



ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA DIGITAL

Muhammad Ronaydi
Kementerian Agama Jakarta, Indonesia
e-mail: muhammadronaydi29@gmail.com

Diterima tanggal: 22 April 2026

Selesai tanggal: 17 Juli 2026

ABSTRACT:

The development of digital technology has brought significant changes to the pattern of Islamic da'wah communication. Social media has become a new medium for spreading Islamic messages because it can reach people widely and quickly. However, the growth of digital da'wah also presents various challenges, such as the spread of religious hoaxes, hate speech, and the use of impolite language in da'wah communication. This study aims to examine the importance of communication ethics in Islamic da'wah in the digital era and its application on social media. The research method used is qualitative research with a library research approach. Data were obtained from books, journals, scientific articles, and various literature sources related to Islamic communication and digital da'wah. The results of the study indicate that Islamic communication ethics play an important role in the success of digital da'wah. Communication principles such as qaulan sadida, qaulan layyina, qaulan ma'rufa, and qaulan baligha serve as guidelines in delivering da'wah messages in a polite, truthful, and effective manner. In addition, the application of communication ethics can prevent social conflict and create peaceful and comforting da'wah in digital media. Therefore, communication ethics become the main foundation in implementing Islamic da'wah in the digital era so that it remains in accordance with the values of Islamic teachings.

/Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dakwah Islam. Media sosial menjadi sarana baru dalam penyebaran pesan-pesan keislaman karena mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Namun, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan berbagai tantangan, seperti penyebaran hoaks keagamaan, ujaran kebencian, serta penggunaan bahasa yang kurang santun dalam komunikasi dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya etika komunikasi dalam dakwah Islam di era digital serta penerapannya dalam media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Data diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan komunikasi Islam dan dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam memiliki peranan penting dalam keberhasilan dakwah digital. Prinsip-prinsip komunikasi seperti *qaulan sadida*, *qaulan layyina*, *qaulan ma'rufa*, dan *qaulan baligha* menjadi pedoman dalam menyampaikan pesan dakwah secara santun, benar, dan efektif. Selain itu, penerapan etika komunikasi dapat mencegah konflik sosial serta menciptakan dakwah yang damai dan menyejukkan di media digital. Dengan demikian, etika komunikasi menjadi landasan utama dalam pelaksanaan dakwah Islam di era digital agar tetap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.]

Keywords: *Communication Ethics, Islamic Da'wah, Digital Era, Social Media, Da'wah Communication.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara manusia memperoleh dan menyebarkan informasi. Kehadiran internet

dan media sosial menjadikan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, luas, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan WhatsApp kini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial,

tetapi juga dimanfaatkan sebagai media penyampaian pesan keagamaan atau dakwah Islam.¹ Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah telah mengalami transformasi dari metode konvensional menuju dakwah digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat.²

Dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas mengajak manusia kepada kebaikan dan jalan yang diridhai Allah Swt. Dalam pelaksanaannya, dakwah tidak hanya menekankan isi pesan yang disampaikan, tetapi juga memperhatikan cara berkomunikasi yang digunakan oleh seorang dai. Komunikasi yang baik akan mempermudah pesan dakwah diterima oleh masyarakat, sedangkan komunikasi yang tidak tepat dapat menimbulkan kesalahpahaman bahkan konflik sosial. Oleh karena itu, etika komunikasi menjadi unsur penting dalam aktivitas dakwah, terutama di era digital yang memungkinkan penyebaran informasi terjadi secara cepat dan luas.³

Kemajuan media digital memberikan peluang besar bagi perkembangan dakwah Islam. Melalui media sosial, seorang dai dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus bertatap muka secara langsung. Konten dakwah dalam bentuk video pendek, podcast,

infografis, maupun tulisan keagamaan kini semakin diminati, khususnya oleh generasi muda. Dakwah digital dianggap lebih praktis, menarik, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, media digital juga memungkinkan masyarakat untuk mengakses kajian Islam kapan saja dan di mana saja.⁴

Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Saat ini masih ditemukan konten dakwah yang menggunakan bahasa kasar, provokatif, menyudutkan kelompok tertentu, bahkan mengandung unsur ujaran kebencian. Tidak sedikit pula informasi keagamaan yang disebarkan tanpa melalui proses verifikasi sehingga menimbulkan hoaks dan kesalahpahaman di tengah masyarakat. Fenomena ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku dakwah di media digital belum sepenuhnya menerapkan etika komunikasi Islam dalam menyampaikan pesan dakwah.

Islam mengajarkan bahwa dakwah harus dilakukan dengan penuh hikmah, kelembutan, dan nasihat yang baik. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

¹ Yedi Purwanto, Muhamad Taufik, and Asep Wawan Jatnika. "Peran teknologi informasi dalam perkembangan dakwah mahasiswa." *Jurnal Sosioteknologi* Vol. 16, No. 1 (2017): 94-109.

