

## TANTANGAN DALAM MELAKUKAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Muhammad Rafhael Lazuardy<sup>1</sup>, Maulana Yusuf<sup>2</sup>, Syahidin<sup>3</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia

[raphaellazuardy@upi.edu](mailto:raphaellazuardy@upi.edu)<sup>1</sup>, [maulanaalter@upi.edu](mailto:maulanaalter@upi.edu)<sup>2</sup>, [syahidin@upi.edu](mailto:syahidin@upi.edu)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Dakwah adalah upaya menyebarluaskan ajaran agama Islam dan mengajak manusia untuk mengubah perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi perilaku yang benar. Era digital mendatangkan berbagai medium untuk berdakwah, salah satunya dan terutama media sosial. Mayoritas dari penduduk dunia menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, berdakwah dalam media sosial akan memiliki audiens yang banyak dan beragam dari seluruh penjuru dunia. Akibatnya, ajaran agama Islam dapat tersebar secara luas dan masif. Namun, berdakwah dalam media sosial tidak tanpa tantangan. Demi meningkatkan efektivitas dakwah media sosial, perlu diidentifikasi dan diatasi tantangan-tantangan yang dapat muncul. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tantangan-tantangan utama berdakwah dalam media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) yang bertujuan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis penelitian yang relevan untuk memberikan gambaran yang komprehensif. Berdasarkan penggunaan aplikasi Publish or Perish dan screening artikel, ditemukan 15 artikel relevan dari 50 artikel hasil pencarian. Tantangan-tantangan utama dakwah dalam media sosial teridentifikasi ada 6, yakni: penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks; kurangnya literasi digital dan etika dalam menggunakan media sosial; meningkatnya konten radikalisme; keterbatasan format dan durasi konten dakwah; problematika pada masalah internal aktivis dakwah; serta tantangan adaptasi terhadap pengembangan teknologi dan media.

**Kata Kunci:** Tantangan, Islam, Dakwah, Media Sosial, Digital.

**Abstract:** *Da'wah is an effort to spread the teachings of Islam and invite people to change behavior that is not in accordance with Islamic teachings into correct behavior. The digital era brings various mediums for preaching, one of which is and especially social media. The majority of the world's population uses social media in their daily lives. Therefore, preaching on social media will have a large and diverse audience from all over the world. As a result, the teachings of Islam can be spread widely and massively. However, preaching on social media is not without challenges. In order to increase the effectiveness of social media preaching, it is necessary to identify and overcome the challenges that can arise. This study aims to identify and analyze the main challenges of preaching in social media. The research method used is Systematic Literature Review (SLR) which aims to identify, evaluate, and synthesize relevant research to provide a comprehensive picture. Based on the use of the Publish or Perish application and article screening, 15 relevant articles were found from 50 search results. The main challenges of da'wah in social media were identified as 6, namely: the spread of inaccurate information or hoaxes; lack of digital literacy and ethics in using social media; increasing radicalism content; limitations on the format and duration of da'wah content; problems with internal problems of da'wah activists; and challenges in adapting to the development of technology and media.*

**Keywords:** Challenges, Islam, Da'wah, Social Media, Digital.

### Pendahuluan

Dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'a* yang memiliki arti memanggil, mengundang, ajakan, dan imbauan. Secara istilah, dakwah dapat didefinisikan sebagai upaya menyeru atau mengajak manusia menuju jalan Allah SWT, yang memerintahkan manusia berbuat amar *ma'ruf* dan nahi *munkar*. Sederhananya, dakwah adalah upaya mengubah perilaku yang salah menjadi perilaku yang benar (Syafuddin & Muhid Abdul, 2021). Kegiatan dakwah merupakan fondasi utama bagi menyebarluasnya agama Islam (Syafuddin & Muhid Abdul, 2021). Dengan demikian, islam dan dakwah tidak dapat dipisahkan.

Dakwah berupaya menumbuhkan kesadaran dalam setiap diri mad'u mengenai pemahaman tentang Islam sebagai sumber nilai dalam kehidupan dan hal ini dapat menumbuhkan kehendak untuk mengaplikasikan nilai-nilai Islam di dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun dakwah lebih berfokus pada metode daripada hasil, namun dakwah diharapkan

dapat mengubah diri mad'u, terutama dalam hal pembelajaran, keyakinan, dan perilaku seseorang dalam urusan agama, ibadah, dan ketaatan pada syariat Islam (Pamungkas & Halwati, 2023).

