

Strategi Komunikasi Ustad Felix Siauw Melalui Analogi Anime One Piece Dalam Penyampaian Pesan Islam

Cindy Puspita Sari, Anita Trisiah, E mi Puspita Dewi

Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang

E-mail: *Universitas Islam Negeri Raden Fatah

cindypuspitasari677@gmail.comUniversitas Islam Negeri Raden Fatah;

anitatrishah@radenfatah.ac.id

Universitas Islam Negeri Raden Fatah; emipuspitadewiun@radenfatah.ac.

Published: January, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah yang digunakan Ustadz Felix Siauw dalam menyampaikan pesan-pesan Islam melalui analogi anime One Piece. Pemanfaatan budaya populer sebagai medium dakwah menjadi pendekatan yang relevan di era digital, khususnya dalam menjangkau generasi muda yang akrab dengan konten anime. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis konten terhadap dua video YouTube yang memuat pembahasan Ustadz Felix Siauw mengenai nilai perjuangan, kepemimpinan, akhlak, serta keteguhan prinsip tokoh Monkey D. Luffy dalam perspektif Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup unsur komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Pesan dakwah disampaikan melalui argumentasi yang logis, pendekatan emosional, serta diperkuat oleh kredibilitas personal dai, dengan memanfaatkan simbol dan adegan anime sebagai jembatan pemaknaan nilai-nilai Islam. Strategi tersebut terbukti efektif dalam menarik minat audiens dan meningkatkan pemahaman keagamaan, sekaligus menunjukkan potensi budaya populer sebagai media dakwah yang adaptif di ruang digital.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Dakwah Digital, Anime, One Piece, Pesan Islam.

ABSTRACT

This study aims to analyze the da'wah communication strategy used by Ustadz Felix Siauw in conveying Islamic messages through the analogy of the anime One Piece. The use of popular culture as a da'wah medium is a relevant approach in the digital era, especially in reaching the younger generation who are familiar with anime content. This study uses a descriptive qualitative method with content analysis techniques on two YouTube videos containing Ustadz Felix Siauw's discussion on the values of struggle, leadership, morals, and the steadfastness of the principles of the character Monkey D. Luffy from an Islamic perspective. The results show that the communication strategy implemented includes the elements of communicator, message, media, communicant, and effect. The da'wah message is delivered through logical arguments, an emotional approach, and is strengthened by the personal credibility of the da'wah, by utilizing anime symbols and scenes as a bridge to the meaning of Islamic values. This strategy has proven effective in attracting audience interest and increasing religious understanding, while also demonstrating the potential of popular culture as an adaptive da'wah medium in the digital space.

Keywords: Communication Strategy, Digital Da'wah, Anime, One Piece, Islamic Message.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Dakwah pada hakikatnya merupakan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan ajaran Islam agar dipahami dan diamalkan oleh masyarakat (Ramli & Tasruddin, 2024:4292). Perkembangan teknologi digital mengubah cara dakwah disampaikan, di mana media seperti YouTube memberi peluang bagi dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan fleksibel (Bari, Wazis & Jannah, 2025:828).

Generasi muda sebagai pengguna terbesar media digital cenderung menyukai konten visual dan hiburan. Oleh karena itu, penggunaan budaya populer seperti anime dinilai relevan dalam menyampaikan pesan keagamaan (Lestari, 2024:35). Anime *One Piece* merupakan salah satu anime yang memiliki pengaruh besar, memuat nilai keberanian, loyalitas, dan perjuangan yang sejalan dengan nilai Islam (Rachmadani, Harahap & Nasution, 2023:21300).

Ustadz Felix Siauww memanfaatkan anime *One Piece* untuk menjelaskan nilai-nilai Islam melalui analogi yang dekat dengan kehidupan dan minat audiens muda. Pendekatan ini termasuk strategi komunikasi yang menyesuaikan media, budaya, dan karakteristik komunikan agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif (Effendy, 2003:301). Namun, penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah yang menggunakan analogi anime sebagai pendekatan penyampaian pesan Islam masih terbatas, sehingga diperlukan kajian mendalam untuk memahaminya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Ustadz Felix Siauww melalui analogi *One Piece* di YouTube.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (Moleong, 2019:6). Data primer berasal dari dua video YouTube Ustadz Felix Siauww yang membahas *One Piece*, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan literatur terkait strategi komunikasi serta dakwah digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring dan dokumentasi, yaitu mencatat dialog, tampilan visual, potongan anime yang digunakan, serta respons audiens pada kolom komentar. Analisis data mengacu pada model komunikasi Lasswell sebagai kerangka membaca strategi komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek (Cangara, 2013:61).

