

Transformasi Dakwah Komunitas Muslimah: Komunikasi Dialogis-Adaptif pada Masyarakat Multikultural

Siti Zaida Hanum^{1*} dan Baidawi¹

¹Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sleman Indonesia

*Email: zaidahanum88@gmail.com baidawi940@gmail.com

Received: 8 January 2025 / Accepted: 14 February 2025 / Published online: 28 February 2025

Abstract

The transformation of da'wah communication in multicultural urban environments reflects the dynamic interaction between religious messages in diverse social contexts. This study investigates how da'wah communication practices evolve within urban Muslimah communities in Indonesia, with a focus on their adaptation to multicultural challenges and opportunities. This research is a library study that aims to understand the transformation of Islamic Preaching Communication in a multicultural society. The findings show a significant shift from conventional and one-way da'wah delivery to an interactive, dialogical, and contextually adaptive communication model. This transformation is driven by the challenges of Multicultural Da'wah among Muslim Women's Communities, Da'wah Transformation in the Muslim Women's Community Environment, and the Role of Digital Media in Comprehensively Reaching the Audience. This study concludes that the transformation of da'wah communication and media is not only a necessity, but also a necessity in facing the complexity of a modern, multicultural society. The urban Muslim community in Indonesia proves that more inclusive, dialogical, and adaptive da'wah can be a unifying bridge amidst differences.

Keywords: multicultural, dawah communication, community.

Abstrak

Transformasi komunikasi dakwah di lingkungan perkotaan multikultur mencerminkan interaksi dinamis antara pesan-pesan keagamaan dalam ragam konteks sosial. Penelitian ini menyelidiki bagaimana praktik komunikasi dakwah berkembang dalam komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia, dengan fokus pada adaptasi mereka terhadap tantangan dan peluang multikultur. Penelitian ini merupakan studi pustaka yang bertujuan untuk memahami transformasi komunikasi dakwah di masyarakat multikultural. Temuan menunjukkan adanya pergeseran signifikan dari penyampaian dakwah konvensional dan satu arah ke model komunikasi yang interaktif, dialogis, dan adaptif secara kontekstual. Transformasi ini didorong oleh tantangan multikultural di kalangan komunitas muslimah, transformasi dakwah di lingkungan komunitas muslimah, peranan media digital menjangkau khalayak secara komprehensif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi komunikasi dakwah, dan media bukan hanya merupakan kebutuhan, tetapi juga menjadi keniscayaan dalam menghadapi kompleksitas masyarakat modern yang multikultural. Komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia membuktikan bahwa dakwah yang lebih inklusif, dialogis, dan adaptif mampu menjadi jembatan pemersatu di tengah perbedaan.

Keywords: multikultural, komunikasi dakwah, komunitas.



© 2025 Oleh authors. Lisensi Pawarta *Journal of Communication and Da'wah*, 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

Komunikasi dakwah dalam masyarakat multikultural menghadapi tantangan semakin kompleks di era globalisasi (Ashari et al., 2024). Keragaman budaya, etnis, dan pemahaman agama menuntut pendekatan dakwah yang lebih adaptif dan inklusif (Alhasbi et al., 2024; Ramadhani, 2023). Dakwah tidak lagi disampaikan dengan pola monolog satu arah (*one-way communication*), melainkan diperlukan transformasi berupa komunikasi dakwah yang mampu menjembatani perbedaan dan membangun pemahaman yang lebih luas (Pramesti, 2023).

Komunitas muslimah perkotaan di Indonesia menjadi salah satu entitas yang menarik untuk diteliti karena peran mereka yang semakin aktif. Komunikasi dakwah dalam masyarakat multikultural menghadapi tantangan serius melalui gempuran era globalisasi (Nuwairah, 2021). Dibutuhkan penggabungan antara dakwah offline (dunia nyata) dan peranan media digital dalam menjangkau spektrum dakwah lebih global (Hanum & Zulhazmi, 2022).

Komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia kian reaktif terhadap perkembangan teknologi dan melek informasi. Penelitian terdahulu telah banyak membahas komunikasi dakwah dari perspektif tradisional maupun digital. Studi seperti yang dilakukan oleh Azra (2006) menyoroti perkembangan dakwah di tengah modernisasi, sedangkan Hidayatullah (2019) lebih menitikberatkan pada peran media sosial dalam dakwah digital. Namun, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana komunitas Muslimah perkotaan berinteraksi dan beradaptasi dengan keragaman budaya dalam konteks dakwah (Hakim et al., 2023). Kesenjangan inilah yang menjadi celah dalam penelitian ini. Kebaruan terletak

pada pemanfaatan pendekatan etnografi untuk menggali dinamika komunikasi dakwah dalam komunitas Muslimah di lingkungan multikultural. Pendekatan ini memungkinkan pengungkapan makna mendalam di balik interaksi dakwah yang dilakukan, baik secara langsung maupun melalui platform digital.

