

MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM DAKWAH MINORITAS

Naila Mafayiziya Hayat

Universitas PTIQ Jakarta, Indonesia

nailamafav@gmail.com

Abstract

Article History
Received: 13-07-2026
Revised : 16-07-2026
Accepted : 31-08-2026

Keywords:

Minority Da'wah,
Digital Da'wah,
Social Media,
Information
Technology, Islamic
Communication,

The development of social media and information technology has transformed da'wah strategies, particularly for minority Muslim communities. This study aims to analyze the role of social media and information technology in supporting da'wah for minorities, encompassing the concept of digital da'wah, the use of digital platforms, challenges, technology-based da'wah models, and their implications for da'wah development. The study used a qualitative approach with a literature review method through the analysis of various books, scientific articles, and relevant academic documents. The results show that social media and digital technology can expand the reach of da'wah and increase the effectiveness of message delivery through the use of Artificial Intelligence (AI), chatbots, natural language processing, virtual reality, and augmented reality. However, digital da'wah also faces challenges such as Islamophobia, disinformation, digital radicalism, low digital literacy, and issues of ethics and cybersecurity. It is concluded that collaboration between preachers, Islamic missionary institutions, Islamic organizations, communities, and technology developers is necessary to produce digital da'wah that is authentic, moderate, inclusive, and based on the values of the Qur'an and Sunnah.

Pendahuluan

Teknologi informasi dan media sosial telah menjadi platform penting dalam dakwah masyarakat minoritas muslim di negara-negara Barat. Dengan kondisi geografis yang tersebar dan jarak sosial yang cukup signifikan, media digital memungkinkan umat Islam minoritas untuk tetap terhubung, memperkuat solidaritas, dan menyebarkan informasi agama secara efektif. Dalam hal ini, media sosial berfungsi bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium strategis untuk mengedukasi dan menyebarkan fatwa-fatwa fiqh al-aqalliyât yang dikembangkan berdasarkan kondisi lokal mereka. Penyebaran ini turut membantu dalam menjembatani kesenjangan antara teks-teks fiqh klasik dengan kebutuhan praktis umat muslim minoritas di era modern serta menghadirkan solusi hukum yang relevan, sehingga mereka bisa beradaptasi dengan keadaan sosial-politik dan budaya setempat tanpa kehilangan identitas

keislaman mereka. Lebih jauh, perkembangan teknologi komunikasi memacu para ulama dan fuqaha untuk memanfaatkan metode ijtihad yang inklusif dan adaptif dengan konteks zaman sekarang, yang salah satunya termanifestasi dalam fiqh al-aqalliyyât. Penggunaan media sosial menjadi sangat strategis untuk mempercepat kajian fiqh kontemporer ini, di mana fatwa dan panduan hukum Islam dapat dengan cepat disebarluaskan dan diakses oleh komunitas muslim minoritas di Barat. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana fiqh al-aqalliyyât tidak hanya menjadi produk interpretasi hukum Islam yang responsif terhadap problematika minoritas, tetapi juga mengadopsi teknologi informasi sebagai bagian integral dari dakwah dan pembinaan umat. Dengan demikian, media sosial dan teknologi informasi berperan signifikan dalam mendukung keberlangsungan kehidupan keagamaan dan sosial umat Islam minoritas di tengah masyarakat pluralistik Barat. (Mawardi, 2020: 128)

Internet dan media sosial sebagai media baru dalam dakwah telah menghilangkan hambatan jarak dan waktu sehingga dakwah dapat menjangkau khalayak lebih luas tanpa batas ruang dan waktu. Penggunaan internet yang diikuti dengan kreativitas dan inovasi para penceramah di ruang digital memungkinkan aktivitas amar ma'ruf nahi munkar berlangsung secara efektif di dunia maya. Media sosial menjadi tantangan sekaligus peluang karena sebelumnya dakwah konvensional memiliki keterbatasan ruang dan waktu, namun kini melalui media sosial dakwah disampaikan dengan cepat dan luas. Internet sebagai ruang virtual memberi pengaruh besar dalam aspek keberagaman dengan menyediakan akses yang demokratis dan terbuka, memungkinkan komunitas minoritas membangun jaringan komunikasi virtual untuk memperkuat identitas dan solidaritas mereka. Keberadaan situs, aplikasi, dan akun media sosial Islami memberi kemudahan bagi komunitas minoritas dalam memperoleh informasi dan referensi agama, mengatasi keterbatasan akses sumber keagamaan secara langsung serta menjadi sarana representasi dan visualisasi Islam di dunia digital. (Andriani & Agustinah, 2024: 11–13)

Media sosial dan teknologi digital telah menjadi sarana penting dalam revolusi dakwah, termasuk bagi kelompok minoritas yang kini dapat menjangkau audiens lebih luas melalui platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok. Internet membuka peluang bagi para pegiat dakwah sebagai pencipta konten untuk menyampaikan ajaran Islam secara interaktif dan real-time, memberikan kesempatan bagi netizen sebagai audiens untuk memberikan respon langsung melalui like, subscribe, dan komentar. Namun, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan konten radikal yang dapat merusak citra dakwah, sehingga pendakwah wajib selektif dan memahami karakteristik pesan dakwah digital. Penggunaan teknologi digital juga menjadikan dakwah lebih fleksibel dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja, yang sangat membantu dakwah minoritas untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu. Meski demikian, pesan dakwah harus tetap menjaga etika komunikasi agar tidak menimbulkan disonansi kognitif dan menjaga integritas pesan keagamaan. Selain itu, perubahan pola komunikasi menuntut pendakwah minoritas untuk mampu beradaptasi dengan format media yang beragam dan berinovasi agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif oleh masyarakat digital. Peran media sosial dalam dakwah minoritas juga diwarnai oleh kebutuhan untuk mengelola konten dengan bijak, merespons umpan

balik, dan menghindari provokasi agar tercipta dialog yang konstruktif. Oleh karena itu, pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital penting untuk mengoptimalkan potensi dakwah sambil meminimalisasi risiko penyebaran informasi negatif, sehingga dakwah di era digital dapat menjadi sarana yang aman, efektif, dan relevan. (Nurdin, 2024: 13–15)

