



Media Teknologi sebagai Sarana Dakwah Digital: Analisis Sistematis Penggunaan Presentasi Digital dan Internet

Muhammad Faisal¹

Nofrizal¹

Fitria Mitra¹

Edi Nofrizal¹

Rahmi¹

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Kota Padang, 25172

abuarkan070486@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji efektivitas media teknologi dalam dakwah digital, dengan fokus pada presentasi digital dan platform internet sebagai alat komunikasi yang inovatif. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) untuk menganalisis literatur terindeks yang relevan, dengan kriteria inklusi berupa artikel dan publikasi terkait dakwah digital yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Kriteria eksklusi meliputi studi yang tidak relevan atau tidak dapat diakses secara penuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi presentasi digital seperti Canva dan Prezi mampu meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan dakwah melalui elemen visual yang menarik dan terstruktur. Selain itu, internet sebagai platform dakwah memberikan peluang luas untuk menjangkau audiens global, meskipun menghadapi tantangan seperti hoaks dan komentar negatif. Dibandingkan metode tradisional, media digital memungkinkan interaksi yang lebih responsif dan penyebaran pesan yang lebih sistematis. Penelitian ini menyoroti pentingnya literasi digital bagi para dai untuk mengoptimalkan pemanfaatan media teknologi dalam dakwah. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan strategi digital yang relevan untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Media Teknologi, Presentasi Digital, Literasi Digital, Internet.

ABSTRACT

This study examines the effectiveness of technological media in digital da'wah, focusing on digital presentations and internet platforms as innovative communication tools. The method employed is a Systematic Literature Review (SLR) to analyze relevant indexed literature, with inclusion criteria comprising articles and publications on digital da'wah published within the last five years. Exclusion criteria include studies that are irrelevant or inaccessible in full text. The results indicate that digital presentation applications such as Canva and Prezi enhance the appeal and effectiveness of da'wah messages through engaging and structured visual elements. Furthermore, the internet as a da'wah platform offers extensive opportunities to reach a global audience, despite challenges such as hoaxes and negative comments. Compared to traditional methods, digital media enables more responsive interaction and systematic message dissemination. This study highlights the importance of digital literacy for da'i in optimizing the use of technological media in da'wah. The practical implication of this research is the need to develop relevant digital strategies to enhance the effectiveness of da'wah in the digital era.

Keywords: Digital Da'wah, Technological Media, Digital Presentation, Digital Literacy, Internet.

PENDAHULUAN

Di era digital ini, kemajuan teknologi informasi memberikan dampak besar terhadap metode penyebaran informasi, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Platform digital, seperti internet dan media sosial, kini menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat digital sangat bergantung pada platform digital untuk mengakses informasi, termasuk yang berkaitan dengan agama (Sumarti et al., 2022; Salehudin, 2024). Oleh karena itu, penggunaan teknologi dalam dakwah menjadi hal yang sangat relevan dan mendesak untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Peningkatan akses internet di Indonesia membuka peluang besar bagi dai dan lembaga dakwah untuk memanfaatkan platform digital dalam menyebarkan ajaran Islam. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang, atau sekitar 79,5% dari total populasi Indonesia yang mencapai 278,7 juta orang (CNN Indonesia). Platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, penggunaan presentasi digital melalui aplikasi seperti Canva dan Prezi memungkinkan penyampaian materi dakwah yang lebih menarik dan interaktif. Hal ini mendukung pandangan bahwa teknologi dapat memfasilitasi dan meningkatkan aktivitas dakwah melalui pengelolaan sumber daya teknologi secara efektif.

Pentingnya pemanfaatan media teknologi dalam dakwah digital di era ini tidak bisa diremehkan. Platform media sosial dan digital memungkinkan para dai menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih interaktif dan menarik. Penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial dapat meningkatkan efektivitas dakwah, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi (Habibi, 2018; Surbakti et al., 2023). Selain itu, penggunaan presentasi digital membantu dalam menyampaikan informasi secara visual yang lebih mudah dipahami, sehingga dapat menarik perhatian audiens (Febriansyah, 2023).