Selain itu, riset ini memberikan gambaran penting tentang bagaimana Muslimah perkotaan tidak hanya berperan sebagai objek dakwah, tetapi juga sebagai agen aktif yang mentransformasikan pesan dakwah agar lebih kontekstual dan inklusif (Maulina et al., 2023). Kontribusi penelitian ini bersifat teoritis dan praktis. Secara teoritis, riset ini memperkaya literatur komunikasi dakwah dengan perspektif multikultural yang selama ini masih jarang dieksplorasi. Secara praktis, temuan dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para da'i dan pemimpin komunitas Muslimah dalam merancang strategi dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan realitas keberagaman masyarakat perkotaan di Indonesia.

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, jejak digital, media cetak dan online serta sumber-sumber lain yang memiliki korelasi dengan tema yang dibahas (Raco, 2018).

Metode ini berfungsi untuk melihat aspek penting dari konsep islam sinketis yang secara mendalam akan difokuskan pada implementasi dan tantangan yang dihadapi dalam kehidupan masyarakat. Adapun proses pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam menganalisis data yaitu yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014).

HASIL & DISKUSI

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan baru mengenai transformasi komunikasi dakwah yang lebih adaptif, dialogis, dan partisipatif dalam konteks masyarakat multikultural, khususnya di kalangan komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia.

Tantangan Dakwah Multikultural di Kalangan Komunitas Muslimah

Dalam konteks masyarakat multikultural, komunikasi dakwah menghadapi tantangan amat kompleks dibandingkan dengan lingkungan yang lebih homogen. Komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia, yang hidup berdampingan dengan berbagai latar belakang budaya, agama, dan gaya hidup, mengembangkan cara tersendiri dalam memahami dan menafsirkan pesan dakwah (Hanum & Rifa'i, 2023). Pemahaman dan cara pandang mereka tidak hanya dipengaruhi oleh ajaran Islam, tetapi juga oleh interaksi sosial dengan kelompok lain di sekitar mereka. Salah satu dinamika utama yang muncul adalah bagaimana Muslimah perkotaan menginterpretasikan pesan dakwah sesuai dengan pengalaman hidup mereka. Misalnya, pesan dakwah yang menekankan persatuan dan toleransi lebih mudah diterima karena relevan dengan kebutuhan sehari-hari dalam berinteraksi dengan komunitas yang beragam (Al Ketbi

et al., 2025). Ini mencerminkan bahwa pemaknaan dakwah menjadi lebih kontekstual, di mana nilai-nilai universal Islam seperti kasih sayang dan keadilan menjadi titik temu.

Pluralitas dalam masyarakat juga mempengaruhi cara komunitas Muslimah memilih sumber dakwah yang mereka percayai. Mereka cenderung lebih selektif dalam mengikuti ustadz ataupun penceramah yang dinilai mampu menghadirkan pesan yang inklusif dan moderat (Baidawi et al., 2025). Da'i yang menggunakan bahasa yang lebih membumi dan mengedepankan dialog cenderung lebih mudah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya diukur dari kontennya, tetapi juga dilihat dari siapa dan bagaimana pesan tersebut disampaikan (Baidawi & Bin Ismail, 2023). Selain itu, komunitas Muslimah perkotaan juga beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan media digital untuk mengakses wawasan dakwah. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi sarana populer bagi Muslimah untuk mendapatkan pemahaman keagamaan. Pesan dakwah yang dikemas dengan visual menarik dan narasi yang ringan lebih mudah dipahami dan diterima di derasnya arus informasi. hal ini menandakan terdapat transformasi dari dakwah konvensional menuju dakwah yang lebih fleksibel dan mudah diakses (Khamim, 2022).

Namun, pluralitas ini juga memunculkan tantangan tersendiri. Tidak semua pesan dakwah yang bergulir sesuai dengan kebutuhan komunitas Muslimah perkotaan. Beberapa narasi dakwah yang bersifat eksklusif bahkan provokatif justru berpotensi menimbulkan perpecahan di tengah komunitas (Wai Weng, 2024). Dalam konteks ini, Muslimah yang lebih aktif, reaktif, dan kritis dalam memilah informasi dan memperkuat nilai-nilai dakwah yang lebih damai dan humanis.

Lebih jauh, pluralitas juga mendorong Muslimah perkotaan untuk menjadi agen pemersatu dalam dakwah (Hanum & Zulhazmi, 2022). Mereka sering kali berinisiatif mengadakan majelis taklim atau kegiatan sosial yang melibatkan tidak hanya sesama Muslimah, tetapi juga komunitas lain di sekitarnya. Kegiatan seperti bakti sosial dan diskusi lintas agama menjadi sarana dakwah yang lebih efektif dalam membangun harmoni sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa dakwah tidak sekadar menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menjadi medium komunikasi antarbudaya (Alhasbi et al., 2023; Nasrullah, 2012).