Penggunaan platform komunikasi modern seperti internet dan media sosial telah memperluas jangkauan dakwah Islam secara signifikan. Namun, ekspansi ini juga menimbulkan tantangan etis, seperti penyebaran informasi yang salah dan penguatan stereotip negatif terhadap Islam. Dakwah melalui media digital memungkinkan penyampaian informasi Islam yang akurat, counter misinformation, dan memperkuat suara moderasi dan toleransi. Para praktisi dakwah diharapkan memanfaatkan media digital secara cermat dengan menjunjung prinsip keaslian, transparansi, dan relevansi. Advancements in technology membuka peluang baru untuk pengembangan strategi dakwah yang inovatif. Media sosial, situs web, dan saluran multimedia bisa digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memfasilitasi dialog interaktif. Tantangan yang muncul dari penggunaan media sosial dalam dakwah termasuk masalah etika komunikasi dan risiko cyberbullying. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang matang dalam pemanfaatan teknologi demi dakwah yang efektif dan etis. (Mokodenseho et al., 2024: 2)

Peranan media sosial sebagai sarana dakwah digital media sosial seperti twitter, facebook, instagram, whatsapp, youtube, dan telegram menjadi alternatif penting dalam penyebaran dakwah. Facebook dan Instagram khususnya sangat populer di kalangan generasi muda dan dinilai sebagai platform digital yang paling strategis untuk berdakwah karena mampu menjangkau audiens lebih luas secara efektif. Social media memungkinkan interaksi langsung antara dai dengan audiens sehingga tercipta dialog dan pertukaran pemahaman keagamaan yang dinamis. Selain itu, sifat viral dari konten di media sosial menjadi potensi kuat dalam menyebarkan pesan dakwah secara cepat dan luas. Meningkatkan aksesibilitas informasi keagamaan dengan kemudahan penggunaan perangkat seperti smartphone dan komputer, masyarakat dapat mengakses informasi tentang Islam kapan saja dan di mana saja. Hal ini sangat membantu terutama bagi muslim minoritas yang mungkin memiliki keterbatasan akses ke institusi keagamaan konvensional. Penguatan komunitas muslim online media digital memperkuat komunitas muslim yang tersebar secara geografis melalui forum dan grup media sosial. Interaksi ini tidak hanya memperkuat identitas keislaman tetapi juga mengurangi rasa isolasi yang mungkin dialami oleh individu muslim minoritas. Tantangan dalam penyebaran dakwah di era digital salah satu tantangan utama adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks di media sosial yang dapat menyesatkan audiens. Polarisasi opini juga menjadi kendala dalam menjangkau kelompok dengan berbagai pandangan. Kondisi ini menuntut dai dan organisasi dakwah untuk selektif dalam menyampaikan pesan. Pentingnya literasi digital dan verifikasi informasi agar dakwah digital berjalan efektif dan dapat dipercaya, edukasi literasi digital bagi dai dan audiens menjadi sangat penting. Sistem verifikasi konten juga perlu dihadirkan untuk menghindari penyebaran informasi palsu yang dapat membahayakan kualitas dakwah. (Pratama et al., 2024: 46)

Keunggulan media sosial sebagai media dakwah Selain itu, sejak perkembangan penyebaran informasi dakwah Islam pada media sosial sudah banyak dilakukan dalam waktu, tempat dan ruang yang nyaris tidak terbatas, sebab dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Pada era digital ini, bagi orang banyak atau khalayak dapat menggunakan media sosial sebagai sumber informasi tentang pengetahuan agama Islam. Orang banyak, dapat menggunakan media sosial sebagai media sumber informasi dan sarana untuk mempelajari agama, disebabkan berbagai sumber pengetahuan yang berkaitan Islam mudah untuk diperoleh. Peranan teknologi informasi dalam dakwah minoritas Saat ini, dakwah dapat disampaikan dengan menggunakan media sosial. Ditambah, media sosial menjadi suatu fenomena yang sangat mendunia saat ini, karena kemudahan yang dirasakan dalam mengakses berbagai hal pada media sosial. Fenomena ini memberikan peluang muslim minoritas untuk menggunakan platform digital sebagai sarana dakwah lebih luas dan efektif. Strategi memaksimalkan media sosial untuk dakwah Strategis, da'wah komunikator memaksimalkan ruang yang ada di platform media sosial dengan mengisi konten kreatif Islami dengan memperhatikan aspek-aspek wawasan dan pengetahuan baru, menyentuh aspek emosional, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, memanfaatkan teknologi visual dan grafis yang menarik. Pendekatan ini sangat membantu komunitas minoritas untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik perhatian khalayak luas. Pemanfaatan media sosial oleh kelompok minoritas Menyampaikan pesan dakwah melalui platform media online tanpa dibatasi oleh ruang serta waktu. Mengoptimalkan komunitas sebagai sarana penyebaran dakwah melalui tulisan dan ciri-ciri media baru yang konvergen. Media sosial menyediakan ruang bagi kelompok minoritas untuk membangun jejaring dan pengaruh dakwah melalui berbagai format komunikasi digital. (Samsudin & Putri, 2023: 2)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) untuk mengkaji peran media sosial dan teknologi informasi dalam dakwah minoritas di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami, menginterpretasikan, dan mendeskripsikan berbagai konsep, fenomena, serta perkembangan dakwah digital berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan. Menurut Creswell, penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena melalui interpretasi terhadap berbagai data yang tersedia, sehingga mampu menghasilkan deskripsi yang komprehensif mengenai objek penelitian (Creswell, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur ilmiah, meliputi buku, artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, prosiding, serta dokumen ilmiah yang membahas dakwah digital, media sosial, teknologi informasi, komunikasi Islam, dan dakwah minoritas. Literatur tersebut dipilih berdasarkan tingkat relevansi, kredibilitas akademik, serta keterkaitannya dengan fokus penelitian sehingga mampu memberikan landasan konseptual dan empiris yang memadai.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menelaah berbagai referensi yang berkaitan dengan tema penelitian. Selanjutnya, data yang telah diperoleh

dikelompokkan berdasarkan fokus pembahasan, yaitu konsep dakwah digital, pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi, tantangan dakwah di ruang digital, model dakwah berbasis teknologi, serta implikasi pengembangannya bagi komunitas Muslim minoritas. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang sistematis terhadap perkembangan kajian dakwah digital dari berbagai perspektif ilmiah.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis isi (*content analysis*). Menurut Krippendorff (2019), analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan secara sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan melalui interpretasi terhadap dokumen atau teks. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema, penyajian data secara deskriptif, kemudian penarikan kesimpulan dengan membandingkan serta mengintegrasikan berbagai hasil penelitian terdahulu sehingga diperoleh sintesis mengenai peran media sosial dan teknologi informasi dalam pengembangan dakwah minoritas di era digital.