Namun, pemanfaatan teknologi dalam dakwah juga menghadapi tantangan. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan dai dan masyarakat. Banyak dai yang belum memiliki keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam dakwah mereka (Muhaemin, 2017). Selain itu, konten dakwah yang disampaikan melalui media digital harus mampu bersaing dengan banyaknya informasi lain yang beredar di internet. Konten yang tidak relevan dapat mengurangi efektivitas pesan dakwah dan bahkan menyebabkan kebingungan di kalangan audiens (Uddin & Muhid, 2021).

Penelitian ini mengangkat masalah bagaimana media teknologi, seperti presentasi digital dan internet, dapat dioptimalkan dalam dakwah digital. Pertanyaan ini penting untuk dijawab agar para dai dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif dalam menyampaikan pesan Islam. Penelitian ini juga bertujuan untuk meneliti kontribusi media berbasis teknologi terhadap efektivitas penyiaran Islam, yang merupakan aspek penting dalam memahami dinamika dakwah di era digital (Ghofur, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran media teknologi dalam dakwah digital serta mengidentifikasi kelebihan dan keterbatasan penggunaan presentasi digital dan internet dalam penyiaran Islam. Dengan memahami peran serta tantangan yang ada, diharapkan para dai dapat merumuskan strategi yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi untuk dakwah, sehingga pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan lebih efektif dan efisien (Sai'dah et al., 2022).

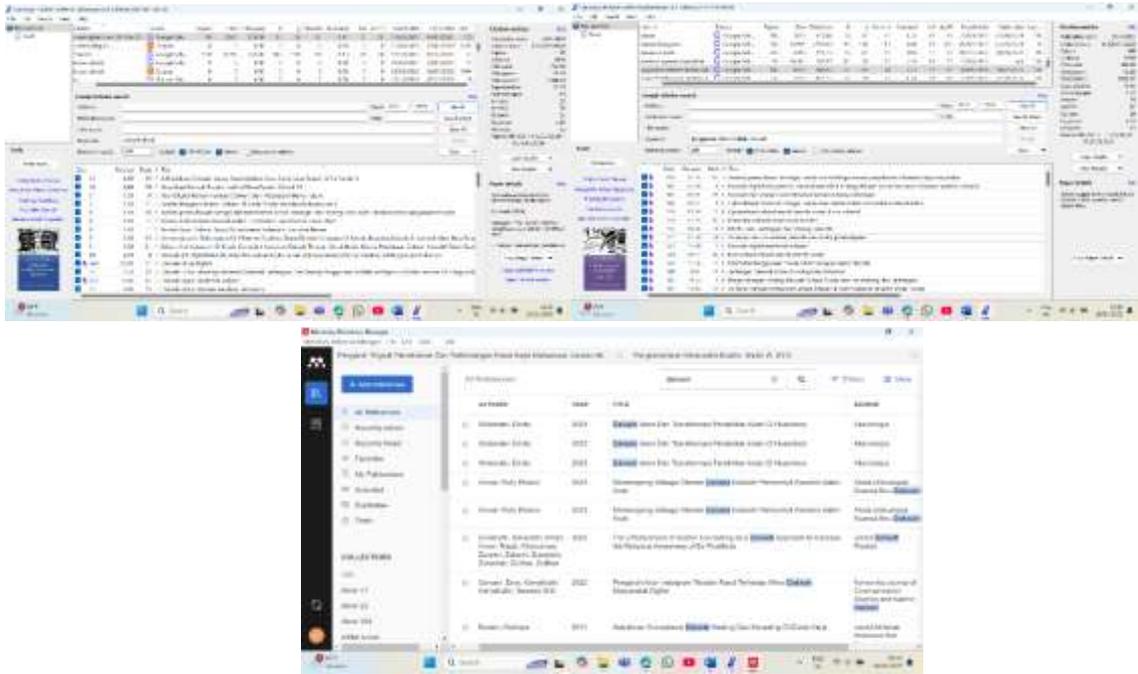
Oleh karena itu, pemanfaatan media teknologi untuk dakwah digital membutuhkan strategi yang tepat dan fleksibel. Peningkatan literasi digital para dai, penyajian konten yang kreatif dan relevan, serta verifikasi informasi yang cermat menjadi kunci dalam menyebarkan pesan Islam secara efektif di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan dakwah digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), yang merupakan pendekatan sistematis dan terstruktur untuk mengumpulkan serta menganalisis data dari berbagai sumber literatur yang relevan. Tujuan dari SLR adalah untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menyintesis penelitian yang telah ada mengenai topik tertentu, dalam hal ini terkait dengan pemanfaatan media teknologi dalam dakwah digital. Metode ini memberikan gambaran menyeluruh tentang literatur yang ada, serta membantu mengidentifikasi kekurangan atau kesenjangan dalam penelitian sebelumnya (Triandini et al., 2019; Akbar, 2023). Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih dalam tentang peran teknologi dalam dakwah digital, serta memberikan rekomendasi praktis bagi dai dan praktisi dakwah agar dapat memanfaatkan teknologi secara efektif.