Dinamika pemahaman dakwah turut dipengaruhi latar belakang pendidikan dan ekonomi kalangan Muslimah perkotaan. Mereka yang memiliki akses lebih baik terhadap pendidikan cenderung memiliki pemikiran lebih terbuka dan kritis dalam menerima pesan dakwah (Thadi & Mukhlizar, 2021). Sebaliknya, mereka yang kurang terpapar informasi cenderung lebih mudah menerima dakwah dalam bentuk yang lebih konservatif. Ini menjadi tantangan bagi dai untuk menyeimbangkan pesan dakwah agar tetap sesuai dengan nilai Islam, tetapi juga relevan bagi semua kalangan (Rosyidah, 2022). Menariknya, komunitas Muslimah juga menciptakan ruang diskusi internal untuk membahas pesan dakwah yang mereka terima. Dalam kelompok mikro atau forum daring, mereka saling bertukar pandangan dan membangun pemahaman kolektif. Hal ini menciptakan proses negosiasi makna dakwah bersifat demokratis, di mana setiap anggota komunitas memiliki suara dalam menafsirkan pesan keagamaan yang sesuai dengan konteks hidup mereka (Baidawi, 2025).

Pada akhirnya, dinamika komunikasi dakwah di komunitas Muslimah perkotaan mencerminkan proses adaptasi yang

berkelanjutan. Pesan dakwah yang berhasil bukan hanya yang bersifat normatif, tetapi juga yang mampu merangkul keberagaman dan menjawab kebutuhan spiritual serta sosial komunitas (Afidah, 2021). Dakwah kontekstual, inklusif, dan dialogis lebih berpotensi membangun komunitas Muslimah yang solid sekaligus harmonis dengan lingkungan sekitarnya. Pluralitas dalam masyarakat multikultural bukanlah penghalang terhadap keberlanjutan dakwah, melainkan peluang untuk memperkaya model dan interpretasi dakwah (Samsudin, 2021). Komunitas Muslimah perkotaan, dengan segala dinamika sosialnya, menjadi cerminan bagaimana dakwah dapat bertransformasi menjadi lebih adaptif, membangun empati, dan memperkuat kohesi sosial di tengah keragaman (Baidawi, 2022a).

Transformasi Dakwah di Lingkungan Komunitas Muslimah

Peran Muslimah dalam dakwah mengalami transformasi signifikan, khususnya di lingkungan perkotaan. Dulu, Muslimah kerap kali diposisikan sebagai komunikan pasif yang hanya mendengarkan ceramah atau mengikuti kajian keagamaan. Namun, seiring berkembangnya pemikiran dan meningkatnya akses terhadap informasi, Muslimah mulai beralih menjadi agen aktif yang turut menyebarkan pesan dakwah, baik dalam lingkungan komunitasnya maupun melalui platform digital (Baidawi et al., 2023). Perubahan ini didorong oleh kesadaran Muslimah perkotaan akan pentingnya partisipasi dalam mengkampanyekan nilai-nilai Islam moderat dan inklusif (Zakaria, 2019). Dalam berbagai komunitas, Muslimah kini berperan sebagai fasilitator majelis taklim, pembicara, hingga penyelenggara kegiatan dakwah yang bersifat edukatif dan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa Muslimah tidak lagi sekadar menjadi objek dakwah, melainkan menjelma sebagai penafsir

pesan keagamaan (Hanum & Zulhazmi, 2022).

Salah satu bentuk transformasi yang menonjol adalah pemanfaatan media sosial oleh Muslimah perkotaan. Platform Instagram, YouTube, hingga TikTok menjadi instrumen efektif bagi mereka untuk membagikan pesan-pesan dakwah yang dikemas secara modern dan kontekstual (Buckley et al., 2023). Konten seperti refleksi keagamaan, inspirasi gaya hidup Islami, hingga edukasi tentang toleransi antar umat beragama kian populer. Ini membuktikan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid, melainkan meluas ke ruang-ruang digital yang difasilitasi jaringan internet (Zaid et al., 2022). Muslimah turut berkontribusi dalam membangun narasi dakwah lebih relevan dengan kehidupan modern. Mereka mengangkat isu-isu berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, seperti peran perempuan dalam keluarga, pendidikan anak, hingga ketahanan ekonomi rumah tangga (Ismiati et al., 2024). Pesan dakwah yang dibangun menjadi lebih komprehensif, sehingga lebih mudah diterima oleh kalangan perempuan lainnya, termasuk generasi muda.

Selain merancang narasi dakwah yang kontekstual, Muslimah perkotaan juga aktif membangun jaringan dakwah yang lebih luas. Mereka membentuk komunitas-komunitas berbasis minat seperti komunitas hijabers, komunitas pengusaha Muslimah, hingga kelompok pengajian online (Sarwat, 2020). Jaringan ini menjadi wadah bagi Muslimah untuk saling berbagi ilmu, pengalaman, dan semangat dalam menjalankan dakwah yang lebih partisipatif dan inklusif. Muslimah perkotaan juga turut merancang kegiatan dakwah yang tidak hanya bersifat keagamaan, tetapi juga bernuansa sosial. Kegiatan seperti bakti sosial, penggalangan dana kemanusiaan, hingga

pemberdayaan ekonomi menjadi bagian dari dakwah yang lebih transformatif (Richtig & Maulana, 2022). Dengan demikian, dakwah tidak hanya dipahami sebagai seruan moral, tetapi juga sebagai aksi nyata yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Kehadiran Muslimah sebagai agen dakwah juga membawa perubahan dalam cara penyampaian pesan keagamaan (Baidawi, 2022a). Pendekatan yang digunakan cenderung lebih dialog dan empatik. Muslimah yang aktif berdakwah lebih mengedepankan metode komunikasi yang persuasif dan merangkul, bukan bersifat menghakimi. Ini membantu menciptakan suasana dakwah yang lebih nyaman, sehingga audiens merasa didengar dan dihargai (Hanum et al., 2023).

