

Strategi Komunikasi di Era Digital Guna Meningkatkan Kualitas Dakwah Islam

Adhi Kusuma¹, Mita², Nur Anisa³, Alvian Ramadhan⁴, Hasan Munadi⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sultan Maulana Hassanuddin Banten

email: adhi.kusuma@uinbanten.ac.id¹, mitanurqolby05@gmail.com²,
nuranisaa3890@gmail.com³, alvianramadhan883@gmail.com⁴,
hasanmunadi111@gmail.com⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah cara penyampaian dakwah Islam. Media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi platform utama untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Namun, tidak semua pendakwah mampu memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kualitas dakwah Islam di era digital. Metode yang digunakan adalah tinjauan literatur terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan video streaming dapat memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan keterlibatan audiens. Strategi seperti penggunaan podcast, digitalisasi kitab pesantren, dan interaksi aktif dengan audiens di media sosial terbukti efektif. Kesimpulan penelitian ialah adopsi teknologi dan inovasi dalam metode penyampaian pesan dakwah sangat penting untuk kesuksesan dakwah di era digital.

Kata kunci: *Dakwah Islam, Era Digital, Strategi Komunikasi, Media Sosial, Teknologi.*

Abstract

The development of information and communication technology in the digital era has transformed the way Islamic preaching is delivered. Social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube have become the main channels for spreading Islamic messages. However, not all preachers can optimally utilize this technology. This study aims to identify effective communication strategies to improve the quality of Islamic preaching in the digital era. The method used is a literature review of previous studies. The results show that the use of social media and video streaming can expand the reach of preaching and enhance audience engagement. Strategies such as using podcasts, digitizing traditional Islamic texts, and actively interacting with audiences on social media have proven effective. In conclusion, the adoption of technology and innovation in message delivery methods is crucial for the success of Islamic preaching in the digital era.

Keywords : *Islamic Preaching, Digital Era, Communication Strategy, Social Media, Technology.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara penyampaian dakwah Islam. Media sosial, video streaming, dan aplikasi mobile menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada audiens yang lebih luas. Menurut teori komunikasi, efektivitas pesan sangat bergantung pada media yang digunakan dan cara penyampaiannya (Nurhadi dan A. Wildan, 2017). Pergeseran platform dakwah dari media

tradisional ke media digital. Ini membawa serta sejumlah tantangan dan peluang baru. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan YouTube menjadi platform utama bagi para pendakwah untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Namun, tidak semua pendakwah mampu memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Banyak dari mereka yang masih menggunakan pendekatan komunikasi tradisional yang kurang efektif di platform digital. Pendakwah perlu memahami karakteristik dan dinamika media digital, serta mengembangkan konten yang sesuai dengan audiens yang lebih beragam dan terfragmentasi.

Tidak semua pendakwah mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam dakwah Islam, dan ada beberapa alasan yang mendasari hal ini. Banyak pendakwah yang tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan teknis yang cukup untuk menggunakan teknologi digital dengan efektif, karena kurang familiar dengan cara kerja media sosial, aplikasi mobile, atau alat digital lainnya. Selain itu, mengelola platform digital dan menghasilkan konten berkualitas memerlukan sumber daya seperti waktu, tenaga, dan dana, yang tidak selalu dimiliki oleh semua pendakwah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arrochmad dan Kharisma (2020), perbedaan generasi juga menjadi faktor, karena generasi lebih tua merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan teknologi baru, menciptakan kesenjangan dalam pemahaman dan penggunaan teknologi digital. Resistensi terhadap perubahan juga merupakan kendala, dimana pendakwah tradisional cenderung mempertahankan metode-metode lama yang sudah mereka kuasai dan merasa nyaman, sehingga perubahan ke teknologi digital bisa dianggap menantang dan menakutkan.

Saat ini dukungan atau pelatihan yang belum memadai dalam penggunaan teknologi digital, membuat kesulitan dalam pemanfaatannya (Haniko dkk., 2023). Media digital sendiri memiliki dinamika dan algoritma yang kompleks, seperti algoritma media sosial yang menentukan visibilitas konten atau teknik SEO untuk meningkatkan jangkauan konten di mesin pencari, yang tanpa pemahaman tentang hal-hal ini, pendakwah dapat kesulitan membuat konten mereka terlihat oleh audiens yang tepat. Pendakwah yang terbiasa dengan metode penyampaian tradisional juga dapat membuat kesulitan menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan tuntutan media digital, yang sering kali membutuhkan konten yang lebih visual, ringkas, dan menarik bagi audiens yang terbiasa dengan informasi cepat. Terakhir, isu kepercayaan dan validitas informasi di era digital menjadi sangat penting, dan pendakwah perlu memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan benar dan dapat dipercaya. Tanpa pemahaman yang baik tentang bagaimana menjaga kredibilitas di platform digital, pendakwah dapat kesulitan membangun kepercayaan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kualitas dakwah Islam di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para pendakwah dalam mengoptimalkan penggunaan media digital untuk menyampaikan pesan-pesan Islam, serta meningkatkan relevansi dan efektivitas dakwah mereka di era teknologi informasi ini.

