Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 26858-26862

Strategi Dakwah Digital Ikatan Dai Indonesia Kota Palembang Dalam Menyampaikan Nilai – Nilai Dakwah Terhadap Masyarakat

Lyra Agustina, Sri Hertimi, Muhammad Randhica Hamandia
Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Email : lyraagustina624@gmail.com, srihertimi_uin@radenfatah.ac.id, mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id

Published: May , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Palembang dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi informasi mendorong para dai untuk menyesuaikan diri dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang lebih efektif dan efisien. Oleh sebab itu, penelitian ini mengkaji bentuk strategi yang digunakan IKADI dalam memanfaatkan berbagai platform digital serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari pengurus IKADI Kota Palembang serta para dai yang aktif dalam kegiatan dakwah berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah digital IKADI Kota Palembang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp sebagai media penyebaran pesan dakwah. Selain itu, metode penyampaian yang digunakan dikemas secara menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta materi dakwah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat saat ini. IKADI juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak guna memperluas jangkauan dakwah. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kemampuan dalam penguasaan teknologi, serta tantangan dalam menjaga konsistensi produksi konten Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah digital yang dilakukan IKADI Kota Palembang tergolong cukup efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat, meskipun masih perlu adanya peningkatan dalam aspek pemanfaatan teknologi dan pengelolaan media digital agar lebih optimal.

Kata kunci : Strategi Dakwah, Dakwah Digital, IKADI, Media Sosial

ABSTRACT

This study aims to analyze the digital da'wah strategy implemented by the Indonesian Dai Association (IKADI) of Palembang City in conveying da'wah values to the community. The rapid development of information technology encourages preachers to adapt by utilizing digital media as a more effective and efficient means of preaching. Therefore, this research examines the strategies used by IKADI in utilizing various digital platforms and the obstacles faced in their implementation. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was carried out through interviews, observation and documentation. The informants in this research consisted of IKADI Palembang City administrators as well as preachers who were active in digital-based da'wah activities. The research results show that IKADI Palembang City's digital da'wah strategy is carried out by utilizing social media such as Instagram, YouTube, and WhatsApp as media for spreading da'wah messages. Apart from that, the delivery method used is packaged in an attractive, communicative and easy to understand manner by the public, and the da'wah material is adapted to the current needs and conditions of society. IKADI also collaborates with various parties to expand the reach of da'wah. However, there are several obstacles faced, including limited human resources, low ability to master technology, and challenges in maintaining consistency in content production. Based on the research results, it can be concluded that the digital da'wah strategy implemented by IKADI Palembang City is quite effective in conveying da'wah values to the public, although there is still a need for improvement in the aspects of technology utilization and digital media management to make it more optimal.

Keywords : *Da'wah Strategy, Digital Da'wah, IKADI, Social Media*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 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 merupakan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan ajaran Islam agar dapat dipahami, diyakini, dan diamalkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Ramli & Tasruddin, 2024:4292). Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam metode penyampaian dakwah yang tidak lagi terbatas pada pertemuan tatap muka, melainkan telah bertransformasi ke dalam bentuk digital yang lebih fleksibel dan efisien (Rahmawati et al., 2024:274).

Media digital, khususnya media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp, kini menjadi sarana strategis dalam menyebarkan pesan dakwah karena mampu menjangkau audiens yang luas dan beragam dalam waktu singkat (Bari, Wazis & Jannah, 2025:828). Selain itu, dominasi generasi muda sebagai pengguna utama media digital menjadikan pendekatan dakwah harus disesuaikan dengan karakteristik audiens yang cenderung menyukai konten visual, singkat, dan interaktif agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima (Rahmawati et al., 2024:276).

Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Palembang sebagai salah satu organisasi dakwah memiliki peran penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah modern. Namun, dalam implementasinya masih terdapat berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi, rendahnya literasi digital, serta kurangnya inovasi dalam pengemasan konten dakwah yang menarik (Fakhrurozi, 2022:326). Selain itu, konten dakwah yang disampaikan cenderung masih bersifat satu arah dan kurang interaktif, sehingga belum mampu memaksimalkan potensi media digital sebagai ruang komunikasi dua arah antara da'i dan mad'u. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang diterapkan masih perlu dikaji lebih mendalam agar dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Palembang (Moleong, 2019).