Sebelum era digital, dakwah hanya dilakukan melalui metode yang mewajibkan da'i datang secara fisik, seperti pengajian, ceramah, dan kegiatan sosial. Komunikasi secara fisik ini pada umumnya memiliki keterbatasan pada aksesibilitas dan keterjangkauan. Untuk menyebarluaskan pesan dakwah, seorang da'i kadang kala perlu melakukan perjalanan yang memakan biaya. Datangnya era digital telah membuka kesempatan bagi para da'i untuk melakukan dakwah tanpa batas.

Pada era digital ini, dakwah sudah banyak dilakukan di media sosial. Potensi dari penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah sangatlah besar, mayoritas penduduk dunia sudah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tepatnya, menurut (DataReportal, 2025), sebanyak 5,24 miliar atau 63,9% dari populasi dunia menggunakan media sosial dan 94,2% dari pengguna internet di dunia menggunakan media sosial setiap hari. Selama 2024, jumlah pengguna media sosial meningkat sebesar 206 juta atau sebesar 4,1% dari akhir tahun sebelumnya.

Dalam memanfaatkan potensi di media sosial, ada pula berbagai tantangan dalam berdakwah. Tantangan tersebut pada dasarnya timbul dari sifat media sosial sendiri yang kompleks dan sangat terbuka dengan berbagai konten positif dan negatif di dalamnya. Jika tantangan dakwah melalui media sosial tidak dapat dihadapi dengan baik, pesan dakwah menjadi kurang efektif atau tidak tersampaikan sama sekali. Oleh karena itu, tantangan utama dakwah di media sosial perlu diidentifikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan berdakwah di media sosial. Pada bagian selanjutnya akan dilakukan pembahasan mengenai metode penelitian yang digunakan. Setelah itu, hasil penelitian akan dipaparkan dengan menggunakan tabel yang berisi tantangan-tantangan yang telah diidentifikasi dalam literatur sebelumnya beserta referensi-referensi yang berhubungan dengan setiap tantangan. Kemudian, hasil penelitian tersebut akan dibahas dan dianalisis lebih lanjut. Di akhir penelitian akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini serta mengungkapkan keterbatasan dari penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, tepatnya systematic literature review (SLR). SLR bertujuan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis penelitian yang relevan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tantangan-tantangan berdakwah di media sosial. Peneliti menggunakan aplikasi Publish or Perish untuk mencari judul artikel yang relevan dengan rentang waktu antara 2018 sampai dengan 2025 dalam database Google Scholar. Search string yang digunakan peneliti adalah “tantangan dakwah di media sosial”. Peneliti kemudian melakukan screening atas referensi yang telah dicari berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Proses screening dan kriteria tersebut dijabarkan sebagai berikut.

### 1. Kriteria Artikel

- a. Artikel memuat mengenai tantangan-tantangan dakwah di media sosial
- b. Artikel dipublikasikan pada rentang waktu antara 2018 sampai dengan 2025
- c. Artikel menggunakan bahasa Indonesia
- d. Artikel bersumber dari website Google Scholar

### 2. Proses screening dan seleksi artikel

- a. Identifikasi awal
- b. Screening judul dan abstrak
- c. Eligibility full-text

- d. Artikel final yang di inklusi

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian dilakukan dengan melakukan pencarian artikel jurnal dari tahun 2018 sampai dengan 2025 dengan menggunakan alat bantu aplikasi Publish or Perish pada database Google Scholar. Proses pencarian menggunakan search string “tantangan dakwah di media sosial”. Hasil pencarian dengan aplikasi Publish or Perish menghasilkan 50 artikel yang sesuai dengan kata kunci. Selanjutnya, dilakukan penyaringan data dengan mengeluarkan artikel yang tidak relevan sebanyak 35 artikel sehingga didapatkan hasil akhir adalah 15 artikel yang memenuhi kriteria untuk dianalisis.