² Athik Hidayatul Ummah. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)". *TASAMUH : Jurnal Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol.18 No.1. (2020), 54-78.
<https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>.

³ Muhammad Ganda Marzuqi, Faizatul Mukarromah, Ilham Maulana Yusup, dan Moh.Ali Aziz, "Komunikasi Dakwah Dengan Qoulan Masysura Di Instagram Nu Online Jawa Timur (@nuonlinejatim): Kajian Feminisme dalam Kacamata Islam. AT-TANZIR: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.15, No.1, (2024), 91-114.
<https://doi.org/10.47498/tanzir.v15i1.3185>.

⁴ Reza Mardiana, "Daya tarik media digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, Vol.10, No02 (2020): 148-158.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴ dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. Hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan yang batil. (QS.An-Nahl : 125)⁵

Ayat tersebut memerintahkan umat Islam untuk mengajak manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana. Rasulullah saw. juga mencontohkan metode komunikasi yang santun, penuh kasih sayang, dan menghargai perbedaan dalam berdakwah. Dengan demikian, etika komunikasi menjadi landasan utama agar dakwah dapat diterima dengan baik dan mampu memberikan pengaruh positif bagi masyarakat.⁶

Etika komunikasi dalam dakwah mencakup berbagai prinsip seperti berkata benar (qaulan sadida), berkata lembut (qaulan layyina), berkata baik (qaulan ma'rufa), dan berkata efektif (qaulan baligha). Prinsip-prinsip tersebut sangat relevan diterapkan dalam komunikasi digital saat ini. Seorang dai dituntut untuk lebih berhati-hati dalam menyampaikan informasi karena setiap pesan yang dipublikasikan di media sosial dapat dengan

mudah tersebar luas dan memengaruhi banyak orang. Oleh sebab itu, dakwah digital tidak hanya membutuhkan kemampuan berbicara dan penguasaan teknologi, tetapi juga pemahaman terhadap etika komunikasi Islam.⁷

Pentingnya etika komunikasi dalam dakwah digital menjadi perhatian serius karena media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Konten dakwah yang santun, damai, dan edukatif dapat menjadi sarana untuk memperkuat nilai-nilai Islam yang moderat dan toleran. Sebaliknya, dakwah yang dilakukan dengan cara kasar dan provokatif dapat memicu konflik serta menciptakan citra negatif terhadap Islam.⁸ Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi dalam dakwah di era digital menjadi hal yang sangat penting untuk menjaga persatuan dan keharmonisan sosial.

Kajian mengenai etika komunikasi dalam dakwah Islam di era digital telah menjadi perhatian banyak peneliti. Penelitian terdahulu umumnya membahas komunikasi dakwah melalui media sosial, strategi dakwah digital, serta penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas komunikasi modern. Artikel yang ditulis oleh Abdullah dan Kahina dalam tulisannya yang berjudul *“Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial”* menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pola komunikasi masyarakat Muslim. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa etika

⁵ Al-Quran Kemenag diakses pada 8 Mei 2025 Pukul 13:26 WIB.

⁶ Agus Ahmad Safei, *Sosiologi Dakwah Rekonsepsi, Revitalisasi, dan Inovasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 54-55.

⁷ Joko Susanto. *Etika Komunikasi Islami*. WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu

Keislaman, Vol.1, No.1, (2020), 1-24. <https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i1.28>

⁸ Iqrom Faldiansyah, *Dakwah Virtual di Media Sosial Perspektif Al-Quran*, (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2023), hlm.283-285.

komunikasi seperti berkata sopan, jujur, dan tidak menyebarkan ujaran kebencian sangat penting diterapkan dalam aktivitas dakwah digital. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kurangnya pemahaman etika komunikasi dapat memicu konflik dan kesalahpahaman di media sosial.⁹

Penelitian lain dilakukan oleh Firman, dkk dalam artikel *“Etika Dakwah di Media Digital : Tantangan dan Solusi”*. Penelitian ini membahas perkembangan dakwah digital melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital mampu menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda. Namun, penelitian tersebut juga menemukan adanya konten dakwah yang bersifat provokatif dan cenderung menimbulkan perdebatan di ruang digital.¹⁰ Selanjutnya, penelitian oleh Indra Hotmian yang berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah”* menjelaskan bahwa media sosial menjadi sarana efektif dalam penyebaran pesan-pesan keislaman.¹¹ Penelitian ini menyoroti pentingnya kreativitas dalam penyajian konten dakwah agar lebih menarik bagi masyarakat. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih berfokus pada efektivitas media sosial dan belum membahas secara mendalam mengenai etika komunikasi dalam penyampaian dakwah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kajian mengenai dakwah digital umumnya

berfokus pada efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah atau pada konsep etika komunikasi Islam secara normatif. Sementara itu, penelitian yang secara khusus menghubungkan prinsip etika komunikasi Islam dengan fenomena nyata di media sosial, seperti hoaks keagamaan, ujaran kebencian, polarisasi dakwah, dan budaya viral dalam konten dakwah digital, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dengan menganalisis secara kritis relevansi prinsip-prinsip etika komunikasi Islam dalam menghadapi problem komunikasi dakwah kontemporer di ruang digital. Artikel ini tidak hanya menjelaskan konsep etika komunikasi Islam secara teoritis, tetapi juga mengaitkannya dengan tantangan nyata media sosial sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai pentingnya dakwah digital yang santun, moderat, dan bertanggung jawab.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*).¹² Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai etika komunikasi dalam dakwah Islam di era digital. Pendekatan studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berkaitan