Lokasi penelitian dilakukan di IKADI Kota Palembang dengan sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2020). Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengurus dan dai IKADI, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, jurnal, dan literatur yang relevan dengan penelitian (Moleong, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang komprehensif terkait aktivitas dakwah digital (Sugiyono, 2020). Observasi dilakukan dengan mengamati konten dakwah di media sosial, sementara wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi mengenai strategi dan kendala yang dihadapi (Cangara, 2013).Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan agar data dapat diolah secara sistematis (Miles & Huberman, 2014). Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber untuk memastikan validitas dan konsistensi data penelitian (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Dakwah Digital IKADI

Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Palembang menerapkan strategi dakwah digital melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama penyampaian pesan dakwah (Rahmawati et al., 2024). Pemanfaatan platform seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp digunakan untuk menjangkau masyarakat secara luas tanpa batasan ruang dan waktu (Bari, Wazis & Jannah, 2025). Strategi dakwah juga dilakukan dengan menyesuaikan materi sesuai kebutuhan dan kondisi masyarakat sehingga pesan yang disampaikan lebih relevan (Fauzi, 2023). Penyampaian pesan dikemas secara komunikatif dan mudah dipahami agar dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat (Hidayah, 2024). IKADI juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak dalam memperluas jangkauan dakwah digital (Budiantoro & Saputri, 2021).

3.2 Bentuk Konten Dakwah

Konten dakwah yang digunakan oleh IKADI Kota Palembang meliputi video ceramah, kutipan motivasi islami, poster dakwah, dan kajian online (Rahmawati et al., 2024). Penyebaran konten dilakukan melalui media sosial untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi keagamaan (Bari, Wazis & Jannah, 2025). Video ceramah digunakan untuk penyampaian materi secara lebih mendalam dan sistematis (Fauzi, 2023). Poster dan kutipan motivasi berfungsi sebagai media penyampaian pesan singkat yang mudah dipahami (Budiantoro & Saputri, 2021). Kajian online dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian dakwah berbasis digital yang dapat diakses secara fleksibel (Hidayah, 2024).

Video ceramah digunakan untuk penyampaian materi secara lebih mendalam dan sistematis (Fauzi, 2023). Poster dan kutipan motivasi berfungsi sebagai media penyampaian pesan singkat yang mudah dipahami (Budiantoro & Saputri, 2021). Kajian online dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian dakwah berbasis digital yang dapat diakses secara fleksibel (Hidayah, 2024). Konten dikemas secara sederhana, komunikatif, dan menarik agar sesuai dengan karakteristik masyarakat digital (Rahmawati et al., 2024). Konten masih cenderung bersifat satu arah sehingga interaksi dengan audiens belum maksimal (Fakhrurozi, 2022)

3.3 Media Dakwah Digital

Media dakwah digital yang digunakan oleh IKADI Kota Palembang meliputi Instagram, YouTube, dan WhatsApp sebagai sarana utama penyebaran pesan dakwah (Bari, Wazis & Jannah, 2025). Media tersebut memiliki jangkauan luas dan mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan (Rahmawati et al., 2024). Instagram digunakan untuk membagikan konten visual seperti poster dan kutipan dakwah (Fauzi, 2023). YouTube dimanfaatkan untuk penyampaian materi dakwah dalam bentuk video ceramah (Hidayah, 2024). WhatsApp digunakan sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi dakwah dalam lingkup komunitas (Budiantoro & Saputri, 2021). Penggunaan media digital memungkinkan penyebaran dakwah dilakukan secara cepat, luas, dan fleksibel (Rahmawati et al., 2024).

3.4 Hambatan Dakwah Digital

Pelaksanaan dakwah digital IKADI Kota Palembang menghadapi beberapa kendala yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah (Fakhrurozi, 2022). Keterbatasan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi menjadi salah satu hambatan utama (Budiantoro & Saputri, 2021). Rendahnya literasi digital menyebabkan pemanfaatan media digital belum optimal dalam kegiatan dakwah (Rahmawati et al., 2024). Kurangnya inovasi dalam pembuatan konten menyebabkan pesan dakwah kurang menarik bagi audiens (Fauzi, 2023). Konsistensi dalam produksi konten masih belum stabil sehingga penyampaian dakwah belum dilakukan secara berkelanjutan (Hidayah, 2024).

3.5 Efektivitas Dakwah Digital

Strategi dakwah digital IKADI Kota Palembang tergolong cukup efektif dalam menjangkau masyarakat luas melalui media digital (Bari, Wazis & Jannah, 2025). Penyebaran pesan dakwah dapat dilakukan secara cepat dan menjangkau berbagai kalangan masyarakat (Rahmawati et al., 2024).Efektivitas tersebut belum maksimal karena interaksi antara da'i dan mad'u masih terbatas serta kreativitas konten masih perlu ditingkatkan (Fakhrurozi, 2022). Peningkatan inovasi konten dan pemanfaatan fitur interaktif diperlukan agar keterlibatan audiens dapat meningkat (Hidayah, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah digital Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Palembang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat. Penyampaian pesan dikemas secara komunikatif, menarik, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi masyarakat, sehingga mampu menjangkau audiens secara lebih luas. Pelaksanaan dakwah digital juga didukung dengan kerja sama berbagai pihak dalam memperluas jangkauan dakwah. Namun, terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya penguasaan teknologi, serta kurangnya konsistensi dalam produksi konten. Secara umum, strategi dakwah digital yang diterapkan tergolong cukup efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat, namun masih memerlukan peningkatan dalam pemanfaatan teknologi dan pengelolaan media digital agar lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Abdullah. "Etika Komunikasi Dakwah pada Era Digital." Jurnal Komunikasi Islam 9, no. 1 (2020): 50–65.