Strategi Komunikasi Menurut Para Ahli

Strategi komunikasi merupakan rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Para ahli memiliki berbagai definisi terkait strategi komunikasi, seperti, Wijaya (2015) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai cara sistematis untuk mencapai tujuan komunikasi melalui penggunaan metode dan teknik tertentu yang sesuai dengan audiens yang ditargetkan. Strategi ini mencakup pemilihan saluran komunikasi yang tepat, penyesuaian pesan sesuai dengan karakteristik audiens, dan penggunaan teknik persuasi yang efektif.

McQuail menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pesan yang dirancang untuk mempengaruhi audiens dengan cara yang diinginkan. Hal ini mencakup pemahaman mendalam tentang audiens, tujuan komunikasi yang jelas, dan penggunaan media yang tepat untuk menyampaikan pesan (McQuail, 2010).

Strategi komunikasi berkaitan erat dengan prinsip-prinsip dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif. Beberapa prinsip penting dalam

strategi komunikasi Islam, seperti yang tertera pada Al-Quran menganjurkan penggunaan kebijaksanaan dalam berdakwah. "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah (kebijaksanaan) dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik" (QS. An-Nahl: 125). Pendakwah harus menjadi contoh yang baik bagi audiensnya. Rasulullah SAW adalah teladan utama dalam hal ini, di mana akhlak dan perilakunya menjadi sumber inspirasi bagi umat Islam. Pendekatan yang sabar dan lembut sangat dianjurkan dalam berdakwah. "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu" (QS. Al-Imran: 159).

Komunikasi yang berhasil dapat disebut sebagai komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif terjadi ketika komunikator berhasil menyampaikan maksud dan tujuannya dengan jelas, sehingga rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang diterima dan dipahami oleh penerima. Menurut zuwirna (2001), komunikasi efektif adalah ketika pesan yang dikirim oleh pengirim memiliki makna yang sama dengan yang diterima oleh penerima, tanpa distorsi atau misinterpretasi yang signifikan.

Dakwah Islam Menurut Para Ahli

Dakwah adalah upaya mengajak orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam melalui berbagai cara dan media yang halal. Dakwah tidak hanya berkaitan dengan ceramah atau khutbah, tetapi juga mencakup segala bentuk komunikasi yang dapat memperkenalkan dan menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Pimay dan Fania, 2021). Dakwah adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah. Dakwah harus mampu menjawab tantangan zaman dan kontekstual dengan kondisi sosial budaya masyarakat (Abrori dan M. Sofyan, 2023).

Dakwah merupakan tugas yang mulia dan penting untuk menyebarkan ajaran Islam. Dakwah bertujuan untuk mengajak manusia kepada kebaikan dan menjauhkan mereka dari keburukan. Beberapa pandangan penting tentang dakwah dalam Islam meliputi: Setiap Muslim memiliki tanggung jawab untuk berdakwah sesuai dengan kemampuannya. "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat" (HR. Bukhari). Dakwah adalah amanah dari Allah SWT yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab. Pendakwah harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam dan tidak menyimpang. Dakwah harus dilakukan dengan cara yang baik, menggunakan metode yang tidak menimbulkan permusuhan atau kebencian. "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik" (QS. An-Nahl: 125).