⁹ Abdullah dan Dwi Iin Kahina, *Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial*, Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.1, No.2, (2022): 1-15.

¹⁰ Firman Maulidna, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, dan Muhammad Saleh, *Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi*, Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam, Vol.3, No.2, (2025),:315-336, <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>

¹¹ Indra Hotmian, *“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah”*, *Qawwam: The Leaser's Writing*, Vol.5, No.1, (2024),: 7-12.

¹² Abdurrahman, *“Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam”*, Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran, Vol.3, No.2, (2024): 102-113. <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v5i2.777>

dengan objek penelitian melalui sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen yang relevan dengan tema penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari buku-buku dan jurnal yang membahas tentang komunikasi Islam, etika komunikasi, dakwah digital, serta konsep komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an dan hadis. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan berbagai sumber pendukung lainnya yang berkaitan dengan perkembangan dakwah di media digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur. Peneliti mengumpulkan berbagai referensi yang relevan, kemudian membaca, memahami, dan mengkaji isi sumber tersebut untuk memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menghubungkan teori-teori yang berkaitan dengan etika komunikasi dakwah di era digital.¹³

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan memilah informasi yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai sumber yang telah

dikaji.¹⁴ Melalui metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya penerapan etika komunikasi dalam dakwah Islam di era digital serta kontribusinya dalam menciptakan komunikasi dakwah yang santun, damai, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui pendekatan analisis isi (*content analysis*) terhadap berbagai literatur yang berkaitan dengan etika komunikasi Islam dan dakwah digital. Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama seperti hoaks keagamaan, ujaran kebencian, komunikasi provokatif, dan pola interaksi dakwah di media sosial. Selanjutnya, tema-tema tersebut dianalisis menggunakan perspektif etika komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, serta teori komunikasi dakwah. Proses interpretasi dilakukan dengan membandingkan temuan antar-literatur sehingga diperoleh pemahaman yang lebih kritis dan kontekstual mengenai penerapan etika komunikasi dalam dakwah digital.

PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika Komunikasi

Etika komunikasi merupakan cabang kajian dalam ilmu komunikasi yang membahas tentang prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku manusia dalam proses penyampaian pesan. Etika komunikasi tidak hanya menyoroti apa yang dikatakan seseorang, tetapi juga bagaimana cara pesan itu disampaikan, kepada siapa pesan tersebut ditujukan, serta

¹³ Zed Mestika, "Metode Penelitian Kepustakaan", (Jakarta : Yayasan Bogor Indonesia, 2004), hlm.3

¹⁴ Dewi Sadiyah, "Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.87-88.

dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi tersebut.¹⁵ Dengan demikian, etika komunikasi berperan penting dalam menjaga kualitas interaksi sosial agar tetap berjalan secara sehat, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain.

Secara umum, etika berasal dari kata “ethos” yang berarti kebiasaan, karakter, atau nilai-nilai moral yang dianut oleh suatu masyarakat. Dalam konteks komunikasi, etika menjadi pedoman perilaku yang mengarahkan seseorang untuk berkomunikasi secara benar, jujur, sopan, dan menghormati orang lain.¹⁶ Oleh karena itu, etika komunikasi dapat dipahami sebagai seperangkat nilai dan norma yang digunakan untuk menilai apakah suatu tindakan komunikasi dianggap baik atau buruk secara moral.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur cara manusia berkomunikasi agar tetap jujur, sopan, bertanggung jawab, dan menghormati orang lain. Etika komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai aturan sosial, tetapi juga sebagai pedoman penting dalam menciptakan hubungan komunikasi yang sehat, harmonis, dan bermanfaat bagi kehidupan bermasyarakat.