Lebih dari itu, peran Muslimah dalam menyusun narasi dakwah juga berkontribusi dalam membangun citra Islam yang lebih damai dan progresif. Di tengah maraknya stereotip negatif terhadap Islam, Muslimah perkotaan menjadi wajah baru dakwah yang menampilkan Islam sebagai agama yang menghargai perempuan, mendukung pendidikan, dan relevan dengan perkembangan zaman (Hanum & Zulhazmi, 2022). Ini menjadi bentuk *soft power* (persuasif) dakwah yang efektif dalam mematahkan stigma negatif di masyarakat. Pergeseran peran ini juga berdampak pada komunitas Muslimah itu sendiri. Mereka menjadi lebih berdaya dan percaya diri dalam menyuarakan pemikiran keagamaannya. Ini menciptakan efek domino di mana Muslimah lain turut termotivasi untuk berkontribusi dalam dakwah, baik dalam skala mikro di lingkungan terdekat maupun dalam skala makro melalui jejaring sosial (Petersen, 2022).

Dengan demikian, transformasi peran Muslimah perkotaan dari penerima pasif menjadi agen dakwah aktif bukan hanya memperkaya cara penyampaian pesan

keagamaan, tetapi juga memperluas jangkauan dakwah itu sendiri. Peran ini membuktikan bahwa dakwah bukan hanya tanggung jawab para dai laki-laki, melainkan tanggung jawab kolektif yang juga diemban oleh Muslimah (Hakim et al., 2023). Keberadaan mereka sebagai agen dakwah modern menjadi kunci dalam membangun narasi Islam yang lebih relevan, inklusif, dan adaptif di tengah masyarakat multikultural. Dalam konteks masyarakat multikultural, da'i dihadapkan pada tantangan serius dalam menyampaikan pesan dakwah yang efektif. Beragam latar belakang budaya, tradisi, dan pemikiran menuntut dai untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif agar pesan dakwah tetap relevan dan diterima dengan baik (Handaru, 2021). Strategi adaptasi ini menjadi kunci agar dakwah tidak hanya sampai ke hadapan audiens, tetapi juga menyentuh hati dan memengaruhi cara berpikir mereka (Elvina et al., 2022).

Salah satu strategi yang banyak digunakan dai adalah pendekatan kontekstual. Dalam pendekatan ini, dai menyesuaikan pesan dakwah dengan situasi sosial dan budaya audiens. Misalnya, di komunitas urban yang lebih terbuka dan heterogen, dai cenderung menggunakan narasi yang lebih moderat dan membumi, menekankan nilai-nilai universal Islam seperti perdamaian, keadilan, dan kasih sayang yang lebih mudah diterima oleh semua kalangan (Muzzammil, 2021). Selain itu, dai juga mengadopsi gaya komunikasi yang lebih inklusif. Mereka tidak hanya berbicara sebagai pemberi ceramah, tetapi juga membuka ruang dialog dengan audiens. Pendekatan ini menempatkan da'i bukan sebagai pemegang kebenaran absolut, melainkan sebagai fasilitator yang membimbing umat dalam mencari pemahaman bersama (Estuningtyas, 2021). Hal ini penting dalam konteks multikultural, di mana keragaman faham

keagamaan kerap kali memerlukan jembatan komunikasi yang lebih humanis.

Peranan Media Digital Menjangkau Khalayak Secara Komprehensif

Strategi lain yang berkembang adalah pemanfaatan teknologi dan media digital. Da'i kini banyak mengoptimalkan platform seperti YouTube, Instagram, dan podcast untuk menjangkau audiens yang lebih global (Baidawi, 2025). Konten dakwah dikemas lebih modern dan interaktif, misalnya dengan format tanya jawab, diskusi panel, atau bahkan vlog keseharian yang menyisipkan pesan keagamaan. Pendekatan ini membuat dakwah lebih mudah diakses, terutama oleh generasi muda yang lebih akrab dengan platform digital (Hanum & Rifa'i, 2023). Dalam membangun komunikasi efektif, da'i juga menggunakan pendekatan partisipatif. Mereka melibatkan audiens dalam proses dakwah, misalnya melalui diskusi kelompok, kajian tematik yang relevan dengan kebutuhan jamaah, hingga kegiatan sosial yang berorientasi pada kemaslahatan bersama (Ismail & Uyuni, 2020). Pendekatan ini membangun rasa kepemilikan bersama atas pesan dakwah, sehingga audiens merasa lebih terlibat dan termotivasi untuk mengamalkan pesan tersebut.

