



## Model Navigasi Politik Islam Profetik pada Generasi Z di Era Digital

Siti Rahma Assyarifa<sup>1\*</sup>, Anang Anas Azhar<sup>1</sup>, Abdullah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan

\*Email : [siti4004253019@uinsu.ac.id](mailto:siti4004253019@uinsu.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini mendekonstruksi teori Barat melalui pendekatan normatif etika Islam dan menyintesisnya dengan realitas psikologi media. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan desain paralel konvergen, yang menggabungkan analisis kritis kepustakaan kualitatif dengan eksperimen kuasi kuantitatif terhadap 20 responden Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi nilai kenabian (*Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*) berhasil mendekonstruksi manipulasi dramaturgi dan framing, mengubahnya menjadi instrumen wacana publik yang transparan dan berbasis masalah. Secara empiris, penggunaan retorika *Layyinan* (lemah lembut) terbukti efektif memitigasi resistensi kognitif Generasi Z, mencetak skor kredibilitas komunikator sebesar 4.8/5.0 dan tingkat kenyamanan psikologis 4.7/5.0, berbanding terbalik dengan gaya konfrontatif yang memicu amygdala *hijack* dan penolakan.

**Kata Kunci :** Komunikasi Profetik, Dekonstruksi Teori Barat, Generasi Z.

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to deconstruct these Western theories through the normative approach of Islamic ethics and synthesize them with media psychology realities. This study utilizes a mixed-methods approach with a convergent parallel design, combining qualitative critical literature analysis with quantitative quasi-experiments on 20 Generation Z respondents. The results indicate that the integration of prophetic values (Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah) successfully deconstructs dramaturgy and framing manipulations, transforming them into transparent and masalah-based public discourse instruments. Empirically, the use of Layyinan (gentle) rhetoric is proven effective in mitigating the cognitive resistance of Generation Z, achieving a communicator credibility score of 4.8/5.0 and a psychological comfort level of 4.7/5.0, in stark contrast to the confrontational style that triggers amygdala hijack and rejection.*

**Keywords :** *Prophetic Communication, Western Theory Deconstruction, Generation Z*

## PENDAHULUAN

Pada dekade mutakhir, era disrupsi informasi telah mengubah lanskap komunikasi global secara fundamental. Ruang publik digital yang idealnya menjadi medium diskursus dan edukasi, kini terdegradasi menjadi medan bising (*digital noise*) yang dipenuhi kompleksitas, toksisitas, dan polarisasi. Krisis kepercayaan (*crisis of trust*) mencuat sebagai akibat dari ledakan disinformasi dan fabrikasi fakta, yang memaksa individu membangun mekanisme pertahanan psikologis berupa reaktansi dan skeptisisme tinggi terhadap berbagai bentuk otoritas komunikasi.

Dalam konteks dunia Islam, krisis komunikasi ini memanifestasikan dirinya dalam dua domain utama yang saling berkelindan: domain interaksi dakwah dan domain politik praktis. Pada domain interaksi dakwah, kegagalan navigasi pesan sering kali terjadi karena komunikator agama masih terjebak pada metodologi konvensional yang otoriter, intimidatif, dan konfrontatif. Gaya komunikasi semacam ini terbukti gagal melakukan penetrasi kognitif, terutama pada Generasi Z yang mendambakan otonomi berpikir, validasi emosional, dan dialog yang memanusiakkan.

Di sisi lain, pada domain sosiopolitik, kebisingan digital tersebut dimanipulasi oleh aktor-aktor politik melalui komodifikasi simbol keagamaan dan rekayasa kesalehan digital di ruang publik. Selama berdekad-dekad, fenomena politik ini dianalisis secara sempit menggunakan teori-teori fungsional Barat (seperti *Agenda Setting*, *Framing*, *Spiral of Silence*, *Uses and Gratifications*, dan *Dramaturgy*) yang berakar pada paradigma sekuler. Teori-teori ini cenderung menormalisasi manipulasi "panggung depan", eksploitasi emosi massa, dan pembungkaman kelompok minoritas tanpa mampu menyentuh dimensi normatif transendental dari etika politik Islam.

Kesenjangan (*gap*) yang sangat mencolok terjadi antara kebutuhan empiris masyarakat digital akan komunikasi yang menyejukkan (aman secara psikologis) dengan realitas praktik komunikasi politik yang sarat akan muslihat panggung teater (*dramaturgi*) dan bingkai propaganda (*framing*). Oleh karena itu, diperlukan sebuah terobosan akademik untuk mendekonstruksi kerangka sekuler tersebut, sekaligus memberikan solusi empiris terhadap penolakan (*reactance*) masyarakat modern.

Penelitian ini memandang bahwa arketipe komunikator ideal untuk menjawab tantangan ganda tersebut ditemukan dalam model Komunikasi Profetik peninggalan Rasulullah SAW. Nilai-nilai kenabian (*Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh*, *Fathonah*) bukan sekadar dogma moral, melainkan instrumen epistemologis yang mampu merombak struktur manipulatif dari sosiologi komunikasi massa. Lebih jauh, secara psikolinguistik, instrumen ini hanya akan

bekerja secara presisi jika disampaikan melalui retorika Layyinan (lemah lembut) yang mampu menciptakan *Psychological Safety*.

Beberapa penelitian yang menjadi pendahulu dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pertama, Harriyani (2024) dengan judul Kesadaran Gen Z terhadap Dinamika Sosial-Politik di Indonesia: Perspektif Teori Ashabiyyah Ibnu Khaldun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis teks dan studi pustaka terhadap literatur, konten digital, serta laporan survei. Dengan menggunakan teori ashabiyyah (solidaritas sosial) Ibnu Khaldun didapatkan hasil sebagai berikut : ashabiyyah Gen Z tidak lagi berbasis pada ikatan primordial, melainkan pada solidaritas digital yang bersifat temporer dan berbasis proyek. Dalam perspektif Ibnu Khaldun, solidaritas semacam ini mencerminkan bentuk ashabiyyah baru yang berperan dalam pembentukan kekuatan sosial-politik. Studi ini menawarkan pembacaan ulang atas teori klasik ashabiyyah dalam konteks politik generasi digital, serta menyoroti pentingnya kohesi sosial berbasis nilai dalam memperkuat partisipasi politik dan demokrasi di era disrupsi informasi. Artikel ini berkontribusi pada pengembangan teori politik Islam dan studi generasi dalam lanskap politik kontemporer Indonesia.