Dalam perspektif Islam, etika komunikasi merupakan bagian dari akhlak dalam berinteraksi dengan sesama manusia yang diatur berdasarkan Al-Qur'an dan hadis. Komunikasi dalam Islam tidak hanya menekankan pada kebenaran isi pesan,

tetapi juga pada cara penyampaiannya agar tidak menyakiti orang lain. Prinsip-prinsip seperti berkata benar (*qaulan sadida*), berkata lemah lembut (*qaulan layyina*), dan berkata baik (*qaulan ma'rufa*) menjadi dasar utama dalam etika komunikasi Islam. Dengan demikian, setiap muslim dituntut untuk menjaga lisan dan sikap dalam berkomunikasi agar sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁷

Selain itu, etika komunikasi dalam Islam juga bertujuan untuk menciptakan kedamaian, mempererat persaudaraan, dan menghindari konflik di tengah masyarakat. Rasulullah saw. menjadi teladan utama dalam berkomunikasi yang santun, jujur, dan penuh kasih sayang, bahkan kepada orang yang berbeda keyakinan. Oleh karena itu, komunikasi dalam Islam tidak boleh mengandung kebohongan, fitnah, ujaran kebencian, atau perkataan yang merendahkan orang lain. Dengan menerapkan etika komunikasi Islam, hubungan sosial akan menjadi lebih harmonis dan dakwah dapat diterima dengan lebih baik oleh masyarakat.¹⁸

Dalam Al-Qur'an terdapat beberapa prinsip komunikasi yang menjadi dasar etika komunikasi Islam, di antaranya qaulan sadida (perkataan yang benar), qaulan layyina (perkataan yang lemah lembut), qaulan ma'rufa (perkataan yang baik), dan qaulan baligha (perkataan yang efektif dan membekas).

Salah satunya yang tertuang di dalam QS.An-Nisa ayat 5 dan 63:

¹⁵ Ratnawati,dkk, “*Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jambi:Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm.194.

¹⁶ Rahma Anita Ginting dan Agus Yulistiono, “*Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*”, (Cirebon: Insani, 2021), hlm.2

¹⁷ Muslimah, “*Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Sosial Budaya, Vol.13,

No.2, (2016),: 115-125.
<http://dx.doi.org/10.24014/sb.v13i2.3534>

¹⁸ Erwan Effendy, Den Bagus Pangestu, dan Juwita Yanti Panggabean, “*Metode, Tujuan, dan Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam*”, Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, Vol.3, No.4, (2023),:1675-1682

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalannya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.” (QS.An-Nisa: 5)

وَلَيْكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا
“Mereka itulah orang-orang yang Allah ketahui apa yang ada di dalam hatinya. Oleh karena itu, berpalinglah dari mereka, nasihatilah mereka, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya”.(QS.An-Nisa:63).

Prinsip-prinsip yang tertuang dalam kedua ayat itu menunjukkan untuk berkata dengan *Qaulan Ma'rufa* dan *Qaulan Baligha* untuk menunjukkan bahwa Islam sangat memperhatikan cara penyampaian pesan agar tidak menimbulkan konflik atau permusuhan.¹⁹

2. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil.

Secara istilah, dakwah adalah aktivitas mengajak manusia untuk beriman dan menaati ajaran Allah Swt. serta menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Dakwah merupakan salah satu bentuk usaha untuk menyebarkan nilai-nilai Islam agar tercipta kehidupan masyarakat yang berakhlak mulia, damai, dan sesuai dengan ajaran agama.²⁰

Dalam Islam, dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah atau khutbah, tetapi juga dapat dilakukan melalui tulisan, media sosial, pendidikan, maupun perilaku sehari-hari yang mencerminkan akhlak Islami. Dakwah bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang ajaran Islam dengan cara yang bijaksana dan penuh kelembutan. Oleh karena itu, seorang dai tidak hanya dituntut memahami ilmu agama, tetapi juga harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar pesan dakwah dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat.²¹

Menurut Moh. Ali Aziz, dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam kepada individu maupun kelompok agar mereka memahami, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.²² Sementara itu, Qodaruddin menjelaskan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia menuju jalan Allah dengan cara yang baik untuk memperoleh kebahagiaan hidup di

¹⁹ Choirul Muchlis., Risan Rusli., & Meiti Islamdini. (2025). “Konsep Etika Komunikasi Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Terhadap Praktik Komunikasi Digital Abad Ke-21: Studi Tafsir Tematik”. Halaqah: Journal of Multidisciplinary Islamic Studies, Vol.2, No.1, (2025) 110–129. <https://doi.org/10.62509/hjis.v2i1.206>

²⁰ Moh. Ali Aziz, “Ilmu Dakwah”, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2019), hlm.350

²¹ Muhammad Ronaydi, “Strategi Anak Muda IRMASRA dalam Dakwah di Masjid Rahmat Kota Pekanbaru”, Bayan Lin-Naas, Vol.7, No.2, (2023),:13-22. <https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v7i2.1396>

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,... hlm.351

dunia dan akhirat.²³ Dengan demikian, dapat kita definisikan bahwasanya dakwah merupakan aktivitas penting dalam Islam yang bertujuan menyebarkan kebaikan dan membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai ajaran Islam.

3. Dakwah di Era Digital

Era digital merupakan masa ketika teknologi informasi berkembang sangat pesat dan memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Kehadiran internet dan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari komunikasi langsung menjadi komunikasi berbasis digital. Dalam konteks dakwah, perkembangan ini memberikan peluang baru untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara lebih luas dan cepat.