Dibandingkan metode konvensional cenderung bersifat monolog dan dogmatis, pendekatan partisipatif dan dialogis terbukti lebih ampuh dalam membangun pemahaman bersama. Pendekatan ini membuka ruang bertukar pandangan dan memperkaya pemahaman keagamaan dengan perspektif yang lebih luas (Irawan & Radiamoda, 2023). Selain itu, metode ini juga membantu mengurangi resistensi dari audiens yang merasa "digurui" atau dipaksa menerima satu pandangan tertentu. Efektivitas pendekatan ini juga terlihat dalam membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara dai dan

audiens. Dialog yang terbuka dan partisipasi aktif menciptakan suasana dakwah yang lebih akrab dan humanis. Dai yang mampu mendengarkan dan memahami kebutuhan audiens akan lebih dihormati dan pesannya lebih mudah diterima, dibandingkan da'i yang hanya menyampaikan ceramah secara sepikah (Ramadoni et al., 2024).

Namun, strategi ini tentu tidak lepas dari tantangan yang muncul. Sejatinya da'i memiliki pemahaman mendalam tentang konteks budaya audiens agar tidak terjebak pada proses penyusunan narasi dakwah (Sumiati & Nawawi, 2025). Selain itu, da'i juga perlu memiliki retorika dakwah mumpuni supaya mampu mengelola diskusi sehat dan produktif, tanpa kehilangan esensi pesan dakwah. Dalam praktiknya, da'i yang berhasil mengadaptasi strategi komunikasinya cenderung lebih efektif dalam membangun pemahaman bersama dan memperkuat harmoni sosial.

Pesan dakwah bersifat inklusif dan kontekstual lebih mampu menjangkau berbagai kalangan, mulai dari Muslim yang taat hingga mereka yang masih ragu atau bahkan memiliki pandangan berbeda (Dewi & Fata, 2021). Menjadi bukti bahwa dakwah yang adaptif lebih relevan di tengah masyarakat yang beragam. Dengan demikian, strategi adaptasi da'i dalam komunikasi dakwah bukan sekadar soal metode penyampaian pesan, tetapi juga mencerminkan pemahaman yang lebih dalam tentang audiens yang dihadapi (Anshar et al., 2024). Pendekatan partisipatif dan dialogis bukan hanya membangun pemahaman yang lebih baik, tetapi juga memperkuat hubungan antarumat dan memperluas dampak positif dakwah di tengah masyarakat multikultural (Mariyono, 2024). Pemanfaatan media digital dalam dakwah komunitas Muslimah telah menjadi fenomena menarik untuk dianalisis. Di era

digital saat ini, platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp menjadi sarana utama bagi Muslimah perkotaan dalam menyebarkan pesan dakwah (Ashari et al., 2024). Perkembangan teknologi membuka peluang baru bagi dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, melintasi batas geografis, dan menembus berbagai lapisan sosial dengan cara yang lebih cepat dan efektif (Moefad et al., 2021). Media sosial memungkinkan Muslimah untuk menyajikan pesan dakwah dalam format yang lebih menarik dan mudah diakses. Konten dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah panjang, melainkan dikemas dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, hingga tulisan reflektif yang relatable (relevan). Hal ini membuat pesan dakwah lebih ringan, namun tetap memiliki makna mendalam, sehingga mudah diterima terutama oleh generasi muda (Moefad et al., 2021).

Salah satu kekuatan media digital adalah kemampuannya membangun komunitas virtual (Baidawi, 2025). Muslimah perkotaan memanfaatkan grup WhatsApp, Telegram, dan forum daring untuk saling berbagi ilmu, pengalaman, serta motivasi dalam menjalankan ajaran Islam. Komunitas virtual ini juga menjadi tempat diskusi yang lebih inklusif, di mana setiap anggota dapat berpartisipasi tanpa merasa dihakimi, sehingga suasana dakwah menjadi lebih nyaman dan interaktif (Achfandhy & Chairunnisa, 2022). Selain membangun komunitas, platform digital juga menjadi wadah bagi Muslimah untuk menciptakan narasi dakwah yang lebih kontekstual. Mereka mengangkat isu-isu aktual seperti peran perempuan dalam keluarga, pengelolaan keuangan Islami, hingga pentingnya menjaga kesehatan mental dalam perspektif Islam (Sumiati & Nawawi, 2025). Narasi semacam ini membuat dakwah terasa lebih relevan dengan kehidupan modern, menjawab

kebutuhan dan keresahan nyata yang dihadapi Muslimah masa kini.

Namun, pemanfaatan media digital dalam dakwah juga memunculkan tantangan tersendiri. Salah satunya adalah risiko misinformasi dan penyebaran konten yang kurang valid (Utomo, 2022). Tidak semua Muslimah yang berdakwah di media sosial memiliki pemahaman agama yang mendalam, sehingga terdapat potensi penyampaian pesan yang kurang tepat atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya literasi digital dan bimbingan dari para ulama agar dakwah di dunia maya tetap terjaga kualitas keilmuannya, kredibel dan memiliki sanad keilmuan yang jelas (Polizzi, 2025). Muslimah sebagai agen dakwah perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar mampu meredam perdebatan dan mengedepankan dialog yang konstruktif (Hanum & Zulhazmi, 2022).