METODE

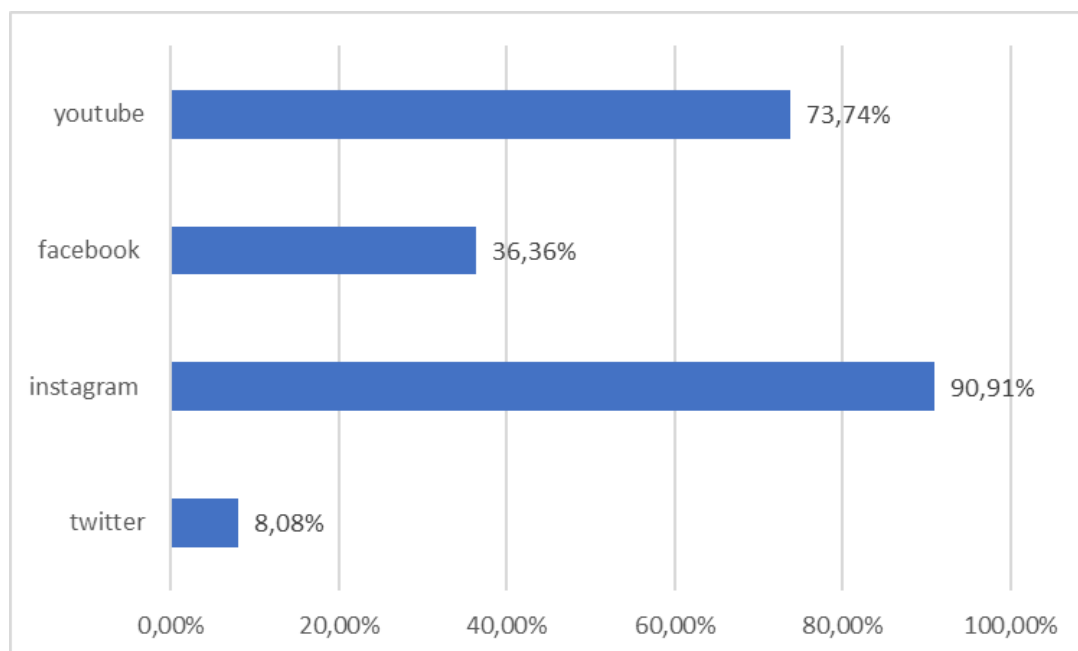
Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur. Literatur review adalah suatu proses evaluasi kritis terhadap karya ilmiah yang sudah ada, yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan utama dari berbagai penelitian yang relevan dengan topik tertentu (Sugiyono, 2017). Tujuan utama dari literatur review adalah untuk mengidentifikasi pengetahuan yang sudah ada, menentukan gap dalam penelitian, menyediakan dasar teoretis, meningkatkan metodologi, dan mengkonfirmasi temuan. Manfaat literatur review dalam konteks ini antara lain memastikan bahwa penelitian yang dilakukan berkontribusi pada pengetahuan yang ada dan tidak mengulang penelitian yang sudah ada, meminimalkan bias dengan menggunakan berbagai sumber untuk memberikan pandangan yang lebih luas dan meningkatkan kualitas penelitian dengan memahami metodologi dan temuan dari studi sebelumnya sehingga peneliti dapat menghindari kesalahan yang sama dan meningkatkan desain penelitian mereka.

Data dikumpulkan dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu dan sumber-sumber terakreditasi lainnya. Sumber data mencakup artikel-artikel yang diterbitkan dalam 10 tahun terakhir. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan

dengan strategi komunikasi dalam dakwah Islam di era digital. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konten untuk menafsirkan temuan dari literatur yang ditinjau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube telah menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan dakwah Islam di Indonesia. Platform-platform ini dapat membantu penyebaran pesan agama dengan cepat dan luas, menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Facebook merupakan salah satu platform media sosial terbesar di Indonesia. Grafik pada gambar di bawah ini menunjukkan preferensi penggunaan platform media sosial oleh 99 responden dan terlihat jelas bahwa Instagram dan YouTube merupakan alat yang sangat potensial untuk dakwah Islam di era digital ini (Saputra, 2019). Hasil survei menyatakan bahwa, 90,91% responden yang sering menggunakan Instagram dan 73,74% yang sering menggunakan YouTube, kedua platform ini menyediakan jangkauan yang luas dan peluang besar untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada audiens yang lebih besar dan beragam. Representasi tersebut menjadikan Instagram sebagai alat yang sangat potensial untuk dakwah. Pendakwah dapat berbagi konten keagamaan, artikel, video, dan acara live streaming yang interaktif.



Gambar 1. Grafik Platform Media Sosial yang Sering Digunakan

Instagram sebagai Alat Dakwah

Instagram, dengan fitur-fiturnya yang kaya akan konten visual seperti foto, video pendek, dan cerita (Instagram Stories), dapat membantu pendakwah untuk menyampaikan pesan agama secara menarik dan mudah diakses. Penggunaan visual yang kuat bisa sangat efektif dalam menarik perhatian audiens, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan konten visual. Fitur Instagram seperti story, siaran langsung, *feed*, dan reels dapat digunakan untuk sesi tanya jawab langsung, ceramah, atau diskusi keagamaan, dapat membantu interaksi real-time dengan pengikut.