Tabel 1. Daftar Penelitian Terkait Tantangan-Tantangan Berdakwah di Media Sosial

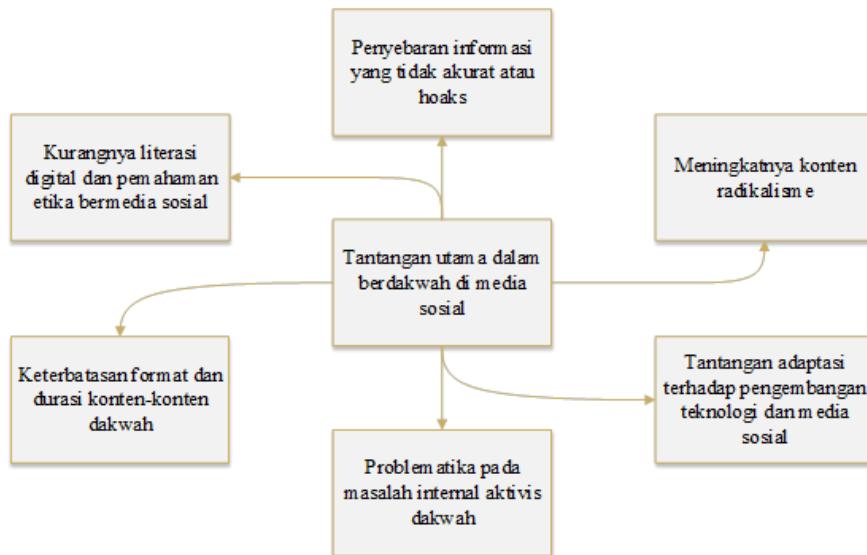
No	Penulis dan Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian Sesuai Fokus Penelitian
1	(Ummah Hidayatul Nurul, 2022), Jurnal Manajemen Dakwah 11(1).	Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Adanya penyebaran informasi yang menyimpang,</li> <li>b. Kurangnya pemahaman mengenai etika dalam bermedia sosial.</li> </ul>
2	(Faridah dkk., 2022), Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 4(2), 138-150.	Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram dalam Pandangan Kaum Milenial	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keterbatasan durasi sehingga dakwah tak begitu efektif,</li> <li>b. Keterbatasan kuota.</li> </ul>
3	(Rahmadhani Aulia Syifa dkk., 2024), Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan, 3(2), 222-227.	Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Format video pendek mungkin membatasi kedalaman dan kompleksitas pesan yang dapat disampaikan,</li> <li>b. Ada risiko penyebaran informasi yang salah, yang dapat memutarbalikkan ajaran Islam yang sebenarnya.</li> </ul>
4	(Dhora Tian Sony dkk., 2023), Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 17(1), 306-320.	Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru "E-Jihad" atau Latah Bersosial Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Maraknya konten dakwah yang kontroversial di media sosial,</li> <li>b. Polarisasi di kalangan umat Islam yang berujung pada ujaran kebencian dan saling menyalahkan di media sosial,</li> <li>c. Literasi media yang rendah.</li> </ul>
5	(Hidayat Nurul, 2024),	Tantangan Dakwah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penyebaran informasi yang</li> </ul>

	Jurnal Komunikasi Islam, 5(1), 45-54.	NU di Era Digital dan Disrupsi Teknologi	<p>tidak terverifikasi,</p> <p>b. Meningkatnya konten radikal di media sosial,</p> <p>c. Kebutuhan untuk beradaptasi dengan preferensi audiens yang terus berubah.</p>
6	(Wahyuni & Harahap, 2023), An-Nadwah, 29(2).	Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital: Study Literature Review	<p>a. Perkembangan teknologi memberikan kemudharatan yang besar bagi masyarakat apabila tidak digunakan dengan tepat,</p> <p>b. Para <i>da'i</i> harus berusaha lebih keras agar <i>mad'u</i> yang heterogen dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.</p>
7	(Darwin dkk., 2025). Journal Khafi: Journal of Islamic Studies, 3(1), 27-39.	Pendidikan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar	<p>a. Paparan konten negatif dan hoaks.</p>
8	(Aziz, 2018). Islamic Comunication, 3(2), 121-140.	Netizen Jurnalisme dan Tantangan Dakwah di Media Baru	<p>a. Kurangnya pemahaman warganet mengenai etika media sosial.</p>
9	(Mutrofin, 2018). Jurnal Komunikasi Islam, 8(2), 341-357.	Dakwah Melalui Youtube: Tantangan <i>Da'i</i> di Era Digital	<p>a. Metode dakwah yang digunakan cenderung monoton.</p>
10	(Abrori & Alnashr, 2023) Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 1(1), 29-40.	Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat	<p>a. Perlunya adaptasi terhadap perkembangan media sosial.</p>
11	(Azman, 2022). Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 3(2),	Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial	<p>a. Pesatnya perkembangan teknologi, ketergantungan generasi milenial pada media</p>