Dengan demikian, pemanfaatan media digital dalam dakwah komunitas Muslimah bukan sekadar tren sesaat, melainkan transformasi berkelanjutan. Platform digital membuka ruang dakwah lebih global, modern, dan adaptif (Sumiati & Nawawi, 2025). Kendati dihadapkan pada tantangan seperti misinformasi dan polarisasi, peluang yang dihadirkan jauh lebih besar, terutama dalam membangun komunitas yang lebih kuat dan menyebarkan pesan Islam yang lebih relevan dengan realitas masyarakat multikultural (Suroyo et al., 2023). Transformasi komunikasi dakwah di masyarakat multikultural membawa dampak signifikan terhadap keharmonisan sosial. Di tengah keberagaman budaya, suku, dan latar belakang keyakinan, dakwah yang lebih adaptif dan inklusif berpotensi menjadi perekat sosial yang memperkuat kohesi di lingkungan perkotaan (Atmaja & Rahmawati, 2020). Pesan dakwah yang dikemas dengan lebih dialogis dan merangkul perbedaan

menciptakan ruang bagi pemahaman yang lebih luas, di mana Islam dipandang sebagai agama yang ramah dan menghargai keragaman (Cornelio, 2009).

Salah satu implikasi utama transformasi dakwah adalah meningkatnya pemahaman lintas budaya. Dakwah yang tidak hanya berfokus pada ajaran tekstual semata, tetapi juga menyoroti nilai-nilai universal seperti keadilan, kasih sayang, dan persaudaraan, mampu membangun jembatan komunikasi dengan komunitas lain (Hakim et al., 2023). Muslimah yang aktif dalam dakwah di ruang publik dan digital berkontribusi dalam menyuarakan pesan-pesan ini, sehingga citra Islam yang damai dan inklusif lebih mudah diterima oleh kelompok masyarakat yang lebih luas (Ashari et al., 2024). Dalam konteks perkotaan, dakwah yang adaptif mampu mencairkan sekat-sekat sosial yang sebelumnya membatasi interaksi antar kelompok. Pesan dakwah yang menekankan nilai toleransi dan gotong royong mendorong terciptanya kolaborasi antar komunitas, baik dalam ranah keagamaan maupun kegiatan sosial (Rosyad et al., 2021). Fenomena ini terlihat, misalnya, dalam partisipasi komunitas Muslimah dalam aksi-aksi sosial lintas agama, seperti bantuan kemanusiaan, edukasi kesehatan, dan kegiatan lingkungan (Madjid, 1995).

Lebih jauh lagi, dakwah yang mengedepankan prinsip inklusivitas berkontribusi pada pengurangan stereotip negatif terhadap Muslimah. Peran mereka yang semakin aktif dalam membangun dialog sosial menunjukkan bahwa perempuan Muslim tidak hanya berkontribusi dalam ranah domestik, tetapi juga menjadi penggerak perubahan positif di masyarakat (Hudah & Suparno, 2023). Hal ini membantu membongkar narasi lama yang cenderung membatasi peran Muslimah dalam dakwah dan ruang publik. Dampak positif lainnya adalah

tumbuhnya solidaritas komunitas. Muslimah yang terlibat dalam dakwah multikultural sering kali membangun jaringan lintas komunitas yang lebih luas. Jaringan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana dakwah, tetapi juga menjadi ruang solidaritas dalam menghadapi isu-isu sosial bersama, seperti ketidakadilan, kemiskinan, dan diskriminasi. Solidaritas ini memperkuat kohesi sosial karena berbagai kelompok merasa memiliki tujuan bersama yang lebih besar dari sekadar perbedaan identitas (Baidawi, 2022b).

Namun, transformasi dakwah juga menimbulkan tantangan dalam menjaga keseimbangan antara adaptasi dengan prinsip ajaran Islam. Di satu sisi, dakwah harus relevan dengan konteks masyarakat multikultural agar lebih mudah diterima. Di sisi lain, da'i dan komunitas Muslimah harus memastikan bahwa substansi ajaran agama tidak terdistorsi atau mengalami penyederhanaan yang berlebihan demi meraih audiens yang lebih luas (Abdurrahman & Badruzaman, 2023). Keseimbangan ini menuntut pemahaman mendalam baik terhadap agama maupun konteks sosial yang dihadapi. Dalam jangka panjang, dakwah yang lebih adaptif berpotensi melahirkan generasi Muslim yang lebih terbuka dan responsif terhadap dinamika sosial (Efendi, 2021). Mereka tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga agen yang menyebarluaskan nilai-nilai Islam yang selaras dengan semangat pluralisme (Jati et al., 2022). Generasi ini akan lebih siap berinteraksi dengan masyarakat yang beragam, tanpa kehilangan identitas keislaman mereka.

