

Analisis Kritis Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku Penceramah *Online* Gen Z dalam Perspektif Pendidikan Islam

Fhina Ardini^{1*}, Niesa Amalia², Viona Putri Ramadhan³, Adrian Syaputra⁴, Miftahir Rizqa⁵

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email : 12310123466@students.uin-suska.ac.id¹, 12310121941@students.uin-suska.ac.id²,
12310122151@students.uin-suska.ac.id³, 12310114310@students.uin-suska.ac.id⁴, miftahir.rizqa@uin-suska.ac.id⁵

Korespondensi penulis: 12310123466@students.uin-suska.ac.id*

Abstract. *This study examines the inconsistency between the messages and behaviors of online preachers from Generation Z within the perspective of Islamic education. In the digital era, social media platforms such as TikTok, YouTube, and Instagram have become primary spaces for modern da'wah that are interactive and appealing to younger audiences. However, this advancement also presents significant challenges, particularly the dissonance between the Islamic values conveyed and the preacher's actual behavior in the public sphere. This research employs a library research method by analyzing theories of communication, digital media, and Islamic education. The findings indicate that the main factors contributing to this inconsistency include algorithmic pressure from social media, commercialization of da'wah, lack of religious mentorship, and the digital culture of Gen Z that prioritizes popularity. From the standpoint of Islamic education, this phenomenon underscores the importance of integrating digital literacy, online preaching ethics, and character formation into both formal and non-formal educational curricula. Therefore, this study recommends strengthening the role of Islamic educational institutions in guiding young preachers so that digital da'wah remains ethical, educational, and truly reflective of authentic Islamic moral and spiritual values.*

Keywords: *Commercialization of Da'wah; Digital Preaching; Generation Z; Islamic Education; Preacher Ethics.*

Abstrak. Penelitian ini membahas fenomena ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online dari kalangan Generasi Z dalam perspektif pendidikan Islam. Di era digital, media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi ruang utama bagi dakwah modern yang interaktif dan menarik bagi generasi muda. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan serius berupa munculnya disonansi antara nilai-nilai keislaman yang disampaikan dengan perilaku pribadi penceramah di ruang publik. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan menganalisis teori komunikasi, media digital, dan pendidikan Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor utama ketidaksesuaian tersebut meliputi tekanan algoritma media sosial, komersialisasi dakwah, kurangnya pembinaan keagamaan, dan budaya digital Gen Z yang menekankan popularitas. Dalam konteks pendidikan Islam, fenomena ini menegaskan pentingnya integrasi literasi digital, etika berdakwah, dan pembentukan karakter dalam kurikulum formal maupun non-formal. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan penguatan peran lembaga pendidikan Islam dalam membina penceramah muda agar dakwah digital tetap berintegritas, mendidik, serta mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual Islam secara autentik.

Kata kunci: Dakwah Digital; Etika Penceramah; Generasi Z; Komersialisasi Dakwah; Pendidikan Islam.

1. LATAR BELAKANG

Di masa sekarang, dakwah Islam mengalami perubahan besar seiring perkembangan teknologi digital. Berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan WhatsApp kini menjadi sarana utama untuk menyampaikan pesan keagamaan, terutama bagi generasi muda atau Gen Z yang tumbuh di lingkungan serba digital. Berdasarkan beberapa penelitian, Gen Z lebih tertarik pada konten dakwah yang disajikan dalam bentuk video pendek dan interaktif. Karena itu, penggunaan media sosial oleh para penceramah dianggap sangat efektif dalam menyampaikan ajaran Islam serta meningkatkan pengetahuan dan kesadaran

beragama. Namun demikian, efektivitas tersebut juga memiliki tantangan, sebab dakwah digital yang tidak dikelola dengan baik bisa menimbulkan penyimpangan makna atau kesalahpahaman pesan yang disampaikan (Syarip Hidayat and dkk 2022). Oleh karena itu, para penceramah perlu lebih berhati-hati, kreatif, dan bertanggung jawab dalam menggunakan media digital agar pesan dakwah tetap selaras dengan nilai-nilai Islam dan tujuan pendidikan yang hakiki.

Beberapa penelitian kualitatif dan etnografi digital menunjukkan bahwa kini muncul bentuk-bentuk baru dalam praktik keagamaan yang dibawa oleh para *da'i influencer* dan pembuat konten di media sosial. Aktivitas mereka meliputi berbagai hal, seperti muroja'ah secara *online*, penggalangan wakaf Al-Qur'an melalui internet, hingga kegiatan dakwah yang dikemas dengan gaya pribadi untuk membangun citra diri. Fenomena ini memang memberikan peluang bagi penyebaran ajaran Islam yang lebih luas dan kreatif, serta membuka ruang inovasi dalam pendidikan agama. Namun, disisi lain, muncul pula kekhawatiran mengenai keaslian niat, kemampuan keilmuan, dan tujuan ekonomi di balik konten yang dibuat. Ketika fokus lebih banyak diarahkan pada popularitas dan citra dibandingkan dengan isi dakwah itu sendiri, hal ini dapat mempengaruhi cara generasi muda memahami otoritas keagamaan dan membentuk identitas religius mereka di luar jalur pendidikan Islam yang formal (Bakhita Aida dkk 2024). Oleh karena itu, diperlukan pembinaan dan pemahaman yang kuat agar dakwah digital tetap berpegang pada prinsip keilmuan dan keikhlasan, sehingga mampu membentuk karakter religius generasi muda sesuai ajaran Islam yang sebenarnya.