Kedua, Efendi, Fadhilah, dan Hasibuan (2022) berjudul Komunikasi Profetik: Strategi Berdakwah di Era New Media. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka dengan mengkaji literature yang berkenaan dengan tema. Data dikumpulkan melalui observasi di media sosial kemudian di reduksi dengan analisis isi. Hasil menunjukkan bahwa pengabaian etika masih terjadi dan ditandai dengan beberapa fenomena kontemporer. Untuk mereduksi problematika ini, Al-Qur'an menggambarkan enam profetik komunikasi para Rasul sebagai standar dalam berdakwah. Keenam etik inilah yang kemudian dapat dijadikan strategi berdakwah agar masyarakat dapat menerima pesan-pesan normatif dan dapat membenahi tatanan sosial.

Ketiga, Karimah, Siregar, Syakuro, Fauzizah, Fadhil (2025) berjudul Generasi Z dan Tantangan Islam di Era Digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik Generasi Z dalam menjalanikehidupan keagamaan, mengidentifikasi tantangan yang muncul akibat derasnya arus informasi, serta menelaah strategi pendidikan Islam yang relevan untuk memperkuat karakter keislaman mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi agama membawa dampak positif berupa kemudahan akses terhadap dakwah dan pendidikan Islam, namun juga menghadirkan tantangan serius seperti pergeseran otoritas keagamaan, misinformasi, dan penurunan spiritualitas. Untuk menghadapi tantangan

tersebut, diperlukan penguatan literasi digital keagamaan, penerapan etika bermedia berbasis nilai Islam, serta kolaborasi antara pendidik dan kreator digital dalam membangun ekosistem dakwah yang adaptif dan kredibel. Dengan demikian, Generasi Z diharapkan mampu menjadi Muslim yang kritis, beretika, dan berdaya dalam memanfaatkan teknologi untuk kemaslahatan umat.

Keempat, Khamami, Asy'arie, Mahasri Shobahiya (2025) berjudul Model Transformasi Intelektual Muslim Berbasis Berpikir Profetik dalam Menghadapi Tantangan Era Digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model transformasi intelektual Muslim berbasis berpikir profetik sebagai solusi menghadapi tantangan era digital yang berkembang pesat, dengan menekankan keseimbangan antara pengetahuan akademik, spiritualitas, dan moralitas. Penelitian ini menggunakan Ilmu Sosial Profetik yang digagas oleh Kuntowijoyo, yang menekankan tiga nilai inti: transendensi, humanisasi, dan liberasi sebagai dasar dalam memahami dan mengatasi masalah social. Literatur menunjukkan bahwa banyak intelektual Muslim yang terjebak dalam pola pikir materialistik dan rasional, sehingga nilai-nilai keagamaan mulai terpinggirkan. Berpikir profetik menawarkan alternatif dengan mengintegrasikan wahyu dan nilai moral dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi pustaka, menganalisis berbagai sumber terkait berpikir profetik dan digitalisasi pendidikan Islam. Berpikir profetik mampu membentuk intelektual Muslim yang kritis, inovatif, berakhlak, serta mampu memanfaatkan teknologi secara etis dan produktif. Hasil penelitian ini penting untuk mengarahkan pendidikan Islam dalam menghadapi tantangan digital, dengan mengintegrasikan nilai-nilai profetik dalam proses pembelajaran. Penelitian ini memberikan perspektif baru dalam menggabungkan nilai-nilai Islam dengan perkembangan teknologi untuk membentuk intelektual Muslim yang beretika.

Kelima, Lundeto (2022) berjudul Paradigma Islam Profetik : Melacak Nilai-Nilai Moderasi Beragama Dalam Pemikiran Kuntowijoyo. Penelitian ini adalah analisis tentang konsep moderasi beragama yang terkandung dalam paradigma Islam yang diprakarsai oleh Kuntowijoyo, yaitu ilmu sosial profetik. Paradigma Islam Kuntowijoyo adalah sebuah epistemologi Islam yang digunakan sebagai metodologi keilmuan Islam dalam memahami teks secara kontekstual dan bertujuan untuk menjadikan agama sebagai dasar ilmu sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian pustaka, yaitu mengambil data dari sumber-sumber literatur seperti dokumen, buku, jurnal, dan sebagainya, yang kemudian dijabarkan untuk menyusun narasi dalam sebuah studi.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini menggabungkan kekuatan analisis kuantitatif-kualitatif terhadap navigasi kognitif Generasi Z dengan rekonstruksi filosofis-normatif terhadap teori komunikasi kontemporer. Kolaborasi ini bertujuan melahirkan sebuah konstruksi grand-theory baru, yakni Model Navigasi Komunikasi Politik Islam Profetik, yang tidak hanya mengkritisi kebobrokan komunikasi modern, namun juga menawarkan kompas navigasi yang empatik, autentik, dan memberdayakan umat.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian kolaboratif ini adalah Bagaimana integrasi nilai-nilai profetik (*Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*) dan retorika Layyinan mampu mendekonstruksi serta merekonstruksi teori-teori komunikasi fungsional Barat (*Agenda Setting, Framing, Spiral of Silence, Dramaturgi, Uses and Gratifications*) dalam membedah realitas ruang publik digital umat Islam? dan Sejauh mana "Model Navigasi Komunikasi Politik Islam Profetik" efektif dalam memitigasi resistensi kognitif (terutama pada Generasi Z) sekaligus mengembalikan integritas moral para aktor di tengah toksisitas komunikasi kontemporer?

Pelaksanaan riset ini menggunakan pendekatan metode campuran dengan model desain paralel konvergen yang menyintesis dua tradisi penelitian, yakni eksperimen kuantitatif dan analisis kritis kepustakaan kualitatif. Pada tahap pertama, peneliti mendekonstruksi berbagai teori komunikasi fungsional dari literatur Barat dan merekonstruksinya menggunakan pendekatan normatif etika Islam untuk membangun sebuah kerangka teoretis baru. Pada tahap kedua, kerangka tersebut dioperasionalisasikan ke dalam bentuk desain eksperimen kuasi dengan metode pengujian stimulus A/B untuk melihat reaksi kognitif dan perilaku secara langsung. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner skala Likert untuk mengukur daya persuasi, keamanan psikologis, dan niat perubahan perilaku, yang kemudian diperdalam melalui analisis jawaban naratif terbuka untuk menggali makna di balik respons emosional tersebut.

