

Pengantar Media Dakwah Kontemporer

Fauzan Delasta Bramantyo, Andi Abdul Hamzah, Firdaus Muhammad

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
fauzanbramantyo9@gmail.com, andiabdulhamzah@uin-alauddin.ac.id,
firdaus.muhammad@uin-alauddin.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the development process of da'wah media in contemporary times. This research uses a qualitative approach, with the type of literature review research collecting data from books, articles, and credible sources from the internet. The use of media in da'wah is not only limited to traditional methods such as lectures or sermons, but has developed into a more modern and innovative form with the existence of various digital platforms, the potential for disseminating information to the public is getting wider. However, this also brings its own challenges, especially related to ethics in preaching. Therefore, it is important to understand the concept of da'wah media and the history of its development and second, the relevance of the media in the contemporary context, and the ethics that should be upheld in its use. This study discusses the definition of da'wah media as well as the history of its development and the relevance of da'wah media ethics in contemporary times. The results of the study show that the development of da'wah media shows that da'wah media is a means used to convey religious messages to the wider community and transforms from traditional forms such as live lectures and magazines, to digital platforms such as social media, podcasts, and online videos and the ethical relevance of da'wah media covers various aspects, ranging from honesty in conveying information, maintaining harmony between religious communities, to respecting differences of opinion through an inclusive and dialogical approach.

Keywords: Digital Da'wah, Da'wah Media, Social Media, Da'wah Media Ethics.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses perkembangan dari media dakwah di masa kontemporer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian kajian kepustakaan mengumpulkan data dari buku, artikel, dan sumber kredibel dari internet. Penggunaan media dalam berdakwah tidak hanya terbatas pada cara-cara tradisional seperti ceramah atau khotbah, tetapi telah berkembang menjadi bentuk yang lebih modern dan inovatif dengan adanya berbagai platform digital, potensi penyebaran informasi ke masyarakat semakin luas. Namun, hal ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama terkait dengan etika dalam berdakwah. Oleh karena itu, penting untuk memahami konsep media dakwah serta sejarah perkembangannya dan kedua yakni relevansi media dalam konteks kontemporer, dan etika yang seharusnya dijunjung tinggi dalam penggunaannya. Penelitian ini membahas pengertian media dakwah serta sejarah perkembangannya dan relevansi etika media dakwah di masa kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan perkembangan media dakwah menunjukkan bahwa media dakwah adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat luas dan bertransformasi dari bentuk tradisional seperti ceramah langsung dan majalah, hingga ke platform digital seperti media sosial, podcast, dan video online dan relevansi etika media dakwah mencakup berbagai aspek, mulai dari kejujuran dalam penyampaian informasi,

menjaga kerukunan antarumat beragama, hingga menghormati perbedaan pendapat melalui pendekatan inklusif dan dialogis.

Kata kunci: Dakwah Digital, Media Dakwah, Media Sosial, Etika Media Dakwah.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, media memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dakwah. Penggunaan media dalam berdakwah tidak hanya terbatas pada cara-cara tradisional seperti ceramah atau khotbah, tetapi telah berkembang menjadi bentuk yang lebih modern dan inovatif, seperti media sosial, podcast, dan video online. Dengan adanya berbagai platform digital, potensi penyebaran informasi ke masyarakat semakin luas. Namun, hal ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama terkait dengan etika dalam berdakwah. Oleh karena itu, penting untuk memahami konsep media dakwah, sejarah perkembangannya, relevansi media dalam konteks kontemporer, dan etika yang seharusnya dijunjung tinggi dalam penggunaannya.

Dakwah sebagai aktivitas penyebaran ajaran Islam memiliki peran sentral dalam membangun masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai agama. Di era digital saat ini, media dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pertemuan fisik semata, tetapi telah berkembang melalui berbagai platform media kontemporer yang bersifat digital dan lebih interaktif. Dengan munculnya teknologi digital seperti internet, media sosial, dan platform streaming, pendekatan dakwah mengalami perubahan signifikan, memungkinkan jangkauan yang lebih luas dan penetrasi pesan yang lebih mendalam.