Di sisi lain, muncul masalah penting yang berkaitan dengan ketidaksesuaian antara pesan yang disampaikan oleh penceramah dan perilaku mereka dalam kehidupan nyata, baik di ruang publik maupun pribadi. Dalam konteks komunikasi digital, hal ini sering dianggap sebagai bentuk "kemunafikan" dan menjadi bahan perbincangan serta kritik di media sosial. Hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa ketika masyarakat menemukan perbedaan antara ucapan dan tindakan penceramah, reaksi negatif dari audiens muncul dengan cepat. Kondisi ini bisa menurunkan kepercayaan publik terhadap penceramah dan mengurangi pengaruh dakwah yang disampaikan (Azhimi Qalban Nas dkk 2025). Oleh karena itu, keselarasan antara pesan dan perilaku penceramah menjadi hal yang sangat penting, sebab hilangnya kredibilitas dapat mengganggu proses penanaman nilai-nilai Islam, terutama dalam konteks pendidikan dan pembinaan moral umat.

Walaupun sudah banyak penelitian yang membahas tentang efektivitas dakwah digital dan peran *da'i influencer*, kajian yang secara mendalam menyoroti ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online dari kalangan Generasi Z masih sangat terbatas,

terutama jika dilihat dari sudut pandang pendidikan Islam yang bersifat normatif dan kurikuler. Keterbatasan tersebut terlihat pada beberapa hal, seperti kurangnya analisis yang menelusuri penyebab utama ketidaksesuaian tersebut (misalnya karena tekanan dari platform media sosial, dorongan ekonomi, atau keinginan membangun citra diri), belum banyak penelitian yang membahas dampaknya terhadap pembentukan nilai-nilai keagamaan di kalangan Gen Z, serta belum adanya model pendidikan Islam yang bisa digunakan untuk mengatasi atau mengurangi dampak negatifnya. Karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan kajian dakwah digital dan teori pendidikan Islam, sehingga dapat memberikan rekomendasi nyata bagi pengembangan kurikulum, etika dakwah di dunia digital, serta peningkatan literasi kritis bagi generasi muda (Lailatur Rofidah & Abdul Muhid 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online di kalangan Generasi Z. Demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kurikulum dan etika dakwah digital, serta mendorong lahirnya generasi muda yang lebih kritis, beretika, dan berlandaskan nilai-nilai pendidikan Islam dalam bermedia sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan pola ketidakselarasan antara pesan dan perilaku penceramah online Gen Z; (2) mengidentifikasi faktor-faktor struktural dan individual yang melatarbelakangi ketidakselarasan tersebut (mis. ekonomi, estetika digital, tekanan platform, kurangnya pembinaan keilmuan); (3) menganalisis implikasi ketidakselarasan terhadap proses pendidikan nilai dalam perspektif Pendidikan Islam; dan (4) merumuskan rekomendasi kebijakan dan model pendidikan (kurikulum, pembinaan da'i, literasi digital) untuk meminimalkan dampak negatif ketidakselarasan tersebut. Urgensi studi ini muncul dari kombinasi pengaruh luas dakwah digital terhadap Gen Z serta potensi kerusakan otoritas religius bila isu ketidakselarasan tidak ditangani secara sistematis, maka penelitian ini berkontribusi secara teoritis dan praktis pada pembangunan etika dan tata kelola dakwah digital di ranah pendidikan Islam (Noviana Aini 2023). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi penguatan integritas moral, tata kelola etis, dan relevansi Pendidikan Islam di era digital sebagai landasan menuju dakwah yang lebih beradab, autentik, dan berkeadaban.

2. KAJIAN TEORITIS

Perbedaan antara ucapan dan tindakan dapat dijelaskan melalui teori dasar komunikasi, yaitu model pengirim dan penerima pesan, serta teori tentang kredibilitas. Dalam dakwah digital, penceramah berperan sebagai pengirim pesan yang menggunakan media sosial untuk menyampaikan ajaran Islam kepada audiens, khususnya generasi Z sebagai penerima pesan. Menurut teori kredibilitas dan ethos, keberhasilan sebuah pesan sangat bergantung pada bagaimana audiens menilai kejujuran, integritas, dan kesesuaian perilaku penceramah dengan apa yang ia sampaikan. Jika perilaku penceramah tidak sesuai dengan pesan yang dibawanya, maka kepercayaannya di mata audiens akan menurun, sehingga pesan dakwah menjadi kurang efektif. Dalam konteks pendidikan Islam, hal ini dapat melemahkan proses penanaman nilai yang seharusnya dilakukan melalui contoh nyata atau keteladanan (*uswah*), bukan sekadar melalui kata-kata.

Kajian tentang media memberikan sudut pandang tambahan melalui teori *uses and gratifications* dan ekologi media (*media ecology*). Kedua teori ini membantu menjelaskan alasan mengapa generasi Z tertarik pada konten dakwah digital, seperti untuk mencari informasi, membentuk jati diri, mencari hiburan, atau menjalin hubungan sosial. Selain itu, teori ini juga menjelaskan bagaimana media sosial mempengaruhi cara penyampaian pesan, misalnya melalui video pendek, sistem algoritma, dan ukuran keterlibatan audiens (*engagement*). Sementara itu, teori *framing* dan *agenda-setting* menunjukkan bahwa cara penceramah atau platform membingkai suatu pesan dapat membentuk pandangan audiens terhadap isu-isu keagamaan. Namun, karena media sosial lebih menekankan pada popularitas dan keuntungan finansial, seringkali isi dakwah dibuat dengan gaya yang menarik perhatian, bahkan berlebihan, sehingga bisa menyebabkan ketidaksesuaian antara makna pesan yang sebenarnya dengan perilaku atau gaya hidup penceramah itu sendiri.