Triangulasi sumber digunakan untuk memastikan keabsahan data melalui perbandingan antar-video, komentar penonton, dan literatur pendukung

3.1 Komunikator: Kredibilitas dan Karakter Ustadz Felix Siauw

Komunikator memegang peranan penting dalam keberhasilan penyampaian pesan. Menurut Effendy (2003:301), komunikator harus memiliki kredibilitas dan kemampuan menyampaikan pesan secara persuasif. Ustadz Felix Siauw dikenal memiliki gaya komunikasi yang logis, sistematis, dan dekat dengan bahasa anak muda. Hal ini membuat audiens lebih mudah menerima pesan yang ia sampaikan. Felix sering menghubungkan nilai Islam dengan fenomena populer, sehingga menciptakan kedekatan emosional dan kognitif dengan audiens muda (Pratama dkk., 2025:18).

3.2 Pesan: Nilai Islam melalui Analogi Anime One Piece

Pesan dakwah yang disampaikan Felix Siauw menggunakan contoh perjalanan Monkey D. Luffy sebagai media penjelas nilai Islam. Teknik ini sejalan dengan konsep penyederhanaan pesan sesuai konteks budaya audiens (Zainabon, 2025:30).

Analogi yang digunakan meliputi:

1. Kesetiaan kru Topi Jerami □ ukhuwah Islamiyah
2. Tekad dan keberanian Luffy □ nilai sabar dan tawakal
3. Prinsip tidak menyerah □ keteguhan iman

Penggunaan analogi ini menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami karena berangkat dari pengetahuan yang telah familiar bagi audiens (Hilmi, 2025:1446).

3.3 Media: Pemanfaatan YouTube sebagai Kanal Dakwah

YouTube merupakan platform yang efektif untuk dakwah karena dapat diakses kapan saja dan menjangkau khalayak yang luas (Rifqi, 2024:71). Format video memungkinkan penyampaian pesan secara visual dan audio, sehingga mampu menarik perhatian audiens lebih baik dibandingkan media konvensional.

Penggunaan potongan anime One Piece menjadi salah satu kekuatan dalam penyampaian pesan, karena menambah daya tarik visual sekaligus memperjelas hubungan antara nilai-nilai Islam dan adegan anime.

3.4 Komunikasikan: Karakteristik Audiens Generasi Muda

Generasi muda memiliki kecenderungan tertarik pada konten populer yang dinamis dan visual. Oleh karena itu, strategi berbasis budaya populer efektif menjembatani jarak antara pesan dakwah dan minat audiens (Yasim, 2022:84). Dengan memanfaatkan anime, Felix berhasil menurunkan jarak psikologis antara dakwah dan kehidupan anak muda, sehingga dakwah tidak terasa menggurui tetapi mengalir secara natural.

3.5 Efek: Peningkatan Pemahaman dan Minat Terhadap Islam

Efektivitas strategi komunikasi dapat dilihat melalui interaksi audiens berupa komentar positif, diskusi lanjutan, dan penyebaran ulang konten. Banyak penonton menyatakan bahwa analogi One Piece membuat mereka lebih memahami nilai perjuangan dalam Islam, serta merasa dakwah menjadi lebih dekat dengan kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan keberhasilan strategi komunikasi dalam menarik perhatian, meningkatkan pemahaman, dan mendorong kesadaran beragama (Rubawati dkk., 2024:38).