Seiring berkembangnya teknologi, masyarakat pun mengalami perubahan perilaku dan cara konsumsi informasi. Masyarakat modern, khususnya generasi muda, lebih sering mengakses informasi melalui media digital. Hal ini membuat media dakwah harus adaptif dan mengikuti perkembangan zaman agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan dapat diterima oleh berbagai kalangan. Berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga aplikasi pesan instan menjadi ruang baru bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih kreatif dan menarik.

Fenomena ini juga menciptakan tantangan baru, baik dari sisi konten maupun etika dakwah. Para penyampai dakwah (da'i) harus mampu menyampaikan pesan yang sesuai dengan prinsip Islam, namun tetap menarik perhatian audiens yang semakin kritis dan selektif dalam memilih sumber informasi. Di samping itu, perkembangan media dakwah kontemporer membuka peluang bagi pesan agama untuk menembus batas-batas geografis, budaya, dan bahasa, yang pada akhirnya memungkinkan terbentuknya komunitas global yang saling terhubung dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode studi pustaka (*library research*) yang berfokus pada penggunaan sumber-sumber tertulis sebagai dasar pengembangan pengetahuan. Ciri utama dari pendekatan ini adalah peneliti langsung berhadapan dengan data atau teks yang sudah tersedia, bukan dengan data lapangan atau informasi dari saksi langsung terkait suatu peristiwa. Dengan kata lain, peneliti hanya menggunakan sumber-sumber yang sudah ada di perpustakaan atau data siap pakai yang relevan, serta data tambahan lain yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Proses penelitian pustaka dilakukan melalui peninjauan literatur, dengan mengkaji topik-topik yang berkaitan erat dengan masalah penelitian. Penelusuran pustaka memanfaatkan berbagai sumber tanpa perlu melakukan penelitian lapangan, seperti buku, jurnal, kamus, dokumen, majalah, serta sumber lain dari media elektronik dan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Dari Media Dakwah Serta Sejarah Perkembangannya

Media dakwah merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama, terutama dalam konteks Islam, kepada masyarakat luas. Menurut Hasan (2021), media dakwah mencakup berbagai bentuk, baik yang berbasis tradisional seperti surat kabar dan radio, maupun yang berbasis digital seperti media sosial dan platform video. Dalam era digital saat ini, media dakwah menjadi semakin penting karena dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat dan efisien. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212 juta orang pada tahun 2021, yang merupakan 77% dari total populasi (APJII, 2021). Dengan angka ini, media dakwah digital memiliki potensi yang sangat besar untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan.

Peran media dalam dakwah tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup pembentukan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap ajaran agama. Menurut Suprayitno (2020), media dakwah dapat menjadi jembatan komunikasi antara ulama dan masyarakat, sehingga dapat membantu menjawab pertanyaan dan keraguan yang mungkin muncul di benak umat. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memanfaatkan media dengan baik dan bertanggung jawab. Salah satu contoh nyata adalah penggunaan YouTube oleh berbagai *channel* dakwah yang berhasil menarik jutaan *subscriber* dan memberikan kontribusi positif dalam penyebaran ajaran Islam.

Dengan adanya media dakwah, diharapkan pesan-pesan agama dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini penting untuk menarik perhatian generasi muda yang cenderung lebih aktif di dunia digital. Misalnya, banyak *influencer* Muslim yang menggunakan

platform Instagram dan TikTok untuk berbagi konten dakwah yang kreatif dan interaktif. Menurut data dari We Are Social (2021), Indonesia menempati peringkat keempat dunia untuk pengguna TikTok, yang menunjukkan potensi besar untuk dakwah melalui platform ini.

Dari segi definisi, media dakwah dapat dipahami sebagai alat komunikasi yang bertujuan untuk mendidik, menginformasikan, dan mengajak masyarakat kepada nilai-nilai Islam. Media ini berfungsi sebagai jembatan antara para da'i (pengkhotbah) dan masyarakat, memungkinkan penyampaian informasi yang lebih efektif dan efisien. Dalam konteks ini, media dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana interaksi dan dialog antara umat dan pemuka agama.