Kriteria pemilihan literatur dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria inklusi dan eksklusi yang jelas. Kriteria inklusi mencakup artikel jurnal, laporan penelitian, dan publikasi lain yang relevan dengan dakwah digital serta penggunaan media teknologi, yang diterbitkan dalam 10 tahun terakhir, dan dapat dipahami oleh peneliti. Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup publikasi yang tidak relevan, seperti artikel yang tidak membahas dakwah digital secara langsung atau yang tidak dapat diakses sepenuhnya (Ganann et al., 2010). Hanya literatur yang memenuhi kriteria ini yang akan dipertimbangkan dalam analisis untuk menjamin kualitas dan relevansi hasil penelitian.

Penelitian ini mengikuti langkah-langkah SLR yang umum, termasuk identifikasi literatur, seleksi data, analisis, dan sintesis temuan. Proses dimulai dengan pencarian literatur di berbagai database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, ProQuest, dan Elsevier, untuk menemukan artikel yang relevan. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang sesuai, seperti "dakwah digital", "media teknologi dalam dakwah", "presentasi digital untuk dakwah", dan "penggunaan internet dalam dakwah". Setelah itu, data dari artikel yang terpilih diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Proses ini sering kali menggunakan alat bantu seperti PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) untuk memastikan transparansi dan sistematisasi setiap langkah (Moher et al., 2015; Ruksakulpiwat et al., 2021).



Gambar 1. Literatur database akademik 2014-2024

Setelah literatur teridentifikasi dan diseleksi, tahap selanjutnya adalah analisis data. Pada tahap ini, peneliti menilai kualitas dan relevansi setiap artikel, serta mengekstrak informasi penting terkait penggunaan media teknologi dalam dakwah digital. Proses analisis ini juga melibatkan penilaian terhadap metodologi yang digunakan dalam studi-studi yang ada, serta hasil yang diperoleh. Peneliti akan menganalisis berbagai pendekatan yang digunakan dalam dakwah digital, seperti pemanfaatan media sosial, presentasi digital, dan platform online lainnya. Selanjutnya, peneliti menyintesis temuan dari berbagai penelitian untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana media teknologi dapat dioptimalkan dalam dakwah digital, serta mengidentifikasi kelebihan dan tantangan dalam penggunaannya (Kokkonen et al., 2012).

Dengan pendekatan SLR, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman mengenai peran media teknologi dalam dakwah digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi dai dan praktisi dakwah agar dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efisien, sehingga pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih baik dan lebih luas di era digital ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis berbagai literatur mengungkapkan bahwa media teknologi, khususnya presentasi digital dan internet, sangat efektif dalam mendukung penyampaian dakwah Islam. Penggunaan aplikasi seperti Canva dan Prezi memungkinkan dai menyusun presentasi yang menarik, terstruktur, dan informatif. Elemen visual yang kuat, seperti grafik, animasi, dan video, meningkatkan daya tarik serta retensi pesan, terutama bagi generasi muda yang lebih menyukai konten visual dan interaktif (Muhaemin, 2017; Mukhlis, 2023).

Media teknologi juga memungkinkan pesan dakwah disampaikan dengan lebih sistematis. Misalnya, pesan dalam presentasi digital dapat diatur agar alurnya logis, memudahkan audiens memahami materi dakwah. Suryani (2024) mencatat bahwa

presentasi yang dirancang secara profesional dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap konsep-konsep Islam yang kompleks.