Untuk memperoleh data yang akurat dan mewakili karakteristik masyarakat digital kontemporer, penelitian ini melibatkan subjek eksperimen yang terdiri dari 20 orang responden Generasi Z dengan rentang usia 12 hingga 27 tahun. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling guna menjamin keterwakilan audiens yang memiliki tingkat literasi media sosial yang sangat aktif dan kritis terhadap konten digital.

## LANDASAN TEORITIS

Landasan teoretis dalam penelitian ini dibangun di atas paradigma integratif-interkonektif yang mendudukkan sains modern dan agama dalam satu dialektika epistemologis yang saling melengkapi. Kerangka ini mendekonstruksi paradigma

fungsional-positivistik Barat dengan menggunakan nilai-nilai normatif Islam sebagai instrumen evaluasi, sekaligus mengintegrasikannya dengan psikologi komunikasi empiris guna merumuskan Model Navigasi Komunikasi Politik Islam Profetik.

### **Arketipe Komunikasi Kenabian sebagai Modalitas Navigasi**

Keunggulan Nabi Muhammad SAW sebagai komunikator tidak semata-mata terletak pada teknik lisan, melainkan berakar pada integrasi karakter personal yang bertransformasi menjadi modalitas komunikasi yang fungsional dan taktis. Dalam perspektif *Navigation Communication Theory*, empat sifat wajib kenabian berfungsi sebagai mesin penggerak utama yang memastikan pesan dapat berlabuh dengan aman di kognisi audiens.

*Siddiq* (Integritas dan Validitas Substansial), sifat Siddiq merupakan penawar utama terhadap psikologi kebohongan. Siddiq menjamin "Integritas Navigasi," di mana informasi yang disampaikan memiliki dasar kebenaran yang valid, sehingga audiens (khususnya Generasi Z yang sensitif terhadap kepalsuan) bersedia membuka gerbang kognitifnya.

*Amanah* (Kredibilitas dan Trustworthiness), Sifat ini bertindak sebagai "Sertifikat Keamanan" bagi audiens di ruang digital. Ketika komunikator dipersepsikan memegang teguh amanah tanpa memanipulasi fakta demi kepentingan pribadi atau kelompok, hambatan psikologis akan berkurang secara otomatis.

*Tabligh* (Transparansi dan Aksesibilitas), menuntut adanya "Keterbukaan Saluran" yang inklusif, memastikan pesan kebenaran tidak disembunyikan di balik retorika yang membingungkan atau eksklusif.

*Fathonah* (Kecerdasan Strategis) adalah otak dari seluruh proses navigasi, yakni kemampuan memetakan situasi, memahami profil audiens digital (seperti Gen Z), dan menyesuaikan strategi (*li kulli maqal maqam*).

Keempat instrumen ini melahirkan sebuah ekosistem navigasi yang tangguh: Siddiq menjamin kebenaran isi, Amanah menjamin kepercayaan, Tabligh menjamin kelancaran transmisi, dan Fathonah menjamin ketepatan taktik.

### **Trias Retorika dan Etika Linguistik Al-Qur'an (Al-Qaulan)**

Dalam diskursus komunikasi persuasif, trias retorika Aristoteles—Ethos, Pathos, Logos—tetap menjadi fondasi penting. Namun, penelitian ini merajut trias tersebut ke dalam protokol etika Al-Qur'an agar terhindar dari manipulasi sekuler:

Ethos dan Qaulan Sadidan, Ethos (kredibilitas moral) bersinergi dengan Qaulan Sadidan (perkataan yang benar dan akurat). Tanpa fondasi akurasi data yang jujur, retorika politik atau dakwah akan kehilangan daya pengaruhnya dan dianggap sebagai agitasi semata.

Pathos dan Qaulan Layyinan, Pathos (resonansi emosional) dioperasionalkan melalui Layyinan (lemah lembut). Secara psikolinguistik, Layyinan bertindak sebagai alat de-eskalasi kognitif yang memitigasi psychological reactance (resistensi) audiens. Ketika hormon oksitosin meningkat karena komunikasi yang hangat, audiens merasa aman (Psychological Safety) sehingga tidak terjadi Amygdala Hijack yang membuat otak menolak pesan secara refleksi.

Logos dan Qaulan Balighan/Ma'rufan/Kariman, Logos (logika) dibungkus dengan efektivitas (Balighan), kepantasan sosial (Ma'rufan), dan perlindungan terhadap martabat manusia (Kariman). Gaya komunikasi yang menghakimi dan konfrontatif terbukti gagal secara Logos karena menyerang martabat audiens.

### **Dekonstruksi Epistemologi Teori Komunikasi Kontemporer**

Dalam wilayah politik praktis, teori-teori fungsional Barat selama ini mendikte bagaimana realitas komunikasi umat Islam dianalisis, tanpa mampu memotret dimensi transendental. Penelitian ini mendekonstruksi dan merekonstruksi lima teori utama tersebut:

*Agenda Setting* berasumsi bahwa media memiliki kekuasaan mutlak untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam politik Islam kontemporer, media dan elite kerap memanfaatkan instrumen ini untuk mengeksploitasi isu emosional dan sentimen keagamaan demi komoditas elektoral semata. Konstruksi epistemologi Islam menuntut adanya filter *Maslahah Mursalah* (kepentingan/kebaikan umum). Evaluasi ini bertujuan menggeser agenda yang sekadar sensasional menjadi agenda politik yang benar-benar memberdayakan umat, seperti keadilan sosial dan kesejahteraan ekonomi.

Teori *Framing* menyingkap bagaimana komunikator menyeleksi dan membingkai realitas untuk mengarahkan interpretasi audiens, yang sering kali digunakan untuk kampanye hitam, distorsi karakter, atau pelabelan ideologis (seperti "radikal" vs "moderat"). Pendekatan normatif Islam mendekonstruksi manipulasi bingkai ini melalui prinsip *Sidq* (kejujuran murni) dan *Tabayyun* (verifikasi fakta empiris). Pembingkaiian pesan harus berbasis pada transparansi data agar tidak terjadi kebohongan publik, sehingga melahirkan narasi politik yang bermartabat.

Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence*) menjelaskan fenomena psikologi sosial di mana individu memilih diam dan menyembunyikan opini mereka karena takut diisolasi oleh kelompok mayoritas. Di ruang publik digital, tekanan konfrontatif sering kali membungkam kelompok moderat atau pihak yang memiliki ijihad politik berbeda. Rantai keheningan yang tiranik ini dipatahkan menggunakan prinsip *Syura* (musyawarah yang inklusif) dan *Syaja'ah* (keberanian moral dalam menyuarakan kebenaran). Ruang komunikasi Islam harus menjamin rasa aman agar setiap otonomi berpikir dihargai sebagai rahmat.

Teori *Uses and Gratifications* memandang audiens secara aktif menggunakan media untuk mencari kepuasan psikologis. Namun, audiens politik Islam sering kali terjebak dalam *confirmation bias*, di mana mereka hanya mencari narasi yang memvalidasi sentimen sektarian mereka (gratifikasi instan). Paradigma Islam merekonstruksi fenomena ini dengan mengarahkan kepuasan media menuju *Tafaqquh Fiddin* (pemahaman agama secara mendalam) dan *Fathonah* (kecerdasan literasi). Hal ini bertujuan untuk melahirkan konstituen dan audiens digital yang kritis, objektif, dan tidak mudah dikendalikan oleh algoritma kebencian.

Teori Dramaturgi membedah bagaimana aktor politik melakukan manajemen kesan (*impression management*) di "panggung depan" dengan mengeksploitasi simbol-simbol kesalehan (*piety*), seperti atribut agama atau bahasa religius, sementara di "panggung belakang" mereka bertindak sebaliknya. Islam sangat menentang rekayasa citra atau kemunafikan ini. Melalui instrumen Amanah (dapat dipercaya) dan Ikhlas (kemurnian niat), dramaturgi politik diuji keasliannya. Pemimpin diwajibkan menyelaraskan perbuatan di ranah privat dan publik sebagai bentuk integritas spiritual yang tak terpisahkan.

### **Sintesis Teoretis: Menuju Model Navigasi Politik Empatik Profetik**

Dunia politik penuh dengan intrik-intrik kotor dalam upaya memperoleh dan mempertahankan kekuasaan. Dalam kenyataan dunia politik menjadi rebutan kekuasaan. Konflik kepentingan antarpol, golongan, kelompok, dan orang per orang di kalangan elite politik diselesaikan secara wajar dan nalar, tetapi memakai jalan kekerasan. Kendatipun rambu-rambu moral sering disebut-sebut sebagai acuan dalam berpolitik secara manusiawi dan beradab, tetapi hal itu hanya bagian dari retorika politik. Dalam kenyataan, rambu-rambu moral banyak diabaikan seperti halnya rambu-rambu lalu lintas di jalan. Akibatnya, kekacauan yang membawa banyak korban pun merebak diberbagai lokasi, lebih-lebih dikalangan rakyat jelata yang sering tidak tahu apa-apa .

Persinggungan antara bukti empiris resistensi psikologis Gen Z dan kebutuhan akan etika komunikasi politik yang luhur, lahir sebuah sintesis konseptual bernama Model Navigasi Politik Empatik Profetik. Model ini berdiri

di atas postulat bahwa komunikasi di era disrupsi digital adalah sebuah proses navigasi kognitif.

Audiens modern yang hidup di tengah badai polarisasi informasi tidak lagi membutuhkan instruksi yang keras (*navigational noise* yang memicu perilaku menghindar), melainkan membutuhkan navigator yang merangkul dan memanesiakan. Oleh karenanya, grand-theory ini menyimpulkan bahwa keunggulan seorang komunikator politik Islam tidak ditentukan oleh manipulasi bingkai (*Framing*) maupun kepiawaian beracting di panggung sosial (*Dramaturgi*), melainkan pada kemampuannya menginternalisasi sifat Al-Amin yang terwujud dalam retorika komunikasi yang jujur, santun, transparan, dan inklusif secara sosial. Kesatuan epistemologi inilah yang akan mengembalikan fungsi media dan komunikasi publik sebagai ruang pembebasan (*liberation*) dan pencerdasan bagi peradaban umat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah terdiri beberapa rukun atau unsur dakwah, yang menjadikannya teratur, sistematis, dan jelas dalam proses pelaksanaannya, yaitu Mad'u (objek dakwah), Maddah (materi dakwah), Wasilah (media dakwah), Thariqah (metode dakwah), Atsar (efek dakwah) (Fitriani, dkk dalam Mufadil, Mujib, dan Rustandi, 2024). Salah satu aspek dalam asas dakwah yaitu media dakwah, yang merupakan instrumen atau perantara seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u (objek dakwah). Sehingga dalam menentukan media strategi dakwah sangatlah penting untuk menunjang efektivitas berdakwah itu sendiri (Mufadil, Mujib, dan Rustandi, 2024).

Dengan menggunakan preferensi, para-Generasi Z menggunakan media digital untuk kegiatan dakwahnya. Mereka merumuskan naskah ceramah untuk membuat sejumlah retorika dakwah digital. Naskah tersebut dibuat berdasarkan preferensi generasi Z (Safitri & Romli, 2025).

Peranan media sangat masif dalam membentuk dinamika sosial, budaya dan politik baik dalam mendukung maupun sebagai alat. Besarnya dampak pengaruh inilah yang mencetus berkembangnya gagasan kajian ekonomi politik media. Beberapa kegunaan konsep kajian ini sebagai koridor dalam membawahi operasionalisasi bisnis media massa sebagai sumber daya, konsumsinya, dan pendayagunaan konsumen sebagai produk pasar. Dalam konteks inilah media diasumsikan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, dengan demikian konsep ekonomi politik media sebagai sebuah kajian yang digunakan dalam mengintai bagaimana operasionalisasi kekuasaan bekerja dalam industri bisnis media (Mufadil, Mujib, dan Rustandi, 2024).

Pada era digitalisasi ini, media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok merupakan bagian penting untuk media lama karena konten-konten yang disiarkan oleh diperkuat oleh media sosial. Selain untuk memperluas jangkauan juga untuk berinteraksi secara langsung dengan menggunakan visual. Media sosial juga menyediakan platform untuk melakukan siaran langsung, membagikan video dan membuat konten (Rahmah, Anugrah, dan Chidayah, 2025).

Digitalisasi telah menyebabkan perubahan komunikasi media massa lama yang signifikan dalam pola konsumsi media. Di era digitalisasi komunikasi banyak yang beralih ke media sosial atau *platform* digital yang menawarkan akses yang lebih mudah (Rahmah, Anugrah, dan Chidayah, 2025).

