

Mengungkap Potensi Ritual *Merti* sebagai Media Dakwah Islam

Joko Subando^{1*}, Siti Zaida Hanum², Faruq Alhasbi³, dan Muh. Fathurrohman³

¹Fakultas Syariah & Ekonomi Islam, Institut Islam Mambaul Ulum, Kota Surakarta Indonesia

²Fakultas Dakwah & Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sleman Indonesia

³Fakultas Dakwah & Komunikasi, Institut Islam Mambaul Ulum, Kota Surakarta Indonesia

*Email: jokosubando@yahoo.co.id

Received: 11 December 2024 / Accepted: 14 February 2025 / Published online: 28 February 2025

Abstract

The development of communication technology in modern mass media has shown significant progress. However, traditional media still has its charm. Providing an overview of missionary activities, various media used in missionary work, and how traditional rituals can be used as a medium for conveying missionary messages. This research is a literature study that aims to understand the *merti* ritual as a medium for da'wah. The result is that cultural elements such as village ceremonies continue to function as a form of traditional media for spreading religious teachings. In addition to conveying religious messages, these ceremonies also serve as a means of escaping the boredom caused by rapid modernisation. As part of communication, preaching requires media to convey its message.

Keywords: media, da'wah, ritual, *merti*

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi dalam media massa modern telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Namun, media tradisional tetap memiliki pesonanya sendiri. Memberikan gambaran mengenai aktivitas dakwah, berbagai media yang digunakan dalam dakwah, serta bagaimana ritual adat dapat difungsikan sebagai media penyampaian pesan dakwah. Penelitian ini merupakan studi pustaka yang bertujuan untuk memahami ritual *merti* sebagai media dakwah. Hasilnya, unsur-unsur budaya seperti upacara desa terus berfungsi sebagai salah satu bentuk media tradisional untuk menyebarkan ajaran agama. Selain menyampaikan pesan agama, upacara ini juga berfungsi sebagai sarana untuk melepaskan diri dari kebosanan akibat modernisasi yang cepat. Sebagai bagian dari komunikasi, dakwah memerlukan media untuk menyampaikan pesannya.

Keywords: media, dakwah, ritual, *merti*



© 2025 Oleh authors. Lisensi Pawarta *Journal of Communication and Dawah*, Institut Islam Mamba'ul 'Ulum (IIM) Surakarta. Artikel ini bersifat *open access* yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC BY) license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

PENDAHULUAN

Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Kehadiran media membuat proses dakwah menjadi lebih menarik dan

memudahkan penerima dakwah dalam memahami pesan yang disampaikan. Seiring dengan perkembangan waktu, media dakwah juga terus berkembang

(Baidawi & Bin Ismail, 2023). Jika pada masa lalu dakwah menggunakan media yang sederhana, kini dakwah sudah memanfaatkan media elektronik yang lebih canggih seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, dan internet. Dalam pelaksanaan dakwah, para da'i kerap melakukan berbagai upaya untuk mencapai tujuan dakwah, salah satunya dengan memperhatikan pemilihan media yang digunakan (Alhasbi & Kertamukti, 2018; Siti Zaida Hanum et al., 2023).

Media dakwah berfungsi sebagai alat untuk memudahkan penyampaian pesan kepada sasaran dakwah (Alhasbi et al., 2024; Widoyo, 2022). Dalam memilih media dakwah, penting untuk mempertimbangkan kondisi psikologis dan intelektual dari sasaran tersebut (Alhasbi et al., 2023, 2024). Walisongo, sebagai penyebar Islam di wilayah Jawa, banyak memanfaatkan budaya lokal sebagai media penyebaran ajaran Islam (Estuningtiyas, 2023). Sebagai contoh, Sunan Kalijaga menggunakan wayang kulit sebagai sarana dakwah, sementara Sunan Kudus mengintegrasikan elemen arsitektur Hindu ke dalam desain menara masjid. Makhdum Ibrahim, yang juga dikenal sebagai Sunan Bonang, memanfaatkan kesenian tradisional Tuban sebagai media dakwahnya. Bonang digunakan oleh Sunan Bonang untuk menyebarkan ajaran Islam di Tuban dengan tujuan menarik perhatian sekaligus menyampaikan inti ajaran Islam kepada masyarakat (Nurul Syalafiyah & Budi Harianto, 2020).

Para penyebar Islam pada masa lalu mengedepankan pendekatan damai dan persuasif dalam menyebarkan agama. Mereka menyesuaikan metode dakwah dengan pola pikir dan adat istiadat setempat, sehingga berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan budaya lokal (Wahid, 2018). Para penyebar Islam juga bijak dalam memilih hari-hari khusus untuk mengadakan upacara atau

selamatan, yang kemudian diisi dengan nilai-nilai Islam. Dengan cara ini, ritual adat dijadikan sebagai salah satu media dakwah oleh para penyebar Islam di Indonesia. Sebelum Islam masuk dan berkembang, masyarakat Nusantara sudah menganut dua jenis kepercayaan, yaitu kepercayaan asli lokal seperti animisme dan dinamisme, serta kepercayaan impor seperti Hindu dan Buddha. Penamaan kedua kepercayaan ini didasarkan pada asal-usulnya; kepercayaan asli lahir di Nusantara, sementara Hindu dan Buddha berasal dari luar Nusantara, khususnya India.

Seiring dengan berkembangnya kepercayaan lokal seperti animisme dan dinamisme, masyarakat membentuk berbagai ritual sebagai wujud ekspresi kepercayaan mereka. Hingga kini, masyarakat Indonesia masih melaksanakan banyak ritual yang beragam (Widoyo et al., 2024). Pelaksanaan ritual-ritual tersebut umumnya disesuaikan dengan tahapan-tahapan penting dalam siklus kehidupan. Kebudayaan semacam ini sangat melekat kuat terutama di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah Jawa. Ritual sangat tinggi. Bagi masyarakat, ritual bukan sekadar tradisi, tetapi juga merupakan bagian dari sistem kepercayaan yang diyakini dapat membawa keselamatan dalam kehidupan (Brata, 2005). Para da'i memandang hal ini sebagai kesempatan untuk menjalin kedekatan emosional dengan masyarakat.

