SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah
https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri
Email: sentri@nusantaraglobal.ac.id
DOI: https://doi.org/10.55681/sentri.v5i6.6544

Vol. 5, No. 6, June 2026
e-ISSN: 2963-1130
pp. 3048-3054

Krisis Otoritas Dakwah Digital di Media Sosial: Analisis Epistemologi Islam

Apriyadi[1*], Suwandi[1], Thoha Firdaus[1]
[1]Universitas Nurul Huda OKU Timur, Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: apriyadi.id17@gmail.com

Article History:
Received: May 10, 2026
Revised: June 19, 2026
Accepted: June 30, 2026

Keywords:
dakwah digital, epistemologi Islam, media sosial, otoritas keagamaan, literasi digital

Abstract: *Perkembangan platform media sosial telah mengubah cara dakwah Islam dilakukan, menjadikannya lebih terbuka dan mudah diakses oleh masyarakat. Transformasi ini telah menimbulkan krisis otoritas dalam dakwah, karena rujukan keagamaan kini ditentukan tidak hanya oleh kapasitas keilmuan tetapi juga oleh popularitas di dunia digital dan algoritma media sosial. Studi ini bertujuan untuk menganalisis krisis otoritas dalam dakwah digital, menggunakan pendekatan epistemologi Islam terhadap konten keagamaan di media sosial. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif, dengan tinjauan pustaka, terhadap sumber data berupa artikel ilmiah terakreditasi dan publikasi akademis yang relevan dari tahun 2021 hingga 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menggeser sumber legitimasi dakwah dari rantai narasi keilmuan ke keterlibatan digital, sebagaimana dibuktikan oleh jumlah pengikut, suka, dan interaksi pengguna. Fenomena ini telah mengakibatkan penyederhanaan ajaran agama, komodifikasi dakwah, dan peningkatan disinformasi keagamaan. Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan rekonstruksi epistemologi sangat penting*.

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open access article under the CC–BY-SA license

How to cite: Apriyadi, A., Suwandi, S., & Firdaus, T. (2026). Krisis Otoritas Dakwah Digital di Media Sosial: Analisis Epistemologi Islam. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *5*(6), 3048–3054. https://doi.org/10.55681/sentri.v5i6.6544

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam praktik dakwah Islam di ruang publik. Media sosial kini menjadi salah satu medium utama penyebaran ajaran agama karena memiliki akses yang luas, cepat, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa batas geografis. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan aktivitas dakwah dilakukan secara lebih fleksibel dan interaktif sehingga memunculkan transformasi baru dalam pola penyampaian pesan keagamaan. Fenomena tersebut menjadikan dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau forum keagamaan konvensional, tetapi telah bergeser ke ruang digital yang lebih terbuka dan kompetitif. (Qudratullah & Syam, 2024)

Menurut (Sipa & Lubis, 2023) transformasi dakwah digital memberikan dampak positif berupa meningkatnya akses masyarakat terhadap pengetahuan keislaman. Konten ceramah, kajian, maupun diskusi keagamaan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna media sosial kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai figur pendakwah baru yang memperoleh popularitas melalui media digital. Namun, perkembangan tersebut juga menimbulkan persoalan baru terkait legitimasi dan otoritas

keagamaan dalam ruang media sosial. Otoritas dakwah yang sebelumnya dibangun melalui sanad keilmuan, pendidikan pesantren, serta pengakuan akademik kini mulai bergeser menuju popularitas digital yang diukur melalui jumlah pengikut, likes, viewers, dan engagement media sosial.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran besar dalam menentukan visibilitas dan penerimaan publik terhadap konten dakwah. Konten keagamaan yang bersifat singkat, emosional, kontroversial, dan mudah viral cenderung lebih banyak memperoleh perhatian dibandingkan kajian ilmiah yang mendalam. Akibatnya, kualitas substansi dakwah sering kali mengalami simplifikasi demi menyesuaikan kebutuhan pasar digital. Dalam kondisi tertentu, media sosial bahkan memunculkan pendakwah populer yang memiliki pengaruh luas meskipun kapasitas keilmuan dan otoritas akademiknya masih dipertanyakan. Situasi ini memicu terjadinya krisis otoritas dakwah digital karena legitimasi keagamaan tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kompetensi ilmu, tetapi juga pada mekanisme popularitas media. (Hannan & Mursyidi, 2023)