Adi, La. "Konsep Dakwah dalam Islam." Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid 7, no. 1 (2022): 1–23.

Ahmad, Syah, dan Qudus Dalimunthe. "Terminologi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an." Pendidikan Tambusai 7, no. 1 (2023): 1415–20.

Aprianti, Farida, Hijrayanti Sari, Rodiah, and A. Hawariah. "Analisis Literasi Digital Dan Kesiapan Dakwah Digital Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Makassar." *SETYAKI : Jurnal Studi Keagamaan Islam* 2, no. 3 (2024): 64–77.

Arifin, Samsul, Alfiansyah Husin, & Ampel Surabaya. (2024). Komunikasi persuasif: Studi dakwah Quraish Shihab di kanal YouTube Narasi TV. *Jurnal*, 5(2).

Arifin, Samsul, Alfiansyah Husin, dan Ampel Surabaya. "Komunikasi Persuasif (Studi Dakwah Quraish Shihab di Channel YouTube Narasi TV)." *Jurnal* 05, no. 02 (2024).

Arifin, Zaenal. 2024. "Transformasi Karakter Qurani: Kajian terhadap Materi Dakwah." *Ad-Da'wah*, 22(2): 40–56.

Azhar, Naufal Taufikul Hakim, Moch Hakim Ibnu Ramadhan, Muhammad Fahmi Fathurrahman, & Nurti Budiyanti. (2024). Islam dan dakwah di dunia maya: Peluang dan risiko di era digital. *Indonesian Gender and Society Journal*, 5(1), 1–7.

Budiantoro, Wahyu, dan Khafidhoh Dwi Saputri. 2021. "Pengembangan Dakwah Multikultural pada Era Digital." ICODEV: Indonesian Community Development Journal 2(1): 13–22.

Efendi, Erwan, Muhammad Raefaldhi, dan M. Salman Al Farisi. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah." Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting 4(1): 12–20.

Fajrin, Muhammad. 2022. "Penanaman Nilai-Nilai Dakwah dalam Proses Pembelajaran Agama di SMP Negeri 4 Filial Kelas Jauh Usaha Jaya." 2 (November): 90–96.

Faldiansyah, Iqrom, dan Musa. "Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer." Tawshiyah 15, no. 2 (2020): 2656–4688.

Faridah, Faridah, Muhammad Yusuf, dan Nur Setiawati. "Etika Keterbukaan dan Perlindungan Privasi di Media Sosial." Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta 9, no. 1 (2022): 36–47.

Fauzi. "Strategi Dakwah di Era Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam." Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam 13, no. 1 (2023): 35–55.

Garcia, Ana Rita, Sara Brito Filipe, Cristina Fernandes, Cristina Estevão, dan George Ramos. Tanpa tahun, 1–37.

Harahap, Siti Rahma. "Eksistensi Nilai-Nilai Dakwah di Kalangan Generasi Z." Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah 8, no. 1 (2022): 79–99.

Hartati, Rahmi. (2021). Kesenian dan teknologi sebagai media komunikasi dakwah (Studi terhadap akun Instagram @gazali_rumi). *Muḍṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 3(1), 17.

HASBI, R. "Metode Dakwah Ikatan Da'I Indonesia (Ikadi) Kota Pekanbaru Di Era New Normal," 2022.

Hasil Wawancara Ustadz Ahaba Sebagai Pengelola Konten IKADI Kota Palembang Pada Tanggal 24 Desember 2025 Pukul 14:00 – 15:25

Hasil Wawancara Ustadz Bukroni Sebagai DAI IKADI Kota Palembang Pada Tanggal 25 Desember 2025 Pukul 10:43 – 11:30

Hasil Wawancara UstadzTaufik Sebagai Ketua IKADI Kota Palembang Pada Tanggal 09 Desember 2025 Pukul 08:47 – 10:15

Hidayah, Kharisma Fitrotul. (2024). *Strategi dakwah Gus Iqdam di era digital (Studi kasus channel YouTube Gus Iqdam Official)*.

Ikatan Dai Indonesia Kota Palembang, "Profil Organisasi", situs resmi Ikatan Dai Indonesia Kota Palembang, https:// ikadi.or.id - Menebar Islam Rahmatan Lil 'Alamin**,** diakses pada tanggal 20 Desember 2025

Istiqomah, Himatul. "Analisis Morfologi Doa Dalam Al-Qur﷽an Surat Al-Baqarah 186." *Arabiyatuna : Jurnal Bahasa Arab* 3, no. 2 (2019): 251.