Dakwah yang bertransformasi ke arah inklusivitas menciptakan ruang bagi dialog antar umat beragama (Rahmawati & Pramutya, 2022). Dialog ini menjadi pondasi penting bagi terciptanya pemahaman yang lebih dalam dan saling menghargai di antara komunitas dengan

latar belakang keyakinan yang berbeda. Dakwah yang tidak lagi bersifat monolog, melainkan membuka ruang diskusi, mampu meluruskan kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih harmonis (Munir & Muqaffi, 2020). Dengan demikian, transformasi dakwah di lingkungan multikultural tidak hanya berdampak pada penguatan pemahaman agama di internal komunitas Muslimah, tetapi juga meluas ke ranah sosial yang lebih luas. Keharmonisan sosial yang terbangun menjadi bukti bahwa dakwah yang adaptif mampu menjadi medium perdamaian yang efektif, menepis sekat-sekat sosial, dan memperkuat persatuan dalam keberagaman (Zakaria, 2019). Pada akhirnya, transformasi komunikasi dakwah bukan hanya soal metode penyampaian pesan, tetapi juga mencerminkan semangat Islam sebagai rahmatan lil 'alamin (Akmalia et al., 2021). Dakwah yang inklusif, adaptif, dan partisipatif menjadi kunci bagi terciptanya masyarakat yang lebih harmonis, saling mendukung, dan bersama-sama membangun masa depan yang lebih baik di tengah keberagaman budaya dan keyakinan (Rosyad et al., 2021).

Dai yang melibatkan komunitas Muslimah sebagai mitra aktif dalam menyusun dan menyebarluaskan pesan dakwah cenderung lebih berhasil membangun kepercayaan dan kedekatan dengan audiens. Ini menjadi jawaban atas research question kedua mengenai strategi komunikasi yang paling efektif dalam konteks multikultural. Pemanfaatan media digital juga menjadi elemen kunci dalam mendukung transformasi komunikasi dakwah. Komunitas Muslimah perkotaan memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menyebarluaskan pesan dakwah dengan format yang lebih kreatif dan menarik. Media digital memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan

beragam, serta menciptakan interaksi dua arah yang lebih dinamis.

Meski demikian, penelitian ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi, seperti risiko distorsi pesan dan polarisasi di ruang digital. Implikasi penting dari transformasi dakwah ini adalah penguatan kohesi sosial di lingkungan multikultural. Dakwah yang adaptif dan inklusif membantu meruntuhkan stereotip negatif, menciptakan solidaritas lintas komunitas, serta membuka ruang dialog antarumat beragama. Ini membuktikan bahwa dakwah yang lebih partisipatif dan kontekstual mampu menjadi katalisator bagi keharmonisan sosial di tengah keberagaman.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur komunikasi dakwah dengan perspektif multikultural yang masih jarang dieksplorasi. Secara praktis, hasil penelitian ini menawarkan panduan strategis bagi dai, pemimpin komunitas, dan aktivis Muslimah dalam merancang dakwah yang lebih efektif di lingkungan multikultural. Pesan dakwah yang adaptif dan dialogis terbukti lebih mampu menjangkau audiens lintas budaya, memperkuat solidaritas komunitas, dan membangun pemahaman lintas agama.

PENUTUP

Transformasi komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural, khususnya di kalangan komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia, memainkan peran sentral dalam membangun pemahaman lintas budaya dan memperkuat keharmonisan sosial. Melalui pendekatan dakwah yang lebih adaptif, dialogis, dan inklusif, komunitas Muslimah tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga agen aktif yang mendiseminasi narasi dakwah yang lebih relevan dan kontekstual. Hal ini menjawab *research question* (pertanyaan penelitian) pertama mengenai bagaimana

komunitas Muslimah menafsirkan dan mengadaptasi pesan dakwah di tengah pluralitas budaya. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa Muslimah perkotaan bukan lagi subjek pasif dalam dakwah, melainkan bertransformasi menjadi agen dakwah yang aktif membangun narasi inklusif. Mereka merancang komunikasi dakwah yang lebih kontekstual dengan menekankan nilai-nilai universal seperti kasih sayang, keadilan, dan persaudaraan. Dengan demikian, mereka berkontribusi dalam menciptakan pemahaman bersama yang lebih luas di tengah keberagaman. Menekankan bahwa transformasi komunikasi dakwah, dan media bukan hanya merupakan kebutuhan, tetapi juga menjadi keniscayaan dalam menghadapi kompleksitas masyarakat modern yang multikultural. Komunitas Muslimah perkotaan di Indonesia membuktikan bahwa dakwah yang lebih inklusif, dialogis, dan adaptif mampu menjadi jembatan pemersatu di tengah perbedaan, memperkuat kohesi sosial, serta menjadikan Islam lebih relevan dan ramah dalam dinamika keberagaman global.