Selain itu, arus informasi digital yang sangat cepat turut meningkatkan risiko penyebaran disinformasi keagamaan di media sosial. Berbagai potongan ceramah, kutipan hadis tanpa konteks, hingga opini keagamaan yang tidak terverifikasi dapat dengan mudah tersebar dan diterima masyarakat sebagai kebenaran. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan polarisasi sosial, fanatisme kelompok, serta kesalahpahaman terhadap ajaran Islam. Dalam perspektif epistemologi Islam, fenomena ini menjadi persoalan penting karena menyangkut validitas sumber pengetahuan, metode penyampaian ilmu, serta integritas otoritas keagamaan dalam dakwah digital. (Ali & Aljahsh, 2025)

LANDASAN TEORI

Penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya memahami perubahan otoritas keagamaan di era digital sekaligus menawarkan refleksi kritis mengenai pentingnya literasi digital dan rekonstruksi epistemologi dakwah Islam. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berorientasi pada popularitas media, tetapi tetap menjaga integritas ilmu, etika komunikasi, dan validitas ajaran Islam di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin kompleks. (Hayati et al., 2025)

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas dakwah digital dari perspektif komunikasi media, literasi digital, dan transformasi media sosial dalam penyebaran ajaran Islam. Penelitian lain juga menyoroti perubahan pola interaksi masyarakat muslim di era digital serta meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah kontemporer. Namun, kajian yang secara khusus menganalisis krisis otoritas dakwah digital dalam perspektif epistemologi Islam masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek teknis komunikasi digital dibandingkan perubahan sumber legitimasi keilmuan dalam ruang media sosial. (Hidayat & Nuri, 2024)

Pada kemunculan media baru (misalnya Whatsapp, Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts dan Twitter), penggunaannya lebih didominasi oleh kelompok milenial atau kaum muda yang lebih melek digital (digital native) dengan intensitas paparan informasi digital yang lebih tinggi. Dalam mempelajari agama, para generasi milenial dan generasi Z (Gen-Z) belajar otodidak secara instan. Di Indonesia, 55 persen dari pengguna internet berusia antara 15-19 tahun, dan 70 persen dari mereka menggunakan Facebook, menjadikan Indonesia sebagai pengguna sosial media kedua

terbesar di dunia. Masalah-masalah keagamaan mendominasi segala bentuk percakapan di media sosial di Indonesia saat ini.(Hannan & Mursyidi, 2023)

Dakwah kini tidak hanya disampaikan dalam bentuk lisan di mimbar, tetapi juga melalui video pendek di YouTube atau TikTok, podcast keislaman di Spotify, unggahan status bernas di Instagram, hingga diskusi-diskusi daring melalui Zoom dan media sosial lainnya. Ini menunjukkan adanya pergeseran dari pendekatan satu arah (monolog) menuju komunikasi dua arah (dialog) yang lebih interaktif.(Priyanto, 2025)

Dari perspektif state of the art, penelitian mengenai transformasi otoritas keagamaan di era digital menunjukkan bahwa fenomena ini bukan sekadar tren lokal, melainkan bagian dari gelombang global. Di berbagai negara Muslim, muncul pola serupa: pergeseran legitimasi dari ulama institusional ke influencer religius yang tumbuh dalam ruang digital. Era disrupsi digital membawa dampak signifikan terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah. Era ini telah mengubah cara berkomunikasi dan perilaku masyarakat secara umum.(Almamari & Madzore, 2025)