	197-209.		sosial.
12	(Rani, 2023). AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 207-216.	Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer	a. Adanya risiko informasi tidak akurat, penyebab konten negatif, bahaya radikalasi, platform media sosial yang tidak terverifikasi dapat memfragmentasikan pesan dakwah.
13	(Hendra & Saputri, 2020) Al Hikmah Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi 7(1).	Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial	a. Tumbuhnya media massa <i>mainstream</i> yang sekuler dan anti Islam, b. Kurangnya tenaga ahli media massa muslim, Problematika internal aktivis dakwah, c. Kemiskinan dalam masyarakat merupakan tantangan dalam berdakwah terutama dalam perkembangan media sosial.
14	(Anas dkk., 2022) Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society (KIIIES) 5.0, 3(1), 396-399.	Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial	a. Dakwah perlu bersaing dengan konten negatif yang tersebar luas di media sosial, b. Konten harus relevan dengan kebutuhan audiens untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat diterima dan diinternalisasi dengan baik.
15	(Islamy Fajar Rindu Mohammad, 2020). Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 6(1), 1-22.	Optimalisasi Dakwah Media Sosial di Kalangan Mahasiswa di Masa Pandemi Dalam Dimensi Globalisasi	a. Dakwah yang berbau ideologi negatif seperti sekulerisme, radikalisme, dan <i>islamophobia</i> , b. Mengangkat isu sensitivisme.

Berdasarkan hasil literature review, terdapat 6 faktor utama yang menjadi tantangan utama dalam berdakwah di media sosial pada era digital saat ini. Gambar pemetaan tantangan utama dalam berdakwah di media sosial ditampilkan pada gambar di bawah ini.

Gambar 1 Tantangan dalam berdakwah di media sosial



### **Penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), menunjukkan bahwa 5 dari 15 penelitian terdapat salah satu tantangan yang sama, yaitu penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa verifikasi dan penyaringan informasi serta peningkatan literasi digital sangat dibutuhkan untuk meminimalisir kesalahan dalam penafsiran pesan dakwah. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 1 yang mengungkapkan adanya penyebaran informasi yang menyimpang, pada artikel no. 3 mengungkapkan risiko penyebaran informasi yang salah, pada artikel no. 5 mengungkapkan penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, pada artikel no. 7 mengungkapkan paparan konten negatif dan hoaks, serta pada artikel no. 12 mengungkapkan adanya risiko informasi yang tidak akurat. Dengan demikian, sangat penting bagi para praktisi dakwah untuk selalu melakukan verifikasi fakta dan melakukan edukasi kepada masyarakat agar pesan dakwah yang disebarluaskan terhindar dari informasi yang menyesatkan dan dapat diterima oleh masyarakat.

### **Kurangnya literasi digital dan pemahaman etika bermedia sosial**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), menunjukkan bahwa 3 dari 15 penelitian terdapat salah satu tantangan yang sama, yaitu kurangnya literasi digital dan pemahaman etika dalam penggunaan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran akan pentingnya literasi digital dan pelajaran mengenai etika serta tata cara penggunaan media sosial yang baik dan benar sangat penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 1 yang mengungkapkan kurangnya pemahaman mengenai etika dalam bermedia sosial, pada artikel no. 4 yang mengungkapkan rendahnya literasi media di kalangan umat, serta pada artikel no. 8 mengungkapkan ketidakmampuan masyarakat dalam menerapkan etika bermedia sosial. Dengan demikian, peningkatan literasi digital menjadi aspek penting bagi para mad'u agar dapat menyampaikan dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika dalam kehidupan sehari-hari.