Berdasarkan teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) dan teori keteladanan (*role model theory*), perilaku seorang penceramah di ruang publik memiliki pengaruh besar terhadap proses belajar para pendengarnya. Generasi muda, khususnya remaja dan Gen Z, tidak hanya belajar dari isi ceramah yang mereka dengar, tetapi juga dari sikap dan tindakan yang ditunjukkan oleh penceramah tersebut. Karena itu, dalam pandangan pendidikan Islam, penting untuk menggabungkan antara pengetahuan (*'ilm*) dan akhlak agar nilai-nilai Islam benar-benar dapat tertanam dalam diri seseorang. Teori internalisasi nilai menjelaskan bahwa ajaran agama akan lebih mudah diterima dan dihayati jika disertai dengan contoh nyata dalam perilaku. Sebaliknya, jika penceramah tidak menunjukkan konsistensi antara ucapan dan perbuatannya,

maka proses penanaman nilai akan terhambat, dan tujuan pendidikan moral menjadi sulit tercapai.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini umumnya dapat dikelompokkan ke dalam tiga bidang utama. Pertama, berbagai studi mengenai efektivitas dakwah digital menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau generasi Z serta berperan dalam membentuk pemahaman dan sikap keagamaan mereka. Kedua, penelitian etnografi dan studi kasus tentang *da'i influencer* menyoroti munculnya inovasi baru dalam cara berdakwah, namun di sisi lain juga mengungkap persoalan seputar kredibilitas, komersialisasi dakwah, serta pencitraan diri yang berlebihan. Ketiga, kajian dalam bidang komunikasi digital menemukan adanya fenomena kritik publik terhadap ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah, yang seringkali memicu menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama di dunia maya. Meskipun ketiga kelompok penelitian tersebut telah memberikan gambaran yang cukup jelas tentang masing-masing aspek, masih sedikit penelitian yang berupaya menggabungkan temuan-temuan itu dalam kerangka pendidikan Islam yang bersifat normatif. Dengan kata lain, belum banyak kajian yang menelaah bagaimana ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah berdampak pada pembentukan kurikulum nilai, strategi pembinaan moral bagi penceramah, serta pengembangan literasi kritis bagi generasi Z dalam memahami dakwah digital.

Berdasarkan dasar teori dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini disusun dengan menyoroti beberapa variabel penting yang saling berkaitan. Pertama, faktor-faktor yang dapat memicu munculnya ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku, seperti tekanan dari platform media sosial, dorongan untuk mendapatkan keuntungan finansial, serta upaya membangun citra diri. Kedua, bentuk nyata dari ketidaksesuaian tersebut pada penceramah dari kalangan Gen Z. Ketiga, peran faktor penengah atau pendukung, seperti tingkat literasi media dan pembinaan keagamaan formal yang diterima. Keempat, dampak akhirnya terhadap pendidikan, yang mencakup sejauh mana nilai-nilai Islam dapat diinternalisasi, tingkat kepercayaan terhadap penceramah, dan efektivitas pembentukan karakter melalui dakwah. Model penelitian ini menggabungkan pendekatan komunikasi, kajian media, dan teori pendidikan Islam, sehingga diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan kurikulum serta pedoman etika dalam praktik dakwah digital masa kini.

Pada akhirnya, kajian teoritis ini menegaskan bahwa untuk memahami ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online dari kalangan Gen Z, diperlukan pendekatan yang bersifat interdisipliner. Artinya, penelitian harus menggabungkan teori-teori komunikasi dan media dengan nilai-nilai utama dalam pendidikan Islam yang menekankan pentingnya ilmu,

akhlak, serta keteladanan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar baik secara normatif maupun praktis dalam penyusunan kurikulum dakwah digital, pedoman etika bagi para penceramah, serta strategi peningkatan literasi kritis bagi generasi muda. Dengan demikian, dakwah Islam di era digital dapat tetap menjaga integritasnya sekaligus memiliki relevansi dalam proses pendidikan dan pembentukan karakter.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu cara penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, serta sumber digital yang berkaitan dengan tema ketidaksesuaian pesan dan perilaku penceramah online Gen Z dalam pandangan pendidikan Islam. Dalam metode ini, peneliti tidak melakukan observasi atau wawancara langsung di lapangan, melainkan menitikberatkan pada kajian kritis terhadap teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu untuk menemukan pola, perbedaan, serta celah penelitian yang bisa dijadikan dasar dalam merumuskan pandangan baru bagi pendidikan Islam masa kini. Pendekatan ini dipilih karena dianggap sesuai untuk menelaah fenomena dakwah digital secara mendalam, baik dari sisi keilmuan Islam maupun komunikasi modern. Melalui cara ini, penelitian diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran yang memperkuat nilai kejujuran, konsistensi, dan integritas dalam praktik dakwah yang dilakukan oleh generasi muda (Rahardjo & Mudjia 2020), sehingga dihasilkan rumusan konseptual yang kokoh mengenai etika dan model pembinaan da'i digital berbasis nilai-nilai Pendidikan Islam.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena Dakwah Digital di Kalangan Generasi Z

Generasi Z, yang lahir sekitar pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi *digital native* yang tumbuh dan berkembang bersama kemajuan teknologi. Mereka terbiasa menggunakan perangkat digital dalam berbagai aspek kehidupan, lebih menyukai tampilan visual, serta cenderung menyerap informasi melalui pesan singkat dan cepat. Pola multitasking yang melekat pada generasi ini membuat mereka lebih tertarik pada konten yang praktis, menarik, dan mudah dipahami. Karena itu, para penceramah muda dari kalangan Gen Z dituntut untuk menyesuaikan gaya berdakwah agar lebih santai, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga pesan keagamaan dapat diterima secara efektif oleh audiens muda yang akrab dengan dunia digital (Mohamad Febrianto & Abdul Muhid 2025). Dengan demikian, dakwah di era generasi Z menuntut inovasi dalam metode penyampaian

tanpa mengabaikan esensi nilai-nilai Islam yang harus tetap dijaga dan diterapkan secara konsisten .

Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan dakwah, tetapi juga membentuk pola dan strategi penyampaian. Konten dakwah pada platform tersebut umumnya mengikuti tren yang sedang populer, misalnya melalui video pendek, penggunaan caption yang menarik, atau kerjasama dengan figur publik untuk menarik perhatian audiens. Akibatnya, para penceramah perlu menyesuaikan gaya bahasa, tempo penyampaian, dan tampilan visual agar pesan yang dibawakan lebih menarik serta mudah diterima oleh generasi muda. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau audiens Gen Z, meskipun di sisi lain menuntut kemampuan tambahan dari pendakwah untuk memahami teknik pembuatan konten digital dan cara kerja algoritma media sosial agar dakwah mereka tetap relevan dan berpengaruh (Nanda Fahrur Nisa 2024). Dengan demikian, penguasaan teknologi dan kreativitas dalam berdakwah menjadi kunci utama bagi generasi muda agar mampu menyampaikan pesan Islam secara efektif di tengah arus budaya digital yang terus berkembang.

Peralihan dakwah ke dunia digital memberikan peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam karena mampu menjangkau audiens yang luas, menghadirkan interaksi dua arah, serta menawarkan daya tarik visual yang tinggi. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan baru, terutama dalam menjaga keaslian dan ketulusan pesan dakwah di tengah arus komersialisasi media. Sejumlah penelitian menunjukkan adanya fenomena mediatization, yaitu ketika logika media seperti algoritma, monetisasi, dan tuntutan konten viral yang mempengaruhi struktur serta gaya penyampaian dakwah. Akibatnya, pesan keagamaan seringkali disederhanakan atau dikemas menyerupai hiburan demi menarik perhatian publik. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara nilai moral yang disampaikan dengan perilaku nyata penceramah di luar ruang digital, sehingga berpotensi mengurangi kredibilitas dan makna spiritual dari dakwah itu sendiri (Silvia Riskha Fabriar & Muhammad Sulthon 2025). Dengan demikian, transformasi dakwah di era digital menuntut keseimbangan antara inovasi media dan keautentikan nilai Islam agar pesan yang disampaikan tetap mencerahkan tanpa kehilangan substansi moralnya.

Dari sudut pandang pendidikan Islam, munculnya dakwah digital di kalangan Gen Z memerlukan tanggapan yang bersifat edukatif dan terarah. Kurikulum serta program pembinaan sebaiknya mencakup aspek literasi digital, pemahaman etika berdakwah di dunia maya, dan pembentukan adab serta keteladanan dalam berperilaku di ruang digital agar nilai-nilai moral tidak berhenti pada tataran ucapan semata. Selain itu, pendidikan Islam juga perlu

menekankan pentingnya pembinaan integritas diri penceramah (*self-accountability*), pemahaman terhadap cara kerja platform digital, serta kemampuan menciptakan konten yang beretika (Lillah 2024). Dengan demikian, kegiatan dakwah di dunia digital tidak hanya berhasil menarik perhatian audiens secara teknis, tetapi juga mampu mencerminkan nilai-nilai dasar pedagogi Islam yang menjunjung kejujuran, keteladanan, dan tanggung jawab moral.

Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku Penceramah Online Gen Z

Peralihan dakwah ke platform digital telah mengubah siapa yang menjadi komunikator agama dan bagaimana pesan disusun; khususnya penceramah dari kalangan Gen Z memanfaatkan format digital seperti video pendek, live streaming, dan reels untuk menjangkau audiens muda yang lebih cepat menerima isi melalui tampilan visual dan narasi singkat. Transformasi format ini memungkinkan dakwah tersiar lebih luas dan interaktif, tetapi juga menempatkan penceramah pada tekanan untuk selalu tampil “menarik” secara visual dan naratif agar kontennya mendapat perhatian di tengah persaingan ketat di media sosial (Zulfa Ilma Nuriana & Nisrina Salwa 2024). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dakwah digital di kalangan Gen Z tidak hanya menuntut kemampuan komunikasi religius yang baik, tetapi juga keterampilan teknologis dan kreativitas tinggi agar pesan Islam tetap relevan dan diterima tanpa kehilangan nilai substansinya.

Di sisi lain, sistem kerja platform digital seperti algoritma yang berfokus pada tingkat *engagement* dan peluang monetisasi turut mempengaruhi arah serta bentuk dakwah yang disajikan, sehingga konten keagamaan cenderung mengikuti tren dan dirancang agar mudah viral. Beberapa penelitian juga mencatat adanya gejala komersialisasi dakwah, di mana pesan agama dikemas layaknya produk untuk menarik penonton atau mendapatkan sponsor. Akibatnya, terjadi kecenderungan untuk menyederhanakan isi dakwah atau menonjolkan aspek-aspek yang dianggap lebih menarik secara pasar, sementara ruang bagi refleksi spiritual dan keteladanan moral menjadi semakin sempit (Inda Ayu Pratiwi 2025). Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa tantangan utama dakwah digital bukan hanya pada cara penyampaian, tetapi juga pada menjaga kemurnian niat dan keotentikan pesan Islam di tengah arus komersialisasi media.

Ketidaksesuaian yang nyata tampak ketika nilai-nilai yang disampaikan dalam konten dakwah seperti ajaran tentang kesederhanaan, kejujuran, dan larangan berperilaku riya yang tidak sejalan dengan tindakan atau gaya hidup penceramah di luar ruang digital. Contohnya dapat terlihat dari gaya hidup konsumtif, upaya berlebihan dalam membangun citra diri, atau perilaku publik yang justru bertentangan dengan pesan moral yang disampaikan. Kondisi ini menimbulkan kebingungan dan kekecewaan di kalangan pengikut, menurunkan kepercayaan

terhadap penceramah, serta berpotensi melemahkan peran dakwah sebagai sarana pendidikan moral bagi pembentukan karakter generasi muda, khususnya Gen Z. Sejumlah penelitian dan studi kasus mengenai praktik monetisasi serta strategi produksi konten juga menunjukkan bahwa ketidakkonsistenan ini seringkali dipengaruhi oleh tekanan popularitas dan tuntutan pasar digital (Al Kahfi dkk 2025). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa menjaga keselarasan antara pesan dakwah dan perilaku pribadi merupakan hal yang sangat penting agar dakwah digital tetap memiliki kekuatan moral dan nilai edukatif yang autentik.