Pembahasan

Konsep Dakwah Minoritas dalam Perspektif Islam

Pengertian dakwah minoritas dalam konteks global saat ini menuntut pendekatan yang relevan dan adaptif, bukan sekadar penyebaran agama tetapi juga aspek keadilan sosial dan keberagaman. Dakwah minoritas dipahami sebagai gerakan yang membangun keharmonisan antarumat beragama dengan kepekaan terhadap konteks sosial budaya komunitas minoritas Muslim.

Karakteristik masyarakat muslim minoritas Masyarakat Muslim minoritas memiliki tantangan multidimensi termasuk diskriminasi struktural, islamofobia, dan krisis identitas, sehingga mereka memerlukan strategi dakwah yang inklusif dan adaptif yang memungkinkan mereka menjaga identitas Islam tanpa terasing dari masyarakat luas. Pendekatan ini harus fleksibel dalam aspek sosial, budaya, dan politik agar dapat mempertahankan keberlanjutan kehidupan komunitas.

Tujuan dan Prinsip Dakwah pada Komunitas Minoritas

Tujuan dakwah minoritas tidak hanya berorientasi pada ritual keagamaan semata tetapi harus memprioritaskan masalah sosial, membangun harmoni, dan keberlanjutan sosial-ekonomi komunitas. Prinsip dakwah berdasar lima perlindungan maqasid syariah: agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Penerapan prinsip-prinsip itu memerlukan pendekatan edukatif, advokatif, dan kultural yang transformatif dan kontekstual.

Landasan Normatif Dakwah Minoritas dalam Al-Qur'an dan Hadis Al

Qur'an menegaskan pentingnya kebebasan beragama dan penghormatan terhadap keberagaman manusia, misalnya, QS. Al-Hujurat: 13 yang menekankan pentingnya saling mengenal dalam keberagaman serta QS. Al-Baqarah: 256 yang menegaskan tidak ada paksaan dalam agama. Hadis Nabi Muhammad SAW menekankan dakwah dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan perhatian terhadap kondisi umat Islam, termasuk yang menjadi minoritas. (Muhibudin et al., 2025)

Transformasi Dakwah di Era Digital

Perkembangan teknologi telah mengubah cara penyampaian dakwah melalui media sosial. Dakwah sebagai upaya menyebarkan pesan agama kini memanfaatkan media digital untuk menjangkau audiens lebih luas, khususnya generasi muda. Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi data serta komunikasi sudah membagikan pengaruh besar pada bermacam aspek kehidupan, tercantum dalam konteks dakwah. Warga modern saat ini terus menjadi tersambung dengan internet, media sosial, serta fitur digital yang lain, yang membuka kesempatan baru buat mengantarkan pesan-pesan dakwah. Dakwah yang dahulunya digunakan pada level penduduk yang singkat di lingkungan tertentu dari suatu kelompok jamaah tertentu di masjid atau majelis menjadi lebih umum dan ditonton oleh jutaan pengguna di internet di berbagai belahan dunia secara instan. Dengan demikian, media sosial hadir sebagai ruang publik baru yang efektif untuk dakwah, memungkinkan pesan dakwah menjangkau orang di seluruh dunia tanpa batasan geografis. Hal ini membuka peluang besar untuk menyebarkan pesan dakwah yang kreatif, interaktif, dan relevan bagi masyarakat modern. (Gunawan et al., 2024)

Perkembangan teknologi informasi dalam aktivitas dakwah sejak tahun 1980-an hingga saat ini, unsur-unsur dakwah mengalami transformasi pesat, dimana semua selalu memanfaatkan teknologi digital terutama dalam menyiarkan nilai-nilai Islam agar cakupan materi dapat dengan mudah diakses oleh lapisan masyarakat. Era digital memberikan dampak yang signifikan, berbagai kendala dapat dengan mudah diatasi dan komunikasi dakwah Islam dapat dilakukan dalam waktu singkat karena kemudahan teknologi. Pergeseran dakwah konvensional menuju dakwah digital dakwah yang tadinya rutin dilakukan secara tatap muka dan pertemuan kini semakin banyak menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan dakwah melalui hiburan online atau web, sehingga penginjil tidak harus berada di tempat tertentu. Para dai dituntut lebih kreatif dan imajinatif dalam menyampaikan dakwah yang dikemas sesuai dengan selera generasi muda yang sangat akrab dengan dunia digital. Media sosial sebagai ruang publik baru bagi dakwah media sosial menjadi sarana utama dakwah yang paling banyak diminati, terutama oleh generasi muda yang aktif di platform Instagram, YouTube, Facebook, dan Twitter. Dakwah media sosial memiliki konten yang inovatif dan menarik sehingga mampu menyita perhatian masyarakat khususnya generasi milenial dan Z yang banyak menghabiskan waktu mereka secara daring. Peluang dakwah lintas batas geografis Dakwah virtual membuka peluang yang sangat besar dalam menjangkau khalayak dakwah tanpa batas geografis. Dengan platform digital, dakwah dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Dakwah di era digital memperluas ruang lingkup dakwah sehingga tidak terbatas antar daerah bahkan negara, memungkinkan penyampaian pesan Islam yang lebih universal. (Zaman et al., 2023)

Peran Media Sosial dalam Dakwah Minoritas

Media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam Digitalisasi membawa perubahan signifikan dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan, dimana media sosial menjadi alat utama yang memungkinkan pesan dakwah tersampaikan secara luas, cepat, dan interaktif. Platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi media strategis yang menghubungkan dai dengan audiens

tanpa batas geografis sehingga nilai-nilai Islam dapat tersebar ke berbagai lapisan masyarakat, termasuk komunitas minoritas yang sebelumnya sulit dijangkau secara fisik.

