). Munculnya teori-teori baru, konsep-konsep baru dan tren-tren baru Dahua Science merupakan simbol dan ikhtiar Dahua Science untuk menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks. Namun, perkembangan keilmuan tidak selalu

sebanding dengan peningkatan dan penataran nilai-nilai moral sosial (Azmi, 2019).

Dakwah merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mengajak dan mengikuti ajaran Islam dalam segala bentuk aspek-aspek kehidupan. Dakwah juga merupakan suatu proses pendidikan yang baik dan harus mengacu pada nilai-nilai Islam. Dalam melaksanakan dakwah, haruslah dipertimbangkan secara sungguh-sungguh tingkat dan kondisi cara berfikir yang tercermin dalam remaja yang akan atau sedang dihadapi, Mubasyaroh (2017) mengatakan tujuan dakwah yaitu menyatukan kembali fitrah manusia dan agama atau menyadarkan manusia akan kebenaran Islam dan mengamalkan ajaran Islam. Menurut Zulkarnaini (2015) dakwah memiliki dua tantangan sekaligus yaitu tantangan keilmuan dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan dan problem atau tantangan praksis dakwah. Dakwah menjadi suatu kebutuhan umat Islam, ditambah lagi dengan penguatan otonomi daerah melalui peraturan daerah Islam (Sainuddin, 2020). Beberapa metode dakwah yang cocok digunakan untuk remaja yaitu metode tanya jawab, metode diskusi, metode percontohan atau keteladanan, dan dakwah yang melibatkan teknologi. Metode-metode ini memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Metode dakwah yang di desain bagi remaja harus berorientasi kepada aspek minat dan sesuai dengan kebutuhan jiwanya, sehingga dakwah yang akan disampaikan akan lebih terfokus dan berkesan (Fariza Md Sham, 2011). Memperhatikan kondisi sosial dan tempat tinggal remaja akan menjadikan dakwah yang disampaikan kepada remaja berjalan lebih efektif. Hal ini menjadi pengetahuan dan masukan yang sangat berarti dalam memetakan beberapa faktor penghambat dan faktor pendukung ketika dakwah akan dilaksanakan (Asmaya, 1970). Sejak adanya masa pandemi dakwah mulai berkembang dengan melibatkan berbagai media berbasis teknologi seperti menggunakan zoom, youtube, instagram dan lain sebagainya.

Selain metode dakwah, konten dakwah juga penting dan harus diperhatikan, karena materi dakwah sangat berpengaruh terhadap minat remaja untuk mendengarkan dakwah. Konten - konten tersebut harus berdasar pada Al- Quran dan hadist, kemudian konten yang disampaikan juga harus disesuaikan dengan perkembangan zaman dan berdasarkan pada problematika yang dihadapi sehingga dakwah menjadi solusi dan jawaban dari permasalahan - permasalahan yang dihadapi .

Basit (2013) mengatakan bahwa pada masa kini ada empat indikator yang bisa dijadikan pedoman ketika berdakwah, yaitu menjadikan dakwah sebagai objek ilmu pengetahuan yang bisa dikembangkan dan diteliti selaras dengan permasalahan dan kebutuhan masyarakat. Kemudian menggabungkan teori ilmu komunikasi dengan teori dakwah yang bersumber dari ajaran Islam, dan mentransformasikan paradigma ilmu dakwah menjadi ilmu komunikasi Islam.

Para misionaris ingin membudidayakan seorang dai yang dapat beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, selain menyampaikan ilmu keislaman, juga harus menghindari emosi saat menyampaikan argumentasinya. Dakwah harus mendesain ulang metode komunikasi dakwahnya untuk mengikuti perkembangan teknologi media berbasis internet (Suhatro, 2017). Transformasi dakwah melalui media online dan teknologi lainnya diyakini sangat efektif dalam menyebarkan informasi keagamaan dan sudah menjadi kebutuhan di masyarakat, terutama bagi umat Islam yang pernah mengalami distorsi spiritual sebelumnya. Oleh karena itu, melalui konversi dakwah ini menjadi alternatif cara penggunaan berbagai media informasi serta komunikasi yang biasa digunakan masyarakat untuk menyampaikan dan memperoleh informasi keagamaan (Sainuddin, 2020). Sebagai seorang misionaris, Anda dapat menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Memahami karakteristik pengguna media dapat merumuskan prinsip-prinsip penginjilan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial dapat menjadikan setiap orang sebagai komunikator massa (Musthofa, 2016). Selain kemampuan komunikasi massa yang baik di dunia maya, kemampuan menghadirkan efek visual grafis yang menarik dan update menjadi salah satu daya tarik untuk menarik tanggapan.