Dari sudut pandang pendidikan Islam, situasi ini memerlukan pendekatan pembinaan yang bersifat pedagogis dan religius. Diperlukan kurikulum serta program pelatihan yang menanamkan kemampuan literasi digital, etika berdakwah di dunia maya, pembentukan adab dalam berinteraksi secara digital, serta kesadaran akuntabilitas diri bagi para penceramah muda agar ucapan dan perilaku mereka tetap selaras. Pendekatan tarbiyah yang menggabungkan pemahaman teologis, pendidikan karakter, dan keterampilan pengelolaan media menjadi sangat penting untuk menjaga keutuhan dan integritas dakwah di era modern. Hasil kajian literatur juga menegaskan pentingnya adanya pelatihan formal dan dukungan kebijakan dari lembaga keagamaan untuk memastikan praktik dakwah berlangsung secara etis, profesional, dan bertanggung jawab (Moh. Edy Marzuki 2025). Dengan demikian, upaya pendidikan yang komprehensif ini diharapkan mampu melahirkan generasi penceramah digital yang berilmu, berakhlak, dan konsisten antara pesan yang disampaikan dengan perilaku yang ditunjukkan.

Analisis dari Perspektif Pendidikan Islam

Dalam pandangan pendidikan Islam, dakwah digital tidak seharusnya dipahami hanya sebagai cara baru dalam menyampaikan pesan, melainkan sebagai bagian dari proses *tarbiyah* yang menyeluruh, yakni upaya pembinaan yang menumbuhkan keimanan, pengetahuan, dan akhlak secara seimbang. Sistem pendidikan Islam klasik selalu menekankan pentingnya pembentukan karakter melalui proses belajar yang berkelanjutan, keteladanan dari para guru atau ulama, serta pembiasaan dalam berperilaku sesuai ajaran moral. Ketika dakwah bergeser ke ruang digital, prinsip-prinsip tersebut perlu disesuaikan agar media baru tetap mendukung kesinambungan pembinaan spiritual dan moral. Sejumlah penelitian mengenai transformasi pendidikan Islam menegaskan bahwa pemanfaatan media digital hendaknya tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga harus menonjolkan pembentukan akhlak dan nilai-nilai keislaman (Manal Hendawi & Saba Qadhi 2024). Dengan demikian, dakwah online dapat berperan sebagai sarana pendidikan yang utuh dan bermakna, bukan sekadar hiburan atau konsumsi informasi yang bersifat sesaat.

Peran kurikulum dan program pembinaan memiliki posisi yang sangat penting dalam menghadapi dinamika dakwah digital. Integrasi antara literasi digital, etika bermedia, dan pendekatan pembelajaran yang kontekstual perlu dimasukkan ke dalam sistem pendidikan, baik formal maupun non-formal. Penelitian mengenai pembelajaran berbasis literasi digital menunjukkan pentingnya pelatihan bagi guru dan penceramah, pengembangan materi ajar digital yang berlandaskan nilai-nilai Islam, serta penerapan model pembelajaran yang menggabungkan kemampuan teknis dengan penguatan moral. Contohnya, melalui modul literasi media, analisis konten, serta praktik etika dalam bermedia sosial, generasi muda dapat belajar untuk menilai informasi secara kritis, sementara para penceramah mampu menyampaikan pesan dakwah dengan tanggung jawab dan kesadaran moral. Dengan penerapan kurikulum seperti ini, risiko penyalah pahaman atau penyederhanaan pesan dakwah akibat keterbatasan format digital dapat diminimalkan (Putriany dkk 2025). Oleh karena itu, penguatan kurikulum berbasis nilai Islam menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem dakwah digital yang cerdas, beretika, dan mendidik.

Nilai-nilai seperti adab, keteladanan, dan akuntabilitas diri (*self-accountability*) merupakan aspek penting dalam pendidikan Islam yang tidak boleh diabaikan, terutama dalam pembinaan penceramah digital. Keberhasilan dakwah tidak seharusnya diukur dari jumlah *views* atau *likes*, melainkan dari sejauh mana pesan yang disampaikan selaras dengan perilaku nyata penceramah di kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pendidikan Islam perlu menanamkan proses pembinaan diri (*tazkiyah*), pengawasan moral melalui bimbingan guru atau mentor (*tarbiyah*), serta penerapan standar kualitas konten berdasarkan sumber-sumber Islam yang terpercaya agar para penceramah memiliki kesadaran penuh atas tanggung jawabnya terhadap umat. Penelitian tentang standar mutu konten dakwah digital juga menegaskan bahwa tanpa penekanan pada adab dan integritas, dakwah di dunia maya berisiko kehilangan nilai pendidikan dan bahkan dapat menimbulkan kebingungan moral di kalangan generasi muda. Untuk menjawab tantangan komersialisasi dan *mediatization* dakwah, lembaga pendidikan Islam, pesantren, dan organisasi dakwah perlu mengadakan pelatihan pembuatan konten yang etis, menetapkan pedoman monetisasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, serta membangun sistem akuntabilitas publik seperti kode etik digital dan evaluasi konten secara berkala. Kajian literatur mengenai komersialisasi dakwah menunjukkan bahwa kombinasi antara kebijakan institusional dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan etika serta keterampilan teknis merupakan cara paling efektif untuk menjaga agar inovasi media tidak menggeser esensi ajaran Islam (Pratiwi 2025). Dengan demikian, sinergi

antara pendidikan dan regulasi menjadi kunci dalam membangun dakwah digital yang berintegritas, mendidik, dan tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman yang murni.