Secara bertahap, mereka mulai memasukkan pesan-pesan dakwah ke dalam rangkaian ritual tersebut. Hingga kini, banyak tradisi ritual yang masih dilaksanakan masyarakat, yang bila ditelusuri lebih dalam, mengandung unsur dakwah Islam. Penggunaan media yang sudah dikenal dan disukai masyarakat dalam dakwah terbukti sangat efektif. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa

mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam (Baidawi, 2022). Para da'i tidak memaksakan ajaran Islam secara kaku melalui ceramah formal, pengajian, atau mewajibkan masyarakat untuk rutin ke masjid (Hanum & Zulhazmi, 2022). Sebaliknya, mereka mengedepankan pendekatan yang bijaksana dalam mengajak masyarakat menuju nilai-nilai kebaikan. Para da'i menyadari bahwa memaksakan kepercayaan baru kepada masyarakat yang telah memiliki sistem kepercayaan sebelumnya hanya akan menimbulkan penolakan.

Menurut Aksin Wijaya, pemaksaan ajaran baru akan melahirkan dua kemungkinan. *Pertama*, masyarakat akan menolak budaya Arab yang mereka anggap asing dan bahkan bisa memandang Islam sebagai agama yang menjajah. *Kedua*, Islam akan secara sepihak mengklaim bahwa budaya lokal bertentangan dengan ajaran Islam, yang kemudian dilabeli sebagai bid'ah, khurafat, tahayul, atau bahkan dianggap sesat (Wijaya, 2015). Apabila hal tersebut terjadi, maka penyebaran dan penerimaan ajaran Islam di Indonesia akan mengalami hambatan. Kecerdasan para da'i dalam memanfaatkan ritual adat sebagai sarana dakwah menjadi salah satu faktor utama keberhasilan dalam menyampaikan ajaran Islam (Ramadhani, Kurniawan, 2023). Tulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana aktivitas dakwah, berbagai media yang digunakan dalam dakwah, serta bagaimana ritual adat yang sudah lekat dengan masyarakat dapat difungsikan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Secara garis besar, penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan

budaya dari perspektif partisipan atau subjek penelitian. Metode ini berfokus pada makna, pengalaman, serta pandangan individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa atau situasi tertentu (Moleong, 2017; Sugiyono, 2017).

Data yang diperoleh berasal dari hasil studi kepustakaan (*library research*). Penulis akan mengkaji berbagai literatur seperti buku, artikel jurnal, media cetak dan online serta sumber-sumber lain yang memiliki korelasi dengan tema yang dibahas (Raco, 2010). Metode ini berfungsi untuk melihat aspek penting dari ritual *merti* sebagai media dakwah yang secara mendalam akan difokuskan pada implementasi dan tantangan yang dihadapi dalam kehidupan masyarakat.

HASIL & DISKUSI

Ruang Lingkup Dakwah

Dakwah merupakan sebuah seruan yang bertujuan untuk menyadarkan manusia agar kembali kepada jalan Allah. Berdasarkan pemahaman ini, dakwah memiliki karakter ekspansif, yaitu berupaya untuk memperluas jumlah orang yang menempuh jalan Allah. Oleh karena itu, sasaran utama dari dakwah adalah mereka yang belum sepenuhnya mengikuti ajaran-Nya, atau yang masih berada di persimpangan antara kebenaran dan kesesatan (Machfoeld, 1975). Di tengah arus globalisasi yang pesat, manusia dihadapkan pada tantangan kehidupan yang semakin kompleks. Budaya kontemporer seringkali menjauhkan manusia dari nilai-nilai keagamaan. Salah satu contohnya adalah budaya hedonisme, yang mendorong manusia melupakan pentingnya bersyukur atas nikmat Allah. Akibatnya, tidak sedikit yang merasa bahwa agama tidak mampu memberikan kebahagiaan sesuai dengan harapan mereka (Ilyas, 2001).

Salah satu persoalan yang dihadapi umat Islam saat ini adalah pemahaman terhadap ajaran agama yang masih bersifat parsial. Pandangan yang terfragmentasi ini seringkali melahirkan sikap individualistik di kalangan umat, sehingga mengurangi kepedulian terhadap sesama dan lingkungan sekitar. Bahkan, tak jarang menimbulkan kecenderungan merasa paling benar sendiri (Daulay & Indriati, 2023). Di sisi lain, praktik ketidakadilan dan kezaliman semakin nyata dalam kehidupan modern. Budaya Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme telah mengakar kuat di berbagai lapisan masyarakat. Tantangan-tantangan ini menjadi agenda besar bagi dakwah Islam, yang memiliki tujuan untuk menyebarkan dan menerapkan ajaran Islam secara menyeluruh dan holistik dalam kehidupan global (Baidawi, 2025).

Peradaban Barat memainkan peran sentral dalam dinamika perubahan global saat ini. Hampir seluruh aspek kehidupan modern menjadikan Barat sebagai rujukan utama, termasuk dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, yang sebagian besar dikembangkan oleh para ilmuwan Barat. Meskipun hal ini membawa dampak positif dalam kemajuan peradaban, namun tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat sisi negatif yang menyertainya. Tidak semua unsur budaya Barat sejalan dengan nilai-nilai budaya Islam, dan tidak semua ilmu pengetahuan yang mereka hasilkan bersifat netral atau objektif. Oleh karena itu, dominasi peradaban Barat ini menjadi tantangan tersendiri bagi umat Islam dalam menjaga identitas dan nilai-nilai ajaran mereka. Dalam konteks ini, dakwah memiliki peran strategis untuk menghadapi dan merespons pergeseran budaya tersebut dengan mengedepankan ajaran Islam secara arif dan komprehensif (Hanum & Rifa'i, 2023).