Karyono, Giat, Asmala Ahmad, & Siti Azirah Asmai. (2019). Privacy, ethics, and security on social media: An Islamic overview. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1.5 Special Issue).

Khaeriyah, Hamzah. "Dakwah Dalam Bingkai Politik Pendahuluan ,no. April (2018): 31–64.

Kurniawan, Arbi, & Emi Puspita Dewi. (2024). Strategi dakwah pada era digital Ikatan Da'i Indonesia. *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 19–23.

Luqman. 2020. "An-Nida': Jurnal Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam." VIII, no. 2 (Maret–Agustus): 135–158.

Mahfudlah, Fajrie. "Analisis Uses and Gratification dalam Menentukan Strategi Dakwah." Jurnal Islamic Review IV, no. 1 (2015): 19–34.

Manullang, Laos Maria, dan Rina Susanti. 2022. Nusantara Hasana Journal 2(2): 2–7.

Marlenda, dan Bashori. 2025. "Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan

Tantangan di Media Sosial." *Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1): 1–12.
Mushodiq, Muhamad Agus, & Muhammad Sulthon. (2020). Konsep dakwah nir-radikalisme dalam perspektif Syaikh Ali Mahfudz. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 24(2), 90–111.
Nahdlatul, Universitas, and Ulama Surakarta. "DALAM PANDANGAN DAWAM RAHARDJO Ma ' Mun Efendi 37, no. 1 (2017): 1–26.
Nasor, M. "Implementasi Nilai-Nilai Dakwah Lampung Selatan." *Al-Adyan* 12, no. 2 (2017): 159–88.
Nilai Aqidah, Syariah, dan Al-Dharuriyat, serta Andi Muhammad Asbar. "Al-Sittah sebagai Dasar Normatif Pendidikan Islam." 1, no. 1 (2022).
Perguruan, S M P, Buddhist Manjusri, and Pematang Siantar. "Kata Kunci : Kinerja Guru, Kompetensi Pedagogic, Kompetensi Professional 95" 18, no. 2 (2021): 95–104.
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.
Rahmawati, Yulia, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, dan Mia Nurmiarani. "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur." Concept: Journal of Social Humanities and Education 3, no. 1 (2024): 266–79.
Ramli, Hamnah, and Hadari. "Konsep Doa Mustajab Dalam Alquran." Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin 9, no. 2 (2024): 66–71.
Rejeki, . Prayoga, M. A. Al-Fauzan, *dan lainnya*. (2024). Dakwah video pendek: Analisis peran dakwah digital terhadap pemahaman nilai-nilai Islam pada generasi Z. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, 3(2), 27–32.
Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya. 2024. 2, no. 02: 306–12.
Rumata, Fathurrrahman 'Arif, Muh. Iqbal, dan Asman Asman. "Dakwah Digital sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama di Kalangan Pemuda." Jurnal Ilmu Dakwah 41, no. 2 (2021): 172–83.
Sinambela, Fachrul Rozy, dan Mutiawati. "Implementasi Dakwah Bil-Lisan dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Masyarakat." El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam 3, no. 02 (2022): 207–15.
Sugitanata, Arif. "Pembaharuan Konsep Kafa'ah dalam Perkawinan." Jurnal Keislaman 4, no. 2 (2017): 9–15.
Suri, Sufian. 2022. "Tafsir Dakwah Q.S. An-Nahl Ayat 125 serta Relevansinya dengan Masyarakat." Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam 12(2): 55–73.
Taufik hidayat. "Hasil Wawancara Ketua Ikadi," n.d.
Ulya,Al,Jurnal Pendidikan ,and Islam Volume. "2. Konsep Tabayyun Untuk Menyikapi Media Sosial Dalam Kajian Pendidikan Islam" 7 (2022): 128–41.
Winanda, Nelsya, Nafisa Maliqa Maulana, and Cucu Surahman. "Efektivitas Media Visual Dalam Dakwah Islam: Studi Pada Kegiatan Tutorial Pendidikan Agama Islam Di UPI." *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 334–47.
Wulandari, Sri, dan Fakhrur Rozi. 2025. "Manajemen Produksi Channel YouTube LDII TV dalam Penguatan Dakwah Digital." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2): 326–340.
Zaini, Abdillah Muhammad, Anggi Melviyanti, Dara Agustina, Delia Putri Utami, Juliana Sari, May Purnama Sari, dan Putri Syahri. 2023. "Integration of Qualitative Approaches in Research in Counseling." 2(2): 378–383.
Zulfikar, Zulfikar. (2022). Urgensi dakwah Islam dan transformasi sosial. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 9(1), 48–63.