



Analisis Tingkat Efektivitas Media Dakwah Melalui Lisan dan Tulisan pada Mahasiswa di Era 4.0

Hae Ruli Rusdi*, Nur Aisyah

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

***Corresponding Author:**

haeruli@gmail.com

Article History:

Received 2024-01-15

Revised 2024-06-22

Accepted 2024-07-05

Keywords:

Industry 4.0

Students

Dakwah Media

Social Interaction

Communication Effectiveness

Abstract

This study aims to explore the fundamental changes in the era of 4.0 and their implications for the communication paradigm in society. The primary focus of the research is on the role of students as consumers, producers of digital content, and agents of dakwah. The findings indicate that the use of social media, podcasts, and blogs is effective in conveying dakwah messages. Although variations in the level of student involvement in dakwah activities have been identified, understanding the effectiveness of dakwah media in the era of 4.0 still has gaps. The main goal of this research is to fill this knowledge gap and enhance the role of students as conveyors of dakwah values. The substantial changes in information and communication technology in the era of 4.0 have led to the emergence of new strategies in utilizing dakwah media. Social media, podcasts, and blogs are identified as effective platforms, where social media allows direct interaction, and podcasts/blogs provide a space for conveying messages more deeply. However, understanding the extent to which students participate in the use and impact of dakwah media needs to be deepened. A comparison between oral and written dakwah media among students also needs to be detailed, limiting the understanding of optimal strategies. This research adopts a qualitative descriptive method with literature analysis to investigate the effectiveness of oral and written dakwah media in the era of 4.0. Data were obtained from scientific literature sources discussing relevant issues. The results highlight the importance of social interaction and communication skills, with a deep understanding of student preferences for dakwah media. Through strategies that integrate oral and written media, effective synergy can be created to capture attention, enhance understanding, and achieve dakwah goals amidst the 4.0 industrial revolution.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perubahan mendasar pada era 4.0 dan implikasinya terhadap paradigma komunikasi masyarakat. Fokus utama penelitian adalah pada peran mahasiswa sebagai konsumen, produsen konten digital, dan agen dakwah. Hasil temuan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, *podcast*, dan blog efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Meskipun variasi tingkat keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan dakwah telah teridentifikasi, pemahaman mengenai efektivitas media dakwah di era 4.0 masih memiliki ruang kosong. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dan meningkatkan peran mahasiswa sebagai penyalur nilai-nilai dakwah. Adanya perubahan substansial dalam teknologi informasi dan komunikasi pada era 4.0 mendorong munculnya strategi baru dalam pemanfaatan media dakwah. Media sosial, *podcast*, dan blog diidentifikasi sebagai platform yang efektif, di mana media sosial memungkinkan interaksi langsung, dan *podcast*/blog menyediakan wadah untuk menyampaikan pesan dengan lebih mendalam. Namun, pemahaman sejauh mana mahasiswa berpartisipasi dalam penggunaan dan dampak efektivitas media dakwah perlu diperdalam. Perbandingan antara media dakwah lisan dan tulisan di kalangan mahasiswa juga masih perlu diuraikan lebih rinci, membatasi pemahaman mengenai strategi yang optimal. Pendekatan penelitian ini mengusung metode deskriptif kualitatif dengan analisis literatur untuk menyelidiki efektivitas media dakwah lisan dan tulisan di era 4.0. Data diperoleh dari sumber literatur ilmiah yang membahas isu-isu relevan. Hasil penelitian menyoroti pentingnya interaksi sosial dan keterampilan berkomunikasi, dengan pemahaman mendalam terhadap preferensi mahasiswa terhadap media dakwah. Melalui strategi yang mengintegrasikan media lisan dan tulisan, dapat diciptakan sinergi yang efektif dalam menarik perhatian, meningkatkan pemahaman, dan mencapai tujuan dakwah di tengah revolusi industri 4.0.

Kata Kunci:

Era 4.0

Mahasiswa

Media Dakwah

Interaksi Sosial

Efektivitas Komunikasi



PENDAHULUAN

Transformasi kritis pada era 4.0, yang dikenali melalui kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perubahan paradigma komunikasi masyarakat secara substansial. Dalam penelitian ini, mahasiswa dipandang sebagai kelompok yang berperan aktif dalam mengonsumsi dan menghasilkan konten digital, sekaligus menjadi aktor sentral dalam penyebaran pesan dakwah. Berdasarkan temuan Setiadi (2023), media sosial, *podcast*, dan blog menjadi kanal yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas.

Penting untuk diingat, penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Noekent dan Kurniawan (2020) mengindikasikan adanya variasi dalam tingkat keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan dakwah, baik melalui ekspresi lisan seperti ceramah, maupun ekspresi tertulis seperti artikel atau blog. Sementara mahasiswa diakui sebagai agen perubahan, masih terdapat kesenjangan informasi mengenai pemahaman mereka terhadap efektivitas media dakwah, baik yang disampaikan secara lisan maupun tulisan, di era 4.0 (Munawara et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengisi celah pengetahuan ini agar dapat meningkatkan peran mahasiswa sebagai pembawa nilai-nilai dakwah di tengah arus informasi digital.

Pada era 4.0 perubahan mendasar dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan perubahan yang signifikan dalam strategi penggunaan media dakwah. Seperti yang dikemukakan oleh Setiadi (2023) media sosial, *podcast*, dan blog telah muncul sebagai *platform* yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat. Dalam penelitian ini, Nurhayati et al., (2023) menegaskan bahwasannya media sosial memfasilitasi penyampaian pesan dakwah untuk terlibat secara langsung dengan audiens, sementara *podcast* dan blog menyediakan wadah untuk penyampaian pesan yang lebih mendalam dan terstruktur. Meskipun beragam *platform* media dakwah telah berkembang pesat, perhatian tetap tertuju pada tingkat partisipasi mahasiswa dalam kegiatan dakwah. Penelitian yang dilakukan oleh Noekent dan Kurniawan (2020) mencatat adanya variasi dalam keterlibatan mahasiswa, baik melalui ekspresi lisan seperti ceramah, maupun ekspresi tertulis seperti artikel atau blog. Peran mahasiswa sebagai agen dakwah menemui tantangan kompleks yang memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai preferensi dan efektivitas media dakwah di era digital (Hidayatulloh & Sahid, 2020).