Salah satu contoh implementasi yang sukses adalah pelatihan komunikasi dakwah digital bagi kader ulama, yang mencakup penggunaan Canva, Prezi, dan aplikasi sejenis. Peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Selain itu, podcast juga menjadi media yang efektif. Audiens merasa lebih terhubung dengan materi dakwah melalui podcast karena fleksibilitas dan sifatnya yang personal (Fabriar et al., 2022).

Internet sebagai platform dakwah juga memiliki potensi besar. Melalui situs web, media sosial, YouTube, dan blog, pesan dakwah dapat menjangkau audiens secara global tanpa batas geografis. Media sosial seperti Instagram dan Facebook memberikan ruang untuk interaksi dua arah antara dai dan audiens, menciptakan rasa keterlibatan yang lebih besar. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks, komentar negatif, dan pengelolaan konten yang kurang efektif tetap menjadi perhatian utama, yang memerlukan strategi khusus untuk mengatasinya (Hamid, 2017; Rahmat, 2021).

Dampak Teknologi terhadap Penerimaan Audiens dalam Dakwah

Teknologi digital memberikan dampak besar terhadap penerimaan audiens dalam dakwah. Melalui media digital, dai dapat menjangkau audiens yang lebih heterogen, termasuk kelompok yang sulit dijangkau dengan metode tradisional. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial lebih mudah diterima oleh generasi muda karena sifat media ini yang interaktif, personal, dan mudah diakses (Sari, 2023; Rahmat, 2021).

Selain fleksibilitas dalam penyampaian, media digital memungkinkan audiens mengakses konten dakwah kapan saja. Misalnya, video di YouTube memberikan kesempatan kepada audiens untuk belajar secara mandiri tanpa menghadiri acara dakwah langsung. Namun, keberhasilan ini bergantung pada pendekatan kreatif dan adaptif dai dalam menyampaikan pesan (Lestari, 2023).

Perbandingan Media Digital dan Metode Dakwah Tradisional

Metode dakwah tradisional, seperti ceramah langsung atau majelis taklim, unggul dalam hal interaksi langsung dan pendekatan personal. Namun, metode ini terbatas pada audiens lokal. Sebaliknya, media digital memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara global kepada audiens dengan beragam latar belakang.

Meskipun demikian, media digital menghadapi tantangan seperti penyebaran informasi tidak valid, komentar negatif, dan rendahnya literasi digital di kalangan dai. Oleh karena itu, dai harus menguasai teknologi serta memiliki keterampilan dalam mengelola konten dan audiens digital (Gusna et al., 2021; Yuliati & Mu'ammal, 2022).

Implikasi bagi Dai, Lembaga Dakwah, dan Masyarakat

Bagi dai, literasi digital menjadi kebutuhan utama. Kemampuan ini meliputi penguasaan teknologi, pemahaman audiens digital, dan keterampilan menyampaikan pesan secara efektif. Dai yang melek teknologi dapat menciptakan konten dakwah yang menarik dan relevan bagi audiensnya. Lembaga dakwah juga memiliki tanggung jawab untuk mendukung adaptasi ini melalui pelatihan berkelanjutan. Program pelatihan tentang aplikasi presentasi, media sosial, dan produksi konten video dapat membantu meningkatkan efektivitas dakwah digital (Achmad et al., 2023; Hidayat & Pradesa, 2022).

Sementara itu, masyarakat perlu dilatih untuk lebih kritis terhadap informasi dari

media digital. Literasi media diperlukan agar masyarakat dapat membedakan informasi valid dari hoaks, membantu mengurangi dampak negatif informasi tidak benar yang dapat merusak citra Islam (Rahmat, 2021; Nuhaa, 2023).