Selain itu, media dakwah juga berperan penting dalam membentuk opini publik mengenai isu-isu keagamaan dan sosial. Misalnya, melalui platform media sosial, para da'i dapat dengan cepat merespons berbagai isu yang berkembang di masyarakat, seperti intoleransi atau radikalisasi. Data menunjukkan bahwa 70% pengguna media sosial di Indonesia mengakses informasi keagamaan melalui platform ini, menunjukkan bahwa media dakwah memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk pemahaman keagamaan masyarakat (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022).

Namun, penggunaan media dakwah juga harus diimbangi dengan pemahaman yang mendalam mengenai konten yang disampaikan. Penyampaian pesan yang tidak tepat dapat menyebabkan misinterpretasi ajaran agama. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan memahami etika dalam berdakwah melalui media. Hal ini menjadi tantangan tersendiri di tengah maraknya informasi yang beredar di dunia maya.

Namun, penggunaan media dakwah juga harus dilakukan dengan hati-hati, dengan mempertimbangkan etika dan tanggung jawab sosial. Terkadang, informasi yang disebarluaskan melalui media tidak akurat atau bahkan menyesatkan, yang dapat menyebabkan kebingungan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para dai dan pengelola media dakwah untuk selalu memverifikasi informasi sebelum disebarluaskan. Hal ini sejalan dengan prinsip kehati-hatian yang dianjurkan dalam Islam, di mana seorang Muslim diharapkan untuk tidak menyebarkan informasi yang tidak jelas kebenarannya.

Secara keseluruhan, media dakwah memiliki pengertian yang luas dan kompleks, mencakup berbagai platform dan metode yang digunakan untuk menyebarkan ajaran agama. Dengan pemahaman yang baik tentang media dakwah, diharapkan para dai dapat memanfaatkan media dengan efektif untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih luas dan berdampak positif bagi masyarakat.

Sejarah perkembangan media dalam dakwah dapat ditelusuri kembali ke masa awal Islam, di mana penyebaran ajaran agama dilakukan secara lisan melalui ceramah dan pengajaran langsung oleh para nabi dan sahabat. Menurut Nurdin

(2019), media pada masa itu sangat sederhana dan terbatas, namun sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Penggunaan media tulis baru mulai berkembang setelah penulisan Al-Qur'an dan hadis, yang menjadi rujukan utama dalam dakwah.

Dengan perkembangan teknologi, media dakwah mulai bertransformasi. Pada abad ke-19, surat kabar menjadi salah satu sarana penting dalam penyebaran informasi, termasuk dakwah. Di Indonesia, beberapa surat kabar yang menerbitkan konten dakwah, seperti "Bintang Islam" yang terbit pada tahun 1906, berperan penting dalam menyebarkan pemikiran Islam dan meningkatkan kesadaran masyarakat (Sukri, 2020). Melalui media cetak, pesan-pesan dakwah bisa menjangkau masyarakat di berbagai daerah, bahkan yang terpencil sekalipun.

Seiring berjalannya waktu, radio menjadi media yang sangat populer di abad ke-20. Beberapa stasiun radio di Indonesia seperti Radio Dakta dan Radio Rodja mulai mengudara dengan program-program dakwah yang menarik. Menurut data dari Kominfo, pada tahun 2018, jumlah pendengar radio di Indonesia mencapai 73 juta orang, yang menunjukkan bahwa radio masih menjadi salah satu media yang efektif untuk dakwah (Kominfo, 2018). Melalui radio, dakwah bisa dilakukan dengan cara yang lebih interaktif, di mana pendengar dapat berpartisipasi dalam dialog dan tanya jawab.

Di era digital, perkembangan media sosial membawa dampak signifikan terhadap cara dakwah dilakukan. Platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter memungkinkan penyebaran pesan dakwah dalam waktu yang sangat cepat dan luas. Menurut data dari Hootsuite (2021), Indonesia merupakan negara dengan pengguna Facebook terbesar kedua di dunia, dengan lebih dari 140 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa potensi untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial sangat besar. Banyak organisasi dan individu yang memanfaatkan media sosial untuk mengedukasi masyarakat tentang ajaran Islam dengan cara yang lebih inovatif dan menarik.