Dalam artikel ini akan dibahas mengenai berbagai metode dan konten dakwah yang sesuai dengan kondisi remaja, sehingga metode dan konten dakwah dapat sesuai dengan berbagai latar belakang remaja yang berbeda beda. Remaja merupakan suatu harapan negara, sehingga dakwah ikut andil dalam mencari solusi dari permasalahan permasalahan yang dihadapi remaja agar remaja tersebut tidak menyimpang dari aturan agama atau norma yang berlaku, karena pada masa ini banyak ditemukan rusaknya moral dan akhlak pada remaja akibat dari dampak negatif perkembangan zaman.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, karena pada penelitian ini lebih pada menganalisis metode dan konten dakwah yang sesuai dengan kondisi remaja pada masa kini. Pada proses pengumpulan data dimulai dengan studi literatur untuk mencari seluruh informasi mengenai dakwah, remaja, konten dakwah, dan media yang digunakan untuk dakwah. Setelah melakukan studi literatur kemudian melakukan survey yang ditujukan untuk remaja, kemudian hasil dari survey dilakukan pengolahan data dengan menggunakan grafik sehingga dapat dianalisis untuk menentukan metode dan konten dakwah yang sesuai dengan remaja pada masa kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa muslim yang berada di kota Bandung. Mahasiswa dipilih karena mahasiswa merupakan kategori usia remaja. Pertanyaan-pertanyaan diberikan kepada remaja yang mengisi survey, diantara pertanyaan yang diajukan adalah media dakwah apa yang paling diminati, serta

metode apa yang relevant dengan remaja, khususnya metode yang digunakan saat pandemi. Masa pandemi menjadi suatu hambatan yang sangat berpengaruh besar dalam berbagai aktivitas, salah satunya adalah dakwah. Perubahan situasi menjadikan dakwah harus dikemas dalam cara atau metode yang tepat agar tujuan dan konten dari dakwah tetap tersampaikan walaupun dengan situasi yang berbeda. Dalam kondisi pandemi seperti ini minat remaja dalam mendengarkan dakwah berkurang karena berbagai hambatan yang dihadapi seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai, kurang bisa beradaptasi dengan teknologi dan lain sebagainya. Berdasarkan informasi yang telah kami dapatkan melalui survey kepada remaja muslim yang berada di kota Bandung yang disebar melalui *google form*, jumlah responden yang mengisi google form sebanyak 250 remaja. Dari hasil survey diketahui bahwa pada masa pandemi ini sekitar 86% remaja masih suka dalam mendengarkan dakwah, tetapi hanya 34% remaja yang sering mendengarkan dakwah dan 66% remaja jarang dalam mendengarkan dakwah.

Table 1.1.

Daftar media dakwah dan peminatnya

| Media dakwah | Peminat |
|----------------|---------|
| Masjid | 39,7 % |
| Youtube | 72,6 % |
| Instagram | 53,4 % |
| Twitter | 13,7 % |
| Facebook | 9,6 % |
| Tiktok | 52,1 % |
| Televisi | 17,8 % |
| Radio | 1,4% |
| Majelis Taklim | 1,4 % |
| Pesantren | 1,4 % |

Sumber: hasil survei

Berdasarkan tabel 1.1 yang memperlihatkan beberapa media yang digunakan dalam menyampaikan dakwah di masa pandemi. Remaja pada masa

pandemi lebih suka mendengarkan dakwah melalui media youtube dibandingkan dengan media lainnya, karena youtube merupakan media yang sangat populer pada masa kini yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai konten dakwah dengan mudah, dengan begitu, penggunaan youtube menjadi strategi yang tepat akan memberikan informasi yang baik bagi remaja (Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, 2020). Selain menggunakan youtube dakwah melalui instagram dan tiktok juga diminati oleh remaja, karena instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh remaja dan menempati posisi ke 4 dengan jumlah pengguna yang paling aktif dan tiktok merupakan media sosial yang saat ini tengah digandrungi oleh remaja, menurut (Fanaqi, 2021), Tik Tok pada masa ini bisa menunjang berbagai kreativitas para penggunanya seperti keluwesan berpikir, kelancaran berpikir, dan mengembangkan gagasan dapat dilakukan oleh penggunanya.