Gambar 2. Salah Satu Konten Dakwah melalui Instagram

Berdasarkan pada gambar di atas, Abi Quraish memanfaatkan Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer untuk menyebarkan dakwahnya. Hal tersebut adalah bagian dari strategi komunikasi yang efektif di era digital karena Instagram memiliki jangkauan yang luas sehingga konten untuk dilihat oleh banyak orang secara cepat dan mudah. Postingan Abi Quraish sering kali berupa video dakwah, yang sangat efektif karena visualisasi mempermudah pemahaman pesan yang disampaikan. Video juga cenderung lebih menarik perhatian dan dapat dibagikan oleh pengguna, sehingga meningkatkan jangkauan dakwah. Kehadiran langsung melalui video memberi kesan personal dan mendekatkan dai dengan audiens.

Abi Quraish mengangkat tema tertentu dalam setiap videonya, membahas isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan sesuai dengan pandangan Islam. Ini adalah strategi penting karena membuat dakwah lebih relevan dengan situasi dan kebutuhan audiens saat ini. Menyampaikan ajaran Islam dalam konteks yang mudah dipahami dan dihubungkan dengan kehidupan nyata juga sangat membantu. Selain itu, Instagram dapat membantu interaksi dua arah melalui komentar, likes, dan direct messages, yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari audiens, menciptakan ruang untuk diskusi dan klarifikasi, serta meningkatkan rasa keterlibatan audiens dalam dakwah yang disampaikan.

Konsisten mengunggah konten berkualitas, Abi Quraish membangun branding sebagai seorang ulama yang aktif di media sosial. Konsistensi dalam memberikan dakwah yang bermanfaat dan berkualitas membangun kepercayaan audiens. Menciptakan identitas digital yang kuat sebagai sumber terpercaya untuk pembelajaran Islam juga sangat penting. Dengan demikian, Abi Quraish berhasil menyampaikan pesan Islam secara luas dan mendalam, sesuai dengan tuntutan era digital.

YouTube sebagai Alat Dakwah

YouTube juga menawarkan potensi besar untuk dakwah dengan format video yang lebih panjang. Platform ini membantu pendakwah untuk mengunggah ceramah, pengajian, tutorial ibadah, dan berbagai konten edukatif lainnya yang dapat ditonton kapan saja. YouTube dapat membantu penyampaian pesan yang lebih mendalam dan terstruktur, serta mendukung interaksi melalui komentar dan live chat. Dengan algoritma YouTube yang mempromosikan konten yang relevan kepada pengguna, konten dakwah memiliki peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 3. Salah Satu Konten Dakwah melalui Youtube

Ustad Adi Hidayat menggunakan platform YouTube untuk menyebarkan dakwah Islam secara efektif di era digital. Melalui akun YouTube-nya, Ustad Adi Hidayat sering mengunggah video dakwah yang mengangkat tema-tema tertentu, yang kemudian dibahas sesuai dengan pandangan Islam dan didukung oleh tafsir Al-Qur'an. Strategi ini sangat efektif dalam meningkatkan kualitas dakwah Islam, karena YouTube adalah salah satu platform media sosial yang memiliki jangkauan luas dan memiliki konten untuk diakses oleh audiens global dengan mudah.

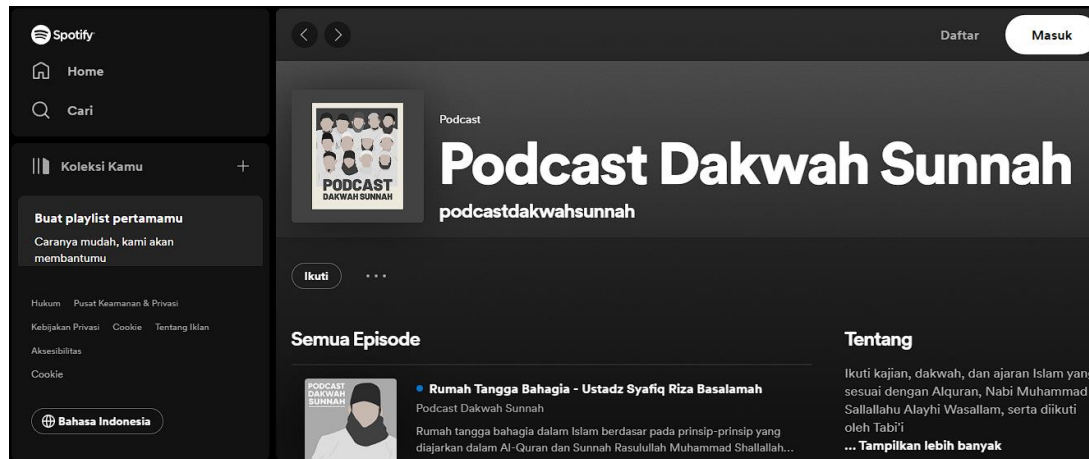
Ustad Adi Hidayat memanfaatkan potensi besar YouTube untuk dakwah dengan mengunggah video yang tidak hanya mendalami tema-tema islami, tetapi juga menggunakan metode penyampaian yang inovatif. Dengan gaya penyampaian yang ramah dan mudah diikuti, ia berhasil membuat konten yang mendidik sekaligus menghibur, sehingga pesan dakwahnya lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten digital.