Meskipun terdapat kemajuan yang signifikan dalam riset terkait penggunaan media sosial, *podcast*, dan blog sebagai alat dakwah pada era 4.0 (Nurhayati et al., 2023; Setiadi, 2023), masih terdapat kekosongan pemahaman terkait sejauh mana partisipasi aktif mahasiswa dalam penggunaan dan dampak efektivitas media dakwah ini. Meskipun Noekent dan Kurniawan (2020) menyajikan data yang memberikan gambaran tentang variasi partisipasi mahasiswa dalam kegiatan dakwah, informasi ini belum mampu menyajikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi. Oleh karena itu, literatur yang ada masih belum sepenuhnya menguraikan dinamika yang kompleks antara preferensi media mahasiswa, kemampuan komunikasi mereka, dan tingkat partisipasi dalam menyebarkan pesan dakwah di ranah digital.

Tidak hanya itu, perbandingan efektivitas antara media dakwah lisan dan tulisan di kalangan mahasiswa masih terungkap secara kurang rinci dalam penelitian terkini. Walaupun literatur menyediakan informasi tentang pemanfaatan kedua jenis media ini, kurangnya pemahaman mengenai peran relatif dan interaksi antara keduanya membatasi wawasan kita tentang strategi yang dapat memberikan hasil optimal. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk merinci pemahaman tentang preferensi dan respons mahasiswa terhadap media dakwah lisan dan tulisan. Langkah ini menjadi esensial untuk mengisi kesenjangan pengetahuan yang masih ada dan untuk merumuskan langkah-langkah konkret dalam meningkatkan efektivitas dakwah di kalangan mahasiswa pada era 4.0.

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi dinamika yang melibatkan media dakwah dan partisipasi mahasiswa. Urgensi penelitian ini terletak pada pemahaman sejauh mana media sosial, *podcast*, dan blog dapat menjadi motivator bagi partisipasi mahasiswa dalam aktivitas dakwah, serta bagaimana variasi ini dapat membentuk narasi dakwah yang lebih inklusif dan relevan di era 4.0. Penelitian ini diinisiasi untuk memberikan kontribusi yang substansial dalam memperdalam pemahaman tentang efektivitas media dakwah

yang digunakan oleh mahasiswa. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perbedaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efektivitas media dakwah, baik yang bersifat lisan maupun tulisan di kalangan mahasiswa. Dengan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai preferensi dan interaksi mahasiswa terhadap media dakwah, diharapkan penelitian ini dapat merumuskan strategi dakwah yang lebih sesuai dan relevan dengan konteks zaman yang terus berkembang.

Dalam dinamika era 4.0 yang kompleks, muncul tantangan terkait dengan kejelasan pemahaman mahasiswa mengenai efektivitas media dakwah lisan dan tulisan. Sebagai aktor perubahan di tengah masyarakat, mahasiswa perlu memahami sejauh mana kedua jenis media ini dapat dimanfaatkan secara optimal dalam menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: pertama, terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat efektivitas media dakwah lisan dan tulisan di kalangan mahasiswa. Kedua, faktor-faktor tertentu, seperti tingkat interaksi sosial, kemampuan berkomunikasi, dan preferensi media, diyakini dapat memengaruhi efektivitas media dakwah di era 4.0.

Penelitian ini juga diinisiasi dengan tujuan memberikan kontribusi berupa pemahaman yang lebih komprehensif terkait efektivitas media dakwah lisan dan tulisan di kalangan mahasiswa. Dengan memahami secara mendalam tingkat efektivitas kedua jenis media ini, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kampus. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan positif dalam meningkatkan pemahaman dan pelaksanaan dakwah di era 4.0.

Tujuan penelitian ini sangat jelas, yaitu untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas media dakwah lisan dan tulisan pada mahasiswa di era 4.0. Pertama, mengidentifikasi tingkat efektivitas kedua jenis media ini akan memberikan pandangan yang lebih akurat terhadap keberhasilan penyampaian pesan dakwah. Kedua, analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat efektivitas media dakwah akan memberikan wawasan tambahan tentang dinamika yang terlibat ketika mahasiswa menyebarkan pesan keagamaan. Terakhir, menyusun rekomendasi strategi dakwah yang lebih efektif berdasarkan temuan penelitian merupakan langkah praktis untuk mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensi media dakwah di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, tujuan penelitian ini mencakup dimensi analitis dan praktis untuk merumuskan solusi berdasarkan temuan empiris.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus pada studi pustaka guna menyelidiki efektivitas media dakwah lisan dan tulisan di kalangan mahasiswa pada era 4.0 (Rukajat, 2018; Sugiyono, 2013). Pemilihan pendekatan ini didorong oleh sifat eksploratif dari tujuan penelitian yang bertujuan untuk mengurai pemahaman melalui analisis literatur yang mendalam dan terinci. Data penelitian diperoleh dari sumber-sumber jurnal ilmiah yang secara khusus membahas aspek-aspek yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Tahap awal penelitian melibatkan kajian pustaka yang cermat, melibatkan investigasi dan analisis publikasi ilmiah, artikel, dan penelitian terdahulu yang mengarah pada penggunaan media dakwah di kalangan mahasiswa pada era 4.0. Seleksi sumber-sumber literatur dilakukan dengan teliti untuk memastikan ketepatan, keberlakuan, dan relevansi informasi yang diakses. Teknik analisis literatur digunakan untuk menyusun rangkuman dan sintesis temuan-temuan sebelumnya, membentuk dasar pengetahuan yang kokoh.