Faktor Penyebab Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku

Salah satu penyebab utama munculnya ketidaksesuaian antara pesan dakwah dan perilaku penceramah digital adalah dominasi logika algoritma media sosial yang menuntut konten cepat viral dan memiliki tingkat interaksi tinggi. Akibatnya, materi dakwah seringkali disusun dengan mempertimbangkan aspek teknis seperti jumlah *like*, *share*, dan *followers*, bukan semata-mata kedalaman nilai keagamaan yang terkandung di dalamnya. Penelitian berjudul *Mediating Algorithm Mediating Da'wāh* menunjukkan bahwa penceramah di era digital perlu memahami algoritma, karakter audiens, dan cara kerja platform agar pesan mereka menjangkau khalayak luas; namun, tekanan untuk menyesuaikan gaya penyampaian agar terlihat “menarik” seringkali membuat substansi pesan mengalami pergeseran (Nuzul Fitriansyah & Torkis Lubis 2023). Dengan demikian, produksi dakwah yang lebih menitikberatkan pada tampilan dan daya tarik visual ketimbang makna spiritual menjadi salah satu pemicu ketidakharmonisan antara ucapan dan tindakan penceramah yang pada akhirnya dapat mengurangi nilai keteladanan dakwah itu sendiri.

Faktor lain yang turut menyebabkan ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah digital adalah proses komersialisasi dakwah di ruang media sosial. Dalam konteks ini, monetisasi, kerjasama dengan sponsor, serta pembentukan citra pribadi (*personal branding*) seringkali menjadi bagian dari strategi dakwah online. Akibatnya, konten dakwah mulai mengandung unsur-unsur yang bersifat “menjual” atau mengikuti tren populer agar dapat menarik lebih banyak audiens dan menghasilkan pendapatan, bukan semata-mata untuk memperkuat fungsi pendidikan moral. Artikel dalam *Berajah Journal* menyoroti bahwa media sosial memang membuka peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi juga menciptakan kecenderungan munculnya dakwah yang sensasional dan dangkal demi meningkatkan atensi publik, yang pada akhirnya dapat mengikis kedalaman pesan moral dan keteladanan (M. Syarif Thoyib 2023). Ketika dorongan ekonomi atau popularitas menjadi faktor utama dalam aktivitas dakwah, maka potensi terjadinya ketidakselarasan antara nilai yang disampaikan dengan perilaku nyata penceramah semakin tinggi sebuah tantangan serius bagi keautentikan dakwah di era digital.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah digital adalah minimnya pembinaan keagamaan yang mendalam serta kurangnya pendampingan dari lembaga atau mentor yang berkompeten. Banyak penceramah muda yang terjun ke ranah digital tanpa melalui proses *tarbiyah* yang utuh yakni pembinaan yang

menekankan aspek adab, integritas pribadi, dan kesadaran sosial. Akibatnya, meskipun mereka mampu menyampaikan pesan keislaman dengan gaya yang menarik, perilaku di luar konten terkadang tidak sejalan dengan nilai-nilai yang dikhotbahkan. Studi berjudul *Social and Cultural Implications of Da'wāh Through Social Media* mencatat bahwa lemahnya sistem pengawasan dan pembinaan keagamaan menjadi penyebab munculnya distorsi pesan serta penurunan kredibilitas dakwah digital (Memet Isa Baharudin & Muhammad Roflee Waehama 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tanpa pondasi karakter dan bimbingan spiritual yang kuat, aktivitas dakwah digital rentan kehilangan keaslian dan berpotensi menimbulkan krisis keteladanan bagi generasi muda.

Tekanan budaya digital serta ekspektasi audiens Gen Z yang menginginkan konten cepat, visual, dan menghibur menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online. Generasi muda yang terbiasa dengan video singkat dan tampilan visual yang dinamis menuntut gaya dakwah yang menarik dan mudah dicerna. Kondisi ini membuat para penceramah merasa perlu menyesuaikan diri agar tetap relevan dan diterima oleh audiens, meskipun penyesuaian tersebut seringkali mengorbankan kedalaman refleksi, nilai keteladanan, serta dimensi pendidikan karakter yang seharusnya menjadi inti dakwah. Penelitian dalam *Sinergi: International Journal of Islamic Studies* mengungkap bahwa media sosial memang memperluas akses dakwah secara inklusif dan interaktif, tetapi juga membawa risiko etis dan teologis ketika aspek bentuk dan daya tarik visual lebih diutamakan daripada substansi nilai keagamaan (Mohammad Ulyan 2023). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tekanan budaya digital berpotensi menggeser fokus dakwah dari pembinaan moral menuju pencarian popularitas semata, sehingga keseimbangan antara pesan dan perilaku menjadi semakin sulit dipertahankan.

Relevansi dan Implikasi bagi Pendidikan Islam Kontemporer

Perubahan dakwah ke ruang digital telah membawa pendidikan Islam pada tahap pembaruan kurikulum yang penting. Proses pembelajaran kini tidak cukup hanya berfokus pada penyampaian teks-teks klasik, tetapi juga harus membekali siswa dan calon penceramah dengan kemampuan digital agar mereka memahami cara kerja media sosial, mampu menilai kredibilitas informasi, serta dapat menyampaikan pesan keagamaan dengan etika yang benar. Berbagai penelitian di perguruan tinggi Islam menunjukkan masih adanya kendala seperti minimnya fasilitas teknologi, kurangnya pelatihan digital bagi dosen, dan belum optimalnya penerapan berpikir kritis berbasis teknologi dalam kurikulum. Karena itu, diperlukan kebijakan yang mendorong integrasi literasi digital dan peningkatan kompetensi tenaga pendidik secara berkelanjutan agar pendidikan Islam mampu menghasilkan generasi yang cakap teknologi

sekaligus berakhlak mulia (Murharyana dkk 2025). Dengan demikian, pembaruan kurikulum menjadi kunci penting dalam menjaga relevansi dan nilai-nilai pendidikan Islam di era digital.