### **Meningkatnya konten radikalisme**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), menunjukkan bahwa 3 dari 15 penelitian terdapat salah satu tantangan yang sama, yaitu meningkatnya konten radikalisme. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya pengawasan dari seluruh elemen masyarakat dan regulasi yang ketat dari pemerintah untuk mencegah penyebaran ideologi ekstrem melalui konten dakwah yang dapat menimbulkan konflik di masyarakat. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 5 yang mengungkapkan meningkatnya konten radikal di media sosial, pada artikel no. 12 mengungkapkan bahaya radikalasi akibat penyebaran informasi yang tidak akurat, dan

pada artikel no. 15 mengungkapkan munculnya dakwah yang berbau ideologi negatif seperti radikalisme. Dengan demikian, kerja sama antara pemerintah, institusi agama, dan platform digital serta masyarakat perlu diperkuat agar terbebas dari pengaruh pemahaman ekstrem.

### **Keterbatasan format dan durasi konten-konten dakwah**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), sebanyak 2 dari 15 penelitian terdapat salah satu tantangan yang sama, yaitu keterbatasan format dan durasi konten dakwah, terutama pada media sosial yang mengutamakan video pendek, membatasi kedalaman dan kompleksitas pesan yang dapat disampaikan. Seiring dengan perkembangan media sosial, masyarakat lebih senang menyaksikan video pendek seperti yang ditunjukkan oleh fitur reels yang ada pada platform Instagram dan short video pada platform tiktok. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam penyajian konten dakwah sangat penting agar pesan keagamaan dapat tersampaikan secara menyeluruh dan menarik terhadap berbagai kalangan masyarakat. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 2 yang mengidentifikasi keterbatasan durasi sebagai faktor yang mengurangi efektivitas dakwah, serta pada artikel no. 3 yang menyatakan bahwa format video pendek membatasi kedalaman pesan dakwah. Oleh karena itu, para da'i perlu mengeksplorasi berbagai bentuk media digital, seperti podcast, webinar, dan konten interaktif lainnya untuk memaksimalkan penyampaian pesan dakwah yang informatif dan menarik.

### **Problematika pada masalah internal aktivis dakwah**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), sebanyak 1 dari 15 penelitian menunjukkan tantangan lainnya, yaitu problematika internal di kalangan aktivis dakwah yang berdampak pada efektivitas penyebaran pesan. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan internal dan kreativitas sangat penting untuk menciptakan upaya yang maksimal dalam penyebaran dakwah. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 13 yang menekankan adanya problematika internal, seperti kurangnya tenaga ahli di media massa muslim. Dengan mengatasi permasalahan internal melalui pelatihan, struktur organisasi dakwah dapat diperkuat untuk mendukung pesan yang lebih terarah dan konsisten.

### **Tantangan adaptasi terhadap pengembangan teknologi dan media sosial**

Berdasarkan hasil systematic literature review (SLR), sebanyak 5 dari 15 penelitian terdapat salah satu tantangan yang sama, yaitu tantangan yang signifikan dalam adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa para da'i dan praktisi dakwah harus mampu untuk melakukan inovasi dan menyesuaikan strategi dakwahnya agar sesuai dengan keadaan. Hal ini ditunjukkan pada artikel no. 5 yang menyatakan adanya kebutuhan untuk beradaptasi dengan preferensi audiens yang terus berubah, pada artikel no. 6 yang menekankan dampak negatif apabila teknologi tidak digunakan dengan tepat, pada artikel no. 10 yang menunjukkan perlunya adaptasi terhadap perkembangan media sosial, pada artikel no. 11 yang menyoroti pesatnya perkembangan teknologi dan ketergantungan generasi milenial terhadap platform media sosial, serta pada artikel no. 14 yang menunjukkan bahwa dakwah perlu bersaing dengan konten negatif di platform digital. Dengan menerapkan inovasi digital dan pelatihan berkelanjutan, strategi dakwah dapat lebih responsif terhadap tantangan yang ada di era digital sehingga mampu menjangkau dan memengaruhi audiens dengan lebih luas.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan literatur, peneliti mengidentifikasi beberapa tantangan yang perlu diatasi dalam dakwah melalui media sosial. Tantangan yang paling membahayakan adalah meningkatnya konten radikalisme dalam media sosial, diikuti oleh penyebaran informasi yang tidak akurat dan hoaks. Selain itu, perkembangan teknologi mengharuskan para da'i untuk terus beradaptasi. Perkembangan media sosial juga menyebabkan tingginya minat masyarakat terhadap video pendek yang dinilai membatasi efektivitas dakwah. Meskipun media sosial terus berkembang, etika penggunaannya dan literasi digital masih dinilai kurang. Selain

tantangan-tantangan eksternal, masalah-masalah internal dari organisasi dakwah itu sendiri juga dapat mengurangi efektivitas dakwah media sosial.