Proses analisis data dilaksanakan secara sistematis, mempertimbangkan perbedaan dan persamaan dalam efektivitas media dakwah lisan dan tulisan. Dengan merujuk pada temuan-temuan literatur, penelitian ini akan menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi tingkat efektivitas kedua jenis media, termasuk tingkat interaksi sosial, kemampuan berkomunikasi, dan preferensi media mahasiswa. *Output* dari analisis literatur ini akan membentuk landasan utama dalam merumuskan rekomendasi strategi dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat akademis pada era 4.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Media Dakwah Lisan di Era 4.0

Dalam menganalisa tingkat efektivitas komunikasi dakwah melalui media lisan pada mahasiswa di era 4.0, beberapa temuan artikel ilmiah menyoroti pondasi krusial yang memerlukan perhatian kritis. Faktor awal yang mencuat adalah peranan sentral interaksi sosial dalam konteks media dakwah lisan. Seperti yang dijelaskan oleh Hanifah Murzan (2018), tingkat partisipasi dan respons yang timbul dari audiens dalam penelitian ini memiliki dampak yang signifikan terhadap efektivitas pesan dakwah.

Data hasil survei dari Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia tahun 2022 mengungkapkan bahwa sebanyak 75% mahasiswa lebih cenderung memfavoritkan media dakwah lisan yang melibatkan unsur interaktivitas. Ragam model interaksi sosial dapat dijumpai, mulai dari diskusi, tanya jawab, hingga simulasi. Dalam risetnya, Marti dkk., (2023) menemukan bahwa mahasiswa yang berperan aktif dalam konten media dakwah lisan cenderung memiliki pemahaman dan penerimaan pesan dakwah yang lebih baik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa interaksi sosial menjadi elemen utama dalam meningkatkan efektivitas media dakwah lisan (Maghfiroh, 2023). Kesimpulan lanjutan dari temuan ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan media dakwah lisan di era 4.0 tidak sekadar tergantung pada interaktivitas penyajian, melainkan juga pada keterlibatan aktif mahasiswa dalam seluruh prosesnya. Dalam penelitian ini, interaksi sosial bukanlah sekadar tambahan, melainkan elemen integral yang secara substansial dapat meningkatkan kedalaman pemahaman dan penerimaan pesan dakwah dalam ranah akademis.

Analisis terhadap efektivitas media dakwah lisan pada mahasiswa di era 4.0 memberikan sorotan khusus pada dimensi kunci, yaitu kecakapan berkomunikasi. Sudut pandang ini diperinci melalui riset yang disajikan dalam artikel oleh Hendra (2023) yang mengeksplorasi bagaimana kefasihan berbicara dan kemampuan menyampaikan pesan menjadi poin kritis dalam meningkatkan daya persuasi pesan dakwah. Survei yang dilakukan oleh Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Profesi Pendakwah (LPPP) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2021 menggambarkan bahwa sebanyak 60% mahasiswa cenderung memilih media dakwah lisan yang disampaikan oleh penceramah yang fasih berbicara dan mampu menyampaikan pesan secara jelas. Hal ini memberikan penegasan bahwa kecakapan berkomunikasi bukan hanya menjadi preferensi, tetapi juga memiliki dampak signifikan pada penerimaan pesan dakwah.

Dalam pembahasan ini, temuan dari penelitian yang dilaksanakan oleh Hendra (2023) dan Al-Haznur (2022) mengungkapkan bahwa kecakapan berkomunikasi memiliki hubungan positif dengan tingkat pemahaman dan penerimaan pesan dakwah. Kejelasan dalam menyampaikan pesan dan kefasihan berbicara diidentifikasi sebagai faktor penentu keberhasilan media dakwah lisan (Sinambela & Mutiawati, 2022). Oleh karena itu, kecakapan berkomunikasi menjadi unsur yang tak terelakkan dalam mencapai efektivitas media dakwah lisan, terutama di era 4.0 yang menuntut penyampaian pesan yang tajam dan memikat. Peran kecakapan berkomunikasi sebagai elemen pendukung efektivitas media dakwah lisan di era 4.0 memiliki relevansi yang tinggi (Aminudin & Suradika, 2022). Keterlibatan mahasiswa dalam interaksi dengan penceramah yang mahir berbicara dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas mengonfirmasi bahwa kecakapan berkomunikasi memegang peran utama dalam meraih tujuan dakwah di tengah dinamika perkembangan teknologi dan informasi saat ini.

Berdasarkan penelusuran dan analisa terhadap efektivitas media dakwah lisan pada mahasiswa di era 4.0, dapat dinyatakan bahwa dua aspek penting, yakni interaksi sosial dan kecakapan berkomunikasi, muncul sebagai elemen krusial yang mempengaruhi kesuksesan media dakwah lisan. Peran vital interaksi sosial, sebagaimana dijabarkan oleh Aminudin & Suradika (2022), Marti dkk., (2023), dan Setiadi (2023) terbukti dalam memengaruhi tingkat partisipasi dan respons dari audiens yang pada akhirnya memperkuat efektivitas pesan dakwah.

Data survei dari Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia menunjukkan bahwa 75% mahasiswa cenderung lebih suka dengan media dakwah lisan yang bersifat interaktif. Model interaksi sosial melalui diskusi, tanya jawab, atau simulasi membuka peluang untuk pemahaman yang lebih

dalam (Librianti & Pratama, 2022). Selain itu, hasil penelitian Setiadi (2023) memberikan konfirmasi bahwa mahasiswa yang berpartisipasi aktif dalam konten media dakwah lisan cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik dan menerima pesan dakwah, menandakan bahwa interaksi sosial memberikan kontribusi positif terhadap efektivitas media dakwah lisan.

Aspek kedua yang perlu diperhatikan adalah kecakapan berkomunikasi, sebagaimana dipelajari oleh (Marti et al., 2023). Hasil survei dari Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Profesi Pendakwah (LPPP) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan bahwa 60% mahasiswa lebih memilih media dakwah lisan yang disampaikan oleh penceramah yang fasih berbicara dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas. Penelitian Aminudin dan Suradika (2022) mengukuhkan bahwa kecakapan berkomunikasi memiliki peran krusial dalam meningkatkan tingkat pemahaman dan penerimaan pesan dakwah.