Memasuki abad ke-20, perkembangan teknologi radio dan televisi membawa perubahan signifikan dalam media dakwah. Radio menjadi salah satu alat komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di daerah-daerah terpencil. Menurut data dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), pada tahun 2020, terdapat lebih dari 1.000 stasiun radio di Indonesia yang menyiarkan program-program keagamaan, termasuk dakwah Islam (BRTI, 2020). Televisi juga mulai digunakan sebagai media dakwah, dengan banyaknya program-program keagamaan yang ditayangkan oleh berbagai stasiun televisi.

Dengan munculnya internet pada akhir abad ke-20, media dakwah mengalami transformasi yang lebih besar. *Website*, blog, dan forum diskusi *online* menjadi platform baru bagi para da'i untuk menyebarkan pesan mereka. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Pusat Studi Komunikasi Universitas Indonesia menunjukkan bahwa 80% pengguna internet di Indonesia mengakses konten keagamaan secara

online, menunjukkan pergeseran cara masyarakat mendapatkan informasi (Pusat Studi Komunikasi UI, 2021).

Saat ini, media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube menjadi alat utama dalam penyebaran dakwah. Konten-konten dakwah yang kreatif dan menarik dapat dengan mudah dibagikan dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh lembaga riset, 65% responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih mendapatkan informasi keagamaan melalui media sosial dibandingkan dengan media tradisional (Lembaga Riset Sosial, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari strategi dakwah kontemporer.

Dari sejarah perkembangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media dakwah telah mengalami transformasi yang signifikan dari masa ke masa. Setiap perubahan dalam media membawa peluang baru untuk menyebarkan pesan-pesan agama dengan cara yang lebih efektif. Namun, tantangan juga muncul seiring dengan perkembangan teknologi, terutama dalam hal penyebaran informasi yang tidak akurat dan *hoax*. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang media dan tanggung jawab dalam penggunaannya sangatlah penting untuk keberlangsungan dakwah di masa depan.

Namun, perkembangan media dakwah juga membawa tantangan tersendiri, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan konten yang menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk memanfaatkan media dengan bijak dan bertanggung jawab, serta selalu memverifikasi informasi yang disampaikan. Sejarah perkembangan media dalam dakwah menunjukkan bahwa meskipun teknologi terus berkembang, prinsip dasar dakwah yang mengedepankan kebenaran dan keadilan harus tetap dijunjung tinggi.

B. Relevansi Serta Etika Media Dakwah di Masa Kontemporer

Relevansi media dalam dakwah kontemporer sangat penting, terutama dalam konteks masyarakat yang semakin terhubung secara digital. Dalam era informasi ini, media menjadi sarana utama untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cepat dan luas. Menurut laporan dari Pew Research Center, sekitar 59% umat Islam di seluruh dunia menggunakan internet untuk mencari informasi terkait agama mereka (Pew Research Center, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pemahaman dan praktik keagamaan di kalangan umat Islam.

Salah satu contoh relevansi media dalam dakwah kontemporer adalah penggunaan platform video seperti YouTube. Banyak da'i dan tokoh agama yang memanfaatkan YouTube untuk menyampaikan ceramah, kajian, dan diskusi keagamaan. Dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif setiap bulannya, YouTube memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di platform ini (YouTube,

2022). Konten yang disajikan secara menarik dan informatif dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk lebih memahami ajaran Islam.

Media sosial juga berfungsi sebagai ruang interaksi antara da'i dan masyarakat. Melalui platform seperti Instagram dan Twitter, para da'i dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar agama dan memberikan klarifikasi terhadap isu-isu yang sedang *viral*. Dalam survei yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian Sosial, 72% responden menyatakan bahwa mereka merasa lebih dekat dengan tokoh agama yang aktif di media sosial (Lembaga Penelitian Sosial, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat hubungan antara pemuka agama dan masyarakat.