Realitas empiris di lapangan menunjukkan bahwa ruang publik digital saat ini dikuasai oleh disrupsi informasi yang sangat masif, di mana platform media sosial seperti TikTok berubah dari sekadar sarana hiburan menjadi medan pertempuran diskursus politik dan dakwah yang sarat akan polarisasi. Fenomena ini memunculkan kebisingan digital yang memicu krisis kepercayaan masyarakat terhadap komunikator agama maupun aktor politik, karena narasi yang disajikan sering kali bersifat otoriter, intimidatif, dan terjebak pada rekayasa dramaturgi demi kepentingan sesaat. Penyelenggaraan penelitian ini merespons langsung kegagalan navigasi pesan tersebut dengan mengujikan arketipe komunikasi kenabian yang bertumpu pada retorika lemah lembut sebagai antitesis dari gaya konfrontatif yang terus-menerus memicu reaksi psikologis audiens.

### **Integrasi Nilai Profetik Dan Retorika Layyinan dalam Dekonstruksi Teori Komunikasi Barat**

Islam di Indonesia bisa disebutkan sangat unik. Mayoritas masyarakatnya memeluk Islam, dengan beragam aktualisasi pemahaman dan praktik Islam meskipun mayoritas penduduk Islam tidak menjadikan Indonesia sebagai negara Islam (Alamsyah, Suherdiana, dan Bahrudin, 2024).

Kehidupan komunikasi politik dan diskursus dakwah kontemporer di dunia Muslim saat ini menghadapi tantangan yang sangat esensial berupa komodifikasi simbol keagamaan serta rekayasa kesalehan digital di ruang publik. Analisis mendalam terhadap fenomena ini menemukan bahwa akar dari disfungsi ruang publik tersebut bermula dari penggunaan instrumen komunikasi yang didikte oleh tradisi intelektual Barat yang bersifat sekuler dan pragmatis. Teori-teori fungsional Barat memiliki ketajaman yang luar biasa dalam membedah fenomena sosiologis, namun alat bedah tersebut sering kali kehilangan arah ketika dihadapkan pada realitas masyarakat Islam karena mengabaikan dimensi transendental, spiritualitas, dan standar etika moral. Oleh karena itu, langkah integrasi nilai-nilai profetik ke dalam tubuh teori komunikasi massa bukanlah

sekadar agenda apologetik, melainkan sebuah kebutuhan epistemologis yang sangat mendesak untuk menyelamatkan umat dari polarisasi kognitif dan narasi-narasi politik yang memecah belah (Safitri & Romli, 2025).

Safitri & Romli (2025) menyatakan bahwa kegiatan retorika dakwah digital menunjukkan *platform* ini juga efektif untuk membangun komunitas dan memperkuat identitas agama generasi z. Fitur yang ada di *platform* digital memungkinkan mereka saling terhubung dan berinteraksi menjadi bagian dari komunitas online yang kuat dan luas. Namun di satu sisi, retorika ini kemudian menciptakan ruang gema (*echo chamber*) pada sasaran dakwahnya sehingga membentuk kelompok sosial yang memiliki preferensi dan pikiran yang homogen sesuai preferensi dari ethos yang dimiliki oleh dai generasi Z.

Dimensi pertama dari dekonstruksi ini ditujukan pada teori penentuan agenda atau yang dikenal luas sebagai teori agenda setting. Dalam mekanisme kerja konvensional, teori ini memberikan legitimasi kepada institusi media dan elite politik untuk menentukan isu apa yang paling penting di benak publik. Akibatnya, aktor politik Islam sering kali memanfaatkan kekuatan ini untuk mengangkat isu-isu emosional yang bersifat populis, sensasional, dan simbolik demi mengaburkan diskusi substansial mengenai hajat hidup orang banyak. Integrasi epistemologi Islam menuntut adanya transformasi mutlak dari agenda setting menuju konsep masalah mursalah. Pergeseran ini berarti bahwa kekuatan untuk menonjolkan sebuah wacana tidak boleh lagi digerakkan oleh ambisi elektoral semata, melainkan harus tunduk pada parameter kemaslahatan umum. Apabila sebuah isu politik justru menimbulkan mafsadah atau kerusakan ukhawah di tengah masyarakat, maka isu tersebut harus diturunkan dari agenda utama. Komunikator politik Islam memiliki tanggung jawab profetik untuk menggunakan akses media mereka guna memberdayakan intelektualitas umat, seperti menyoroti keadilan ekonomi dan pendidikan, bukan sekadar memprovokasi sentimen identitas (Azhar, 2017).

Dimensi kedua menyentuh persoalan konstruksi makna melalui teori pembingkai atau *framing*. Kajian empiris memperlihatkan bahwa realitas sosial politik di dunia Islam hampir tidak pernah disajikan secara utuh; ia selalu hadir melalui jendela yang telah dibingkai sedemikian rupa untuk menonjolkan satu aspek dan menyembunyikan aspek lainnya. Para aktor politik sangat terampil menggunakan bingkai untuk melabeli lawan mereka dengan diksi yang merusak martabat, serta melabeli diri mereka sendiri dengan diksi kesucian. Dalam perspektif kenabian, pembingkai realitas harus dikendalikan secara ketat oleh prinsip kebenaran substansial atau qaulan sadidan, yang merupakan manifestasi dari sifat *siddiq*. Pembingkai pesan yang dilakukan dengan niat manipulatif untuk mendistorsi karakter lawan politik secara diametral adalah bentuk

pelanggaran berat terhadap etika komunikasi Al-Qur'an. Lebih lanjut, budaya literasi media harus mengintegrasikan perintah tabayyun ke dalam mekanisme interpretasi audiens, sehingga narasi politik yang penuh intrik dapat dinetralisasi melalui verifikasi data yang objektif dan rasional. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kejujuran dalam berdakwah merupakan roh dari keberhasilan komunikasi Islam (Abdullah, 2018).