Namun, untuk mencapai efektivitas penuh di era 4.0, pemahaman lebih lanjut diperlukan melalui data tambahan. Sebanyak 80% mahasiswa lebih menyukai media dakwah lisan yang menggunakan multimedia, 70% menyukai format video, dan 60% lebih memilih penceramah dengan latar belakang pendidikan yang relevan. Data ini menegaskan bahwa mahasiswa di era 4.0 cenderung tertarik pada media dakwah lisan yang menarik dan informatif. Dengan memanfaatkan multimedia, format video, dan melibatkan penceramah dengan latar belakang pendidikan yang relevan, media dakwah lisan dapat lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman mahasiswa. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang interaksi sosial dan kecakapan berkomunikasi, didukung oleh data tambahan yang relevan, menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan efektivitas media dakwah lisan di era 4.0.

Efektivitas Media Dakwah Tulisan di Era 4.0

Media dakwah tulisan telah menemukan pijakan signifikan sebagai bentuk ekspresi dakwah yang sangat diminati dan populer di era 4.0. Interaktivitas yang melekat pada media ini memberikan kemudahan aksesibilitas kepada siapa saja, di mana saja, dan kapan saja (Azisi et al., 2022). Dalam kajian yang dilakukan oleh Purnamasari & Thoriq (2021), ditemukan sejumlah keunggulan yang perlu diperhatikan terkait media dakwah tulisan. Keunggulan pertama adalah kemampuannya menjangkau audiens dengan cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan media dakwah lainnya. Dimensi cakupan yang luas ini menjadi poin krusial, mengingat dampak positif yang lebih besar dapat dicapai. Keunggulan kedua terletak pada kemampuan media dakwah tulisan untuk diakses secara berulang-ulang, memberikan keleluasaan bagi audiens untuk merenungkan pesan dakwah dengan lebih mendalam, seiring dengan kemampuan mereka untuk mengakses kembali informasi yang telah disajikan. Keunggulan ketiga adalah kemudahan dalam berbagi, menjadi elemen penting yang memungkinkan pesan dakwah tersebar dengan mudah di berbagai kalangan, sehingga memperluas dampaknya secara sosial dan budaya.

Purnamasari & Thoriq (2021) juga menyoroti bahwa keberlanjutan pesan dakwah melalui media tulisan dapat menciptakan dampak jangka panjang. Keistimewaan tulisan yang dapat disimpan dan diakses kapan saja oleh pembaca menciptakan dimensi keabadian pada pesan dakwah. Keberadaan pesan yang tetap tersedia melalui tulisan memberikan kemungkinan bagi audiens untuk terus merenungkan dan meresapi maknanya, membuka potensi transformasi yang berkelanjutan. Media dakwah tulisan di era 4.0 tidak hanya memenuhi tuntutan akan tingkat aksesibilitas yang tinggi, melainkan juga mampu memberikan dampak jangka panjang melalui keberlanjutan pesan yang tersedia sepanjang waktu. Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, media dakwah tulisan menjadi sebuah instrumen yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, sesuai dengan dinamika perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan akan penyebaran pesan yang cepat dan merata.

Aspek substansi konten menjadi elemen kritis yang membutuhkan perhatian mendalam dalam upaya meningkatkan efektivitas media dakwah tulisan. Keberhasilan suatu tulisan dakwah sangat bergantung pada kemampuan kontennya untuk menarik dan memberikan informasi yang informatif, dengan tujuan menarik perhatian mahasiswa sebagai khalayak utama. Oleh karena itu, konten tulisan tidak hanya diharapkan memiliki daya tarik secara estetis, tetapi juga diwajibkan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mahasiswa.

Rina dkk., (2022) juga mengungkapkan pentingnya struktur tulisan juga menjadi fokus utama dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Penyusunan struktur tulisan yang teratur dan sistematis dianggap sebagai prasyarat esensial agar pesan dakwah dapat disampaikan secara jelas dan dapat dipahami oleh mahasiswa (Mardiana, 2020; Purnamasari & Thoriq, 2021; Rina et al., 2022). Dengan memastikan struktur yang tertata dengan baik, tulisan dapat menjadi alat komunikasi yang lebih efisien, memudahkan audiens untuk mengikuti alur pemikiran pendakwah, dan meningkatkan daya serap pesan yang disampaikan. Selain itu, interaksi melalui media tulisan memiliki dampak yang sangat berarti terhadap efektivitas dakwah. Mekanisme interaksi, seperti komentar, suka, atau berbagi, dianggap sebagai alat yang efektif dalam membangun hubungan antara pendakwah dan audiens. Interaksi ini menciptakan dimensi keterlibatan, di mana respons dari audiens dianggap sebagai tanggapan langsung terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Data hasil survei dari Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia tahun 2022 menampilkan preferensi mahasiswa terhadap media dakwah tulisan. Survei tersebut mengungkapkan bahwa sebanyak 70% mahasiswa lebih memfavoritkan media dakwah tulisan yang memiliki karakteristik informatif dan inspiratif. Fenomena ini mencirikan bahwa mahasiswa memprioritaskan konten tulisan yang tak hanya informatif, melainkan juga mampu menginspirasi dan menghadirkan nilai-nilai positif. Kegemaran ini mencerminkan kebutuhan mahasiswa terhadap pesan dakwah yang tak hanya bersifat instruktif, tetapi juga dapat membangkitkan semangat dan memberikan makna yang mendalam.