Hal tersebut dikarenakan para pengguna aplikasi Tik Tok merasa cukup efektif karena dapat menghindari kontak secara langsung dan menghindari kerumunan dengan orang lain, adanya hambatan untuk beraktivitas terutama dalam berkumpul menyebabkan berkurangnya kegiatan dakwah yang dilakukan di masjid. Selain itu, media sosial Facebook juga merupakan salah satu media dakwah yang berwawasan ke depan dan efektif yang berdakwah melalui tulisan. Menurut (Usman, 2016) dan (Burhanudin et al., 2019), tidak hanya menulis, Facebook juga menyediakan fungsi yang unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti permintaan pertemanan, notifikasi, pesan, halaman rekomendasi, catatan, foto, album, status, dan komentar. Semua fitur ini sangat mudah digunakan, terutama sebagai sarana penyebaran Dakwah Islam. Facebook adalah layanan yang dapat digunakan untuk kebaikan dan kejahatan, tergantung siapa yang menggunakannya, jadi Anda tidak salah, Anda perlu sikap arif dan bijaksana untuk menggunakannya. Kemudian televisi menjadi salah satu media yang diminati anak muda. Televisi dijadikan sebagai dakwah karena memiliki beberapa keunggulan yaitu dekat dengan kehidupan sehari-hari, dan televisi merupakan produk budaya yang unik. Fasilitas – fasilitas yang tersedia itu sangat baik jika bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah (Zaini, 2015). Pada masa milenial harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Jika tidak, arus dakwah akan melambat dan tertinggal (Ritonga, 2019). Metode dakwah yang diterapkan dalam setiap kegiatan didukung oleh media modern dan dapat menarik perhatian luas (Santoso, 2019). Dengan kemajuan teknologi dan media modern, metode dakwah yang digunakan oleh kaum milenial harus direvitalisasi untuk mencapai kesempurnaan dakwah (Nugraha et al., 2020).

Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja
Table 1.2.

Daftar metode dakwah dan peminatnya

| Metode Dakwah | Peminat |
|------------------------------|----------------|
| Tanya Jawab | 35,6 % |
| Diskusi | 30,1 % |
| Percontohan atau Keteladanan | 71,2 % |
| Dakwah dengan teknologi | 42,5 % |
| Ceramah | 61,6 % |
| Cerita | 1,4 % |

Sumber: Hasil survei

Selain media dakwah, cara berdakwah juga sangat penting untuk menarik minat remaja agar memperhatikan dakwah. Karim (2016) mengatakan bahwa harus ada sarana yang efektif untuk menyampaikan informasi dakwah, agar tujuan dakwah dapat dipahami, kemudian dakwah juga harus dilakukan dengan cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, diskriminatif dan provokatif (Sumadi, 2016). Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan bahwa remaja lebih menyenangi dakwah dengan metode percontohan atau keteladanan, ini sejalan dengan sifat remaja yang cenderung meniru dan mengikuti idolanya. Selain itu percontohan dan keteladanan sikap dapat menjadi pengaruh yang besar bagi remaja pada awal pertumbuhannya. Metode lain yang diminati oleh remaja setelah metode percontohan dan keteladanan yaitu metode ceramah dan metode dakwah dengan menggunakan teknologi (Parhan & Alifa, 2020), metode ceramah sudah sering dilakukan sehingga banyaknya remaja yang masih suka mendengarkan dakwah dengan metode ceramah, kemudian dakwah dengan menggunakan teknologi sudah dapat dilihat pada tabel 1.1 yang memperlihatkan bahwa banyak remaja yang mendengarkan dakwah melalui media sosial. Muhaemin (2017) mengatakan bahwa efektivitas da'i berdakwah dengan menggunakan internet sebagai media dakwah harus menjadi keteladanan, karena keteladanan ini merupakan faktor yang paling penting dan sebagai salah satu kunci keberhasilan dalam banyak hal. Berbagai kemudahan dan manfaat diperoleh umat Islam melalui kegiatan dakwah yang disampaikan melalui dunia

digital ini. Hal yang paling utama adalah bagi umat yang tidak dapat hadir secara langsung pada kajian dakwah, maka dapat dimudahkan dengan hadirnya internet sebagai sarana dalam berdakwah. Sehingga tontonan dapat menjadi tuntunan bagi umat, maka tidak sedikit orang yang mendapatkan hidayah setelah mereka menonton berbagai tayangan dakwah keislaman dari banyak pendakwah yang diperoleh dari media (Fauzi & Maghfiroh, 2020).

Kemudian remaja juga cenderung memilih konten dakwah yang mereka minati untuk diikuti, sehingga dalam melakukan dakwah konten dakwah juga harus diperhatikan. Berdasarkan hasil survei mayoritas remaja menyukai konten dakwah dengan materi mengenai kehidupan, karena pada dasarnya remaja sedang mencari jati diri dan mulai mencari jalannya sendiri. Sehingga dengan adanya dakwah mengenai kehidupan dapat menuntun remaja kearah yang lebih baik dan menghindarkan remaja dari adanya problematika remaja di kehidupan saat ini.

PENUTUP

Dakwah dalam kehidupan remaja menjadi suatu upaya yang dilakukan untuk mengurangi resiko terjadinya problematika remaja, karena akibat dari perkembangan teknologi ini dan adanya pandemic menyebabkan banyak remaja yang mulai mengenyampingkan nilai – nilai agama. Menurut survey masih terdapat 86,3 % remaja yang suka mendengarkan dakwah dan 13,7 % remaja tidak suka mendengarkan dakwah, kemudian pada masa pandemic ini karena keterbatasan aktivitas membuat remaja lebih menyukai dakwah melalui media youtube dengan konten mengenai kehidupan dibandingkan dengan media lainnya. Selain itu remaja juga lebih menyukai dakwah dengan metode percontohan atau keteladanan karena sifat remaja yang cenderung sering meniru.