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis krisis otoritas dakwah digital melalui pendekatan epistemologi Islam serta implikasinya terhadap legitimasi keilmuan dan penyebaran informasi keagamaan di media sosial. (Hidayat & Nuri, 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Sumber data penelitian diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, buku akademik, serta berbagai publikasi ilmiah yang relevan dengan tema dakwah digital, media sosial, dan epistemologi Islam. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dengan menelaah berbagai referensi yang diterbitkan pada rentang tahun 2021–2025. (Nasoha et al., 2025)

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan berbagai konsep yang berkaitan dengan krisis otoritas dakwah digital dalam perspektif epistemologi Islam. Pendekatan epistemologis digunakan untuk memahami perubahan legitimasi keilmuan dan otoritas keagamaan dalam ruang media sosial. (Lona et al., 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi dan Krisis Otoritas Dakwah di Era Digital

Perkembangan media sosial telah mengubah pola otoritas dakwah Islam dari model konvensional menuju sistem komunikasi digital yang lebih terbuka dan terdesentralisasi. Pada masa sebelumnya, legitimasi seorang pendakwah umumnya dibangun melalui sanad keilmuan, pendidikan pesantren, penguasaan ilmu agama, serta pengakuan dari lembaga keagamaan. Namun, era media sosial menghadirkan perubahan besar karena otoritas dakwah kini tidak hanya ditentukan oleh kapasitas intelektual, tetapi juga oleh tingkat popularitas digital yang dimiliki seseorang (Hjarvard, 2016)

Platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Facebook memungkinkan siapa saja memproduksi serta menyebarkan konten keagamaan kepada publik secara luas. Kondisi tersebut menciptakan demokratisasi dakwah karena masyarakat memiliki akses yang lebih mudah terhadap berbagai sumber pengetahuan Islam. Akan tetapi, keterbukaan media digital juga melahirkan krisis otoritas keagamaan ketika legitimasi dakwah bergeser dari kualitas ilmu menuju mekanisme algoritma dan engagement media sosial (Campbell & Tsuria, 2021)

Fenomena ini menyebabkan munculnya figur-figur dakwah populer yang memiliki pengaruh besar di media sosial meskipun tidak seluruhnya memiliki latar belakang pendidikan agama yang memadai. Dalam konteks tertentu, otoritas keagamaan menjadi bersifat cair karena masyarakat lebih mudah mempercayai figur yang menarik secara visual dan komunikatif dibandingkan otoritas ulama tradisional yang berbasis kedalaman ilmu (Lona et al., 2025)

Algoritma Media Sosial dan Komodifikasi Dakwah

Algoritma media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola distribusi konten dakwah di ruang digital. Sistem algoritma bekerja dengan memprioritaskan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi sehingga materi yang viral akan lebih mudah muncul pada beranda pengguna. Kondisi ini menyebabkan banyak kreator dakwah berupaya menyesuaikan isi ceramah dengan kebutuhan pasar digital agar memperoleh perhatian publik yang lebih luas (Hakim & Dahri, 2025)

Dalam praktiknya, algoritma media sosial mendorong lahirnya budaya dakwah yang cenderung menekankan aspek hiburan, sensasi, dan emosionalitas. Konten yang bersifat kontroversial atau provokatif sering kali memperoleh engagement lebih tinggi dibandingkan kajian ilmiah yang mendalam. Akibatnya, sebagian materi dakwah mengalami simplifikasi agar lebih mudah diterima audiens media sosial yang memiliki kecenderungan konsumsi informasi secara cepat dan singkat (Purba et al., 2020)

Fenomena tersebut menunjukkan adanya proses komodifikasi dakwah di era digital. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi juga menjadi bagian dari industri media yang berkaitan dengan popularitas, monetisasi, dan branding personal. Pendakwah digital dapat memperoleh keuntungan ekonomi melalui iklan, sponsor, donasi, hingga kerja sama komersial yang memanfaatkan tingginya jumlah pengikut di media sosial (Barri et al., 2025)