Dalam waktu yang serupa, survei yang dilaksanakan oleh Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Profesi Pendakwah (LPPP) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2021 menyuguhkan dimensi tambahan terkait preferensi format media dakwah tulisan. Sebanyak 60% mahasiswa mengutarakan kecenderungan pada media dakwah tulisan yang disajikan dalam bentuk artikel. Temuan ini menandakan bahwa mahasiswa lebih memilih media dakwah tulisan yang mengusung format artikel sebagai alat komunikasi pesan. Kecenderungan ini dapat diartikan bahwa mahasiswa tidak hanya memperhatikan substansi konten, tetapi juga struktur dan gaya penyampaian dalam artikel sebagai unsur penentu dalam efektivitas media dakwah tulisan.

Melalui analisis kedua data survei ini, tergambarlah gambaran bahwa mahasiswa menginginkan media dakwah tulisan yang tidak sekadar memberikan informasi informatif dan inspiratif, melainkan juga disajikan dalam format artikel yang terstruktur. Oleh karena itu, bagi pendakwah atau penulis dakwah, penting untuk mempertimbangkan kualitas konten agar informasi yang disampaikan memiliki substansi dan daya inspiratif. Sementara itu, aspek format dalam bentuk artikel perlu mendapatkan perhatian agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara jelas dan menarik bagi audiens.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *platform* media sosial, terlihat bahwa media dakwah tulisan yang berhasil mencapai tingkat distribusi konten yang tinggi dan memperoleh interaksi *online* yang aktif cenderung memiliki efektivitas yang lebih signifikan dalam menarik perhatian dan berinteraksi dengan mahasiswa di era 4.0. Distribusi konten yang meluas mencerminkan kemampuan pesan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih besar, menghasilkan dampak yang lebih besar dalam penyebaran nilai-nilai positif. Sementara itu, interaksi online yang aktif, seperti komentar, *like*, atau *share*, mencerminkan partisipasi mahasiswa dalam konten tulisan dakwah, memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman dan penerimaan pesan (Rina et al., 2022).

Dari hasil analisis tersebut, terlihat bahwa efektivitas media dakwah tulisan pada mahasiswa di era 4.0 sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek kunci, yaitu konten, struktur tulisan, dan interaksi melalui media tulisan. Konten yang menarik dan informatif memainkan peran utama dalam menarik perhatian mahasiswa. Struktur tulisan yang terorganisir membantu menyampaikan pesan dakwah dengan jelas dan mudah dipahami (Rina et al., 2022). Disamping itu, interaksi yang aktif melalui media tulisan membangun hubungan yang lebih erat antara pendakwah dan audiens, menciptakan dimensi keterlibatan yang meningkatkan efektivitas komunikasi. Media dakwah tulisan yang memenuhi kriteria-kriteria tersebut, dengan konten yang menarik, struktur tulisan yang rapi, dan interaksi yang aktif, akan lebih efektif dalam mengajak mahasiswa menuju kebaikan dan kebenaran di era 4.0 yang penuh dengan dinamika media sosial (Fairozi & Ayu, 2020).

Perbandingan Efektivitas Media Dakwah Lisan dan Tulisan

Perbandingan efektivitas antara media dakwah lisan dan tulisan mencerminkan adanya keunggulan dan kekurangan pada setiap *platform*. Media dakwah lisan yang unggul dalam membangun interaksi sosial, mampu menciptakan keterlibatan yang lebih langsung dengan audiensnya. Dengan menggunakan dialog, tanya jawab, dan simulasi, media dakwah lisan memfasilitasi penyampaian pesan secara lebih personal dan responsif (Purnamasari & Thoriq, 2021). Sementara itu, media dakwah tulisan menonjol dengan kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan memberikan aksesibilitas yang dapat diulang (Rina et al., 2022). Keunggulan ini memungkinkan pesan untuk mencapai pemirsa yang tersebar luas, dengan fleksibilitas tinggi karena dapat diakses kembali berulang kali. Dalam memilih antara media dakwah lisan dan tulisan, pertimbangan konteks dan tujuan komunikasi menjadi krusial, mengingat bahwa keunggulan masing-masing dapat berdampak signifikan pada efektivitas penyampaian pesan dakwah.

Partisipasi mahasiswa dalam ranah media dakwah memegang peran sentral dalam membentuk interaksi yang lebih mendalam antara pesan dakwah dan audiensnya. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia pada tahun 2022, ditemukan bahwa sekitar 75% mahasiswa lebih memilih media dakwah lisan yang mengusung elemen interaktif. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran interaksi sosial dalam media dakwah lisan memiliki potensi besar untuk meningkatkan tingkat partisipasi mahasiswa.

Media dakwah lisan, yang utamanya dikenal karena kemampuannya membangun interaksi sosial, memberikan kesempatan kepada audiens, khususnya mahasiswa, untuk terlibat secara aktif dalam proses penyampaian pesan (Aminudin & Suradika, 2022; Fairuzi & Ayu, 2020; Librianti & Pratama, 2022; Setiadi, 2023). Pendekatan ini didukung oleh Setiadi (2023) dalam artikel ilmiahnya yang menegaskan bahwa partisipasi dan respons yang muncul dari audiens dalam setting lisan dapat berdampak positif terhadap efektivitas pesan dakwah. Mahasiswa yang aktif berpartisipasi dalam media dakwah lisan cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik dan lebih menerima pesan dakwah, membentuk hubungan yang lebih kuat antara penyaji dan penerima pesan. Meski demikian, media dakwah tulisan juga memiliki peran signifikan dalam meningkatkan tingkat partisipasi mahasiswa, meskipun secara tidak langsung. Data dari survei Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 75% mahasiswa lebih menyukai media dakwah lisan yang bersifat interaktif. Hal ini dapat diartikan sebagai dorongan mahasiswa untuk terlibat secara langsung dan aktif dalam proses penyampaian pesan dakwah.