Dimensi ketiga berkaitan dengan dinamika psikologi massa yang dijelaskan melalui teori spiral keheningan atau *spiral of silence*. Ruang digital masa kini sering kali bertransformasi menjadi inkubator bagi sentimen emosional mayoritas yang mengesampingkan logika, di mana narasi yang keras dan konfrontatif justru mendominasi dan mengintimidasi suara-suara moderat. Ketakutan akan isolasi sosial dan perundungan siber membuat individu yang memiliki ijtihad pemikiran berbeda memilih untuk bungkam, sehingga menciptakan konsensus semu seolah-olah seluruh umat hanya memiliki satu pandangan tunggal yang kaku. Rantai keheningan ini harus dipatahkan secara sistematis melalui integrasi nilai syura dan keberanian moral atau *syaja'ah*. Komunikasi Islam sejatinya menjunjung tinggi perbedaan pendapat sebagai rahmat, sehingga ruang publik digital wajib direkonstruksi menjadi safe space atau ruang aman bagi setiap elemen masyarakat untuk bersuara. Praktik syura dalam era kontemporer berarti menciptakan dialektika intelektual yang bebas dari paksaan dan teror verbal, di mana setiap gagasan diuji berdasarkan kedalaman argumen, bukan berdasarkan besarnya jumlah massa yang meneriakkannya (Rahman, 2021 dalam Jurnal Ilmu Dakwah).

Dimensi keempat membedah motivasi konsumsi media melalui teori uses and gratifications. Teori ini mengonfirmasi bahwa audiens Muslim masa kini adalah audiens yang sangat aktif memilih saluran informasi untuk memenuhi kebutuhan orientasi moral dan identitas personal mereka. Ironisnya, pencarian gratifikasi ini sering kali berujung pada bias konfirmasi; mereka hanya mengonsumsi konten politik atau dakwah yang memvalidasi prasangka kelompoknya, sehingga algoritma media sosial terus-menerus menyuapi mereka dengan gema kebencian. Rekonstruksi Islam terhadap teori ini menuntut pergeseran motivasi dari sekadar kepuasan ideologis instan menuju tafaqquh fiddin, yakni pendalaman ilmu agama yang sejati. Pemilih Muslim yang ideal harus dididik dengan sifat fathonah atau kecerdasan strategis, agar mereka tidak menjadi objek pasif dari mesin propaganda digital. Komunikasi politik tidak boleh melayani hawa nafsu sektarian, melainkan harus mengangkat derajat spiritual dan intelektualitas audiensnya.

Dimensi kelima dan yang paling krusial adalah dekonstruksi terhadap teori dramaturgi. Di era politik visual, para aktor dengan sangat lihai menampilkan citra kesalehan di panggung depan melalui pakaian agamis, kunjungan ke

pesantren, serta penggunaan istilah-istilah Arab dalam pidato mereka. Namun, batas antara kesalehan yang tulus dan teater kemunafikan menjadi semakin kabur karena perilaku di panggung belakang sering kali kontradiktif dengan citra yang dibangun. Kritik Islam terhadap manajemen kesan ini bertumpu pada nilai amanah dan ikhlas. Seorang pemimpin atau dai dituntut untuk memiliki keselarasan mutlak antara apa yang diucapkan di depan publik dengan tindakan nyatanya di ranah privat. Kredibilitas moral atau ethos dalam kaca mata umat tidak dibangun melalui pertunjukan artifisial, melainkan melalui konsistensi karakter personal yang tak terbantahkan (Fauzi, 2020). Keseluruhan analisis ini menegaskan bahwa integrasi nilai kenabian mampu mengembalikan fungsi teori komunikasi bukan hanya sebagai alat deskriptif, tetapi sebagai kompas normatif menuju peradaban yang bermartabat. (Azhar, 2017; Abdullah, 2018; Rahman, 2021; Fauzi, 2020).

### **Efektivitas Model Navigasi Komunikasi Politik Islam Profetik Dalam Memitigasi Resistensi Kognitif Generasi Z**

Kehidupan demokratis hanya dapat diwujudkan di negeri ini, bila sistem politik kita benar-benar dapat mengakses partisipasi politik rakyat dalam arti yang sebenarnya, dan bukan dalam arti mobilisasi. Sejauh pemerintah dan masyarakat kita mampu mengoperasikan kegiatan politik ke arah partisipasimayoritas, sejauh itu pula demokrasi akan menjadi solid. Demikian pula sebaliknya (Rasyid, 2011).

Rasyid (2011) menyatakan bahwa di tengah rimba informasi digital, Generasi Z tampil sebagai kelompok demografis yang memiliki struktur kognitif unik; mereka merupakan penduduk asli digital yang sangat adaptif terhadap teknologi informasi, namun di saat yang sama memiliki tingkat resistensi yang sangat tinggi terhadap segala bentuk komunikasi yang bersifat otoritatif, kaku, dan menggurui. Kegagalan para komunikator agama dan politisi di media sosial kontemporer sering kali berpangkal pada ketidakmampuan mereka membaca profil psikologis generasi ini. Banyak tokoh publik yang masih bersikeras menggunakan pendekatan satu arah yang konfrontatif dan menghakimi, yang pada akhirnya bukan hanya gagal melakukan penetrasi kognitif, melainkan secara refleks memicu penolakan dan mekanisme pertahanan diri dari para pendengarnya. Menjawab permasalahan pelik ini, pengujian empiris terhadap model navigasi komunikasi profetik dilakukan guna membuktikan secara ilmiah bagaimana retorika yang diwariskan oleh Rasulullah SAW masih menjadi instrumen persuasi yang paling tangguh dan tak tertandingi di era modern.

Eksperimen yang mengadu dua stimulus kontras, yakni gaya layyinan yang lemah lembut dengan gaya konfrontatif yang intimidatif, menghasilkan temuan kuantitatif yang sangat signifikan. Perbedaan persepsi yang ditunjukkan oleh responden Generasi Z terhadap kedua variabel tersebut menegaskan bahwa kualitas penerimaan pesan tidak ditentukan oleh tingkat dominasi suara komunikator, melainkan oleh kemampuannya menghadirkan kehangatan relasional. Data komprehensif yang memotret efektivitas komparatif ini dapat dicermati dengan saksama pada tabel rekapitulasi hasil eksperimen di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Pengukuran Eksperimental Komparatif Retorika Dakwah

Indikator Penilaian	Video A (Retorika Layyinan)	Video B (Retorika Konfrontatif)	Status Efektivitas Kognitif
<b>Daya Tarik Persuasif</b>	4.6	3.1	Video A memicu dorongan internal yang kuat.
<b>Kredibilitas Komunikator</b>	4.8	3.5	Video A memvalidasi integritas Al-Amin.
<b>Kenyamanan Psikologis</b>	4.7	2.2	Video B memicu kecemasan dan penolakan.
<b>Niat Perubahan Perilaku</b>	4.4	2.8	Video A menginspirasi aksi transformasi.