Secara rutin ustad Adi Hidayat mengadakan sesi tanya jawab langsung di YouTube, di mana audiens dapat mengajukan pertanyaan secara real-time. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat keterlibatan audiens tetapi juga menunjukkan transparansi dan kesediaan untuk berinteraksi secara langsung, yang meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap dakwah yang disampaikan. Sesi ini juga memberikan kesempatan bagi Ustad Adi Hidayat untuk memberikan jawaban yang langsung dan spesifik, menyesuaikan dengan kebutuhan dan kekhawatiran audiens saat itu.

Strategi Dakwah Efektif Menggunakan Media Sosial

Beberapa strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kualitas dakwah Islam di era digital. Berikut adalah beberapa poin yang dapat digunakan sebagai strategi dakwah islam menggunakan media sosial:

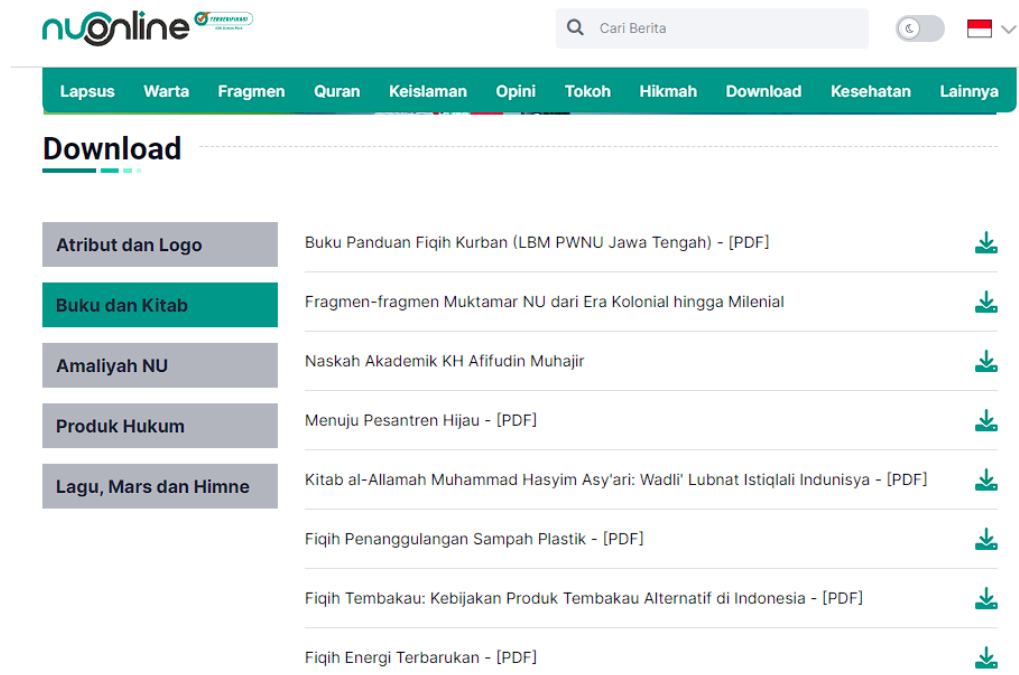
- 1. Podcast sebagai Strategi Dakwah:** Podcast dapat membantu pendakwah untuk menyampaikan pesan secara mendalam dan terstruktur. Teknologi ini memudahkan distribusi, penerimaan, dan pemahaman konten yang disampaikan. Beberapa kelebihan podcast termasuk fleksibilitas waktu dan tempat, kemudahan penggunaan, serta kemampuan untuk diakses dan diunduh kapan saja oleh audiens.