Dakwah digital adalah aktivitas dakwah yang dilakukan melalui media internet dan platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan podcast. Dakwah digital memiliki beberapa kelebihan, seperti jangkauan audiens yang luas, biaya yang relatif murah, serta kemudahan akses bagi masyarakat. Selain itu, media digital juga memungkinkan penyampaian dakwah dalam bentuk yang lebih kreatif dan menarik.

Meskipun demikian, dakwah digital juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah maraknya penyebaran informasi keagamaan yang tidak valid serta munculnya konten dakwah yang provokatif dan mengandung ujaran kebencian. Kondisi ini dapat menimbulkan perpecahan di tengah masyarakat. Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi dalam dakwah

digital menjadi sangat penting agar media sosial dapat digunakan sebagai sarana penyebaran Islam yang damai dan menyejukkan.

HASIL PENELITIAN

1. Etika Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam

Hasil kajian menunjukkan bahwa etika komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam aktivitas dakwah Islam, terutama pada era digital yang ditandai dengan perkembangan media sosial dan arus informasi yang sangat cepat. Dalam Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral yang harus dilakukan dengan baik, benar, dan penuh kesantunan. Oleh karena itu, dakwah tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai etika komunikasi yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis.

Berdasarkan hasil analisis berbagai literatur, ditemukan bahwa prinsip etika komunikasi Islam tercermin dalam beberapa konsep qaulan yang disebutkan dalam Al-Qur'an. Prinsip tersebut meliputi qaulan sadida (perkataan yang benar), qaulan layyina (perkataan yang lembut), qaulan ma'rufa (perkataan yang baik), qaulan baligha (perkataan yang efektif dan mudah dipahami), serta qaulan karima (perkataan yang mulia). Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman utama bagi seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.

Dalam praktiknya, penerapan etika komunikasi sangat menentukan keberhasilan dakwah. Komunikasi yang santun dan bijaksana akan membuat

²³ Muhammad Qodaruiddin Abdullah, *"Pengantar Ilmu Dakwah"*, (Jakarta: Qiara Media, 2019), hlm.2

masyarakat lebih mudah menerima pesan yang disampaikan. Sebaliknya, dakwah yang dilakukan dengan cara kasar, provokatif, atau menghina pihak lain cenderung menimbulkan penolakan dan konflik sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh metode komunikasi yang digunakan. Rasulullah saw. merupakan teladan utama dalam penerapan etika komunikasi dakwah. Beliau dikenal sebagai pribadi yang lemah lembut, sabar, dan menghargai orang lain dalam berdakwah. Cara komunikasi Rasulullah mampu menarik simpati masyarakat sehingga dakwah Islam dapat diterima secara luas. Keteladanan ini menjadi dasar bahwa dakwah harus dilakukan dengan pendekatan humanis dan penuh hikmah.

2. Perkembangan Dakwah di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dakwah. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara langsung melalui ceramah, pengajian, atau majelis taklim kini berkembang ke media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan podcast. Media sosial menjadi sarana baru yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat luas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dakwah konvensional. Pertama, dakwah digital mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas wilayah geografis. Kedua, penyampaian dakwah menjadi lebih praktis dan fleksibel karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Ketiga, media digital

memungkinkan penyajian konten dakwah dalam bentuk yang lebih kreatif dan menarik, seperti video pendek, desain visual, animasi, dan podcast.

Fenomena dakwah digital sangat diminati oleh generasi muda karena sesuai dengan gaya hidup modern yang dekat dengan teknologi. Banyak dai dan content creator Muslim memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan kajian keislaman dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam. Namun, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Berdasarkan hasil kajian, ditemukan bahwa media sosial sering digunakan untuk menyebarkan konten keagamaan yang bersifat provokatif dan menimbulkan perdebatan. Tidak sedikit pula dai atau pengguna media sosial yang menyampaikan dakwah dengan bahasa kasar, menyalahkan kelompok lain, bahkan menyebarkan informasi yang belum terverifikasi kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu diiringi dengan kesadaran etika komunikasi yang baik.

Fenomena dakwah digital saat ini tidak hanya menunjukkan perkembangan media komunikasi Islam, tetapi juga memperlihatkan terjadinya perubahan pola otoritas keagamaan di ruang digital. Jika sebelumnya otoritas dakwah didominasi oleh ulama atau lembaga keagamaan formal, kini media sosial memungkinkan siapa saja menjadi penyampai pesan agama tanpa proses verifikasi keilmuan yang jelas. Kondisi ini menyebabkan munculnya banyak content creator dakwah yang lebih mengandalkan popularitas, kemampuan

retorika, dan strategi algoritma dibandingkan kedalaman substansi keagamaan.