Penerapan literasi digital dalam pendidikan Islam, baik di lembaga formal maupun non-formal, membuka peluang besar bagi madrasah, pesantren, dan sekolah Islam untuk berperan sebagai pusat pengembangan dakwah yang beretika, bukan hanya sebagai pengguna pasif konten digital. Hasil kajian bibliometrik tentang integrasi nilai dakwah dan literasi digital di Yogyakarta (2020–2024) menunjukkan peningkatan signifikan dalam praktik pembelajaran berbasis media sosial, seperti proyek dakwah melalui TikTok atau Instagram. Namun, penelitian tersebut juga menemukan masih adanya kekurangan dalam panduan teknis dan evaluasi terhadap dampak pendidikan dari kegiatan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi para pembuat kebijakan untuk menyusun pedoman implementasi yang jelas, memberikan pelatihan kepada guru, serta membangun sistem evaluasi pembelajaran digital yang efektif agar nilai-nilai Islam tetap terjaga dalam setiap bentuk produksi konten (Ardhitya Furqon Wicaksono dkk 2025). Dengan demikian, integrasi literasi digital dapat menjadi langkah strategis untuk memperkuat peran pendidikan Islam dalam membentuk generasi yang kreatif sekaligus berakhlak.

Pada level pesantren dan sekolah berbasis keagamaan, penyelenggaraan pelatihan pembuatan konten digital serta pendirian pusat media pesantren menjadi langkah konkret yang sangat penting. Berdasarkan studi kasus di beberapa pesantren dan sekolah kejuruan Islam yang melaksanakan pelatihan dakwah digital, terlihat adanya peningkatan kemampuan teknis para santri dalam bidang videografi, penulisan naskah (copywriting), dan desain visual. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong lahirnya pedoman etika internal terkait monetisasi dan kerjasama konten agar kegiatan dakwah tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, lembaga pendidikan Islam perlu menyediakan fasilitas pendukung seperti *media center*, kurikulum vokasional berbasis media religius, serta memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa dakwah digital dilakukan secara profesional, bertanggung jawab, dan beretika (Kiki Zakiah 2025). Dengan demikian, upaya ini dapat menjadi pondasi bagi terciptanya generasi penceramah muda yang kreatif, produktif, dan tetap menjunjung tinggi nilai moral Islam.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian berjudul “Analisis Kritis Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku Penceramah Online Gen Z dalam Perspektif Pendidikan Islam”, dapat disimpulkan bahwa fenomena dakwah digital telah membawa perubahan

mendasar dalam cara ajaran Islam disampaikan dan dipahami oleh generasi muda. Media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram telah menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan dakwah yang lebih kreatif dan interaktif, namun sekaligus menghadirkan tantangan serius terkait keaslian niat, konsistensi perilaku, dan nilai edukatif dari para penceramah. Dakwah digital menuntut keseimbangan antara inovasi teknologi dan integritas moral agar pesan keagamaan tidak sekadar menjadi komoditas hiburan, tetapi tetap berfungsi sebagai sarana pembinaan akhlak dan spiritualitas umat.

Faktor-faktor utama yang menyebabkan ketidaksesuaian antara pesan dan perilaku penceramah online antara lain adalah tekanan algoritma media sosial yang berorientasi pada popularitas dan viralitas, proses komersialisasi dakwah melalui monetisasi dan personal branding, lemahnya pembinaan keagamaan serta kurangnya mentor spiritual, dan pengaruh budaya digital Gen Z yang menuntut konten cepat dan menghibur. Kondisi ini membuat sebagian penceramah muda lebih fokus pada bentuk dan gaya penyampaian daripada substansi nilai Islam yang terkandung di dalam pesan dakwah. Akibatnya, muncul disonansi antara ucapan dan perbuatan yang tidak hanya menurunkan kredibilitas dakwah, tetapi juga mengancam proses pendidikan moral generasi muda di era digital.

Dalam perspektif pendidikan Islam, fenomena tersebut menegaskan pentingnya pembaruan kurikulum dan strategi pembinaan da'i agar selaras dengan kebutuhan zaman. Pendidikan Islam harus mengintegrasikan literasi digital, etika bermedia, serta pembentukan karakter berbasis nilai-nilai Islam ke dalam sistem pembelajaran formal maupun non-formal. Lembaga pendidikan seperti pesantren, madrasah, dan universitas Islam perlu membekali calon penceramah dengan kemampuan teknologis, keterampilan komunikasi digital, serta kesadaran moral dan spiritual agar mereka mampu berdakwah secara profesional sekaligus berakhlak mulia. Dengan demikian, dakwah digital dapat menjadi bagian integral dari proses tarbiyah yang menyatukan antara ilmu, amal, dan akhlak.

Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di era digital tidak diukur dari seberapa banyak pengikut atau seberapa viral suatu konten, melainkan dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu membentuk kesadaran moral, spiritual, dan sosial masyarakat. Penceramah online, khususnya dari kalangan Gen Z, dituntut untuk menjadi teladan yang konsisten antara ucapan dan tindakan serta memahami tanggung jawab keagamaannya dalam setiap aktivitas digital. Oleh karena itu, sinergi antara pendidikan Islam, regulasi media, dan pembinaan karakter menjadi pondasi utama dalam membangun ekosistem dakwah digital yang berintegritas, mendidik, dan tetap berpegang teguh pada nilai-nilai Islam yang autentik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, sumber segala kehidupan dan kekuatan, yang telah menuntun langkah ini hingga akhirnya tulisan sederhana ini dapat diselesaikan dengan segala keterbatasan. Karya ilmiah berjudul “Analisis Kritis Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku Penceramah Online Gen Z dalam Perspektif Pendidikan Islam” ini lahir bukan hanya dari proses akademik, tetapi juga dari pergulatan batin, lelah, dan perenungan panjang tentang manusia dan kehidupan.