Penguatan identitas keislaman komunitas minoritas

Media sosial membantu komunitas Muslim minoritas dalam memperkuat identitas keislaman mereka dengan menyediakan ruang digital yang memungkinkan interaksi dan penguatan nilai-nilai agama. Komunitas digital ini tidak hanya menjadi media penyampaian pesan tapi juga sebagai tempat saling menguatkan dan membentuk solidaritas di antara anggota komunitas minoritas. Melalui interaksi seperti komentar, pesan pribadi, dan siaran langsung, anggota komunitas dapat mempertahankan identitas mereka secara aktif di dunia maya.

Media sosial sebagai ruang dialog lintas agama dan budaya

Keunggulan media sosial terletak pada sifat interaktif dan kolaboratifnya yang memungkinkan dakwah berlangsung tidak hanya dalam ruang satu arah, tetapi juga menjadi ruang dialog yang dinamis dan terbuka antar beragam kelompok, termasuk lintas agama dan budaya. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana efektif untuk menumbuhkan toleransi dan pemahaman yang lebih baik antar komunitas serta menghadirkan pendekatan dakwah yang inklusif.

Pembentukan komunitas virtual Muslim minoritas

Media sosial mendorong terbentuknya komunitas virtual yang solid di kalangan Muslim minoritas. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah berbagi pengetahuan, pengalaman, dan dukungan keagamaan di tengah keterbatasan ruang fisik. Konten dakwah disebar dan dibagikan secara luas sehingga komunitas yang tersebar secara geografis tetap menjadi satu kesatuan dengan semangat yang kuat dalam menjaga nilai-nilai Islam.

Dakwah melalui konten kreatif (video, podcast, infografis, live streaming)

Metode dakwah yang efektif di media sosial melibatkan penyajian konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik platform digital. Video pendek di TikTok atau Instagram Reels, siaran langsung di Facebook Live atau YouTube Live, serta infografis visual menjadi media utama dalam menarik minat terutama generasi muda. Penyajian pesan keagamaan yang padat, mudah dipahami, dan visual ini memperkuat jangkauan dan daya tarik dakwah digital secara signifikan. (Aslamiyah & Ilmiyah, 2024)

Media sosial sebagai ruang dialog lintas agama dan budaya Peran media sosial yang tidak mengenal batas ruang dan waktu memungkinkan terjadinya interaksi dan komunikasi lintas kelompok masyarakat, termasuk lintas agama dan budaya. Internet menyediakan berbagai ruang dialog maya yang menjadi indikator berkembangnya media online sebagai sarana penyebaran dakwah serta ruang diskusi yang efisien dan efektif. (Purwanto et al., 2017)

Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Dakwah Minoritas

Website dan portal dakwah perkembangan sarana dan media dakwah yang beradaptasi dengan teknologi informasi, di mana dakwah menggunakan media cetak dan online menjadi bagian penting dalam penyebaran dakwah Islam.

Website dan portal dakwah termasuk dalam media online yang efektif karena dakwah tidak lagi tergantung pada waktu dan tempat dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat.

Aplikasi Al-Qur'an dan pembelajaran Islam

Pemanfaatan software dan aplikasi Islam menjadi salah satu media yang digunakan dalam mengembangkan dakwah Islam. Aplikasi tersebut termasuk fitur pembelajaran Al-Qur'an dan pengetahuan Islam yang dapat diakses dengan mudah via teknologi informasi sehingga menambah wawasan dan kecerdasan masyarakat.

Artificial Intelligence (AI) dalam pelayanan dakwah pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi yang canggih untuk pengembangan dakwah dan kerja sama erat antar lembaga dakwah untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, yang membuka peluang untuk inovasi seperti AI dalam pelayanan dakwah di masa depan.

Pemanfaatan platform pembelajaran daring Dakwah melalui media sosial dan online terbukti efektif karena bisa menjangkau lebih banyak orang tanpa terbatas waktu dan tempat, dan oleh karena itu platform pembelajaran daring sangat potensial untuk pengembangan dakwah di era informasi ini.

Dakwah berbasis mobile application Penggunaan aplikasi berbasis mobile juga termasuk dalam pemanfaatan software aplikasi Islam yang praktis dan mudah diakses oleh generasi muda untuk kegiatan dakwah secara lebih fleksibel dan interaktif. (Ferdiansyah, 2020)

Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial

Komunikasi persuasif Dalam era digital, dakwah tidak hanya bersifat informatif tetapi juga komunikatif dengan pendekatan yang persuasif untuk menyampaikan pesan yang relevan kepada masyarakat kontemporer. Hal ini menuntut pendakwah untuk menguasai strategi komunikasi adaptif yang mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens secara efektif. Penggunaan konten yang kreatif dan relevan serta personal branding yang kuat menjadi bagian dari komunikasi persuasif tersebut.

Komunikasi dialogis Berbeda dengan dakwah tradisional yang bersifat satu arah, media digital memungkinkan komunikasi dua arah secara real time. Pendakwah dapat berinteraksi langsung dengan audiens melalui komentar, direct message, dan siaran langsung sehingga tercipta dialog yang kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan jamaah. Interaktivitas ini juga membentuk komunitas dakwah digital yang aktif dan partisipatif, memperkuat kedekatan emosional antara dai dan pengikutnya.

Storytelling sebagai strategi dakwah Storytelling menjadi strategi penting dalam menyampaikan dakwah agar terasa lebih personal dan membumi. Contohnya, menggunakan storytelling untuk mengaitkan pesan keislaman dengan realitas kehidupan sehari-hari, dengan gaya bahasa yang santai namun tetap edukatif. Narasi berbasis pengalaman nyata mampu menarik perhatian dan membuat pesan dakwah lebih mudah diterima audiens digital yang memiliki rentang perhatian pendek.