Karya berjudul *Islam dan Tantangan dalam Menghadapi Pemikiran Barat* bertujuan

menyadarkan umat Islam agar tidak terpengaruh secara berlebihan oleh hegemoni budaya Barat. Dalam menyikapi arus pemikiran Barat, umat Islam tidak hanya berhadapan dengan tantangan eksternal, tetapi juga dihadapkan pada persoalan internal yang tidak kalah krusial (Ismail, Ilyas dan Hotman, 2013). Di antaranya, terdapat dua isu utama yang menjadi perhatian, yaitu munculnya tindakan terorisme serta kekeliruan dalam memahami ajaran Islam. Terorisme yang sering dilekatkan pada Islam telah membawa dampak negatif yang mendalam terhadap stabilitas sosial, politik, dan ekonomi umat. Sementara itu, pemahaman yang keliru terhadap ajaran agama juga menjadi hambatan signifikan (Khisbiyah, Yayah, Thoyibi, 2018). Seperti telah dijelaskan sebelumnya, pendekatan yang parsial terhadap ajaran Islam dapat mendorong sikap individualistik dalam masyarakat Muslim. Bahkan, kesalahpahaman tersebut dapat membentuk citra Islam sebagai agama yang tertutup, keras, konservatif, dan tidak responsif terhadap dinamika zaman serta perubahan sosial yang terus berlangsung.

Di samping tantangan dari dalam, umat Islam juga menghadapi berbagai tekanan dari luar. Tantangan eksternal ini mencakup isu Islamofobia, konflik antarperadaban, derasnya arus globalisasi, dan kemajuan pesat dalam ilmu pengetahuan (Baihaki, 2020). Semua hal tersebut berkontribusi terhadap melemahnya penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Mengingat besarnya dampak yang ditimbulkan, dakwah memiliki peran strategis dalam menjaga serta memperkuat nilai-nilai keislaman. Dakwah diharapkan menjadi barisan terdepan dalam melindungi ajaran Islam dari pengaruh negatif perubahan zaman (Baidawi et al., 2023).

Dakwah bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan dan kedamaian di dunia.

Oleh karena itu, peta dakwah mencakup seluruh dimensi kehidupan masyarakat, mulai dari aspek keagamaan, sosial, budaya, ekonomi, hingga politik dan bidang lainnya (Afif et al., 2024). Dalam hal ini, dakwah memegang peran strategis sebagai agen pemersatu umat manusia. Sebab, hanya melalui persatuan dan kesatuanlah perdamaian dan kesejahteraan dapat tercapai, sebagaimana yang pernah dicontohkan Rasulullah saat membangun masyarakat Madinah (Ghofir, 2017). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki cakupan yang luas, meliputi seluruh aspek kehidupan dunia.

Memahami Media Dakwah

Media dan pesan dakwah merupakan dua unsur yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Media berfungsi sebagai sarana penyampai, sementara pesan dakwah adalah isi atau materi yang disampaikan melalui media tersebut (Wibowo, 2020). Dalam bahasa Arab, istilah media dikenal dengan sebutan *waasilah*. Abdush Shomad dalam *37 Masalah Populer* menjelaskan bahwa *waasilah* adalah alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan atau keinginan. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Quraish Shihab, yang menyatakan bahwa *waasilah* memiliki makna yang mirip dengan *washiilah*, yakni sesuatu yang berfungsi sebagai penghubung antara dua hal. Dalam konteks ini, *waasilah* berarti alat yang menjembatani dan mendekatkan satu pihak dengan pihak lain, dengan maksud untuk membangun hubungan yang erat dan bermakna (Shihab, 2015).

Media memegang peranan penting dalam aktivitas dakwah, karena berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u (sasaran dakwah), sehingga mereka dapat memahami isi pesan yang disampaikan (Nurfitria & Arzam, 2022). Pada hakikatnya, apa pun

dapat digunakan sebagai media dakwah selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Karena dakwah merupakan ajakan kepada kebaikan, maka media yang digunakan pun harus mencerminkan nilai-nilai kebaikan. Bahkan, karena dakwah sering kali dimaknai sebagai representasi dari ajaran Islam itu sendiri, maka media yang digunakan dalam proses dakwah tidak boleh berseberangan atau bertentangan dengan ajaran Islam (Fikri, 2022).

Istilah media kerap diartikan sebagai alat perantara, yang secara etimologis berasal dari bahasa Latin "*median*". Kata *media* merupakan bentuk jamak dari *median*, yang juga berakar dari kata *medius*, yang berarti perantara, tengah, atau penghubung. Dalam bahasa Inggris, *media* adalah bentuk jamak dari *medium*, yang memiliki makna serupa, yaitu sesuatu yang berada di tengah atau berfungsi sebagai penghubung antara dua pihak. Berdasarkan pengertian tersebut, para ahli komunikasi mendefinisikan media sebagai sarana yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Asmuni Syukir mengartikan media sebagai sesuatu yang dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Oleh karena itu, dalam konteks dakwah, media berperan sebagai perantara yang membantu penyampaian pesan dakwah kepada sasaran secara efektif (Syukir, 1984). Berdasarkan definisi tersebut, para ahli komunikasi memandang media sebagai sarana yang menghubungkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Menurut Asmuni Syukir, media adalah sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk meraih tujuan tertentu. Oleh karena itu, media dakwah dapat dipahami sebagai segala bentuk sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan. Selain itu, media dakwah juga

berfungsi sebagai alat objektif yang menjadi saluran penghubung antara gagasan dengan umat (Syukir, 1984).

Dakwah adalah aktivitas penyampaian pesan dari seorang da'i kepada mad'u. Dalam proses ini, media memegang peranan penting dan sangat terkait dengan metode atau pendekatan yang digunakan (Istiqomalia, 2022). Seorang da'i akan memilih media yang sesuai dengan metode dakwahnya agar penyampaian pesan berjalan efektif dan efisien. Sejalan dengan luasnya cakupan dakwah, pengertian media dakwah pun sangat luas. Segala sesuatu dapat dijadikan media dakwah asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dakwah itu sendiri. Selain berfungsi sebagai alat bantu, media dakwah juga merupakan bagian integral dari sistem dakwah yang meliputi da'i, mad'u, materi, metode, dan unsur-unsur lainnya (Fahrudin & Islamy, 2022).