Perjalanan kuliah bukan sekadar tentang ruang kelas dan nilai, tetapi tentang bagaimana belajar bertahan ketika dompet menipis, tentang menelan ego di tengah manusia yang keras kepala, dan tentang mencoba memahami dunia yang seringkali lebih banyak menuntut daripada mendengar. Di antara tumpukan tugas, rasa takut gagal, dan tekanan ekonomi, penulis belajar bahwa Tuhan Yang Maha Esa tak pernah benar-benar jauh hanya menunggu manusia berhenti mencari validasi dari sesama.

Penulis, Fhina Ardini, Niesa Amalia, Viona Putri Ramadhan, dan Adrian Syaputra, mengucapkan terima kasih kepada dosen dan pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, kepada keluarga yang menjadi jangkar di tengah badai, dan kepada teman-teman sejati yang tidak berlomba untuk terlihat benar, tetapi berusaha saling memahami tanpa menghakimi. Terima kasih kepada pertemanan yang memanusiakan manusia yang hadir bukan untuk bersaing, tetapi untuk saling menguatkan di saat dunia terasa begitu bising.

Akhirnya, karya ini bukanlah tanda bahwa penulis sudah mengerti segalanya, melainkan bukti bahwa penulis masih mau belajar, belajar tentang ilmu, tentang dakwah, dan tentang menjadi manusia yang tetap waras di dunia yang semakin sibuk mencari pengakuan. Semoga tulisan ini menjadi pengingat kecil, bahwa seindah apa pun kata-kata, nilainya akan hilang jika tak sejalan dengan perbuatan.

DAFTAR REFERENSI

- Aida, B., et al. (2024). The latest religious practices of da'i influencer and content creator in digital da'wah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 44(2), 427-456. <https://doi.org/10.21580/jid.v44.2.23378>
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109-116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Baharudin, M. I., & Waehama, M. R. (2024). Social and cultural implications of da'wāh through social media. *Jurnal Iman dan Spiritualitas*, 4(4), 45. <https://doi.org/10.15575/jis.v4i4.36728>
- Fabriar, S. R., & Sulthon, M. (2025). Religious mediatization: A shift in Hanan Attaki's da'wa

- practice in digital space. *Jurnal Dakwah Risalah*, 36(1), 53-70.
- Febrianto, M., & Muhid, A. (2025). Dakwah digital: Digital da'wah for Generation Z: Strategies and challenges in building spiritual awareness. *Journal International Dakwah and Communication*, 5(1), 35-51.
- Fitriansyah, N., & Lubis, T. (2023). Mediating algorithm mediating da'wā: The new preacher and optimization of social media for da'wā in the case of Habib Ja'far. *Jurnal Penelitian*, 20(1), 12. <https://doi.org/10.28918/jupe.v20i1.1092>
- Hendawi, M., & Qadhi, S. (2024). Digital literacy-based learning in Islamic education. *Ar-Fachruddin: Journal of Islamic Education*, 1(1), 45.
- Hidayat, S., et al. (2022). Efektivitas dakwah di internet untuk Gen-Z. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 28(1), 43-55.
- Kahfi, A., et al. (2025). Monetization of dai kondang's da'wah as an Islamic marketing strategy in improving the ummah's economy in the digital age. *Journal of Islamic Economics*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.35448/jiec.v9i1.32056>
- Lillah. (2024). Peran dakwah dalam era digital: Eksplorasi potensi media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(1), 79-88. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.725>
- Marzuky, M. E. (2025). Da'wah ethics in the digital era in media transformation and moral governance. *Urnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 10(2), 70. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i2.6923>
- Murharyana, et al. (2025). Curriculum development strategy in higher education: A study on Islamic education in the digital era. *Jurnal Kajian Keislaman*, 12(1), 220.
- Nas, A. Q., et al. (2025). Literasi digital dan Gen-Z: Prototipe konsep literasi moderat sebagai media smart dakwah. *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 45.
- Nisa, N. F. (2024). Contemporary da'wah transformation: Study on commodification of virtual da'wah through YouTube. *Jurnal Dakwah*, 25(1), 94-115. <https://doi.org/10.14421/jd.2024.25105>
- Nuriana, Z. I., & Salwa, N. (2024). Digital da'wah in the age of algorithm: A narrative review of communication, moderation, and inclusion. *Sinergi: International Journal of Islamic Studies*, 2(4), 17. <https://doi.org/10.61194/ijis.v2i4.706>
- Pratiwi, I. A. (2025). The commercialization of da'wah: An Islamic perspective. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 22(1), 31. <https://doi.org/10.24239/jsi.v22i1.828>
- Pratiwi. (2025). The commercialization of da'wah: An Islamic perspective. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 22(1), 8. <https://doi.org/10.24239/jsi.v22i1.828>
- Putriany, et al. (2025). Quality standards for online da'wah content (Thematic studies in Saḥīḥ Muslim). *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 11(1), 20-22. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v11i1.1964>
- Rahardjo, & Mudjia. (2020). Metode penelitian kepustakaan (Library research) dan penerapannya. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 8(2), 135-150.
- Rofidah, L., & Muhid, A. (2025). Media dan hibrid identitas keagamaan di era digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 22. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i1.4805>
- Thoyib, M. S. (2023). The role of Islamic broadcasting in shaping public perception: Ethical approaches and modern media integration. *Journal Berajah*, 4(2), 115-117.

- Ulyan, M. (2023). Digital da'wāh and religious authority: A narrative review of Islamic preaching in the social media era. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), 106. <https://doi.org/10.61194/ijis.v1i3.591>
- Wicaksono, A. F., et al. (2025). Bibliometric analysis of the integration of da'wah values and digital literacy in formal Islamic education in Yogyakarta 2020-2024. *Jurnal Berkala Ilmiah Pendidikan* (Kuras Institute), 5(1), 67. <https://doi.org/10.51214/bip.v5i1.1371>
- Zakiah, K. (2025). Transformation of Islamic da'wah through digital content training in Islamic boarding schools (Case study at SMK YPC Cintawana, Tasikmalaya). *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 795. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.3787>