Media dakwah tulisan, melalui berbagai format seperti artikel atau tulisan *online*, memiliki potensi untuk merangsang partisipasi mahasiswa melalui pendekatan yang berbeda (Rina et al., 2022). Tulisan yang mengundang diskusi atau mendorong tanggapan di media sosial dapat menjadi sarana untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dalam berdiskusi atau menyampaikan tanggapan mereka dapat memberikan kontribusi berharga dalam memperkaya pemahaman kolektif terhadap pesan dakwah, menciptakan ruang virtual yang mendukung pertukaran gagasan dan pandangan. Temuan ini sejalan dengan kelebihan media dakwah tulisan, seperti kemampuannya menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan fleksibilitas dalam akses berulang-ulang. Keunggulan ini memungkinkan pesan dakwah untuk mencapai sebanyak mungkin pemirsa, sementara aksesibilitas yang berulang memfasilitasi proses revisi dan refleksi yang lebih mendalam. Melalui merangsang diskusi atau tanggapan di media sosial, media dakwah tulisan dapat membentuk komunitas virtual yang aktif dan berpartisipasi. Partisipasi mahasiswa dalam konteks media dakwah melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap preferensi mereka terhadap media dakwah lisan yang bersifat interaktif dan media dakwah tulisan yang merangsang partisipasi secara tidak langsung. Interaksi sosial yang kuat dalam media dakwah lisan menciptakan ruang partisipatif yang signifikan, sementara media dakwah tulisan memanfaatkan potensi diskusi di dunia maya untuk mendorong keterlibatan mahasiswa. Dalam mengoptimalkan efektivitas media dakwah, penting untuk mempertimbangkan dan menggabungkan kelebihan keduanya sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa di era 4.0 yang penuh dinamika.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Profesi Pendakwah (LPPP) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2021, dapat

disimpulkan bahwa sebanyak 60% mahasiswa mengungkapkan keterbukaan mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media lisan. Temuan ini menunjukkan bahwa media dakwah lisan memiliki potensi yang sangat penting dalam meningkatkan dampak pesan dakwah di kalangan mahasiswa.

Media dakwah lisan menonjolkan kelebihanannya dalam membentuk hubungan yang lebih dekat antara pendakwah dan khalayaknya. Adanya unsur interaksi sosial, seperti yang diungkapkan oleh Librianti dan Pratama (2022), aspek ini memegang peran krusial dalam meningkatkan tingkat partisipasi mahasiswa. Melalui dialog, tanya jawab, atau simulasi, media dakwah lisan menciptakan lingkungan yang responsif dan mendukung pemahaman yang mendalam terhadap pesan dakwah. Data survei LPPP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menegaskan bahwa audiens, terutama mahasiswa, cenderung merasa lebih nyaman dan mampu memahami pesan dakwah yang disampaikan secara langsung melalui media lisan.

Sementara itu, media dakwah tulisan juga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemahaman dan penerimaan pesan dakwah, meskipun secara tidak langsung. Media dakwah tulisan memberikan ruang bagi mahasiswa untuk merenungkan pesan dakwah dengan lebih dalam. Kemampuan media tulisan untuk menyajikan pesan dalam bentuk tertulis memberikan audiens keleluasaan untuk membaca, merenung, dan menginternalisasi pesan tersebut dengan ritme sesuai kebutuhan dan kecepatan pribadi. Dalam konteks ini, tulisan dakwah memiliki keunggulan dalam memberikan waktu bagi mahasiswa untuk menyerap pesan secara mendalam, menciptakan dampak yang bersifat lebih tahan lama.

Dampak positif media dakwah tulisan juga tercermin dalam keterlibatan mahasiswa. Meskipun tanpa keterlibatan langsung dalam interaksi sosial seperti pada media dakwah lisan, mahasiswa dapat terlibat secara aktif melalui komentar, like, atau share di platform media sosial. Media dakwah tulisan memanfaatkan kecenderungan mahasiswa di era 4.0 yang lebih suka berinteraksi secara daring. Komentar dan tanggapan mahasiswa di media tulisan menciptakan dimensi keterlibatan dan responsif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan dampak pesan dakwah. Perlu diakui bahwa setiap bentuk media dakwah, baik lisan maupun tulisan, memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Media dakwah lisan, melalui interaksi sosial yang lebih intens, dapat membentuk keterlibatan langsung dan pemahaman yang lebih mendalam. Sebaliknya, media dakwah tulisan memberikan fleksibilitas waktu dan kebebasan untuk merenungkan pesan secara lebih mendalam.

Efektivitas media dakwah tidak hanya ditentukan oleh bentuknya, melainkan juga oleh sejauh mana media tersebut dapat mengoptimalkan kelebihanannya. Media dakwah lisan dapat meningkatkan dampak pesan melalui interaksi sosial yang intens, sedangkan media dakwah tulisan dapat memberikan dampak yang lebih mendalam melalui pemikiran pribadi dan keterlibatan aktif di platform daring. Pendakwah dan penulis dakwah perlu memahami karakteristik unik dari masing-masing media dan memanfaatkannya secara bijak untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih luas dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia pada tahun 2022, terungkap bahwa sekitar 55% mahasiswa menyatakan kecenderungan mereka terhadap media dakwah lisan. Data ini menunjukkan dominasi yang masih dipegang oleh media dakwah lisan sebagai opsi utama di kalangan mahasiswa hingga saat ini. Preferensi yang signifikan terhadap media dakwah lisan dapat diinterpretasikan sebagai dorongan mahasiswa untuk memberi nilai lebih pada interaksi langsung dan ekspresi verbal dalam penyampaian pesan dakwah. Kemampuan media dakwah lisan dalam membentuk hubungan personal dan melibatkan audiens secara langsung sepertinya tetap memikat perhatian mahasiswa.

Meskipun demikian, terlihat adanya pergeseran tren preferensi media dakwah di kalangan mahasiswa seiring dengan perkembangan teknologi. Terdapat peningkatan minat mahasiswa terhadap media dakwah tulisan, terutama yang disajikan dalam format multimedia seperti video dan podcast. Perubahan ini mencerminkan adaptasi mahasiswa terhadap kemajuan teknologi informasi, di mana kemampuan media tulisan untuk menyajikan konten yang kreatif dan beragam semakin diminati. Preferensi terhadap media dakwah tulisan dengan format multimedia juga mencerminkan keinginan mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman yang lebih visual dan audiovisual dalam meresapi pesan dakwah. Oleh karena itu, meskipun media dakwah lisan

tetap mempertahankan dominasinya, media dakwah tulisan, terutama yang memanfaatkan teknologi multimedia, mengalami peningkatan popularitas di kalangan mahasiswa.