Peran dan posisi media dakwah sangat penting dalam merumuskan strategi dakwah yang menekankan pada efektivitas dan efisiensi. Setiap era dan wilayah memiliki karakteristik tersendiri dalam pemilihan media dakwah yang digunakan (Efendi, 2021). Ketepatan dalam memilih media sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan dakwah (Alhasbi et al., 2024). Misalnya, di masyarakat modern yang sangat akrab dengan teknologi digital, dakwah melalui media digital akan lebih efektif dibandingkan dengan metode tatap muka langsung. Contoh lain, pada masa Nabi Musa, ketika ilmu sihir sangat berkembang, Allah memberikan Nabi Musa sebuah tongkat sebagai alat untuk melawan para penyihir. Sementara itu, di Jawa pada zaman Walisongo, karena budaya wayang kulit sangat populer, Sunan Kalijaga memanfaatkan wayang kulit sebagai media dakwah yang efektif pada masa itu (Estuningtiyas, 2023).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media dakwah mencakup segala sarana yang digunakan untuk menyampaikan dakwah dengan tujuan mencapai hasil secara efektif dan efisien (Najib, 2023). Dalam pemilihan media dakwah, seorang da'i perlu memperhatikan kondisi lingkungan serta karakteristik sasaran dakwah. Peran media dakwah sama pentingnya dengan elemen-elemen dakwah lainnya. Bahkan, para ahli berpendapat bahwa media dakwah meliputi manusia, materi, dan lingkungan yang berfungsi untuk menyampaikan pengetahuan, keterampilan, serta membentuk sikap. Dengan demikian, da'i, materi yang disampaikan, dan suasana pelaksanaan dakwah juga termasuk bagian dari media dakwah itu sendiri (Munir et al., 2020).

Media dakwah memiliki cakupan yang sangat luas dan bersifat umum. Artinya, media yang digunakan untuk berdakwah dapat berupa apa saja, asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dakwah (Ya'qub, 1981). Terdapat beberapa media yang umum sebagai media dakwah. Pertama adalah lisan, media dakwah yang menggunakan suara atau kata-kata, seperti ceramah, khutbah, bimbingan, penyuluhan, dan sejenisnya. Kedua adalah tulisan, media dakwah yang berupa karya tulis, misalnya buku, majalah, novel, status di media sosial, dan lain-lain. Ketiga adalah lukisan, media yang menggunakan gambar atau ilustrasi, seperti lukisan, komik bergambar, dan sejenisnya. Keempat adalah audio visual, metode penyampaian yang merangsang indera penglihatan dan pendengaran secara bersamaan, contohnya film televisi, sandiwara, ketoprak, wayang, dan lain sebagainya. Kelima adalah akhlak, yaitu cara berdakwah melalui tindakan nyata yang mencerminkan nilai-nilai Islam, seperti menjenguk orang sakit, menjalin silaturahmi, membangun tempat ibadah,

fasilitas pendidikan, layanan kesehatan dan sosial, serta sarana ekonomi (Ya'qub, 1981).

Dalam literatur lain dijelaskan bahwa terdapat tiga jenis media dakwah, yakni melalui lisan, tulisan, dan perbuatan yang didasarkan pada praktik dakwah yang paling sering diterapkan Rasulullah saw yang menggunakan ketiga media tersebut dalam menyampaikan ajaran Islam. Setidaknya ada beberapa kategori media dakwah (Syukir, 1984). Pertama, melalui lembaga pendidikan formal. Dalam pendidikan formal, dakwah disampaikan melalui pengajaran agama. Selain menyampaikan ilmu agama, pendidikan ini bertujuan membentuk peserta didik agar mampu menjalani kehidupan sesuai tuntunan agama. Kedua, melalui lingkungan keluarga. Keluarga merupakan lingkungan pertama dan paling dekat. Pengertian keluarga di sini tidak terbatas pada satu rumah tangga, melainkan juga mencakup kumpulan keluarga. Kepala keluarga berperan penting dalam menanamkan kebiasaan islami sehingga seluruh anggota keluarga dapat menjalankan kehidupan yang sesuai ajaran Islam.

Ketiga, melalui organisasi Islam. Organisasi ini berlandaskan nilai-nilai Islam dan bertujuan untuk kemajuan serta kemakmuran agama. Oleh karena itu, organisasi Islam secara otomatis menjadi media dakwah. Keempat melalui hari besar Islam. Momen peringatan hari besar Islam seperti Maulid Nabi, Isra' Mi'raj, Idul Adha, dan lainnya menjadi kesempatan bagi para da'i untuk menyisipkan pesan dakwah dalam acara yang diselenggarakan. Keempat melalui media massa. Media massa merupakan sarana dakwah yang sangat efektif karena cakupannya luas, bahkan bisa melintasi batas negara. Contoh media ini antara lain radio, televisi, majalah, surat kabar, dan internet. Keenam melalui seni dan budaya. Kelompok seni

kini banyak yang menjadikan aktivitas mereka sebagai sarana dakwah. Banyak lagu dengan lirik bernuansa dakwah, seperti karya Rhoma Irama, Raihan, Maher Zain, Hadad Alwi, dan lain-lain. Selain itu, pada masa Walisongo, Sunan Kalijaga menggunakan wayang kulit sebagai media dakwah yang menggabungkan seni dan budaya Jawa (Syukir, 1984).

Beberapa ahli mengelompokkan media dakwah ke dalam dua kategori utama, yaitu media tradisional (yang tidak menggunakan teknologi komunikasi) dan media modern (yang memanfaatkan teknologi komunikasi). Klasifikasi ini merujuk pada beberapa ayat dalam Al-Qur'an, salah satunya adalah Surah Al-Mu'minun ayat 78. Media tradisional kerap disebut juga sebagai media rakyat. Dalam konteks yang lebih spesifik, media ini sering dipahami sebagai bentuk kesenian rakyat. Media tradisional mencakup ekspresi verbal, lisan, gerakan, dan visual yang dikenal serta diterima oleh masyarakat, dan biasanya ditampilkan atau didengarkan oleh dan untuk masyarakat itu sendiri. Tujuannya antara lain untuk menghibur, memberi informasi, menjelaskan, mengajarkan, maupun mendidik. Komunikasi tradisional adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui media yang sudah digunakan secara turun-temurun dalam suatu komunitas sebelum mereka mengenal teknologi komunikasi modern (Mirza & Aksa, 2010).