Dalam praktiknya, sebagian konten dakwah di media sosial cenderung menggunakan pendekatan komunikasi yang konfrontatif dan sensasional untuk menarik perhatian audiens. Judul provokatif, potongan ceramah yang emosional, hingga narasi “kami paling benar” sering digunakan untuk meningkatkan jumlah penonton, komentar, dan penyebaran konten. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa logika algoritma media sosial secara tidak langsung memengaruhi pola komunikasi dakwah digital. Konten yang memicu emosi publik cenderung lebih cepat viral dibandingkan dakwah yang bersifat edukatif dan menyejukkan.

Selain itu, budaya komunikasi digital yang serba cepat juga memengaruhi cara masyarakat memahami pesan keagamaan. Banyak pengguna media sosial lebih tertarik pada potongan video singkat dibandingkan kajian yang utuh dan mendalam. Akibatnya, pemahaman agama sering diperoleh secara parsial dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana dakwah, tetapi juga membentuk pola baru dalam konsumsi pengetahuan keagamaan masyarakat modern.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tantangan dakwah digital saat ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga menyangkut krisis etika komunikasi di ruang digital. Pergeseran orientasi dakwah dari penyampaian nilai-nilai hikmah menuju budaya viralitas berpotensi mengurangi substansi dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi Islam menjadi penting agar dakwah digital tetap

berorientasi pada pendidikan moral, persatuan sosial, dan penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat.

3. Penerapan Etika Komunikasi dalam Dakwah Digital

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan etika komunikasi dalam dakwah digital dapat dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, seorang dai harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar dan memiliki dasar yang jelas. Prinsip qaulan sadida menuntut agar setiap pesan dakwah disampaikan secara jujur dan tidak mengandung fitnah maupun hoaks. Kedua, dakwah harus dilakukan dengan bahasa yang lembut dan santun. Dalam media sosial, sering ditemukan penggunaan kata-kata kasar atau sindiran yang dapat menimbulkan konflik. Padahal, Islam mengajarkan pentingnya qaulan layyina, yaitu berbicara dengan lemah lembut agar pesan lebih mudah diterima. Penggunaan bahasa yang baik akan menciptakan suasana komunikasi yang damai dan harmonis.

Ketiga, dai perlu memahami karakteristik audiens digital. Generasi muda cenderung lebih menyukai konten yang singkat, kreatif, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, penyampaian dakwah harus disesuaikan dengan perkembangan zaman tanpa menghilangkan nilai-nilai Islam. Penggunaan desain visual, video pendek, dan bahasa sederhana dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam dakwah digital. Keempat, penting bagi seorang dai untuk menghargai perbedaan pendapat di media sosial. Ruang digital merupakan tempat bertemunya berbagai latar belakang pemikiran dan pemahaman agama. Karena itu, komunikasi dakwah harus dilakukan dengan sikap toleran dan

tidak mudah menghakimi pihak lain. Dakwah yang bijaksana akan lebih efektif dibandingkan dakwah yang bersifat memaksa atau menyudutkan kelompok tertentu.

Selain itu, penerapan etika komunikasi juga mencakup tanggung jawab moral dalam menggunakan media digital. Seorang dai harus menyadari bahwa setiap konten yang dipublikasikan dapat memengaruhi banyak orang. Oleh sebab itu, dakwah digital harus diarahkan untuk menyebarkan nilai-nilai perdamaian, persatuan, dan akhlak mulia sesuai ajaran Islam.

4. Tantangan Etika Komunikasi Dakwah di Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam dakwah digital adalah rendahnya literasi digital masyarakat. Banyak pengguna media sosial yang mudah percaya terhadap informasi keagamaan tanpa memeriksa sumber dan kebenarannya. Kondisi ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menyebarkan provokasi dan ujaran kebencian atas nama agama. Selain itu, budaya komunikasi di media sosial cenderung lebih bebas sehingga sebagian orang merasa mudah untuk menghina, mencaci, atau menyerang pihak lain. Fenomena ini bertentangan dengan nilai-nilai etika komunikasi Islam yang menekankan kesopanan dan penghormatan terhadap sesama manusia.

Tantangan lainnya adalah munculnya persaingan popularitas dalam dakwah digital. Sebagian content creator lebih mengutamakan jumlah penonton dan viralitas dibandingkan kualitas isi dakwah. Akibatnya, muncul konten-konten

sensasional yang justru memicu kontroversi demi mendapatkan perhatian publik. Padahal, tujuan utama dakwah adalah menyampaikan kebaikan dan membimbing masyarakat menuju jalan yang benar. Di sisi lain, perkembangan teknologi juga menyebabkan perubahan pola komunikasi masyarakat menjadi lebih singkat dan cepat. Masyarakat cenderung menyukai informasi instan tanpa melakukan kajian mendalam. Hal ini menjadi tantangan bagi para dai untuk tetap menyampaikan dakwah yang berkualitas di tengah budaya digital yang serba cepat.