Terdapat beberapa pembatasan dalam penelitian ini. Literatur yang digunakan dalam penelitian sangat terbatas, hanya 15 artikel, sehingga ada kemungkinan bahwa tantangan yang diidentifikasi perlu dianalisis lebih lanjut. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji literatur tantangan berdakwah di media sosial secara lebih menyeluruh. Selain itu, poin mengenai problematika pada masalah internal aktivis dakwah sangat minim literurnya, sehingga penelitian selanjutnya dapat menelusuri lebih lanjut bagaimana problematika organisasi dakwah berdampak pada efektivitas dakwah di media sosial.

Untuk mengatasi setiap tantangan tersebut, para dai perlu melakukan beberapa upaya preventif dan mitigasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Melaporkan konten radikalisme dan hoaks kepada pihak berwenang atau moderator platform media sosial terkait.
2. Terus berinovasi secara berkelanjutan dan menggunakan berbagai bentuk konten media sosial lainnya.
3. Bekerja sama dengan pemerintah untuk mengadakan program yang dapat meningkatkan literasi digital dan etika bermedia sosial.
4. Mengatasi permasalahan internal dan terus meningkatkan kualitas dan kreativitas internal.

## Daftar Pustaka

- Abrori, & Alnashr, S. M. (2023). Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>
- Anas, Yusra, & Amin M. Sagir. (2022). Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial. *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0*, 3(2), 193–205. <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350>
- Aziz, A. M. (2018). NETIZEN JURNALISME DAN TANTANGAN DAKWAH DI MEDIA BARU. *Islamic Comunication Journal*, 3(2). <https://scholar.archive.org/work/j4uzkrdfvvekjdmguyk4m4ss3e/access/wayback/http://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/download/3096/pdf>
- Azman, Z. (2022). Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. *Jurnal khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 193–205. <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350>
- Darwin, Maulidin Syarif, & Muamalah Husnul. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar Darwin. *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies*, 3(1), 27–39. <http://ejournal.panduinstitute.com/index.php/PCFIS/article/view/161>
- DataReportal. (2025, Januari). Global Social Media Statistics. <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Detailed%20analysis%20by%20the%20team,of%20the%20total%20global%20population>.
- Dhora Tian Sony, Hidayat, O., Tahir, M., Arsyad J. Asyhary Andi, & Nuzuli, K. A. (2023). Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru “e-Jihad” atau Latah Bersosial Media. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>
- Faridah, Yusuf Muhammad, & Asriadi. (2022). EFEKTIVITAS DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN KAUM MILENIAL. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–27. <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>
- Habibi Muhammad. (2018). OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA MILENIAL. *AL-HIKMAH: Jurnal Dakwah*, 12(1), 101–116. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i1.1085.g554>
- Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah dalam Arus Perkembangan Media Sosial Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial. *Al hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah>
- Hidayat Nurul. (2024). Tantangan Dakwah NU di Era Digital dan Disrupsi Teknologi. *J-Kis: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 45–54. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.962>

- Islamy Fajar Rindu Mohammad. (2020). Optimalisasi Dakwah Media Sosial di Kalangan Mahasiswa di Masa Pandemi Dalam Dimensi Globalisasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.22617/BRF200096>
- Mutrofin. (2018). Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2).
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). TANTANGAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA MEDIA BARU. *ARKANA Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1). <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i01.4036>
- Rahmadhani Aulia Syifa, Pratama Indra Dhamar, Putri Az Zahra Nur Rifada, Rochimah NurZiana, & Ludiansyah Rahman Ahmad. (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 3(2), 222–227. <https://doi.org/10.58192/sidu.v3i2.2184>
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Syaifuddin, & Muhib Abdul. (2021). Efektifitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Review. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17–28. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Ummah Hidayatul Nurul. (2022). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL Nurul Hidayatul Ummah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, X(1), 151–169. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd>
- Wahyuni, R., & Harahap, R. S. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review. *An Nadwah*, 29, 162–172. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v29i2.18571>