KE S I M P U L A N

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustadz Felix Siauww melalui analogi anime One Piece dalam penyampaian pesan Islam dilakukan dengan mengaitkan nilai-nilai keislaman dengan cerita, karakter, dan pesan moral yang terdapat dalam anime tersebut sehingga dakwah disampaikan secara kontekstual, kreatif, dan mudah dipahami oleh audiens, khususnya generasi muda. Ustadz Felix Siauww berperan sebagai komunikator yang kredibel dengan gaya penyampaian yang logis dan komunikatif, sementara pesan dakwah dikemas dalam bentuk analogi budaya populer agar lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media YouTube sebagai sarana dakwah digital memperkuat efektivitas penyampaian pesan karena bersifat audio-visual, interaktif, dan memiliki jangkauan luas. Strategi komunikasi ini memberikan dampak positif terhadap penerimaan pesan dakwah, terlihat dari meningkatnya minat dan pemahaman audiens terhadap nilai-nilai Islam yang disampaikan. Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah melalui analogi anime One Piece dapat dinilai sebagai pendekatan dakwah yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan media digital dan kebutuhan masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Akademika, Jurnal Mimbar. "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL" 10 (2025): 25–41.
- Anas, Moh. "Potret Dakwah Digital Di Era Modernisasi: Studi Media Sosial Sebagai Media Dakwah." *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi* 6, no. 1 (2025): 1–18. <https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v6i1.199>.
- Bari, Abd, Kun Wazis, and Siti Raudhatul Jannah. "Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah Islam." *Al Qalam Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 2 (2025): 828. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4180>.
- Belajar, Untuk, Baca Alqur, L P Q Al, and Kota Gorontalo. "Strategi Komunikasi Persuasif Ustadz Dalam Meningkatkan Motivasi Orang Tua" 3, no. 6 (2025).
- Burhanuddin, A, N Setiawati, M Y Asrullah, and ... "Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah:(Study Akun YouTube Muhammad Asdar717)." ... , *Sosial Dan Ilmu* ... 7482 (2024): 167–76. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/2344>.
- Estaswara, B. Helpris. "Strategic Communication Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi." *CoverAge Journal of Strategic Communication* 11, no. 2 (2021): 79–90. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2028>.
- Fadhilah, Fikri Fariz. "Analisis Keberhasilan Strategi Komunikasi Publik Pemerintah Dalam Menghambat Penyebaran Covid-19 Melalui Platform Media Sosial Analysis of the Effectiveness of Government Public Communication Strategies in Curbing the Spread of Covid-19 through Social Med" 10, no. 1 (2025).
- Faridah, Alfi Nurul, and Moh Khoirul Anam. "Strategi Komunikasi Dakwah Akun Instagram @yufid.Tv." *Journal of Islamic Communication Studies* 2, no. 2 (2024): 1–11. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.2.1-11>.
- Fathul Amin, and Agus Ali Sururi. "Dakwah Digital: Mengukur Dampak Dan Efektivitas Kampanye Dakwah Online Terhadap Audiens Muda." *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi* 2, no. 1 (2025): 1–13. <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i1.31>.
- Frenky Mubarak, Hasyim. "Peran Media Massa Dalam Dakwah Islam : Studi Analisa Konten Dakwah Pada Surat Kabar Media Cakra Bangsa." *Khulash: Islamic Studies Journal*, 2021, 16–31.

<https://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/kisj/article/view/113%0Ahttps://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/kisj/article/download/113/62>.

Gusti, Nie, and Madia Muriawan. "Da ' Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Da ' Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting" 4 (2024): 450–65. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v4i1.4488>.

Habib, Asyraf, and Silda Rusni Wardani. "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi" 2, no. 2 (2025): 128–45.

Hatami, Wisnu. "Popular Culture of Japanese Anime in the Digital Age and the Impact on Nationalism of Young Indonesian Citizens." *Journal of Social Studies (JSS)* 14, no. 1 (2018): 37–47. <https://doi.org/10.21831/jss.v14i1.21652>.

Hilmi, M Tolabul. "Analisis Nilai Pendidikan Serial Anime " One Piece " Dalam Perilaku Belajar Peserta Didik Di MTs Riyadhul Jannah Tanjung Jabung Barat" 03 (2025): 1445–52.

Huda, M. Masrur, Moch. Adim, Moh. Jawani, and Charidatul Muhsona. "Model Pembelajaran Akidah Akhlak Dengan Youtube Content Dalam Meningkatkan Kecerdasan Spiritual Siswa." *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022): 154–79. <https://doi.org/10.52166/talim.v5i2.3193>.

Ibad, M. Nashoiul. "Strategi Literasi Dakwah Digital Di Era Media Sosial Tik Tok : Tantangan Dan Peluang." *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2024): 102–14. <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>.