Selain itu, penyebaran hoaks keagamaan menjadi salah satu persoalan serius dalam dakwah digital. Informasi agama yang dipotong sebagian, hadis tanpa verifikasi, maupun potongan ceramah yang keluar dari konteks sering disebar ulang secara masif di media sosial. Fenomena ini diperparah oleh rendahnya literasi digital masyarakat yang cenderung langsung membagikan informasi tanpa melakukan tabayyun atau verifikasi sumber. Dalam perspektif etika komunikasi Islam, perilaku tersebut bertentangan dengan prinsip qaulan sadida yang menekankan pentingnya kejujuran dan kebenaran informasi. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya membutuhkan kemampuan retorika dan penguasaan teknologi, tetapi juga tanggung jawab moral dalam menjaga validitas informasi keagamaan.

Praktik ujaran kebencian dalam dakwah digital juga menunjukkan bahwa sebagian komunikasi keagamaan di media sosial telah kehilangan dimensi etisnya. Penggunaan label negatif terhadap kelompok lain, budaya saling menyalahkan, dan penyampaian dakwah dengan nada

merendahkan sering memicu polarisasi di ruang digital. Padahal, dakwah Islam pada dasarnya bertujuan membangun persaudaraan dan menciptakan kedamaian sosial. Oleh karena itu, penerapan prinsip qaulan layyina dan qaulan ma'rufa menjadi sangat relevan untuk menciptakan komunikasi dakwah yang lebih inklusif, dialogis, dan menyejukkan di tengah masyarakat digital yang plural.

Fenomena hoaks keagamaan di media sosial menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital masyarakat menjadi salah satu faktor utama munculnya disinformasi keagamaan. Banyak pengguna media sosial cenderung mempercayai informasi yang sesuai dengan keyakinannya tanpa melakukan proses verifikasi sumber. Dalam konteks dakwah digital, kondisi ini berbahaya karena informasi agama yang tidak valid dapat memengaruhi pemahaman keagamaan masyarakat secara luas. Bahkan, tidak sedikit potongan ceramah atau kutipan hadis yang disebarkan tanpa konteks sehingga menimbulkan salah tafsir dan memicu konflik antarkelompok.

Di sisi lain, praktik ujaran kebencian dalam dakwah digital memperlihatkan adanya perubahan etika komunikasi keagamaan di media sosial. Sebagian dai atau content creator menggunakan gaya komunikasi yang keras, merendahkan kelompok lain, dan mudah memberikan penilaian negatif terhadap perbedaan pandangan keagamaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital sering dimanfaatkan sebagai arena pertarungan opini dan identitas keagamaan, bukan sebagai ruang dialog yang sehat. Akibatnya, dakwah yang seharusnya menjadi sarana penyebaran nilai kasih sayang dan persaudaraan justru berpotensi

memperkuat polarisasi sosial di masyarakat.

Analisis tersebut menunjukkan bahwa perkembangan dakwah digital menghadirkan dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, media sosial membuka peluang besar dalam penyebaran pesan Islam secara luas dan cepat. Namun di sisi lain, media digital juga dapat memperkuat budaya komunikasi yang emosional, instan, dan provokatif apabila tidak diimbangi dengan etika komunikasi yang baik. Oleh sebab itu, prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti qaulan sadida, qaulan layyina, dan qaulan ma'rufa tidak hanya relevan sebagai konsep normatif, tetapi juga menjadi kebutuhan sosial dalam menjaga kualitas komunikasi keagamaan di era digital.

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan peningkatan kesadaran etika komunikasi dalam berdakwah. Para dai perlu memahami pentingnya literasi digital serta kemampuan dalam menggunakan media sosial secara bijaksana. Selain itu, masyarakat juga perlu diberikan edukasi mengenai pentingnya menyaring informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Dengan penerapan etika komunikasi yang baik, dakwah digital dapat menjadi sarana penyebaran Islam yang damai, moderat, dan menyejukkan. Media sosial tidak hanya menjadi ruang penyebaran informasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk membangun persaudaraan, memperkuat nilai moral, dan menciptakan kehidupan masyarakat yang harmonis sesuai ajaran Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan dakwah

Islam di era digital. Perkembangan teknologi dan media sosial telah memberikan kemudahan dalam penyebaran pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas. Dakwah digital menjadi lebih efektif karena mampu menjangkau audiens tanpa batas ruang dan waktu serta menarik perhatian generasi muda melalui berbagai bentuk konten kreatif. Namun, di balik kemudahan tersebut, dakwah digital juga menghadapi berbagai tantangan, seperti munculnya ujaran kebencian, penyebaran hoaks keagamaan, komunikasi provokatif, serta rendahnya literasi digital masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media digital dalam dakwah harus diimbangi dengan penerapan etika komunikasi Islam agar pesan dakwah tetap membawa nilai kedamaian dan persatuan.