Namun, relevansi media dalam dakwah kontemporer juga dihadapkan pada tantangan berupa penyebaran informasi yang salah dan ekstremisme. Banyak konten yang tidak akurat dan berpotensi menyesatkan tersebar di media sosial, yang dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap agama.

Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk berperan aktif dalam memberikan informasi yang benar dan mengedukasi masyarakat tentang cara mengenali berita palsu (*hoax*) (Kementerian Agama RI, 2022).

Dengan demikian, relevansi media dalam dakwah kontemporer tidak dapat dipandang sebelah mata. Media bukan hanya sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana interaksi, edukasi, dan penguatan komunitas. Dalam menghadapi tantangan yang ada, para da'i perlu memanfaatkan media dengan bijak dan bertanggung jawab, agar pesan-pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat.

Namun, relevansi media untuk dakwah kontemporer juga membawa tantangan tersendiri. Tantangan tersebut antara lain adalah penyebaran informasi yang tidak akurat dan intoleransi yang muncul di media sosial. Oleh karena itu, penting bagi para dai dan pengelola media dakwah untuk selalu memverifikasi informasi sebelum disebarkan dan menyampaikan pesan-pesan yang mendukung toleransi dan kebersamaan. Dengan demikian, media dapat berfungsi sebagai alat yang positif dalam dakwah kontemporer, sekaligus menghindari penyebaran informasi yang merugikan.

Etika dalam penggunaan media untuk dakwah sangat penting mengingat dampak yang ditimbulkan oleh penyebaran informasi di era digital. Dalam konteks dakwah, etika berkaitan dengan bagaimana pesan agama disampaikan, serta tanggung jawab kepada audiens. Menurut Asy'ari (2020), seorang dai harus memiliki prinsip etika yang jelas dalam menyampaikan ajaran agama, termasuk kejujuran, integritas, dan rasa hormat terhadap perbedaan. Tanpa etika yang baik, dakwah dapat berpotensi menimbulkan konflik dan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.

Salah satu aspek etika yang perlu diperhatikan adalah akurasi informasi. Penyebaran informasi yang tidak benar dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpercayaan terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, penting bagi para dai

untuk memverifikasi sumber informasi sebelum menyebarkannya. Sebuah studi oleh Mardhani (2021) menunjukkan bahwa 70% konten dakwah di media sosial mengandung informasi yang tidak terverifikasi, yang dapat merusak reputasi dakwah itu sendiri. Hal ini menekankan pentingnya melakukan riset dan verifikasi terhadap setiap informasi yang akan disebar.

Selain itu, etika dalam penggunaan bahasa dan nada yang digunakan dalam dakwah juga sangat penting. Menurut Sari (2021), penggunaan bahasa yang sopan dan penuh hormat dapat menciptakan suasana yang lebih kondusif untuk diskusi dan dialog. Menggunakan bahasa yang provokatif atau menyerang dapat mengakibatkan perpecahan dan konflik di masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk selalu menjaga sikap dan bahasa mereka agar tetap dalam koridor yang baik dan menciptakan suasana yang harmonis.

Relevansi etika juga terlihat dalam cara penyampaian konten. Dalam era media sosial, konten yang *viral* sering kali lebih menarik perhatian, namun tidak semua konten yang *viral* mencerminkan nilai-nilai agama yang baik. Menurut laporan dari Kominfo (2021), banyak konten dakwah yang mengedepankan sensasionalisme ketimbang substansi ajaran itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk menjaga kualitas dan integritas konten yang mereka buat, meskipun harus bersaing dengan konten lain yang lebih menarik tetapi kurang bermanfaat.