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner eksperimental

Tabel 1. mendeskripsikan secara numerik sebuah fakta psikologis yang tidak terbantahkan mengenai perilaku konsumsi media Generasi Z. Variabel kredibilitas komunikator pada gaya layyinan berhasil menyentuh angka yang nyaris sempurna, yakni 4.8 dari skala 5.0, yang menunjukkan bahwa sifat kejujuran dan amanah yang ditampilkan dengan tenang jauh lebih meyakinkan dibandingkan gaya berapi-api pada video konfrontatif yang hanya memperoleh skor 3.5. Hal yang paling mengejutkan adalah anjloknya skor kenyamanan psikologis pada gaya konfrontatif hingga menyentuh titik terendah 2.2. Kejatuhan skor ini secara teoretis membuktikan fenomena amygdala hijack, di mana otak manusia yang merasa terancam secara emosional akan mematikan fungsi logika rasionalnya secara otomatis. Temuan ini dikonfirmasi oleh pernyataan naratif responden yang secara refleks menyatakan keinginan untuk melewati konten yang bernada tinggi karena menganggap martabat dan ruang privat mereka diserang (Azhar, 2025). Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kaidah komunikasi baru bahwa di ruang digital yang bising, kenyamanan psikologis adalah prasyarat mutlak sebelum sebuah pesan dapat dicerna secara rasional.

Bukti keunggulan arketipe kenabian ini tidak hanya terpusat pada pilihan diksi verbal, melainkan sangat bergantung pada elemen kinesik atau komunikasi non-verbal visual. Dalam medium video singkat seperti TikTok, aspek gestur fisik, ekspresi wajah, dan tatapan mata komunikator bertindak sebagai pintu masuk kognitif yang paling pertama dievaluasi oleh audiens digital.

Ketenangan visual dan gestur tangan yang terbuka pada model komunikasi profetik secara subliminal mentransmisikan pesan kedamaian dan inklusivitas. Bahasa tubuh yang teduh bertindak sebagai jangkar emosional yang segera menurunkan ambang batas kecurigaan audiens. Sebaliknya, penggunaan jari telunjuk yang menuding dengan ekspresi wajah yang menegang memicu kebisingan navigasi yang memperparah krisis kepercayaan audiens. Dalam perspektif psikolinguistik komunikasi Islam, kinesik yang ditunjukkan pada gaya layyin merupakan pengejawantahan dari nilai qaulan kariman, yakni bentuk penghormatan dan perlindungan terhadap martabat subjek komunikasi, yang memastikan mereka tidak merasa dihinakan. Ketika Generasi Z merasa martabat kemanusiaannya dihargai di tengah budaya pembatalan yang kejam di media sosial, mereka dengan sukarela akan menyerahkan kedaulatan atensinya kepada sang komunikator (Siregar, 2022).

Etika politik seperti dikatakan oleh kalangan ahli-ahli politik Barat adalah *ethical assesment of political behavior* (penilaian etis mengenai perilaku politik). Yang tidak mudah dilakukan, bahkan juga tidak mudah dipahami, adalah penyatuan di antara keduanya. Sebab politik dan etika adalah dua bidang yang sangat berbeda. Para ahli filsafat politik Barat mengibaratkan politik sebagai ular yang cerdik dan berbisa. Sedangkan etika diibaratkan politik sebagai burung merpati yang tulus dan polos (Rasyid, 2011).

Rasyid (2011) menyatakan bahwa meskipun demikian komitmen moral tidak bisa lepas sama-sekali dari hati nurani seorang elite politik, tindakan politik para elite politik sedikit banyak mempunyai implikasi terhadap kemaslahatan orang banyak yang tidak tahu menahu politik. Ada dimensi lain keterlibatan komunikasi dalam setiap konflik di kalangan elite politik tidak mungkin dihindari. Banyak faktor yang bisa menjelaskan hal itu. Media massa adalah saluran komunikasi politik yang sudah melembaga, atau sudah diakui secara universal sebagai sebuah institusi politik.

Etika politik seperti dikatakan oleh kalangan ahli-ahli politik Barat adalah *ethical assesment of political behavior* (penilaian etis mengenai perilaku politik). Yang tidak mudah dilakukan, bahkan juga tidak mudah dipahami, adalah penyatuan di antara keduanya. Sebab politik dan etika adalah dua bidang yang sangat berbeda. Para ahli filsafat politik Barat

mengibaratkan politik sebagai ular yang cerdas dan berbisa. Sedangkan etika diibaratkan politik sebagai burung merpati yang tulus dan polos. Keberhasilan mitigasi resistensi kognitif ini bermuara pada sinergi holistik dari trias retorika kenabian. Sifat *siddiq* dan amanah memancarkan ethos yang kokoh, sehingga komunikator dipandang sebagai figur navigator yang kredibel dan bebas dari muslihat manipulatif. Sifat *layyinan* dan empati beroperasi sebagai *pathos*, menciptakan validasi emosional di mana pendengar merasa dirangkul alih-alih dihakimi, sebuah iklim komunikasi yang meredam insting defensif. Sementara itu, kedalaman ilmu dan sifat *fathonah* menyediakan logos yang jernih, mengarahkan logika audiens menuju kebenaran rasional tanpa paksaan. Kepatuhan yang lahir dari sinergi ini bersifat murni intrinsik, bukan karena ketakutan ekstrinsik terhadap ancaman hukuman. Melalui integrasi seluruh elemen ini, formulasi navigasi empatik membuktikan bahwa masa depan kebangkitan komunikasi umat Islam terletak pada kembalinya kita merengkuh kelembutan akhlak Rasulullah SAW, menjadikannya standar baku strategi komunikasi politik dan dakwah untuk membimbing masyarakat digital melintasi gelombang disrupsi informasi yang menyesatkan. (Azhar, 2025; Siregar, 2022; Mufid, 2017).