Etika komunikasi Islam yang meliputi *qaulan sadida*, *qaulan layyina*, *qaulan ma'rufa*, dan *qaulan baligha* menjadi pedoman penting dalam menyampaikan dakwah secara benar, santun, dan efektif. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat membantu menciptakan komunikasi yang harmonis, menghindari konflik sosial, serta memperkuat citra Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin. Dengan demikian, para dai dan pengguna media sosial perlu memahami pentingnya etika komunikasi dalam aktivitas dakwah digital. Dakwah tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga harus memperhatikan cara penyampaian agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Melalui komunikasi yang santun, bijaksana, dan bertanggung jawab, dakwah digital dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai Islam yang damai, edukatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tantangan utama dakwah digital saat ini bukan hanya pada perkembangan teknologi, tetapi juga pada krisis etika komunikasi di media sosial. Oleh sebab itu, penguatan literasi digital dan internalisasi nilai-nilai etika komunikasi Islam menjadi kebutuhan penting agar dakwah digital tidak terjebak pada budaya provokasi, hoaks, dan orientasi viralitas semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Dwi Iin Kahina, *Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial*, Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.1, No.2, (2022): 1-15.
- Abdullah, Muhammad Qodaruddin, *"Pengantar Ilmu Dakwah"*, Jakarta: Qiara Media, 2019.
- Abdurrahman, *"Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam"*, Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran, Vol.3, No.2, (2024): 102-113. <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v5i2.777>
- Al-Quran Kemenag diakses pada 8 Mei 2025 Pukul 13:26 WIB.
- Aziz, Moh. Ali, *"Ilmu Dakwah"*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2019.
- Effendy, Erwan, Den Bagus Pangestu, dan Juwita Yanti Panggabean, *"Metode, Tujuan, dan Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam"*, Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, Vol.3, No.4, (2023):1675-1682
- Faldiansyah, Iqrom, *Dakwah Virtual di Media Sosial Perspektif Al-Quran*, Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2023.
- Ginting, Rahma Anita dan Agus Yulistiono, *"Etika Komunikasi dalam Media Sosial :*

- Saring Sebelum Sharing*", Cirebon: Insani, 2021.
- Hotmian, Indra, "*Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah*", *Qawwam: The Leaser's Writing*, Vol.5, No.1, (2024),: 7-12.
- Mardiana, Reza, "*Daya tarik media digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial.*" *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, Vol.10, No02 (2020): 148-158.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>
- Marzuqi, Muhammad Ganda, Faizatul Mukarromah, Ilham Maulana Yusup, dan Moh.Ali Aziz, "*Komunikasi Dakwah Dengan Qoulan Masysura Di Instagram Nu Online Jawa Timur (@nuonlinejatim): Kajian Feminisme dalam Kacamata Islam.*" *AT-TANZIR: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.15, No.1, (2024), 91-114.<https://doi.org/10.47498/tanzir.v15i1.3185>.
- Maulidna, Firman, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, dan Muhammad Saleh, *Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi*, *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, Vol.3, No.2, (2025),:315-336,
<https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>
- Mestika, Zed, "*Metode Penelitian Kepustakaan*", Jakarta : Yayasan Bogor Indonesia, 2004.
- Muchlis, Choirul., Risan Rusli., & Meiti Islamdini. (2025). "*Konsep Etika Komunikasi Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Terhadap Praktik Komunikasi Digital Abad Ke-21: Studi Tafsir Tematik*". *Halaqah: Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, Vol.2, No.1, (2025) 110–129.
<https://doi.org/10.62509/hjis.v2i1.206>
- Muslimah, "*Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam*", *Jurnal Sosial Budaya*, Vol.13, No.2, (2016),: 115-125.
<http://dx.doi.org/10.24014/sb.v13i2.3534>
- Purwanto, Yedi, Muhamad Taufik, and Asep Wawan Jatnika. "*Peran teknologi informasi dalam perkembangan dakwah mahasiswa.*" *Jurnal Socioteknologi* Vol. 16, No. 1 (2017): 94-109.
- Ratnawita, Tomi Tamtomo, Nani Nurani Muksin, Sandy Gunarso, Febriansyah Nataly, Mira Suminar, Indah Fajar Rosalina, Shulhuly Ashfahani, Enggal Sari, Saktisyahputra, Sri Rahardian, Nadia Zahara, Ifa Safira, dan Nur Asiah, "*Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*", Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Ronaydi, Muhammad, "*Strategi Anak Muda IRMASRA dalam Dakwah di Masjid Rahmat Kota Pekanbaru*", *Bayan Lin-Naas*, Vol.7, No.2, (2023),:13-22.
<https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v7i2.1396>
- Sadiah, Dewi, "*Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*", Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Safei, Agus Ahmad, *Sosiologi Dakwah Rekonsepsi, Revitalisasi, dan Inovasi*, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Susanto, Joko. *Etika Komunikasi Islami*. WARAQAT : *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.1, No.1, (2020), 1-24.
<https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i1.28>
- Ummah, Athik Hidayatul. "*Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*". *TASAMUH: Jurnal Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol.18 No.1. (2020), 54-78.
<https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>.