Berdasarkan teori sebelumnya, bentuk-bentuk kesenian daerah dapat diklasifikasikan sebagai media dakwah tradisional. Walaupun eksistensinya kini tampak mulai terpinggirkan, namun di sejumlah wilayah, media dakwah berbasis kesenian dan budaya masih memiliki daya tarik tersendiri. Seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi, media dakwah juga mengalami perkembangan yang signifikan. Pesan-pesan dakwah kini banyak dikemas

melalui sarana teknologi modern (Moefad et al., 2021). Bahkan, dakwah tidak lagi menjadi domain eksklusif para ulama, melainkan telah menjadi aktivitas yang dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat.

Media dakwah dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu media eksternal—seperti media cetak, media auditif, media visual, dan media audio-visual—serta media internal, seperti surat, telepon, pertemuan langsung, wawancara, dan kunjungan pribadi. Keberagaman media ini memungkinkan seorang da'i untuk memilih saluran yang paling sesuai dengan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah (Fakhrurroji, 2017). Pemilihan media yang tepat akan menunjang keberhasilan dakwah karena mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif dan efisien. Dengan waktu yang terbatas, seorang da'i tetap bisa menjangkau khalayak luas dan menyampaikan pesan dakwah secara maksimal.

Berdasarkan berbagai teori yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa media dakwah memiliki beragam bentuk dan tidak terbatas jumlahnya. Secara umum, media dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis. Pertama, media audio seperti ceramah, khutbah, siaran radio, tabligh akbar, diskusi terbuka, dan kegiatan edukatif. Kedua, media cetak seperti buku, majalah, koran, brosur, dan stiker. Ketiga, media visual seperti televisi, film, drama, pertunjukan seni, dan video (Stanayah et al., 2024). Keempat, media interpersonal yang meliputi liqo', komunikasi langsung, diskusi personal, dakwah fardiyah, serta bentuk interaksi sosial lainnya. Selain itu, kemajuan teknologi juga telah melahirkan media dakwah berbasis internet yang menjangkau audiens secara lebih luas dan fleksibel Ritual *Merti* Desa.

Ritual *Merti* sebagai Media Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah *ritual* merujuk pada serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan upacara keagamaan. Sementara itu, dalam pandangan lain, ritual dijelaskan sebagai suatu tindakan formal yang dilakukan dalam konteks upacara dan berhubungan dengan keyakinan terhadap keberadaan yang Maha Agung dan memiliki kekuatan supranatural. Secara umum, ritual dapat dipahami sebagai sebuah rangkaian aktivitas yang mengikuti pola tertentu dan dilakukan secara berulang-ulang. Selain itu, ritual juga bisa dimaknai sebagai bentuk perilaku yang sarat dengan unsur simbolik atau estetika, seperti tarian dan sesaji.

Doa, lagu, atau kegiatan makan bersama yang dilakukan secara berulang mencerminkan karakteristik dari sebuah ritual. Ritual umumnya diasosiasikan dengan kebiasaan atau rutinitas tertentu. Oleh karena itu, ritual juga dapat dipahami sebagai tindakan yang diwariskan secara turun-temurun, bersifat formal, serta mengandung makna spiritual atau nilai-nilai transendental. Ritual berfungsi sebagai cara atau metode untuk menjadikan kebiasaan sehari-hari memiliki makna sakral. Para ahli juga memaknai ritual sebagai suatu bentuk interaksi yang bertujuan membangun atau memelihara hubungan antara manusia dengan kekuatan gaib, dengan sesama, maupun dengan alam sekitarnya. Sebagaimana dijelaskan oleh sejumlah pemikir, ritual merupakan seperangkat tindakan yang memiliki keterkaitan kuat dengan unsur keagamaan dan diteguhkan melalui tradisi. Bangsa Indonesia, khususnya masyarakat Jawa, dikenal memiliki kecenderungan seremonial yang kuat. Hampir setiap peristiwa penting dalam kehidupan mereka dirayakan melalui suatu upacara yang sering disebut sebagai *slametan*.

Tradisi-tradisi seremonial ini biasanya berkaitan dengan berbagai tahap kehidupan manusia, mulai dari kelahiran hingga kematian. Beberapa contoh upacara tersebut antara lain *tingkepan*, *ngapati*, *mitoni*, khitanan, pernikahan, hingga ritual kematian. Selain itu, terdapat pula upacara yang dilaksanakan pada bulan-bulan tertentu dengan nuansa religius, seperti *muludan*, *saparan*, *rejeban*, dan sebagainya. Tak hanya yang bernuansa Islam, sejumlah tradisi yang berasal dari masa pra-Islam juga masih dilestarikan, seperti *ruwatan* dan *sedekah bumi* (juga dikenal sebagai *merti desa* atau *bersih dusun*). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ritual merupakan bentuk tindakan yang diatur oleh adat atau norma masyarakat, yang terkait dengan berbagai peristiwa penting. Peristiwa-peristiwa ini dapat meliputi siklus hidup manusia, peringatan sejarah keagamaan, aktivitas ekonomi, hingga peristiwa yang memiliki akar sejarah budaya masa lampau.

Terdapat beberapa karakteristik utama dalam kegiatan ritual. Ritual merupakan sebuah tindakan nyata yang berfungsi sebagai sarana komunikasi. Pelaksanaan ritual dilakukan secara sadar dan atas dasar kehendak bebas. Terkadang, ritual dianggap irrasional karena dalam konteks tertentu dinilai tidak membawa manfaat langsung. Ritual memiliki kedudukan penting dan serius dalam kehidupan manusia. Selain hadir dalam ranah sosial, ritual juga mengandung makna-makna sosial yang mendalam. Ritual menampilkan pola perilaku yang mencerminkan hubungan antarindividu dalam masyarakat. Fokus ritual lebih pada bagaimana sesuatu seharusnya dilakukan, bukan pada kenyataan yang terjadi. Ritual mengandung simbol-simbol yang berfungsi secara efektif. Simbol-simbol tersebut sering kali memiliki arti yang berlapis. Ritual juga merupakan bentuk perilaku yang estetik dan ekspresif. Ritual

telah menjadi kebiasaan yang mengakar. Ritual dilakukan secara berulang dan teratur. Ritual lebih menonjolkan unsur performatif atau pertunjukan daripada sekadar menyampaikan informasi. Ritual erat kaitannya dengan tindakan yang bersifat sakral dan keramat.