Inayatullah, Farisya, and Deddy Wahjudi. "Analysis of Roland Barthes' Semiotic Theory as an Approach to Assessing Urban Fashion." *E dunity: Journal of Social and Educational Studies* 2, no. 9 (2023): 1080–86.

Information, Article, and Dakwah Digital. "Efektivitas Dakwah Digital Melalui Platform Media Sosial Instagram @ masjid.Imaduddin Terhadap Pengetahuan Keagamaan Dan Perubahan Sikap Beragama Pada Jama'ah." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 5, no. 5 (2024).

Irawan, Deni. "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital)." *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8, no. 1 (2025): 1–16. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>.

Kasir Ibnu, and Awali Syahrol. "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59–68.

Kelvin, Marcellinus, and Meisyanti. "Analisis Strategi Komunikasi Guru Dalam Mengajar Siswa

- Dengan Menggunakan Aplikasi Scratch (Studi Kasus Di Sekolah Dasar Hati Kudus).” *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 9, no. 2 (2025): 312–25.
- Khairul, Khairul Ikhwan, Ilzamudin Ma'mur, Anita, Wasehudin, and Fandy Adpen Lazzavietamsi. “Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Animasi Riko the Series Musim 3 Dan Impelementasinya Terhadap Penguatan Pendidikan Karakter Peserta Didik.” *Qdamuna: Jurnal Studi Islam* 10, no. 01 (2024): 86–101. <https://doi.org/10.55120/qolamuna.v10i01.1849>.
- Khairul Mafaza, Amalia, Fathimah Zahro Al Ghoziyah, Ludfiya Nurcahyani Oktafiya, and Yasmina Bilqis Muharomah. “Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi Di Tiktok: Studi Kasus Pada Akun @Taarts_Tok.” *As-Sulthan Journal Of Education* 01, no. 03 (2025): 1030–38. <https://ojssulthan.com/asje>.
- Khoirul Umam Addzaky, and Clara Apriyanti. “Konseptualisasi Nilai-Nilai Moral Dalam Perspektif Islam.” *Fikr: Jurnal Penikiran Studi Islam* 1, no. 1 (2025): 1–19. <https://doi.org/10.62448/fjpsi.v1i1.228>.
- Konferensi, Prosiding, Integrasi Interkoneksi, and Islam Dan. “KONTEN KREATOR HIZBUT TAHRIR: BUDAYA POPULER ANIME SEBAGAI NARASI DAKWAH” 4 (2022): 184–96.
- Lena, Mai Sri, Netriwati Netriwati, Ika Suryanita, Fastabuqul Khairat, and Ulfah Putri Efendi. “Lasswell Communication Model to Improve Students’ Mathematical Concepts Understanding Ability.” *International Journal on Emerging Mathematics Education* 6, no. 2 (2023): 141. <https://doi.org/10.12928/ijeme.v6i2.20913>.
- Lestari, Cindy Arsy, and Khatibah. “Strategi Komunikasi Salam TV Dalam Menyiarkan Program Kisah Teladan Kepada Para Khalayak.” *JDK: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 9, no. 1 (2024): 26–41.
- Lestari, Intan, and Agus Riyadi. “Persepsi Mad’u Terhadap Dakwah KH. Subhan Ma’mun Di Kabupaten Brebes.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 22, no. 1 (2023): 47–62. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i1.8835>.
- Lestari, Novita. “Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial.” *Qawwam: The Leader’s Writing* 5, no. 1 (2024): 35–42. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>.
- M. Hamdan Yuwafik, and Nuriyah Nazilah. “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan Pada Akun Youtube @HananAttaki.” *Al-Ittishad: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 1 (2025): 65–83.

<https://doi.org/10.51339/ittishol.v6i1.3018>.