Disinformasi Keagamaan dan Polarisasi Sosial

Perkembangan dakwah digital turut meningkatkan risiko penyebaran disinformasi keagamaan di media sosial. Kemudahan akses informasi menyebabkan masyarakat dapat dengan cepat membagikan potongan ceramah, kutipan hadis, maupun opini agama tanpa proses verifikasi yang memadai. Akibatnya, berbagai informasi keagamaan yang belum tentu valid dapat tersebar luas dan diterima publik sebagai sumber pengetahuan Islam (Alfani & Anwar, 2024)

Disinformasi keagamaan sering muncul dalam bentuk penyederhanaan dalil, pemotongan konteks ceramah, maupun penyebaran narasi agama yang bersifat provokatif. Konten semacam ini cenderung mudah viral karena mampu membangkitkan emosi dan respons cepat dari pengguna media sosial. Dalam kondisi tertentu, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam serta memicu konflik sosial di tengah masyarakat (Maliki & Nazar, 2023)

Fenomena polarisasi sosial juga semakin terlihat dalam ruang dakwah digital. Media sosial memungkinkan terbentuknya kelompok-kelompok pengguna yang memiliki preferensi keagamaan tertentu dan saling memperkuat pandangan masing-masing. Situasi ini sering kali memunculkan fanatisme kelompok, perdebatan agama yang tidak produktif, serta sikap intoleran terhadap perbedaan pandangan keislaman (Salsabilla et al., 2025)

Peran Literasi Digital dalam Menjaga Otoritas Keagamaan

Literasi digital menjadi salah satu aspek penting dalam menghadapi krisis otoritas dakwah di era media sosial. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, menganalisis,

dan memverifikasi informasi yang diterima melalui media digital. Dalam konteks dakwah Islam, literasi digital diperlukan agar masyarakat mampu membedakan antara konten keagamaan yang kredibel dan informasi yang bersifat manipulatif atau menyesatkan (Azis & Rusydiyah, 2025)

Peningkatan literasi digital dapat membantu masyarakat lebih kritis dalam mengonsumsi konten dakwah di media sosial. Pengguna tidak hanya menerima informasi berdasarkan popularitas akun atau jumlah pengikut, tetapi juga mempertimbangkan validitas sumber, kompetensi keilmuan pendakwah, serta kesesuaian materi dengan ajaran Islam yang otoritatif (Barri et al., 2025)

Selain masyarakat, para pendakwah juga perlu memiliki literasi digital yang baik agar mampu memanfaatkan media sosial secara etis dan bertanggung jawab. Dakwah digital seharusnya tidak hanya berorientasi pada viralitas dan engagement, tetapi juga memperhatikan kualitas substansi ilmu, etika komunikasi, dan dampak sosial yang ditimbulkan (Alfiansyah, 2021)

Rekonstruksi Epistemologi Dakwah Digital

Krisis otoritas dakwah digital menunjukkan perlunya rekonstruksi epistemologi dakwah Islam yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi. Rekonstruksi ini bertujuan menjaga keseimbangan antara pemanfaatan media digital dan integritas tradisi keilmuan Islam. Dakwah digital tidak dapat dihindari dalam masyarakat modern, tetapi proses penyebaran ilmu agama tetap harus berlandaskan pada prinsip validitas, tanggung jawab moral, dan etika keilmuan (Nailatsani & Mahardika, 2023)

Dalam epistemologi Islam, sumber pengetahuan tidak hanya didasarkan pada popularitas dan opini publik, tetapi harus memiliki dasar ilmiah yang jelas melalui Al-Qur'an, hadis, ijma', dan proses keilmuan yang sistematis. Oleh karena itu, otoritas dakwah digital perlu dibangun kembali dengan menempatkan kompetensi ilmu sebagai landasan utama legitimasi keagamaan di media sosial (Zainudin et al., 2022)