Berdasarkan berbagai teori yang telah dikemukakan sebelumnya, secara umum ritual memiliki dua fungsi utama: fungsi keagamaan (yang berkaitan dengan aspek sakral, suci, spiritual, atau hal-hal yang bersifat ghaib) dan fungsi sosial. Ritual tidak hanya berperan sebagai sarana untuk mengekspresikan hubungan dengan kekuatan adikodrati, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan dalam membangun hubungan antarindividu dalam masyarakat. Terkait aspek keagamaan, beberapa ahli menjelaskan bahwa tujuan dari ritual adalah untuk meraih keselamatan, memberikan ketenangan batin, serta mempererat hubungan antara manusia dan kekuatan ghaib. Sementara dari sisi sosial, ritual berfungsi sebagai media pendidikan, alat pengendalian sosial, serta upaya memperkuat integrasi sosial dalam komunitas.

Ritual, sebagai suatu wahana, memiliki peran sebagai media komunikasi. Fungsi komunikatif dalam ritual telah melahirkan suatu kajian tersendiri yang dikenal dengan istilah *komunikasi ritual*. Dari perspektif ini, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai penyampaian pesan, melainkan juga mencakup aspek kebersamaan, keterlibatan, solidaritas, hubungan sosial, dan kesamaan keyakinan. Sebagai bentuk komunikasi, ritual tidak bertujuan langsung untuk menyebarkan informasi dalam suatu ruang tertentu, melainkan lebih menekankan pada pemeliharaan keberlangsungan komunitas pada waktu tertentu. Komunikasi ritual dapat dipahami sebagai proses penafsiran pesan yang terkait dengan nilai-nilai

keagamaan atau sistem kepercayaan tertentu.

Dalam praktiknya, penafsiran tersebut dilakukan melalui simbol-simbol yang terkandung dalam ritual, dan simbol-simbol inilah yang menunjukkan bahwa proses komunikasi sedang berlangsung. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi ritual dalam kehidupan masyarakat setidaknya mencakup tiga aspek utama. Pertama, ritual merupakan bentuk perwujudan keimanan masyarakat kepada Tuhan Yang Maha Esa. Kedua, ritual berfungsi sebagai sarana pelestarian nilai-nilai tradisional dan budaya yang diwariskan sejak zaman lampau, yang bersifat simbolis dan filosofis serta sarat dengan pesan moral. Ketiga, ritual berperan sebagai medium komunikasi untuk menyampaikan nilai-nilai etika dan pembelajaran secara simbolik kepada anggota masyarakat.

Para ahli mendeskripsikan ritual sebagai suatu tindakan formal yang dilaksanakan dalam konteks upacara yang berhubungan dengan keyakinan terhadap kekuatan adikodrati atau wujud yang dianggap suci. Kata *ritual* juga dikaitkan dengan istilah *pitre*, yang bermakna hajat atau persembahan kepada arwah leluhur. Dalam pengertian lain, *pitre* bisa diartikan sebagai tindakan memelihara. Oleh karena itu, *merti desa* dapat dipahami sebagai suatu aktivitas kolektif masyarakat desa yang bertujuan untuk menjaga dan melestarikan budaya lokal. *Merti desa* merupakan salah satu bentuk ekspresi budaya dan tradisi masyarakat Indonesia yang diwujudkan melalui ritual. Suku Jawa, khususnya, dikenal memiliki sifat yang sangat seremonial, di mana setiap peristiwa penting dalam kehidupan biasanya diiringi dengan penyelenggaraan upacara, atau yang akrab disebut *slametan*.

Rangkaian upacara ini terkait dengan berbagai fase kehidupan, mulai dari

kelahiran hingga kematian, seperti upacara *tingkepan*, *ngapati*, *mitoni*, *khitanan*, *pernikahan*, hingga *selamatan kematian*. Selain itu, terdapat pula upacara keagamaan yang dilakukan pada bulan-bulan tertentu seperti *Muludan*, *Saparan*, dan *Rejeban*. Tidak ketinggalan, ada pula bentuk-bentuk ritual yang telah ada sejak sebelum Islam masuk ke budaya Jawa, seperti *ruwatan*, *sedekah bumi*, *merti desa*, atau *bersih dusun*. Secara makna, *merti desa* dapat pula ditafsirkan sebagai bentuk hajat atau persembahan untuk arwah leluhur. Hal ini tercermin dalam praktik mengirim doa kepada para leluhur yang telah wafat. Kegiatan *merti desa* merupakan bagian dari kekayaan budaya masyarakat Jawa dan biasanya dilakukan setahun sekali sebagai bentuk ungkapan rasa syukur atas berbagai karunia dan rezeki yang telah diterima dari Tuhan oleh warga desa tersebut.

Pelaksanaan ritual *Merti Desa* bervariasi antara satu wilayah dengan wilayah lainnya, terutama dalam hal tata cara pelaksanaannya. Sebagian komunitas melaksanakan ritual ini secara sederhana, misalnya dengan membawa *ambeng* ke rumah kepala dusun, mengadakan doa bersama, dan diakhiri dengan makan bersama. Sementara itu, di daerah lain, ritual ini diselenggarakan dengan rangkaian acara yang lebih meriah dan menarik, sehingga mampu menarik perhatian masyarakat luas untuk menyaksikannya. Dalam hal penamaan, ritual *Merti Desa* juga berbeda-beda antar daerah. Meskipun disebut dengan berbagai nama seperti *sedekah bumi*, *ruwatan*, *merti dhusun*, atau *bersih desa*, semua budaya tersebut pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yakni sebagai wujud rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Ritual *Merti Desa* merupakan bagian integral dari tradisi dan budaya masyarakat Jawa. Masyarakat Jawa memiliki beragam tradisi yang dijadikan pandangan hidup dan erat kaitannya dengan kepercayaan

serta sikap keagamaan mereka. Mereka meyakini bahwa pelaksanaan keagamaan melalui tradisi merupakan bentuk spiritualitas yang mampu menciptakan keseimbangan dan keharmonisan antara manusia dengan alam di sekitarnya. Tradisi-tradisi tersebut mencerminkan adanya hubungan saling memperhatikan antara manusia, alam, dan Allah Swt.