DAFTAR PUSTAKA

- Sukardi, A. (2016). Metode Dakwah dalam Menangani Problematika Remaja. *Al-Munzir*, 9(1), 12–28. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/774/705#>
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Aldiawan, A. (2020). Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 16(1), 41. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.vol16.iss1.177>
- Abdullah, M. H., Sham, F. M., & Ismail, A. (2018). Pendekatan Motivasi Dalam Dakwah Remaja (Motivation Approach of Dakwah for the Teenager). *Jurnal Hadhari: An International Journal*, 10(1), 77–92. 25682-76637-1-SM.pdf (ukm.my)

- Rahman, T. (2020). Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Milenial Melalui Media Sosial. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(2 Desember), 67–85. www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id
- Fariza Md Sham, Z. S. (2011). Metodologi Dakwah kepada Remaja: Pendekatan Psikologi Dakwah. *Al-Hikmah*, 3, 145–166. <http://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/326>
- Asmaya, E. (1970). Efektivitas Dakwah Bagi Remaja. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.24090/komunika.v7i2.381>
- Budi, O. :, & Siregar, G. (2013). Solusi dalam Menghadapi Permasalahan Remaja. *Hikmah*, VII, 104. <http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/227/1/BudiGautamaSiregar.pdf>
- Gide, A. (1967).. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 236. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>
- Nazir, M. I. (2019). Media Sosial dan Wanita Menurut Islam. *Prosiding Seminar Sains Teknologi Dan Manusia 2019*, 32(2016), 1527–1536.
- Zaini, A. (2015). Dakwah Melalui Televisi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 1–20. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642/1478>
- Mutiawati, I. (2018). Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(3), 1–151. <http://eprints.walisongo.ac.id/9496/1/SKRIPSI LENGKAP.pdf>
- Sainuddin, I. H. (2020). *Transformasi Dakwah di Masa Pandemi Covid-19*. 19–21. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nakhy>
- Sugiestian, N. (2020). *Peran Dakwah Dalam Problematika Masa Remaja*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/c7xwh>
- Santoso, B. R. (2019). Revitalisasi Metode Dakwah Anakronistis Dai Generasi Milenial. *Tasamuh UIN Mataram*, 17(1), 133–154. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/1350>
- Azmi, K. R. (2019). Model Dakwah Milenial Untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 25. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1557>
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.3(1), 60–77.
- Musthofa, M. (2016). Prinsip Dakwah via Media Sosial. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 16(1), 51. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v16i1.1175>
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*, 26(3), 154file:///C:/Users/User/Downloadsfile:///C:/Users.
<https://media.neliti.com/media/publications/127613-ID-dakwah-islam->

- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqob)*, 1(1), 1–8.
- Basit, A. (2013). *Dakwah Cerdas di Era Modern*. 03(01), 2088–6314.
- Abdullah, M. Q. (2019). Strategi Dakwah Plural dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(2), 177–198. <https://doi.org/10.15575/anida.v19i2.7589>
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 236. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>
- Fauzi, A., & Maghfiroh, E. (2020). *Problematika Dakwah Ditengah Pandemi Covid-19*. 1, 23–32.
- Latief, M. N., Daerah, B., Pendengar, B., & Gamasi, R. (n.d.). *Mub Nur Latief [Bahasa Daerah Bagi Pendengar Radio Gamasi Makassar]*. 04, 61–75.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- Mubasyaroh, M. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 311–324. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>
- Karim, A. (2016). Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *At-Tabsyir*, 4(1, Juni), 157–172.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>
- Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93.
- Asmaya, E. (1970). Efektivitas Dakwah Bagi Remaja. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.24090/komunika.v7i2.381>
- Basit, A. (2013). *Dakwah Cerdas di Era Modern*. 03(01), 2088–6314.
- Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Fariza Md Sham, Z. S. (2011). Metodologi Dakwah kepada Remaja: Pendekatan Psikologi Dakwah. *Al-Hikmah*, 3, 145–166.
- Fauzi, A., & Maghfiroh, E. (2020). *Problematika Dakwah Ditengah Pandemi Covid-19*. 1, 23–32.
- Mubasyaroh, M. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku

- Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 311–324. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghnia, A. (2020). Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(02), 175–194. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v3i02.398>
- Parhan, M., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan_attaki). *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 175–196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Sainuddin, I. H. (2020). *Transformasi Dakwah di Masa Pandemi Covid-19*. 19–21. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nakhy>
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*, 26(3), 154-178 <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/1271>