Selain itu, diperlukan penguatan etika dakwah digital yang menekankan prinsip moderasi, verifikasi informasi, serta tanggung jawab sosial dalam penyebaran konten agama. Media sosial seharusnya menjadi ruang edukasi dan penguatan nilai-nilai Islam yang inklusif, bukan sekadar arena persaingan popularitas dan kontestasi ideologis (Nurhayati et al., 2025)

KESIMPULAN

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap pola dakwah Islam di era digital. Dakwah yang sebelumnya berlangsung melalui ruang-ruang keagamaan konvensional kini mengalami transformasi ke platform digital yang lebih terbuka, cepat, dan mudah diakses masyarakat. Kondisi tersebut memberikan peluang besar dalam memperluas penyebaran ajaran Islam, namun sekaligus memunculkan krisis otoritas dakwah karena legitimasi keagamaan tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kapasitas keilmuan, melainkan juga dipengaruhi oleh popularitas digital dan algoritma media sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran besar dalam menentukan visibilitas konten dakwah sehingga mendorong terjadinya simplifikasi ajaran agama, komodifikasi dakwah, serta meningkatnya orientasi pada engagement digital. Akibatnya, kualitas substansi dakwah sering kali bergeser dari pendalaman ilmu menuju konten singkat yang mudah viral. Selain itu, kemudahan distribusi informasi

digital turut meningkatkan risiko penyebaran disinformasi keagamaan dan polarisasi sosial akibat minimnya proses verifikasi informasi di ruang media sosial.

Dalam perspektif epistemologi Islam, fenomena tersebut menunjukkan adanya pergeseran sumber legitimasi ilmu dari sanad keilmuan menuju otoritas berbasis popularitas media. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi epistemologi dakwah digital yang tetap menempatkan validitas ilmu, etika komunikasi, dan tanggung jawab moral sebagai landasan utama penyebaran ajaran Islam. Penguatan literasi digital bagi masyarakat maupun pendakwah juga menjadi langkah penting agar media sosial dapat dimanfaatkan secara kritis, selektif, dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, dakwah digital seharusnya tidak hanya berorientasi pada viralitas dan popularitas media, tetapi juga mampu menjaga integritas tradisi keilmuan Islam di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin kompleks. Rekonstruksi epistemologi dakwah digital menjadi upaya strategis dalam mempertahankan otoritas keagamaan yang kredibel sekaligus menciptakan ruang dakwah yang edukatif, moderat, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

DAFTAR REFERENSI

1. Alfani, M., & Anwar, L. (2024). Kontekstualisasi hadis dalam era digital: Retorika dan otoritas keagamaan influencer dakwah di media sosial. *Universum*, *18*(2). https://jurnalfuda.iainkediri.ac.id/index.php/universum/article/view/2611
2. Alfiansyah, M. (2021). Etika Komunikasi Islami di Media Sosial dalam Perspektif al-Qur'an dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, *4*(1), 77–91.
3. Ali, A. M. M., & Aljahsh, M. A. I. (2025). The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas: A Critical Examination of Jurisprudential Challenges and Societal Impacts in the Digital Age. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, *25*(1), 37–52.
4. Almamari, B., & Madzore, R. (2025). The Role of Religious Influencers in Contemporary Islamic Communication towards the Formation of Religious Authority in Digital Media. *International Journal of Innovation and Sustainability*, *1*(1), 55–67.
5. Azis, A. R., & Rusydiyah, E. F. (2025). LITERASI DIGITAL DALAM PENDIDIKAN ISLAM: MENAVIGASI TANTANGAN DAN PELUANG MEDIA SOSIAL UNTUK PEMBELAJARAN AGAMA. *An-Nahdlah: Jurnal Pendidikan Islam*, *5*(1), 100–117.
6. Barri, M. A. F., Ramadhan, F. H., Putra, M. A., Satresna, D., & Fajrussalam, H. (2025). Fenomena konsumsi konten dakwah digital pada kalangan mahasiswa: Systematic literature review. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, *8*(1), 129–138.
7. Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=wcA-EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=3.%09Campbell,+H.+A.+(2021).+Digital+Religion:+Understanding+Religious+Practice+in+Digital+Media.+Routledge.&ots=yo5gSJFE9t&sig=THVFCfJpNXqn7If7kvGjZPtKoew
8. Hakim, F., & Dahri, H. (2025). Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, *5*(1), 187–206.
9. Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social media and the fragmentation of religious authority among Muslims in contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, *1*(2), 84–104.
10. Hayati, B., Yahya, M. A. F., Zakiah, R. I., & Siswanto, A. H. (2025). Kredibilitas Dakwah dalam Ruang Publik Digital Berbasis Algoritma Studi Penguatan Literasi Digital bagi Da'i dan Masyarakat. *Ashfiya Journal of Qualitative Insight in Islamic Studies*, *1*(2), 107–118.
11. Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of da'wah methods in the social media era: A literature review on the digital da'wah approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, *4*(2), 67–76.

12. Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, *38*(1), 8–17. https://doi.org/10.1177/0163443715615412
13. Lona, R. T., Ramadhona, E. S., & Harahap, R. (2025). Transformasi Peran Agama dalam Membangun Etika Sosial dan Politik di Tengah Disrupsi Digital. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *3*(3), 1053–1058.
14. Maliki, I. A., & Nazar, T. H. (2023). LIVING HADIS ISLAM WASATHIYAH: Analisis Terhadap Konten Dakwah Youtube "Jeda Nulis" Habib Ja'far. *Nizham: Jurnal Studi Keislaman*, *11*(01), 64–78.
15. Nailatsani, F., & Mahardika, M. F. (2023). Komunikasi dan keterbukaan diri dalam proses pembelajaran ditinjau dari QS An-Nisa ayat 148-149. *Journal of Islamic Education and Innovation*, 19–31.
16. Nasoha, A. M. M., Atqiya, A. N., Heptarina, N. N., Junovi, Z. R. P., & Muhammada, J. N. N. (2025). Dakwah Digital dan Tantangan Hukum Islam: Studi terhadap Narasi Keislaman di Platform Media Sosial. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, *3*(2), 122–132.
17. Nurhayati, N., Siregar, S. R., Susana, N., Niswa, S., & Manik, Z. (2025). Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial. *Jurnal Syiar-Syiar*, *5*(1), 43–56.
18. Priyanto, E. (2025). *Media Sosial Dan Dakwah Di Era Modern: Dakwah Digital Sebagai Kekuatan Baru*. https://www.academia.edu/download/123040179/Media_Sosial_dan_Dakwah_di_Era_Modern_Dakwah_Digital_Sebagai_Kekuatan_Baru.pdf
19. Purba, R. A., Tamrin, A. F., Bachtiar, E., Makbul, R., Rofiki, I., Metanfanuan, T., Masrul, M., Simarmata, J., Juliana, J., & Irawan, E. (2020). *Teknologi pendidikan*. http://repository.uin-malang.ac.id/9835/
20. Qudratullah, Q., & Syam, S. (2024). Transformation of da'wah through digital space. *Advances in Digital Transformation-Rise of Ultra-Smart Fully Automated Cyberspace*, 215.
21. Salsabilla, H., Azzahra, N., Kusuma, A., Wijaya, L. T., & Sumarni, R. (2025). Peran Komunikasi Penyiaran Islam dalam Membangun Literasi Keagamaan Masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *9*(1), 187–200.
22. Sipa, A. M. D., & Lubis, N. (2023). Intersection of traditional religious authority and new authority in the digital space of Indonesia. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan*, *11*(1), 135–150.
23. Zainudin, I., Hasanah, E. U., & Hidayat, S. (2022). Landasan Psikologi Kependidikan. *Journal on Teacher Education*, *4*(2), 1624–1636.