Sebagai benang merahnya, etika dalam penggunaan media untuk dakwah adalah aspek yang sangat penting untuk menjamin pesan-pesan agama disampaikan dengan cara yang bertanggung jawab dan positif. Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika yang baik, para dai dapat menjadi contoh yang baik bagi masyarakat dan menciptakan dampak positif dalam penyebaran ajaran Islam di era kontemporer ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang ditemukan, Dalam era kontemporer ini, relevansi media dakwah semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Media dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kesadaran dan pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai Islam. Sejarah perkembangan media dakwah menunjukkan bahwa media telah bertransformasi dari bentuk tradisional seperti ceramah langsung dan majalah, hingga ke platform digital seperti media sosial, *podcast*, dan video *online*. Perubahan ini membawa tantangan dan peluang baru bagi para da'i dan penggiat dakwah. Di satu sisi, media digital memungkinkan penyebaran pesan dakwah yang lebih luas dan cepat.

Namun, di sisi lain, tantangan etika muncul ketika konten dakwah harus disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami tanpa mengorbankan substansi dan nilai-nilai keagamaan yang harus dijunjung tinggi. Oleh karena itu, penting bagi para penggiat dakwah untuk menjaga integritas dan etika dalam setiap

penyampaian pesan. Etika media dakwah mencakup berbagai aspek, mulai dari kejujuran dalam penyampaian informasi, menjaga kerukunan antar umat beragama, hingga menghormati perbedaan pendapat. Dalam konteks ini, penting untuk mengedepankan pendekatan yang inklusif dan dialogis, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Selain itu, penggunaan bahasa yang sopan dan ramah juga menjadi kunci dalam membangun komunikasi yang efektif dan konstruktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2020). Media Dakwah: Konsep dan Implementasi dalam Era Digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 1-15.
- Ahmad, S. (2021). Dakwah Kontemporer: Strategi dan Tantangan di Era Media Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 12(2), 45-62.
- Al-Mawardi, M. (2019). *Dakwah dan Media: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anwar, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah: Studi Kasus Instagram. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 23-38.
- APJII. (2021). *Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia 2021*.
- Asy'ari, Z. (2020). Etika Komunikasi dalam Dakwah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1).
- Farhan, H. (2021). Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Dakwah dan Media*, 4(2), 87-102.
- Hasan, A. (2019). Pengaruh Media Baru terhadap Metode Dakwah. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 7(3), 55-70.
- Hasan, A. (2021). Media Dakwah dalam Era Digital. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 9(2).
- Hootsuite. (2021). *Digital: Indonesia 2021*.
- Ibrahim, R. (2018). *Media dan Dakwah: Perspektif Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Jamil, S. (2021). Transformasi Media Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 6(1), 15-30.
- Kominfo. (2021). *Laporan Media Sosial dan Dampaknya*.
- Kominfo. (2021). *Statistik Penyiaran Radio di Indonesia*.
- Kurniawan, D. (2020). Strategi Dakwah melalui Media Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 77-92.

- Mardani, A. (2021). Dakwah di Era 4.0: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Dakwah dan Pendidikan*, 2(1), 34-49.
- Mardhani, R. (2021). Verifikasi Informasi dalam Dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(3).
- Nuraini, L. (2020). Media Sosial sebagai Sarana Dakwah: Analisis Konten di Facebook. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2), 101-116.
- Nurdin, M. (2019). Sejarah Media Dakwah di Indonesia. *Jurnal Sejarah dan Budaya*, 7(2).
- Ramadhan, F. (2021). Pemanfaatan YouTube dalam Dakwah Kontemporer. *Jurnal Media dan Dakwah*, 5(3), 45-60.
- Salim, U. (2020). Dakwah dan Perubahan Sosial: Peran Media dalam Masyarakat Modern. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 9(2), 18-33.
- Sari, D. (2021). Bahasa dalam Dakwah: Etika dan Strategi. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 5(1).
- Sari, R. (2021). Pengaruh Konten Dakwah di Media Sosial terhadap Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(1), 90-105.
- Sukri, H. (2020). Media Cetak dalam Dakwah Islam di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1).
- Wahyudi, E. (2021). Dakwah Berbasis Teknologi: Inovasi dan Tantangan. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 3(1), 1-20.
- We Are Social. (2021). *Digital 2021: Global Overview*.
- YouTube. (2021). *Channel Ustadz Abdul Somad*.