Media dakwah lisan, sebagai salah satu bentuk alat komunikasi dakwah, menunjukkan sejumlah keunggulan yang menonjol. Pertama, kemampuannya dalam membangun interaksi sosial membuka peluang untuk menciptakan keterlibatan yang lebih personal antara pendakwah dan audiensnya. Dalam bentuk dialog, tanya jawab, dan simulasi, media dakwah lisan memberikan peluang bagi audiens untuk merasakan keterlibatan langsung dalam proses komunikasi dakwah. Keunggulan kedua adalah kemampuan media ini untuk menyampaikan pesan secara langsung. Hal ini memberikan peluang bagi audiens untuk merasakan intensitas dan nuansa emosional dari penyaji pesan, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam. Selain itu, media dakwah lisan memiliki potensi untuk meningkatkan daya persuasi melalui ekspresi vokal, intonasi, dan kehadiran fisik pendakwah, menciptakan dampak yang kuat pada audiens. Namun demikian, media dakwah lisan juga membawa kekurangan yang perlu diperhatikan. Pertama, efektivitasnya dapat menurun jika audiens tidak berpartisipasi aktif. Interaksi sosial yang menjadi landasan media ini memerlukan respons dan partisipasi aktif dari audiens untuk mencapai tingkat keterlibatan yang optimal. Kekurangan lainnya terletak pada risiko ketidakefektifan jika pesan dakwah disampaikan secara monoton. Keterbatasan variasi dalam penyampaian pesan dapat menyebabkan kehilangan minat audiens dan menurunkan efektivitas komunikasi dakwah.

Di sisi lain, media dakwah tulisan menunjukkan keunggulan-keunggulan tertentu. Kelebihan pertama adalah kemampuannya menjangkau audiens yang lebih luas. Tulisan dapat diakses oleh berbagai kalangan dan tersebar melalui berbagai *platform*, menciptakan cakupan yang lebih besar. Kelebihan kedua adalah kemampuannya untuk diakses secara berulang-ulang, memberikan kesempatan pada audiens untuk merenungkan pesan dakwah dengan lebih mendalam. Selain itu, kemudahan dalam menyimpan dan membagikan tulisan memberikan fleksibilitas dalam menyebarkan pesan dakwah secara luas. Meski demikian, media dakwah tulisan juga memiliki kekurangan. Pertama, efektivitasnya dapat berkurang jika pesan dakwah disampaikan secara abstrak dan sulit dipahami. Keterbatasan ekspresi verbal dan visual dalam tulisan dapat menghambat pemahaman audiens. Kekurangan lainnya terletak pada kurangnya interaksi langsung dengan audiens. Tanpa respons langsung, media dakwah tulisan mungkin tidak dapat membangun keterlibatan yang sama kuatnya seperti media dakwah lisan.

Dengan demikian, baik media dakwah lisan maupun tulisan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Pemilihan media tergantung pada konteks komunikasi dan karakteristik audiens, serta bagaimana kelebihan dan kekurangan tersebut dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan dakwah dengan efektif. Dalam era revolusi industri 4.0 yang diwarnai oleh kemajuan teknologi, strategi dakwah memerlukan penyesuaian agar dapat sesuai dengan karakteristik dan preferensi mahasiswa yang semakin terhubung dengan berbagai platform media. Pemanfaatan media dakwah baik dalam bentuk lisan maupun tulisan menjadi sangat penting dalam mencapai efektivitas dakwah di tengah perkembangan zaman yang dinamis. Kombinasi kedua bentuk media ini memiliki potensi untuk membawa dampak positif dan meningkatkan tingkat keterlibatan audiens dalam proses dakwah.

Media dakwah lisan memiliki peranan krusial dalam membentuk interaksi sosial serta menyampaikan pesan secara langsung. Kelebihan utama yang dimilikinya adalah kemampuan untuk menciptakan keterlibatan personal antara pendakwah dan audiensnya. Dalam era revolusi industri 4.0 ini, strategi penggunaan media dakwah lisan dapat ditingkatkan melalui penerapan metode yang interaktif, seperti diskusi, tanya jawab, atau simulasi. Pemanfaatan teknologi multimedia, seperti gambar, video, atau presentasi multimedia, dapat memperkaya pengalaman audiens dan membuat pesan dakwah lebih menarik. Pemilihan penceramah yang fasih berbicara dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas media dakwah lisan.

Di sisi lain, media dakwah tulisan memiliki potensi untuk menjangkau audiens dengan lebih luas dan memberikan kebebasan akses yang bersifat berulang-ulang. Dalam era revolusi industri 4.0 yang kaya akan informasi, konten tulisan yang menarik dan informatif menjadi unsur kunci. Strategi penggunaan media dakwah tulisan perlu mempertimbangkan kebutuhan dan minat audiens. Pembuatan konten yang relevan dengan

kebutuhan serta penerapan struktur tulisan yang rapi dan sistematis dapat meningkatkan daya serap pesan dakwah. Inisiatif untuk mendorong audiens berinteraksi dengan konten tulisan, seperti memberikan komentar, like, atau share, dapat meningkatkan tingkat keterlibatan dan merangsang diskusi.

Optimasi efektivitas media dakwah lisan dan tulisan tidak hanya tergantung pada tingkat kecanggihan teknologi, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap karakteristik mahasiswa di era revolusi industri 4.0. Pendakwah diharapkan dapat menggabungkan kekuatan keduanya agar dapat mencapai efek sinergis yang lebih besar. Sebagai contoh, media dakwah lisan dapat digunakan sebagai alat untuk menarik perhatian dan membangun hubungan awal dengan audiens. Setelah hubungan tersebut terjalin, media dakwah tulisan dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara lebih mendalam dan mendorong audiens untuk berdiskusi atau bahkan mengambil tindakan lebih lanjut.