Dakwah berbasis budaya lokal Meskipun artikel ini lebih menekankan penggunaan teknologi, disebutkan bahwa strategi dakwah perlu mempertimbangkan aspek sosial, psikologis, dan budaya digital agar pesan tetap kontekstual dan tidak meninggalkan nilai inti Islam. Ini menunjukkan pentingnya adaptasi dakwah dengan kondisi lokal termasuk budaya digital masyarakat agar lebih efektif dan diterima luas.

Personal branding dai di media digital Pendakwah perlu membangun personal branding yang kuat dan konsisten agar bisa menjangkau audiens luas dan menumbuhkan kepercayaan publik. Citra dai yang ramah, solutif, dan terbuka terhadap dialog lebih mudah diterima di ruang digital yang plural. Personal branding ini juga mendorong loyalitas audiens dan potensi viralitas konten dakwah.

Optimalisasi algoritma media sosial Memahami karakter dan algoritma tiap platform digital sangat penting agar konten dakwah dapat muncul di beranda pengikut secara konsisten. Pendakwah harus tahu kapan waktu terbaik mengunggah konten, jenis konten yang tepat untuk platform tertentu, dan memanfaatkan fitur-fitur seperti hashtag serta analisis data audiens untuk merancang konten yang lebih tepat sasaran. Integrasi lintas platform juga menjadi strategi efektif memperluas jangkauan dakwah. (Hespirawati & Mahmuddin, 2025)

Keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada strategi komunikasi yang mengedepankan kreativitas konten dan keterlibatan audiens agar pesan dakwah lebih menarik dan efektif. Da'i harus mampu merancang pesan yang tidak hanya benar secara isi, tetapi juga menarik secara format dan kontekstual agar mampu membujuk dan menggerakkan audiens. Media sosial adalah medium yang bersifat interaktif dan partisipatif. Seorang da'i harus mampu merancang pesan dakwah yang tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga menarik secara format dan relevan secara konteks. Komunikasi dialogis pendekatan interaktif dalam dakwah digital menekankan komunikasi dua arah yang memungkinkan audiens untuk bertanya, memberi tanggapan, dan berdialog secara langsung dengan da'i. Hal ini memperkecil jarak antara da'i dan mad'u dan membangun hubungan yang lebih erat dan berkesinambungan. Pendekatan interaktif dalam dakwah digital menciptakan peluang terjadinya dialog antara da'i dan mad'u. Melalui fitur komentar, pesan langsung, siaran langsung, serta kolom diskusi, komunikasi dakwah menjadi lebih cair dan inklusif. Pentingnya penggunaan format konten yang menarik, termasuk konten visual dan audiovisual seperti video pendek, infografik, dan podcast Islami yang dapat mengemas pesan dakwah dalam bentuk yang mudah diterima dan mengena bagi audiens, terutama generasi muda. Pendekatan storytelling melalui media ini efektif untuk membangun kedekatan emosional. Generasi milenial dan generasi Z lebih mudah menerima dakwah yang hadir dalam bentuk visual, singkat, dan bersifat menghibur. Konten seperti video pendek bertema Islam, infografis, podcast Islami, atau Q&A interaktif lebih efektif dalam menarik perhatian generasi muda. Dakwah Berbasis Budaya Lokal penekanan pada pentingnya penggunaan bahasa dan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens sehingga pesan dakwah menjadi relevan dan kontekstual dengan budaya digital dan sosial setempat. Da'i harus memiliki kemampuan komunikasi yang adaptif. Hal ini meliputi penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakteristik audiens, sensitivitas terhadap

isu-isu yang sedang berkembang, serta pemahaman terhadap budaya digital yang terus berubah. Personal branding di media digital da'i tidak lagi hanya sebagai penyampai ajaran, tetapi harus juga membangun hubungan emosional dan spiritual dengan audiens melalui interaksi aktif dan konten yang relevan, sehingga membentuk citra atau personal branding sebagai figur yang terpercaya dan bijaksana. Da'i yang mampu merespons pertanyaan dengan sabar dan bijaksana dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan berkesinambungan dengan pengikutnya. Algoritma media sosial sangat penting agar konten dakwah dapat menjangkau audiens lebih luas. Da'i harus mengetahui bagaimana algoritma bekerja sehingga dapat menyesuaikan konten dan strategi penyebaran supaya tidak tenggelam oleh konten lain yang lebih sensasional. Da'i harus memahami bagaimana cara kerja platform digital, bagaimana algoritma menentukan jangkauan konten, serta bagaimana cara berkomunikasi yang efektif dalam format visual dan audiovisual. (Putrawansyah & Hasbullah, 2023)

Tantangan Dakwah Minoritas di Era Digital

Tantangan utama dakwah minoritas di era digital meliputi Islamofobia, ujaran kebencian, disinformasi, hoaks keagamaan, polarisasi media sosial, radikalisme digital, rendahnya literasi digital, serta persoalan etika dan keamanan digital. Lemahnya pengawasan platform media sosial dimanfaatkan oleh kelompok radikal untuk menyebarkan propaganda dan merekrut anggota tanpa pengawasan yang memadai. Di sisi lain, rendahnya literasi digital membuat masyarakat rentan terhadap berita palsu dan propaganda ekstrem. Algoritma media sosial juga memperkuat bias konfirmasi melalui echo chamber, sehingga pandangan ekstrem semakin berkembang. Selain itu, anonimitas dan kemudahan akses teknologi mempercepat penyebaran ideologi radikal serta menyulitkan pengendalian konten yang merugikan. Dengan demikian, penguatan literasi digital, peningkatan pengawasan platform, dan penerapan etika digital menjadi langkah penting untuk menciptakan ruang media sosial yang aman, inklusif, dan mendukung dakwah yang moderat. (Setiawan et al., 2024)