Sebagai suatu tradisi, *meriti desa* memiliki beberapa fungsi penting. Pertama, secara umum tradisi merupakan kebijakan yang diwariskan secara turun-temurun, khususnya dalam hal kesadaran, keyakinan, nilai-nilai, norma, serta benda-benda yang diciptakan pada masa lalu. Kedua, *meriti* berfungsi untuk memberikan pengesahan atau legitimasi terhadap pandangan hidup, keyakinan, serta aturan-aturan yang sudah ada. Ketiga, *meriti* menyediakan simbol identitas kolektif yang menguatkan rasa kebersamaan dalam sebuah bangsa, komunitas, atau kelompok. Keempat, *meriti* berperan sebagai tempat pelarian bagi mereka yang merasa tidak puas atau kecewa dengan kehidupan modern.

PENUTUP

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini. Pertama, dakwah merupakan aktivitas penyebaran ajaran Islam sekaligus sarana pembinaan umat. Sebagai proses penyampaian ajaran, dakwah termasuk dalam bentuk komunikasi dengan tujuan meningkatkan jumlah dan kualitas pengikut Islam. Karena ajaran Islam bersifat menyeluruh, maka aktivitas dakwah mencakup seluruh aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian, tujuan utama dakwah adalah menciptakan kehidupan yang damai dan sejahtera bagi seluruh alam semesta. Kedua, sebagai bagian dari komunikasi, dakwah memerlukan media untuk menyampaikan pesannya. Dengan

cakupan yang luas, dakwah juga menggunakan berbagai media. Media dakwah adalah segala sesuatu yang dipakai untuk menyebarkan pesan dakwah. Mengingat ragam media yang tak terbatas, para ahli mengelompokkannya menjadi beberapa kategori, yakni media pendengaran, penglihatan, bacaan, dan media pribadi atau individual. Pemilihan media yang sesuai sangat menentukan keberhasilan dakwah.

Ketiga, di tengah kemajuan teknologi komunikasi, media dakwah modern berkembang dengan cepat. Namun, media tradisional tetap memiliki daya tarik tersendiri. Media tradisional tidak hanya berfungsi sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai bagian dari keyakinan dan budaya yang perlu dilestarikan. Oleh karena itu, budaya termasuk ritual masih berperan sebagai media dakwah. Selain itu, media tradisional juga berfungsi sebagai pelarian dari kejenuhan modernisasi. Dengan demikian, media dakwah tradisional (seperti ritual) tetap eksis hingga kini dan masih diterima oleh masyarakat dengan baik.

Abbreviations/Singkatan

Tidak dilampirkan.

Acknowledgements/Terima kasih

Ucapan terima kasih juga bisa disampaikan untuk reviewer maupun editor Pawarta Journal of Communication and Dawah.

Authors' Contribution/Kontribusi Penulis

Penulis pertama adalah penulis utama dalam seluruh penelitian. Penulis kedua merupakan asisten penulis utama yang bertugas dalam metodologi dan analisis hingga penyelesaian artikel. Penulis ketiga merupakan bertindak dalam bagian metodologi. Penulis keempat berperan dalam analisis dan penggunaan sumber.

Declarations/Deklarasi

Consent to publications/Persetujuan untuk publikasi. Kami menyatakan bahwa artikel ini belum pernah diterbitkan di jurnal manapun, kecuali untuk diterbitkan di Pawarta: Journal of Communication and Dawah.

Competing interest/Persetujuan kepentingan & konflik. Kami menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan secara finansial, personal, dan lainnya terkait materi yang dibahas dalam artikel ini.

Authors' details/Profil penulis

Tidak dilampirkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. M., Zahra, A. S., & Ubaidillah, U. (2024). Aktualisasi Moderasi Keberagaman dalam Memperkuat Integrasi Sosial Perspektif KH Ahmad Asrori Al-Ishaqi. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.24235/orasi.v15i1.15278>
- Alhasbi, F., Faraba, K. S. A., Effendi, A., Utomo, B. I., Bachtiar, F., & Azizah, U. N. (2024). Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 4(2), 99–114. <https://ngarsa.uinkhas.ac.id/index.php/ngarsa/article/view/517>
- Alhasbi, F., & Kertamukti, R. (2018). Creative Branding Strategy: Developing Brand Identity Strategy of Tribun Jogja. *International Conference of Media and Communication Studies*.
- Alhasbi, F., Ramli, Asfar, A., Setyaningsih, R., Ismail, K., Harahap, T. K., Pratikna, R. N. R. N., Rachmawati, F., Agustiningsih, G., Sanjaya, R., Lestari, S., Nurliyani, Oktaviani, D. D., & Rakhman, C. U. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Penerbit Tahta Media* (1st ed., Issue SE-Katalog Buku). Tahta Media Group. <http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/40>
- Baidawi. (2022). Dakwah Transformatif Syubbanul Muslimin dalam Menanamkan Spiritualitas pada Generasi Muda. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 23(2), 57–76.
- Baidawi. (2025). Shaping Virtual Religious Authority: The Power of Digital Media on Micro-Celebrity Da'i. *Journal of Asian Wisdom and Islamic Behavior*, 3(1). <https://doi.org/10.59371/jawab.v3i1.93>
- Baidawi, B., & Bin Ismail, M. A. (2023). Study of Ustaz Hanan Attaki's Da'wah Message on the Instagram Account @hanan_attaki. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 84–99. <https://doi.org/10.21093/lentera.v7i2.7327>
- Baidawi, B., Rozak, A., & Mujahidah, F. I. (2023). Humanisme Islam, Media Instagram Syubbanul Muslimin, dan Edukasi Islami. *Journal of Islamic Communication Studies*, 1(1), 1–26. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.1-26>
- Baihaki, E. S. (2020). Islam Dalam Merespon Era Digital: Tantangan Menjaga Komunikasi Umat Beragama di Indonesia. *SANGKEP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3(2), 185–208. <https://doi.org/DOL:10.20414/sangkep.v2i2>
- Brata, N. T. (2005). Ritual Protes Gaya Jawa – Yogyakarta. Sebuah Analisis Antropologi Struktural. *Unnes Semarang: Forum Ilmu Sosial*, 32(1), 55–57.
- Daulay, H., & Indriati, A. (2023). Penguatan Dakwah Mahasiswa Intra Kampus (Studi Kasus di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta). *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan*, 4(2), 237–258. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v4i2.6875>
- Efendi, E. (2021). Strategi Media Dakwah Kontemporer. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 9(2), 22. <https://doi.org/10.37064/ai.v9i2.10624>