Gambar 4. Tangkapan Layar Akun Dakwah di Aplikasi Spotify

Dalam gambar di atas yang digunakan untuk dakwah, dapat diketahui bahwa podcast menjadi strategi yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Teknologi podcast memudahkan distribusi konten dakwah, karena pendakwah dapat mengunggah episode baru dengan mudah, dan audiens dapat menerima notifikasi dan mengakses episode tersebut kapan saja dan di mana saja. Fleksibilitas ini sangat penting karena audiens memiliki kebebasan untuk mendengarkan konten dakwah sesuai dengan waktu dan kenyamanan mereka, misalnya saat bepergian, berolahraga, atau saat bersantai di rumah. Kemampuan podcast untuk diunduh juga menambah nilai lebih, karena audiens dapat menyimpan episode untuk didengarkan offline, yang sangat berguna ketika mereka berada di tempat dengan koneksi internet yang tidak stabil. Ini memastikan bahwa pesan-pesan dakwah tetap dapat dijangkau oleh audiens meskipun ada keterbatasan teknis.

2. **Menggunakan Media Sosial:** Platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube menawarkan jangkauan yang luas dan kemudahan dalam berinteraksi dengan audiens. Para santri dan pendakwah dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan agama secara menarik dan efektif.
3. **Membuat Komik dan Meme Dakwah:** Pendekatan kreatif seperti membuat komik dan meme dakwah dapat menarik minat generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten visual dan ringkas. Ini juga membantu menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih ringan namun tetap bermakna.
4. **Digitalisasi Kitab-Kitab Pesantren:** Revolusi kitab-kitab tradisional menjadi format digital dapat membantu penyebaran pengetahuan agama secara lebih luas dan mudah diakses oleh masyarakat. Ini juga membantu mempertahankan dan menyebarkan warisan keilmuan pesantren di era digital.



Gambar 5. Tangkapan Layar Akses Kitab Digital

Digitalisasi kitab-kitab tradisional membuat materi keilmuan yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk fisik untuk diakses secara luas melalui platform digital, mempermudah siapa saja, di mana saja, untuk mempelajari ajaran-ajaran Islam tanpa harus terbatas oleh lokasi atau ketersediaan fisik kitab-kitab tersebut. Revolusi kitab-kitab tradisional menjadi format digital memastikan bahwa warisan keilmuan ini tetap hidup dan dapat diakses oleh generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi, serta melestarikan teks-teks penting, digitalisasi juga memperluas jangkauan pembelajaran agama kepada audiens yang belum pernah memiliki kesempatan untuk mempelajari kitab-kitab ini sebelumnya.

SIMPULAN

Dakwah Islam menghadapi tantangan dan peluang yang signifikan. Melalui literatur review bahwa penggunaan media sosial, seperti Instagram dan YouTube, serta digitalisasi kitab-kitab pesantren, menjadi strategi efektif dalam menyampaikan pesan agama. Terdapat hambatan seperti kurangnya pemahaman teknis dan resistensi terhadap perubahan. Optimalisasi dakwah di era digital, pendakwah perlu meningkatkan pemahaman teknis mereka, memperkuat kehadiran online mereka, dan menghasilkan konten yang relevan dan berkualitas. Dukungan dalam bentuk pelatihan dan sumber daya teknis akan membantu mereka mencapai tujuan dakwah secara lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hassanuddin Banten atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk saran, kritik, dan bantuan teknis selama penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Abrori dan M. Sofyan A. 2023. Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat. *Mu'ashir : Jurnal Dakwah & Komunikasi Islam*. 1(1), 29-40.

- Arrochmah, N. P. dan Kharisma N. 2020. Kesenjangan Digital Antara Generasi X Dan Y Di Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*. 3(1), 26-39.
- Haniko, P., Baso I. S., Imam P. G., Joni W. S., Agus J., Sofya, Didik C. 2023. Menjembatani Kesenjangan Digital: Memberikan Akses ke Teknologi, Pelatihan, Dukungan, dan Peluang untuk Inklusi Digital. *Jurnal Pengabdian West Science*. 2(5), 306-315.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications.
- Nurhadi, Z. F. dan A. Wildan K. 2017. Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*. 3(1).
- Pimay, A. dan Fania M. S. 2021. Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 41(1), 43-55.
- Saputra, A. 2019. Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, I. S. 2015. Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan. *Lentera*. 18(1), 53-61.
- Tubbs & Moss. (2001). *Human Communication 2: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zuwirna. (2001). Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*.1(1), 1-8