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah di zaman digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama bagi para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak luas. Dengan jutaan pengguna aktif, media sosial menyediakan peluang yang belum pernah ada sebelumnya untuk menjangkau audiens yang sangat beragam. Namun, penggunaannya juga menimbulkan tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan risiko terjadinya perdebatan atau konflik ideologi di antara kelompok masyarakat yang berbeda. Hal ini memberikan tekanan bagi dakwah minoritas untuk tetap berhati-hati dalam penyampaian pesan agar tidak menimbulkan polarisasi yang justru memperburuk posisi minoritas tersebut dalam masyarakat. Risiko ketidakpastian otoritas dan kredibilitas dengan hadirnya berbagai pengelola situs dan platform dakwah yang mungkin tidak memiliki kompetensi keilmuan maupun akhlak yang memadai, terjadi potensi krisis otoritas dan keaslian ajaran Islam di media digital. Hal ini berisiko membuka ruang bagi munculnya tafsiran yang salah atau penyampaian doktrin yang tidak sesuai. Untuk komunitas minoritas, hal ini sangat penting karena kredibilitas tokoh dakwah menjadi pondasi kuat dalam menjaga keberlangsungan penyebaran ajaran yang benar dan terhindar dari penyimpangan. Media sosial sebagai arena dialog dan konflik ideologi media sosial menyediakan

ruang terbuka bagi dialog lintas kelompok, termasuk minoritas. Namun, di sisi lain juga kerap menjadi arena perdebatan yang tajam dan bahkan konflik antar ideologi keagamaan. Konten negatif dan provokatif yang mudah viral bisa memicu ketegangan dan polarisasi, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi dakwah minoritas untuk menampilkan pesan yang konstruktif dan menjaga soliditas umat. Kebutuhan pendidikan dan pelatihan bagi da'i minoritas untuk meningkatkan kualitas dakwah di media sosial, sangat penting bagi para da'i, khususnya yang berasal dari kelompok minoritas, mendapatkan pendidikan dan pelatihan dalam bidang etika komunikasi digital. Dengan ini, mereka bisa mengelola konten secara bertanggung jawab dan menjaga integritas pesan dakwah sehingga mampu menjangkau audiens luas tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Peran kolaborasi dengan ahli komunikasi dan penggunaan platform terpercaya kolaborasi dengan pakar komunikasi dan penggunaan media yang sudah terpercaya dianggap sebagai solusi efektif untuk meningkatkan kualitas dakwah digital. Ini juga membantu para da'i minoritas dalam memperkuat pesan yang disampaikan dan menghindari jebakan konten provokatif atau hoaks yang dapat merusak reputasi dakwah mereka. (Maulidna et al., 2025)

Islamofobia dan ujaran kebencian dalam konteks digitalisasi dakwah, tantangan eksternal yang signifikan adalah adanya informasi palsu, ujaran kebencian, radikalisme, dan ekstremisme yang dapat merusak citra Islam dan memecah belah umat. Disinformasi dan hoaks keagamaan Risiko penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan menjadi perhatian serius dalam digitalisasi dakwah. Oleh karena itu para dai harus berhati-hati dalam memilih sumber informasi, memverifikasi data, dan menyajikan fakta secara obyektif agar tidak menimbulkan disinformasi. Polarisasi media sosial Penggunaan media digital yang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan polarisasi pengetahuan agama, dimana kelompok masyarakat yang tidak memiliki akses atau keterampilan teknologi yang sama berpotensi tertinggal dalam memahami ajaran agama secara digital. Radikalisme digital Media internet dan digital dapat menjadi ruang penyebaran radikalisme yang berbahaya bagi dakwah. Oleh sebab itu, pengelolaan dan perlindungan data yang tepat sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi dalam dakwah. Rendahnya literasi digital masyarakat Kesenjangan digital antar generasi dan antarkelompok sosial menjadi salah satu tantangan utama dalam efektivitas dakwah digital. Para dai sering menghadapi kendala kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam merancang materi dakwah digital maupun dalam mengikuti perkembangan teknologi digital terkini. Persoalan etika dan keamanan digital Masalah integritas data dan keamanan informasi menjadi keprihatinan besar dalam digitalisasi dakwah. Etika komunikasi daring juga perlu dijaga, termasuk menghormati hak privasi, kebebasan berekspresi, dan akses terhadap informasi yang akurat agar tidak terjadi degradasi moral dalam interaksi digital. (Mardhiyatus Staniyah et al., 2024)

Peluang Pengembangan Dakwah Minoritas Melalui Teknologi Informasi

kolaborasi antara dai, akademisi, dan praktisi media dalam mengembangkan strategi dakwah yang inovatif dan berkelanjutan untuk masyarakat Muslim urban. Kolaborasi ini memungkinkan penyampaian dakwah yang efektif dan menjangkau berbagai segmen masyarakat. Dakwah digital yang adaptif dan relevan dengan

kebutuhan dan karakteristik audiens urban yang beragam. Penyampaian pesan yang kontekstual dan relevan, termasuk dalam bahasa yang sesuai dengan audiens, menjadi salah satu strategi efektif. cyber-creation membuka peluang membentuk komunitas digital partisipatif yang inklusif, dimana para anggota dapat berinteraksi dua arah dan memperluas jangkauan pesan Islam di ranah global. Dakwah digital tidak hanya tentang penggunaan teknologi media, melainkan juga bagaimana dakwah harus adaptif dengan perubahan teknologi modern, sehingga prospek penggunaan teknologi seperti virtual reality dan metaverse dapat menjadi bagian dari strategi dakwah masa depan yang solutif dan partisipatif. (Nurhaidah et al., 2025)

Pengembangan konten dakwah digital, termasuk keterlibatan berbagai pihak seperti pengasuh pondok, ustadz, santri, dan alumni dalam produksi konten yang relevan dan berkualitas. Kolaborasi ini memperkuat posisi platform dakwah seperti YouTube sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan bagi audiens yang setia mengikuti konten-konten mereka. penggunaan teknologi canggih dalam pengelolaan konten agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien serta menjaga kualitas konten dengan sistem penjadwalan dan pengecekan konten yang terstruktur dan terorganisir. Dakwah yang memperhatikan konteks global di era global village menunjukkan perlunya dakwah yang mampu mengatasi keragaman budaya dan bahasa agar pesan keagamaan dapat tersampaikan secara efektif di masyarakat yang semakin terkoneksi secara global. Penggunaan platform digital seperti YouTube dan media sosial memungkinkan berbagai lembaga dakwah untuk menjangkau audiens dan membangun partisipasi aktif dari berbagai pihak, yang dapat dianalogikan sebagai peluang penggalangan dana melalui jaringan digital. (Fairuz et al., 2024)