- Estuningtiyas, R. D. (2023). Komunikasi Dakwah Walisongo Sebagai Strategi Dakwah Di Nusantara. *The International Journal of Pegon: Islam Nusantara Civilization*, 11(03), 75–110.
<https://doi.org/10.51925/inc.v11i03.96>
- Fahrudin, F., & Islamy, M. R. F. (2022). Da'i (Muslim Preachers) Idols, Fatwas, and Political Constellations: Empirical Study of Millennial Generation Perspective. *Jurnal Dakwah Risalah*, 33(2), 132.
<https://doi.org/10.24014/jdr.v33i2.19042>
- Fakhrurroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Internet* (I. T. Nugraha (ed.); Pertama). Simbiosis Rekayasa Media.
- Fikri, I. (2022). Da'wah bi al-Rihlah: A methodological concept of da'wah based on travel and tourism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(2), 160–173.
<https://doi.org/10.21580/jid.v42.2.13591>
- Ghofir, J. (2017). *Nilai Toleransi dalam Dakwah Nabi Muhammad SAW*. Dialektika.
- Hanum, S. Z., & Rifa'i, A. (2023). Komunitas dakwah Ekspres: Studi Analisis Strategi Dakwah Mantan Preman di Solo. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 165–176.
<https://doi.org/10.34001/an-nida.v15i2.5313>
- Hanum, S. Z., & Zulhazmi, A. Z. (2022). Strategi Dakwah Muslimah di Perkotaan: Studi pada Komunitas Humaira Surakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 3(1), 109–128.
- Ilyas, A. W. (2001). *Manajemen Dakwah Kajian Menurut Perspektif Al Qur'an*. Pustaka Pelajar.
- Ismail, Ilyas dan Hotman, P. (2013). *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Kencana.
- Istiqomalia, Y. (2022). Metode Dakwah Dalam Menghadapi Perkembangan Budaya Populer. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 4(2), 361–378.
<https://doi.org/10.55372/inteleksiapi.d.v4i2.252>
- Khisbiyah, Yayah, Thoyibi, M. (2018). Kontestasi Wacana Keislaman di Dunia Maya: Moderatisme. In M. Khisbiyah, Yayah, Thoyibi (Ed.), *Ekstremisme, dan Hipernasionalisme* (p. 103). Pusat Studi Budaya dan Perubahan Sosial, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Machfoeld, K. (1975). *Filsafat Da'wah Ilmu Da'wah dan Penerapannya*. Bulan Bintang.
- Mirza, F., & Aksa, M. S. (2010). Seni Tradisi Lisan Aceh sebagai Media Pendidikan Rakyat. *Majalah Ilmiah Unimus: VARIASI*, 2(1), 43–44.
- Moefad, A. M., Syaifuddin, S., & Sholichati, I. (2021). Digitizing Religion: Millennial Generation Da'wah Patterns on Social Media. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(2), 387–406.
<https://doi.org/10.15575/idajhs.v15i2.13136>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Munir, M., Fauzi, M., & Putra, R. A. (2020). Pesan-Pesan Dakwah Da'i Pada Khalayak (Analisis Konten Pada Ceramah Da'i tentang Covid-19 di Youtube). *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1).
<https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7685>
- Najib, M. F. (2023). DAKWAH ISLAM DI ERA MILLENNIAL (Studi Pengajian Gus Iqdam Pada Majelis Ta'lim Sabilut Taubah). *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 53–60.

- Nurfitriya, S., & Arzam, A. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida'*, 46(1), 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>
- Nurul Syalafiyah, & Budi Harianto. (2020). Walisongo: Strategi Dakwah Islam di Nusantara. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(2), 41–52. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v1i2.184>
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta.
- Ramadhani, Kurniawan, B. (2023). Dakwah Transformatif Melalui Pendekatan Kultural pada Kalangan Remaja:(Studi Majelis Khoirun Dakwah Probolinggo). *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(2), 105–116.
- Shihab, M. Q. (2015). *Lentera Hati*. Mizan.
- Siti Zaida Hanum, Surawan, Muhammad Al Farizi, & Sarimah Awang. (2023). Interpersonal Communication Da'i; Analysis of Da'wah Styles on YouTube. *Mediakita*, 7(2), 164–177. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i2.1024>
- Staniyah, A. M., Efendi, N., & Mashudi, K. (2024). Digitalisasi Dakwah: Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Syukir, A. (1984). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Ikhlas.
- Wahid, A. (2018). DAKWAH DALAM PENDEKATAN NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL (Tinjauan Dalam Perspektif Internalisasi Islam dan Budaya). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5908>
- Wibowo, A. (2020). Digitalisasi Dakwah di Media Sosial berbasis Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 02(02), 179–198. <https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>
- Widoyo, A. F. (2022). Hermeneutika Filsafat Dakwah. *Mamba'ul 'Ulum*, 18(1), 61–66. <https://doi.org/10.54090/mu.58>
- Widoyo, A. F., Islamy, A., Zulihi, Z., & Susilo, A. (2024). Universal Islamic Education in the Regulation of Da'wah Orientation of Majelis Taklim in Indonesia. *Paradigma*, 21(1), 49–63. <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/paradigma/article/view/8133>
- Wijaya, A. (2015). *Menusantarakan Islam, Menelusuri Jejak Pergumulan Islam Yang tak Kunjung Usai di Nusantara*. Nadi Pustaka.
- Ya'qub, H. (1981). *Publistik Islam teknik dakwah dan Leadership*. CV. Diponegoro.