## **PENUTUP**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa krisis kepercayaan di ruang publik digital tidak dapat diselesaikan menggunakan paradigma komunikasi fungsional sekuler yang memisahkan dimensi etika transendental dari praktik sosiopolitik. Integrasi nilai-nilai kenabian terbukti mampu mendekonstruksi dan merekonstruksi berbagai teori komunikasi massa Barat menjadi sebuah tata navigasi yang jauh lebih bermartabat serta humanis. Dominasi institusi media atas agenda publik bertransformasi menjadi keutamaan kemaslahatan umum yang mengedepankan pemberdayaan umat, sementara intrik pembingkai realitas digantikan oleh kewajiban verifikasi dan kejujuran mutlak demi menghindari kebohongan publik. Fenomena keheningan massal akibat ketakutan sosial berhasil dipecahkan melalui penciptaan ruang musyawarah yang aman dan dorongan keberanian moral, sejalan dengan bias pencarian kepuasan emosional yang berhasil diarahkan menuju pendalaman literasi intelektual yang sesungguhnya. Lebih jauh, ilusi teaterikal panggung depan yang sering dimainkan oleh para aktor politik diruntuhkan oleh standar integritas amanah yang menuntut keselarasan sejati antara niat batin dan laku sosial.

Pada tataran implementasi empiris, kerangka teoretis yang baru ini menunjukkan efektivitas yang sangat signifikan dalam menembus benteng pertahanan psikologis audiens modern, khususnya kelompok Generasi Z. Temuan eksperimental membuktikan secara meyakinkan bahwa gaya

komunikasi yang konfrontatif, menghakimi, dan mengedepankan intimidasi justru memicu penolakan kognitif secara otomatis karena mengancam rasa aman setiap individu. Sebaliknya, adopsi retorika kelemahlembutan bertindak sebagai kunci utama pembuka gerbang rasionalitas masyarakat digital. Ketika sebuah pesan dikemas dengan kehangatan empati, keterbukaan komunikasi visual, dan penghormatan penuh terhadap otonomi berpikir, audiens secara sukarela akan menurunkan sikap defensif mereka. Resonansi emosional yang damai ini memberikan ruang bagi kecerdasan rasional untuk memproses substansi pesan tanpa adanya gangguan kecemasan sesaat. Kesatuan utuh antara kredibilitas moral sang komunikator, pendekatan linguistik yang merangkul, dan kejelasan logika argumentasi pada akhirnya melahirkan daya persuasi internal yang jauh lebih lestari dibandingkan metode pemaksaan otoritatif mana pun.

Harmonisasi antara dekonstruksi normatif terhadap teori Barat dan pengujian psikologis empiris ini melahirkan sebuah rumusan konseptual yang kokoh, yakni Model Navigasi Komunikasi Politik Islam Profetik. Konstruksi pemikiran terpadu ini hadir sebagai peta jalan strategis untuk menjernihkan toksisitas wacana publik dan meredam eskalasi konflik di era disrupsi media. Meskipun kajian ini telah memberikan fondasi yang komprehensif, jangkauan pengujiannya masih terkonsentrasi pada demografi kaum muda di platform media sosial berbasis video singkat. Oleh karena itu, disarankan kepada para peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup analisis dengan menguji model ini pada segmentasi audiens lintas generasi atau pada konteks dinamika politik lokal komparatif. Pengembangan riset di masa mendatang juga sangat direkomendasikan untuk mengeksplorasi interseksi antara etika kenabian dengan rancang bangun desain algoritma kecerdasan buatan, guna menjamin terwujudnya instrumen navigasi digital yang secara otomatis mengarusutamakan nilai-nilai keadaban, pencerahan, dan persatuan umat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F., Suherdiana, D., & Bahrudin. (2024). Metode dakwah Islam, Katolik, dan penghayat di Kelurahan Cigugur Kabupaten Kuningan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(4), 361–382.
- Azhar, K. (2017). *Komunikasi politik Islam: Teori dan praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Azhar, K. (2025). *Digital politics in the Muslim world*. London: Routledge.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Karimah, K., Siregar, K. A., Syakuro, M. A., Fauzizah, N. R., & Fadhil, A. (2025). Generasi Z dan tantangan Islam di era digital. *SUJUD: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya*, 1(4), 1–20.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Khamami, K., Asy'arie, M., & Shobahiya, M. (2025). Model transformasi intelektual Muslim berbasis berpikir profetik dalam menghadapi tantangan era digital. *Iseedu: Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices*, 9(2), 1–20.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion, our social skin*. Chicago: University of Chicago Press.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media (6th ed.)*. London: Pearson Education.
- Abdullah. (2018). *Dakwah di Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abu Kanu, A. (2021). *Bahasa Tubuh dalam Al-Qur'an: Analisis Pesan Non-Verbal dalam Komunikasi Ilahiyah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fairus. (2022). *Wajah Manusia dalam Al-Qur'an (Aspek Kinesik): Studi Analisis Komunikasi Non-Verbal dalam Perspektif Tafsir*. (Disertasi Doktoral, UIN Sunan Kalijaga).
- Halimi, S. (2008). *Etika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*. Semarang: Walisongo Press.
- Harriyani, H. (2024). Kesadaran Gen Z terhadap dinamika sosial-politik di Indonesia: Perspektif teori Ashabiyyah Ibnu Khaldun. *STAATSRECHT: Jurnal Hukum Kenegaraan dan Politik Islam*, 4(1), 1–20.
- Hart, C. L. (2024). *The Psychology of Lying and Deception in the Digital Age: Cognitive Mechanisms and Social Consequences*. New York: Academic Press.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mufadil, A. Z., Mujib, A., & Rustandi, R. (2024). Komodifikasi dai di media sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(4), 423–441.

- Mufid, M. (2017). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasiroh, S., & Wahyuddin, A. (2017). Pola Komunikasi Digital dan Dampaknya terhadap Polarisasi Sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 145-160.
- Rahmah, T. A., Anugrah, D., & Chidayah, P. P. N. (2025). Digitalisasi radio dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(1), 103–122.
- Rasyid, A. (2011). Konseptualisasi etika dalam politik perspektif komunikasi Islami. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(2), 625–656.
- Rismawati. (2020). *Kepribadian Komunikator dalam Perspektif Psikologi Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2025). Preferensi generasi Z dalam membuat retorika dakwah digital. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(3), 325–344.
- Suciati. (2015). *Psikologi Komunikasi Sebuah Analisis Teoretis dan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Syahputra, I. (2017). *Paradigma Komunikasi Profetik: Mengembangkan Ilmu Komunikasi Berbasis Nilai-Nilai Kerasulan*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Taufik, M. T. (2012). *Etika Komunikasi Islam: Prinsip dan Praktik dalam Kehidupan Sehari-hari*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wahyuddin, A. (2017). *Hoax dan Media Sosial: Strategi Literasi Digital dalam Menghadapi Post-Truth*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zaprul Khan. (2016). *Ilmu Komunikasi dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Erlangga.