- Maesyaroh, Syarah Siti. "Analisis Pesan Dakwah Melalui Channel Youtube Ustadz Ucu Najmudin." *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 1, no. 4 (2020): 227. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.50>.
- Maulidiyah, Miya. "Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Film Animasi Amrat Al - Rām Karya Hadi Mohammadian : Semiotika Roland Barthes Pendahuluan" 18, no. 2 (2021): 151–62. <https://doi.org/10.21009/almakrifah.18.02.04>.
- Mokhamad Mahfud. "STRATEGI KOMUNIKASI INTEGRASI INTERKONEKSI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SKRIPSI MAHASISWA (Studi Pada Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)," n.d., 67–78.
- Muhammad Adnan Firdaus, Malki Ahmad Nasir, and Asep Ahmad Siddiq. "Analisis SWOT Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Di Channel Youtube Adi Hidayat Official." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 4, no. 1 (2024): 172–79. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v4i1.12280>.
- Mutmainna, Mutmainna, and Ramsiah Tasruddin. "Strategi Dakwah Ust.Felix Siau Melalui Platform Media Youtube Di Era Society 5.0." *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2025): 13–20. <https://doi.org/10.33096/respon.v6i1.276>.
- Nabila, Nurrizky, Rahmadsyah Rangkuti, and Muhammad Yusuf. "A Semiotic Analysis of Visual Public Service Advertisements." *Journal of Language, Literature, and Teaching (JLLTE)* 4, no. 1 (2022): 92–108.
- Naufal, Mochammad. "Peran Komunikasi Islami Dalam Membangun Etika Dan Moral Masyarakat Muslim Di Era Digital." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 6, no. 1 (2024): 79–90. <https://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/scholastica/article/view/2567>.
- Nur, Zulfikah, Umar Sulaiman, and Ulfiani Rahman. "METODOLOGI PENELITIAN: ANALISIS KONSEPTUAL UNTUK MEMAHAMI HAKIKAT, TUJUAN, PROSEDUR, DAN KLASIFIKASI PENELITIAN." *PEDAGOGIC: Indonesian Journal of Science Education and Technology* 4, no. 1 (2024): 34–45. <https://doi.org/10.54373/ijset.v4i1.1395>.
- Parhan, Muhamad, Maimunah Zilallah, Gabriela Oktaviani Subrata, Asma Khari, and Sheila Mitha Nurahmi Subadri. "Keefektifan Penyampaian Pesan Islam Melalui Trend (Pesantrend) Di Era Digital." *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*

- 14, no. 1 (2023): 1–27. <https://doi.org/10.32923/maw.v14i1.2769>.
- Praselanova, Reiza, and Quiz Al Qurny. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Interaktif Di Ma’ Had Aly Ilmu Yaqin Makassar” 01, no. 01 (2025): 9–17.
- Pratama, Wahyu Saputra, Zaki Alfarizi, Abdur Razzaq, and Muhamad Yudistira Nugraha. “Analisis Persepsi Keislaman Remaja Melalui Konten Youtube ‘Belajar Islam Pake Logika’ Ft Ustadz Felix Siau.” Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa 2, no. 2 (2025): 405–11. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i2.173>.
- Rachmadani, Syaf Reiza, Elly Warnisyah Harahap, and Kasron Nasution. “Nilai–Nilai Etika Dalam Anime One Piece Movie Red Perspektif Aristoteles Dalam Buku Etika Nikomakea.” Jurnal Pendidikan Tanbusai 7, no. 3 (2023): 21299–305.
- Rahmawati, Yulia, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, and Mia Nurmianari. “Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital : Kajian Literatur Universitas Pembangunan Nasional Veteran , Jakarta Pertanyaan Kritis Yang Perlu Diteliti Lebih Lanjut . Bagaimana Sebenarnya Perubahan Ini Terjadi , Dakwah . Literatur Berupa Sumber-Sumber Dari Buku ,.” Concept: Journal of Social Humanities and Education 3, no. 1 (2024): 274–77.
- Rahmayani, Mentari Tri Indah, and Fakhurrozi Bin Ahmad. “Perencanaan Dakwah Dalam Menghadapi Perubahan Sosial Di Era Globalisasi.” Matlamat Minda 1, no. 2 (2021): 1–13. <https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.286>.
- Ramahdani, Lisa, Halimah Helmi, Khairunnisak Nasution, Mustafaruddin Mustafaruddin, and Suhairi Suhairi. “Memahami Komunikasi Bisnis : Strategi Dan Pengelolaannya.” JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing) 3, no. 2 (2023): 87–100. <https://doi.org/10.56696/jaka.v3i2.8659>.
- Ramli, and Ramsiah Tasruddin. “Teori Komunikasi Dakwah Dalam Penyebaran Pesan Islam (Theory of Islamic Communication in Spreading the Message of Islam).” Jurnal Kdabratif Sains 7, no. 11 (2024): 4290–92. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6087>.
- Rifqi, M Alfaynanur. “Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun YouTube Anza Channel K . H Anwar Zahid).” BUSYRO (Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam) 5, no. 2 (2024): 71–79. <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.
- Rizal, Fadel Ferdinand, Abdur Razzaq, and Selvia Assoburu. “Analisis Pesan Dakwah Ustadz Taufiq Hasnuri Melalui Youtube Terhadap Masyarakat Kota Palembang” 1, no. 3 (2025): 1–12.
- Rizkiansyah, Mariko, Prada Hafiz Mahardika, and Ani Berta. “ARTICLE HISTORY Pengaruh