Table 1. Peran Media Teknologi dalam Dakwah Digital: Aspek, Dampak, dan Implikasi

<i>Aspek</i>	<i>Deskripsi</i>	<i>Referensi</i>
<i>Media Teknologi dalam Dakwah</i>	Definisi dan jenis media teknologi mencakup presentasi digital, media sosial, website, dan podcast yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah secara sistematis dan menarik.	Sitorus (2024), Nurdin (2017), Achmad et al. (2023), Mukhlis (2023), Rumata et al. (2021)
<i>Peran Media Teknologi</i>	Media ini memperluas jangkauan dakwah, memfasilitasi interaksi langsung, dan menarik perhatian generasi muda.	Salehudin (2024), Lestari (2023), Gusna et al. (2021), Hidayat & Pradesa (2022), Yuliati & Mu'ammal (2022)
<i>Presentasi Digital</i>	Penggunaan Canva dan Prezi meningkatkan daya tarik visual dan interaktivitas pesan dakwah.	Muhaemin (2017), Mukhlis (2023), Suryani (2024), Ariyanto (2021), Anisa (2023)
<i>Contoh Implementasi</i>	Pelatihan dakwah digital meningkatkan kepercayaan diri dai; podcast efektif membangun koneksi personal dengan audiens.	Suryani (2024), Fabriar et al. (2022), Hamid (2017), Kodir & Rizkianto (2021), Nurdin (2017)
<i>Internet sebagai Platform Dakwah</i>	Menjangkau audiens global, tetapi menghadapi tantangan seperti hoaks dan komentar negatif.	Rahmat (2021), Nuhaa (2023), Lestari (2023), Wastiyah (2020), Ruksakulpiwat et al. (2021)
<i>Dampak Teknologi dalam Dakwah</i>	Meningkatkan interaksi dan partisipasi audiens, tetapi memerlukan literasi digital untuk menghindari penyebaran informasi yang salah.	Sari (2023), Rahmat (2021), Achmad et al. (2023), Moher et al. (2015), Triandini et al. (2019)
<i>Implikasi bagi Dai</i>	Dai perlu literasi digital untuk memanfaatkan teknologi dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif.	Achmad et al. (2023), Hidayat & Pradesa (2022),

		Salehudin (2024), Ganann et al. (2010), Irfansyah (2021)
<i>Implikasi bagi Lembaga Dakwah</i>	Perlu memberikan pelatihan teknologi kepada dai dan menyediakan sumber daya untuk memproduksi konten digital yang relevan.	chmad et al. (2023), Gusna et al. (2021), Yuliati & Mu'ammal (2022), Kokkonen et al. (2012), Fabriar et al. (2022)
<i>Implikasi bagi Masyarakat</i>	Literasi media dibutuhkan untuk menyaring informasi digital dan meminimalkan dampak negatif hoaks dalam dakwah.	Nuhaa (2023), Rahmat (2021), Lestari (2023), Sari (2023), Wastiyah (2020)

Source : *Kajian Literatur*

SIMPULAN

Penelitian ini menyoroti peran penting teknologi digital, khususnya presentasi digital dan internet, dalam mendukung efektivitas dakwah di era modern. Aplikasi seperti Canva dan Prezi memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara lebih menarik, terstruktur, dan mudah dipahami. Penggunaan elemen visual dalam presentasi terbukti meningkatkan perhatian dan daya ingat audiens, terutama generasi muda yang lebih familiar dengan konten visual. Sementara itu, internet sebagai platform dakwah menawarkan jangkauan luas serta kemampuan interaksi langsung dengan audiens, menjadikan dakwah lebih inklusif dan dinamis. Hal ini menegaskan bahwa teknologi tidak sekadar alat bantu, melainkan juga strategi utama untuk memodernisasi metode dakwah Islam di era digital.

Keberhasilan penerapan teknologi dalam dakwah sangat bergantung pada kompetensi dai dan lembaga dakwah dalam menghadapi berbagai tantangan. Literasi digital, pembuatan konten yang relevan, serta pengelolaan platform digital menjadi elemen penting yang harus diperhatikan. Beberapa studi menunjukkan bahwa pelatihan teknologi dapat meningkatkan kepercayaan diri para dai dalam memanfaatkan media digital untuk menyampaikan nilai-nilai Islam. Di sisi lain, tantangan seperti penyebaran informasi palsu dan komentar negatif memerlukan pendekatan strategis, termasuk pengawasan konten dan peningkatan literasi digital masyarakat.

Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi dalam dakwah digital membuka peluang besar untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara lebih global, efisien, dan efektif. Namun, keberhasilannya tidak hanya ditentukan oleh teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh integrasi antara teknologi, strategi komunikasi yang tepat, dan nilai-nilai Islam yang kuat. Kolaborasi antara dai, lembaga dakwah, dan masyarakat diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi digunakan secara optimal dalam menyebarkan pesan Islam yang bermanfaat bagi umat. Penelitian lanjutan sangat penting untuk menemukan strategi terbaik dalam mengelola dan memaksimalkan potensi dakwah digital di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, M., Jannah, R., & Azizah. (2023). Media Sosial Sebagai Strategi Baru Dalam Dakwah Islam: Studi Analisis Pada Platform "Belajariah." *Dakwatuna Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v9i1.2109>
- Akbar, B. M. B. (2023). Effect of Yoga Implementation on Degenerative Disease Risk: Systematic Literature Review. 30–44. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-132-6_5
- Anisa, A. (2023). Teori Relevansi Dalam Dakwah Humor Sheikh 'Assim Sebagai Alternatif Dakwah Kontemporer: Kritik Terhadap Prinsip Kerjasama. *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 9(2), 919–930. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2686>
- Anwar, R. K. (2023a). Mendongeng Sebagai Metode Dakwah Edukatif Pembentuk Karakter Islami Anak. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*. <https://doi.org/10.15575/ani da.v23i2.29361>
- Anwar, R. K. (2023b). Mendongeng Sebagai Metode Dakwah Edukatif Pembentuk Karakter Islami Anak. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*. <https://doi.org/10.15575/ani da.v23i2.29361>
- Ariyanto, P. P. (2021). Podcast Sebagai Media Dakwah Era Pandemi. *Academic Journal of Da Wa and Communication*, 2(1), 105–120. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.3286>
- Budiono, T. D. (2022). Dinamika Komunikasi Persuasif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam Pada Bank Sampah Songolikoer. *Inteleksia - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i1.214>
- Bustan, R. (2011). Kebutuhan Kompetensi Dakwah Healing Dan Konseling Di Dunia Kerja. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*. <https://doi.org/10.36722/sh.v1i1.21>
- Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *An-Nida Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 1–6. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>
- Febriansyah, A. (2023). Media Pembelajaran Visme Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Tingkat SMA. *Jurnal Mediatik*, 6(2), 90. <https://doi.org/10.26858/jm tik.v6i2.46401>
- Ganann, R., Ciliska, D., & Thomas, H. (2010). Expediting Systematic Reviews: Methods and Implications of Rapid Reviews. *Implementation Science*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/1748-5908-5-56>
- Ghofur, A. (2019). Dakwah Islam Di Era Milenial. *Dakwatuna Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 5(2), 136. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v5i2.405>
- Gusna, S. S., Fatih, A. M., & Salsabila, T. (2021). Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 3(1), 161–170. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.12017>
- Habibi, M. (2018). Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenial. *Al-Hikmah*, 12(1). <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i1.1085>
- Hamid, A. (2017). Globalisasi Dan Tantangan Dakwah. *Kordinat Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 16(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/kordi nat.v16i1.6451>
- Hidayat, A., & Pradesa, D. (2022). Mengelola Organisasi Dakwah Dalam Situasi Pandemi Dengan