Model Dakwah Minoritas Berbasis Media Sosial dan Teknologi Informasi

Model dakwah digital terdiri atas komponen teknologi digital, seperti media sosial dan smartphone, konten dakwah yang adaptif, serta mad'u digital yang memanfaatkan media sebagai sumber pengetahuan dan interaksi. Integrasi media sosial, teknologi informasi, dan nilai-nilai Islam menjadikan platform digital sebagai sarana dakwah yang edukatif, persuasif, inklusif, dan berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan. Pendekatan kolaboratif antara da'i, komunitas, dan platform digital memperkuat penyebaran dakwah melalui komunitas daring sekaligus menjadi upaya menghadapi narasi radikalisme secara bersama. Efektivitas dakwah digital dapat diukur melalui model komunikasi persuasif AIDDA (*attention, interest, desire, decision, dan action*) serta besarnya jangkauan dan keterlibatan audiens di media sosial. Dengan demikian, keberhasilan dakwah digital bergantung pada sinergi antara teknologi, kolaborasi para pelaku dakwah, dan penyampaian nilai-nilai Islam yang inklusif, sehingga mampu menjangkau masyarakat secara luas sekaligus memberikan dampak edukatif dan transformatif. (Hizbullah, 2022)

Model dakwah digital memanfaatkan teknologi seperti *chatbot*, *natural language processing* (NLP), *machine learning*, kecerdasan buatan (AI), serta *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) untuk memperluas jangkauan, mempersonalisasi penyampaian, dan menciptakan pengalaman dakwah yang interaktif. Integrasi media sosial, teknologi informasi, dan nilai-nilai Islam dilakukan dengan menjaga autentisitas ajaran, etika, sensitivitas budaya,

transparansi, serta perlindungan privasi pengguna. Keberhasilan dakwah digital juga memerlukan kolaborasi antara dai, komunitas Muslim, dan pengembang teknologi untuk menjamin akurasi konten, menyusun pedoman etis, serta menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, model komunikasi dakwah digital mencakup tiga tahapan, yaitu input (sasaran, materi, dan media), proses (pendakwah dan metode penyampaian), dan output berupa perubahan sikap serta perilaku mad'u. Efektivitas dakwah dapat diukur melalui analisis keterlibatan pengguna, umpan balik (*feedback*), statistik pengunjung, serta dampaknya terhadap penerimaan dan pengamalan ajaran Islam, khususnya di kalangan generasi muda. Dengan demikian, model dakwah digital yang memadukan teknologi, media sosial, kolaborasi berbagai pihak, dan nilai-nilai Islam mampu memperluas jangkauan dakwah sekaligus meningkatkan efektivitas, relevansi, dan kualitas penyampaian pesan keagamaan di era digital. (Ulyan, 2023)

Model komunikasi dakwah digital terdiri atas tiga komponen utama, yaitu input (sasaran, materi, dan media dakwah), proses (pendakwah dan metode penyampaian), serta output berupa perubahan sikap dan perilaku mad'u. Internet dan media sosial menciptakan ruang komunikasi yang memungkinkan penyebaran dakwah secara luas tanpa batas ruang dan waktu, sehingga mendukung praktik *amar ma'ruf nahi munkar* secara virtual. Pemanfaatan platform digital oleh para dai, seperti Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, menunjukkan pentingnya kolaborasi antara dai, komunitas virtual, dan media sosial dalam menyampaikan dakwah yang menarik dan efektif. Keberhasilan dakwah digital ditunjukkan oleh meningkatnya penerimaan dan pengamalan ajaran Islam, khususnya di kalangan generasi muda, melalui fungsi media sosial sebagai sarana edukasi, inspirasi, kampanye, dan percepatan penyebaran dakwah. (Andriani & Agustinah, 2024)

Implikasi bagi Pengembangan Dakwah Minoritas

Transformasi dakwah digital menuntut kajian akademik untuk memahami perubahan budaya komunikasi Islam di era digital. Pendidikan dakwah harus memasukkan teknologi digital sebagai media utama untuk menjangkau khalayak lebih luas dan mendalami dampak sosial teknologi terhadap perilaku beragama. Penelitian perlu fokus pada metode digital dakwah yang efektif dan sesuai syariat, sekaligus mengatasi tantangan etis dan moral di dunia maya. Lembaga dakwah harus memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi sebagai sarana komunikasi utama untuk meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam. Kreativitas konten seperti infografis, video singkat, dan kutipan inspiratif menjadi penting untuk menarik perhatian masyarakat luas, terutama generasi muda yang sangat aktif di ranah digital. Organisasi Islam harus memfasilitasi pembangunan platform digital Islam yang independen dan mengembangkan kolaborasi lintas komunitas Muslim secara global. Hal ini termasuk mendorong terciptanya media sosial dan mesin pencari berbasis syariah yang sesuai nilai Islam sebagai alternatif dari platform yang didominasi korporasi besar dengan budaya materialistik dan konsumeristik. Digital dakwah harus diarahkan kepada penyebaran konten yang tidak hanya relevan secara teknologi, tetapi juga mematuhi nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah. Perlu ada strategi untuk membangun kesadaran kritis agar umat Muslim tidak terjebak dalam budaya siber yang nihilistik dan narsistik. Pengembangan konten dakwah harus inklusif, menyasar seluruh lapisan

masyarakat dengan pendekatan yang humanis dan edukatif, serta berkelanjutan dalam aspek teknologi dan moral. (Saleh et al., 2022)

Simpulan

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa media sosial dan teknologi informasi memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan dakwah bagi komunitas Muslim minoritas di era digital. Pemanfaatan media digital mampu mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, memperluas jangkauan dakwah, mempermudah akses terhadap informasi keagamaan, serta memperkuat identitas dan solidaritas komunitas Muslim minoritas. Media sosial juga memberikan ruang bagi terciptanya komunikasi yang interaktif dan dialogis melalui berbagai bentuk konten, seperti video, podcast, infografis, dan siaran langsung.

Pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah menghadirkan tantangan berupa Islamofobia, ujaran kebencian, disinformasi, hoaks keagamaan, polarisasi, radikalisme digital, rendahnya literasi digital, serta persoalan etika dan keamanan digital. Oleh karena itu, pengembangan dakwah minoritas tidak cukup hanya berorientasi pada pemanfaatan teknologi, tetapi juga membutuhkan kemampuan literasi digital, verifikasi informasi, komunikasi yang etis, serta kredibilitas sumber dan pendakwah.

Dengan demikian, dakwah minoritas di era digital perlu dikembangkan melalui model dakwah yang adaptif, kreatif, interaktif, inklusif, dan kontekstual dengan tetap berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah. Pemanfaatan teknologi seperti media sosial, aplikasi digital, *Artificial Intelligence* (AI), *chatbot*, *natural language processing*, *virtual reality*, dan *augmented reality* dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas dakwah. Pengembangan tersebut memerlukan kolaborasi antara da'i, lembaga dakwah, organisasi Islam, komunitas Muslim, akademisi, dan pengembang teknologi agar dakwah digital mampu memberikan manfaat edukatif dan sosial serta mendukung keberlanjutan kehidupan keagamaan komunitas Muslim minoritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D. (2023). Dakwah virtual: Internet sebagai reaktualisasi sistem komunikasi dakwah di era digital. *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 23(2), 175–188.
- Andriani, A. D., & Agustinah, A. (2024). The internet as a reactualization of the dakwah communication system in the digital era. *International Journal of Applied and Advanced Multidisciplinary Research*, 2(2), 113–126. <https://doi.org/10.59890/ijaamr.v2i2.1394>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fairuz, D., Safitri, N. K. E., & Hidayatullah, A. (2024). Peran YouTube Studio Al-Fusha TV dalam dakwah Islam di era digital. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah & Komunikasi*, 26, 1–26.
- Ferdiansyah, D. S. (2020). Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan dakwah terhadap transformasi sosial di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-NTB. *Komunike*, 12(1), 114–130.
- Gunawan, B., Aryani, M., & Nashrillahmg. (2024). Transformasi ruang lingkup dakwah di media sosial. *JERUMI: Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary*, 2(2), 1216–1226.
- Hespirawati, & Mahmuddin. (2025). Strategi perencanaan dakwah berbasis teknologi: Mewujudkan dakwah yang efektif di era digital. *Global Research and Innovation Journal (GREAT)*, 1(2), 86–92. <https://journaledutech.com/index.php/great>
- Hizbullah, M. (2022). Adaptasi dakwah Islam di media online era 4.0. *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(1), 71–92.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Marlina, & Ulya, Y. A. (2024). Communication strategies in Islamic da'wah: Opportunities and challenges in the era of artificial intelligence. *Feedback International Journal of Communication*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.62569/fijc.v1i2.35>
- Mardhiyatus Staniyah, A., Efendi, N., & Mashudi, K. (2024). Digitalisasi dakwah: Tantangan dan strategi menginspirasi di era teknologi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1–17. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>
- Mawardi, A. I. (2020). *Fiqh minoritas: Rekonstruksi hukum Islam untuk masyarakat Muslim minoritas di Barat*. Digilib UIN Sunan Ampel.
- Mokodenseho, S., MS, M. I., Yarbo, S., Toani, F., Korompot, L., Pakelo, F., & Dotinggulo, E. (2024). Ethics of da'wah based on communication inspired by the Sunnah of the Prophet in the Qur'an. *West Science Islamic Studies*, 2(2), 136–142. <https://wsj.westscience-press.com/index.php/wsiss>
- Muhibudin, M., et al. (2025). *Model dakwah minoritas berbasis maqasid syariah: Membangun harmoni dan keberlanjutan sosial*. PT Tren Digital Publishing.

- Nurhaidah, S. N., Lubis, N., & Hidayatullah. (2025). The role of cyber-creation in da'wah for the development of urban Muslim communities. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 9(2), 259–280. <https://doi.org/10.21009/hayula.009.02.06>
- Nurdin, A. (2024). *Revolusi dakwah*. UIN Sunan Ampel.
- Pratama, A. R., Aprison, W., Yulius, Latifa, N., & Syafruddin. (2024). Dakwah digital dalam penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. *Tabayyun: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 45–53.
- Purwanto, Y., Taufik, M., & Jatnika, A. W. (2017). Peran teknologi informasi dalam perkembangan dakwah mahasiswa. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 94–109.
- Putrawansyah, & Hasbullah. (2023). Strategi komunikasi dakwah di media sosial: Pendekatan interaktif dan partisipatif. *Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 60–69. <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Saleh, S. P., Cangara, H., Sabreen, S., & AB, S. (2022). Digital da'wah transformation: Cultural and methodological change of Islamic communication in the current digital age. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 5(8), 2033–2043. <https://www.ijmra.in/v5i8/IJMRA-ART202233.pdf>
- Samsudin, D., & Putri, I. M. (2023). Etika dan strategi komunikasi dakwah Islam berbasis media sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>
- Setiawan, B., Setiawan, B., Hidayat, E. R., Widodo, P., Saragih, H. J. R., & Sukendro, A. (2024). Tantangan dan strategi pencegahan konflik akibat intoleransi dan radikalisme di era digital untuk mewujudkan keamanan nasional. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(3), 476–484.
- Aslamiah, E. S., & Ilmiyah, M. Z. (2024). Peran media sosial dalam aktivitas dakwah. *Al-Maquuro': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 122–129.
- Ulyan, M. (2023). Digital da'wah and religious authority: A narrative review of Islamic preaching in the social media era. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), 100–113. <https://journal.sinergi.or.id/ijis>
- Zaman, M., Iman, M. R., & Maulidi, I. (2023). Transformasi gaya dakwah Islam di era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 148–177. <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/meyarsa/article/view/9343>