- Interaktivitas Di Akun Komunitas YouTube Windah Basudara Pada Khalayak Remaja.” *COMMENTATE : Journal of Communication Management* 6, no. 1 (2025): 16–35. <http://journal.lspr.edu/index.php/commentate>.
- Rozak, Abdul. “Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Moral Dan Spiritual Siswa.” *Aisyah Journal of Intellectual Research in Islamic Studies* 3, no. 1 (2025): 1–14.
- Rubawati, Efa, Masita Indah Rahayu, Kesiapan Mental, Kesiapan Spiritual, Kecerdasan Emosional, and Penerimaan Dakwah. “STRATEGI DAKWAH BERDASARKAN KESIAPAN MENTAL DAN SPIRITUAL MAD’U” 7 (2024): 15730–38.
- Soleh, M Tantowi, and Abdur Razzaq. “Strategi Dakwah Ulama Kampung Dalam Memberantas Buta Huruf Mengaji Al- Qur ’ an Di Kelurahan Kuto Batu” 1, no. 2 (2025): 1–13.
- Supada, Wayan, Azita Eka, Kusuma Ningrum, Astri Furqani, Universitas Wiraraja, Gusti Ayu Putu, Ardaba Kory, et al. “Analisis Efektivitas Pemasaran Digital Terhadap Penjualan UMKM.” *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting* 2, no. 1 (2025): 88–93. <https://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/jme>.
- Tahir, Aswar, Hafied Cangra, and Arianto. “Da’i Sebagai Komunikator : Peranan Dan Kredibilitas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Komunitas Mualaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang.” *Jurnal Pekommas* 6, no. 1 (2021): 65–73. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060107>.
- Wadiv Vatul Khovivah, Mareta Rofiko, Danial Atiq Ma’shum, Santi Nur Holisa, Qinta Istiqlalia Hidayat, Nikmatul Wafiah, and Mu’alimin Mu’alimin. “Literature Review: Peran Dan Strategi Komunikasi Efektif Dalam Manajemen Perubahan Organisasi.” *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 3, no. 3 (2025): 60–71. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i3.875>.
- Wahyono, Tatang, and Rafinita Aditia. “Unsur-Unsur Komunikasi Pelayanan Publik (Sebuah Tinjauan Literatur).” *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 1, no. 4 (2022): 489–94. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i4.2720>.
- Wahyudi, Ryan, and Ramsiah Tasruddin. “Strategi Penyiaran Dakwah Islam Berbasis Media Penyiaran Digital.” *Jurnal Lugas* 8 No.2, no. 2 (2024): 195–99.
- Wawan Sopiyan, Rahmat Ramdhani, Dede Sihabudin. “TRANSFORMASI KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA DIGITAL (ANALISIS STRATEGI DAN TANTANGAN DALAM PENYEBARAN PESAN ISLAMI)” 4, no. 2 (2022): 125–39. <file:///C:/Users/userRC/Downloads/431-Article Text-1219-2-10-20231101.pdf>.

- Yasim, Muh. Nur Rahmat. "Otaku Dadakan: Studi Kasus Penggemar Anime One Piece Di Kalangan Mahasiswa." *Emik* 5, no. 1 (2022): 84–100. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1216>.
- Zainabon, Misnawati. "Strategi Komunikasi Islam Dalam Menghadirkan Pesan Yang Mudah Dicerna." *Insight Jurnal* 1, no. 1 (2025): 30–42.