- Irfansyah, A. (2021). Berdakwah Di Era Neoliberal: Telaah Depolitisasi Hijrah Dalam Unggahan Media Sosial Pemuda Hijrah. *Komaskam*, 3(1). <https://doi.org/10.31599/q9fnyv50>
- Kodir, K. H. A., & Rizkianto, A. (2021). Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | the Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture on Youtube. *Al-I Lam Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4317>
- Kokkonen, K., Rissanen, S., & Hujala, A. (2012). The Match Between Institutional Elderly Care Management Research and Management Challenges - A Systematic Literature Review. *Health Research Policy and Systems*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/1478-4505-10-35>
- Lestari, R. (2023). Etnografi Virtual Terhadap Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial. *Khulasah Islamic Studies Journal*, 5(2), 22–31. <https://doi.org/10.55656/kisj.v5i2.97>
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P. G., & Stewart, L. (2015). Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis Protocols (PRISMA-P) 2015 Statement. *Systematic Reviews*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>
- Mukhlis, F. (2023). Pendampingan Literasi Digital Dan Dakwah Media Sosial Pada LKSA Aisyiyah Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas (J-Solid)*, 6(2), 172. <https://doi.org/10.31328/js.v6i2.4746>
- Nuhaa, S. U. (2023). Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media Podcast Dan Media Sosial Berbasis Digital. *Najwa*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.217>
- Nuridin, N. (2017). To Dakwah Online or Not to Dakwah Online: Da'i Dilemma in Internet Age. *Al-Mishbah | Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 21. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.vol10.iss1.34>
- Pangestu, P. P. (2023a). Mobilization of Da'wah Resources for Chinese Muslims in Indonesia. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i2.7740>
- Pangestu, P. P. (2023b). Mobilization of Da'wah Resources for Chinese Muslims in Indonesia. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i2.7740>
- Pangestu, P. P. (2023c). Mobilization of Da'wah Resources for Chinese Muslims in Indonesia. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i2.7740>
- Rahmat, A. F. (2021). Dakwah Digital: Eksplorasi Gerakan Filantropi Muhamamdiyah Selama Covid-19 Di Media Sosial Twitter '@Muhammadiyah.' *Ettisal Journal of Communication*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.5027>
- Ruksakulpiwat, S., Zhou, W., Phianhasin, L., Benjasirisan, C., Fan, Y., Su, T.-Y., & Chiaranai, C. (2021). The Experience of Caregivers of Chronically Ill Patients During the COVID-19: A Systematic

Review. *Chronic Illness*, 18(3), 488–502. <https://doi.org/10.1177/17423953211064854>

- Rumata, F. ', Iqbal, Muh., & Asman, A. (2021). Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 172–183. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>
- Sai'dah, Z., Khitam, A. K., & Majid, S. M. (2022). Pelatihan Dakwah Digital Bagi Para Da'i Muda Di Komunitas Jamuspa Yogyakarta. *Abdine Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37–45. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.242>
- Salehudin, H. (2024). Keinginan Bertingkah Laku Dari Aspek Penerimaan Kandungan Dakwah Digital Dalam Kalangan Netizen Muslim. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (Mjssh)*, 9(1), e002660. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v9i1.2660>
- Sari, F. M. (2023). Struktur Sosial Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Klasik, Humanis, Integratif, Dan Kontemporer. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (Jspm)*, 4(2), 334. <https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.12415>
- Sitorus, A. O. (2024). Social Media Communication Strategy of Al-Izzah Campus Da'wah Institute UIN North Sumatra in Optimizing the Spread of Islamic Values on Social Media. *Journal La Sociale*, 5(4), 1130–1138. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i4.1298>
- Sumarti, E., Kamalludin, K., & Nawawi, M. K. (2022). Pengaruh Akun Instagram Teladan Rasul Terhadap Minat Dakwah Masyarakat Digital. *Komunika Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.32832/komunika.v6i1.6868>
- Surbakti, M. F. A., Mutiawati, M., & Ritonga, H. J. (2023). Membangun Koneksi Dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah Yang Efektif Dalam Era Digital. *Al-Dyas*, 2(2), 298–306. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153>
- Suryani, R. E. (2024). Pelatihan Komunikasi Dakwah Digital Bagi Kader Ulama Mui Jakarta Utara. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1711–1719. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1557>
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Platform Dan Metode Pengembangan Sistem Informasi Di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>
- uddin, syaif, & Muhiid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah Di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>
- Wulandari, D. (2023a). Dakwah Islam Dan Transformasi Pendidikan Islam Di Nusantara. *Aksioreligia*. <https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v1i2.277>
- Wulandari, D. (2023b). Dakwah Islam Dan Transformasi Pendidikan Islam Di Nusantara. *Aksioreligia*. <https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v1i2.277>
- Wulandari, D. (2023c). Dakwah Islam Dan Transformasi Pendidikan Islam Di Nusantara. *Aksioreligia*.

<https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v1i2.277>

Yuliati, U., & Mu'ammal, I. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Pada Takmir Masjid Imam Bukhari Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (Jpmb)*, 1(2).
<https://doi.org/10.58266/jpmb.v1i2.29>