Strategi penggunaan media dakwah lisan dan tulisan perlu melibatkan pemikiran kreatif dan inovatif, mengingat preferensi mahasiswa yang semakin berkembang dan beragam. Dengan merancang konten dakwah yang responsif terhadap kebutuhan mahasiswa, baik secara lisan maupun tulisan, dakwah dapat menjadi sarana yang efektif dalam membimbing dan mengajak mahasiswa menuju kebaikan dan kebenaran di tengah arus informasi dan tantangan yang dihadapi di era revolusi industri 4.0.

KESIMPULAN

Evaluasi efektivitas penggunaan media dakwah lisan pada mahasiswa di era 4.0 menekankan signifikansi interaksi sosial dan keterampilan berkomunikasi, dimana hasil analisis menunjukkan bahwa interaksi sosial, khususnya melalui multimedia, dan kemahiran berkomunikasi memiliki implikasi yang berarti terhadap pemahaman dan penerimaan pesan dakwah. Meskipun demikian, data tambahan mencerminkan bahwa preferensi mahasiswa terhadap media dakwah lisan juga dipengaruhi oleh unsur multimedia, format video, dan latar belakang pendidikan penceramah. Dengan demikian, untuk mengoptimalisasikan efektivitas media dakwah lisan pada periode 4.0, diperlukan pemahaman yang mendalam terkait interaksi sosial dan keterampilan berkomunikasi yang perlu ditunjang dengan penggabungan unsur multimedia. Sementara itu, dalam mencapai efektivitas keseluruhan media dakwah, perlu mempertimbangkan karakteristik mahasiswa dengan memanfaatkan keunggulan media dakwah baik yang bersifat lisan maupun tulisan. Pendekatan yang mengombinasikan keduanya mampu menghasilkan sinergi yang lebih besar, di mana dakwah lisan dapat menarik perhatian awal dan membentuk hubungan, sedangkan dakwah tulisan dapat menyampaikan pesan secara mendalam, mendorong interaksi, dan merangsang pemikiran kritis. Dengan menerapkan strategi kreatif dan inovatif yang responsif terhadap perkembangan mahasiswa, dakwah dapat berperan sebagai instrumen yang efektif dalam membimbing dan mengajak mereka pada era revolusi industri 4.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Haznur, M. F. H. Q. (2022). *Metode Komunikasi Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Panorama 94,4 FM Desa Muara Lebak Banten* [bachelorThesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/60497>
- Aminudin, A., & Suradika, A. (2022). Peluang Dan Tantangan Dakwah Bil Lisan Melalui Youtube Sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Perspektif*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v2i1.197>
- Azisi, A. M., Qotrunnada, L., Fatah, M. A., & Zain, A. U. (2022). Islam Cerdas di Ruang Digital: Urgensi Peran Mahasiswa dalam Menebar Jala Moderasi Beragama di Media Sosial. *Medina-Te: Jurnal Studi Islam*, 18(2), Article 2. <https://doi.org/10.19109/medinate.v18i2.15444>
- Beranda Lembaga Demografi FEB UI*. (n.d.). Retrieved January 14, 2024, from <https://ldfebui.org/>
- Fairozi, A., & Ayu, S. (2020). A Digitalisasi Dakwah: Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah di Era Pandemi. *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.265>

- Hanifah Murzan, 411307076. (2018). *Efektifitas Radio Assalam UIN Ar-Raniry dalam Penyampaian Pesan-pesan Dakwah* [Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh]. <http://library.ar-raniry.ac.id>
- Hendra, A. G. (2023). *Retorika Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah Melalui Tiktok* [bachelorThesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74860>
- Hidayatulloh, M. T., & Sahid, K. A. (2020). geliat dakwah kalangan milenial terdidik: membaca arah penyebaran informasi keagamaan melalui gawai. *Harmoni*, 19(1), Article 1. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v19i1.369>
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (n.d.). Retrieved January 14, 2024, from <https://lp2m.uinjkt.ac.id/id>
- Librianti, E. O. I., & Pratama, M. A. (2022). Transformasi Tradisi Lisan Sebagai Sarana Dakwah: Kajian Historis Dan Tantangan Era Digital. *Journal of Community Development*, 1(1), Article 1.
- Maghfiroh, R. (2023). Inovasi Manajemen Dakwah sebagai Pendekatan Dakwah Islam pada Generasi Milenial di Desa Trahan Kabupaten Rembang. *Jurnal Exact: Journal of Excellent Academic Community*, 1(1), Article 1.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), Article 02. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>
- Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran Video Dakwah di Youtube dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994>
- Munawara, M., Rahmanto, A., & Satyawan, I. A. (2020). Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng: Studi pada Akun Media Sosial tebuireng.online. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 29–45. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3226>
- Noekent, V. N., & Kurniawan, A. (2020). Inovasi Dakwah Perguruan Tinggi (Studi Naratif Pada Universitas Negeri Semarang). *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), Article 2. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2822>
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *AL-AUFA: JURNAL PENDIDIKAN DAN KAJIAN KEISLAMAN*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.32665/alaufa.v5i1.1618>
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01>
- Rina, R., Syah, E., & Kusumaningtyas, A. D. (2022). Analisis Pesan Dakwah dalam Novel Religi. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.52593/mtq.03.1.02>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Setiadi, A. A. F. (2023). Dakwah dalam Media Sosial (Studi Kasus Pemanfaatan Youtube Oleh Ulama Di Kabupaten Magelang Tahun 2021). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17088–17102. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.9076>
- Sinambela, F. R., & Mutiawati. (2022). Implementasi Dakwah Bil-Lisan dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Masyarakat. *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(02), Article 02. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v3i02.910>
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung). Alfabeta. [//digilib.unigres.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D43](http://digilib.unigres.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D43)