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

- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. (2023). Tantangan dan Peluang Dakwah Islam di Era Digital. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 152–162. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>
- Achfandhy, M. I., & Chairunnisa, M. R. (2022). Interactive Da'wah Communication of Ustadz Syam on TikTok. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 65–82. <https://doi.org/10.21093/lentera.v6i1.5280>
- Afidah, I. (2021). Spiritualitas Masyarakat Perkotaan. *HIKMAH: Jurnal Dakwah & Sosial*, 1(1). <https://doi.org/10.29313/hikmah.v1i1.7649>
- Akmalia, K., Nurkhalis, N., & Wildan, R. (2021). Islam dan Tantangan Modernitas Perspektif Nurcholish Madjid. *Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.22373/jpi.v2i1.11315>
- Al Ketbi, N., Habes, M., Shaheen, L., Attar, R. W., Tahat, D., & Alhazmi, A. H. (2025). The impact of social media use on tolerance, community peace, online ethical awareness among adolescents in the United Arab Emirates. *Frontiers in Psychology*, 16, 1500727. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1500727>
- Alhasbi, F., Fathurrahman, M., & Ahmad, A. A. M. (2024). Agama sebagai Anugerah Semesta: Memahami Makna Islam Rahmatan lil 'Alamin. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 2(2), 113–131. <https://doi.org/10.54090/pawarta.718>
- 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>
- Anshar, M., Djamereng, A., & Ilham, M. (2024). Content Analysis and Audience Receptions of Online Da'wah on YouTube Social Media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(1), 173–18.
- Ashari, M. F., Dova, M. K., & Jaya, C. K. (2024). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(2), 137–161. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423>
- Atmaja, A. K., & Rahmawati, A. Y. (2020). Urgensi Inklusifitas Pelaksanaan Dakwah Di Tengah Problematika Sosial. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(2).
- Azra, A. (2006). *Islam in the Indonesian World: An Account of Institutional Formation*. Mizan Pustaka.
- Baidawi. (2022a). Dakwah Transformatif Syubbanul Muslimin dalam Menanamkan Spiritualitas pada Generasi Muda. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 23(2), 57–76.
- Baidawi. (2022b). Pola Komunikasi Keagamaan Masyarakat Muslim di Ruang Digital. *Mediakita*, 6(1).
- Baidawi, B. (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., Rodliyah, F., & Hanum, S. Z. (2025). Islam Wasathiyah di Ruang Digital: Perspektif Tokoh Muslim Indonesia. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 10(1), 97–116. <https://doi.org/10.24256/pal.v10i1.4871>
- 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>
- Buckley, D. T., Gainous, J., & Wagner, K. M. (2023). Is religion the opiate of the digital masses? Religious authority, social media, and protest. *Information, Communication & Society*, 26(4), 682–698.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1971279>
- Cornelio, J. S. (2009). Global Youth?: Hybrid Identities, Plural Worlds. *Asian Journal of Social Science*, 37(6), 972–973.
<https://doi.org/10.1163/156848409X12526657425703>
- Dewi, O. S., & Fata, A. K. (2021). Beragam Jalan Menjadi Salih. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1), 1–32.
<https://doi.org/10.37302/jbi.v14i1.325>
- 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>
- Elvina, S. N., Saputra, R., & Fitri, W. (2022). Strategi Dakwah Husein Ja'far al Hadar terhadap Generasi Z di Indonesia. *Al Imam: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 13–24.
<https://doi.org/10.15548/jmd.v5i2.5036>
- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 75–86.
<https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.05>
- Hakim, L., Riyadi, A., & Murtadho, A. (2023). Konten Dakwah Penceramah Perempuan: Analisis Respon Audien pada "Suara Muslimah" di Kanal NU Online. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 289–304.
<https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.289-304>
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan Agama di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik dan Materi Dakwah. *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(01), 1–24.
<https://doi.org/10.53678/jz3hyp27>
- Hanum, S. Z., & Rifa'i, A. (2023). Komunitas dakwah Ekspresi: 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., Surawan, Farizi, M. Al, & Awang, S. (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>
- 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.
- Hidayatullah, A. (2019). Inklusifitas Dakwah Akin @NUGarislucu di Media Sosial. *Islamic Communication Journal*, 4(2), 183.
<https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.2.4019>
- Hudah, K., & Suparno, B. A. (2023). Komunikasi Dakwah Inovatif dan Perubahan Sosial: Studi Kasus pada Komunitas "Ngaji Asyik Ahad Malam" di Street Cafe Surakarta. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(01), 166–184.
<https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.01.166-184>
- Irawan, G. B., & Radiamoda, A. (2023). Prophetic Communication: Implementation of Da'i Da'wah Strategies in The Millennial Era. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 5(2), 249–261.
<https://doi.org/10.32939/ishlah.v5i2.260>
- Ismail, A. I., & Uyuni, B. (2020). The new perspective of interfaith dialogue as da'wah approach in global era. *Journal of Xidian University*, 14(3), 1540–1552.
<https://doi.org/10.10090.JXU.2020.V14I3.276311.1719>
- Ismiati, I., Sofiatin, S., & Zuhriyah, L. F. (2024). Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 24(1), 21–42.
<https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>
- Jati, W. R., Halimatusa'diah, H., Syamsurijal, S., Aji, G. B., Nurkhoiron, M., & Tirtosudarmo, R. (2022). From Intellectual to Advocacy Movement: Islamic Moderation, the Conservatives and the Shift of Interfaith Dialogue Campaign in Indonesia.

- Ulumuna*, 26(2), 472–499.
<https://doi.org/10.20414/ujis.v26i2.572>
- Khamim, M. (2022). Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 14(1), 25–43.
<https://doi.org/10.37252/annur.v14i1.230>
- Madjid, N. (1995). *Islam Agama Kemanusiaan*. Yayasan Paramadina.
- Mariyono, D. (2024). Indonesian mosaic: the essential need for multicultural education. *Quality Education for All*, 1(1), 301–325.
<https://doi.org/10.1108/QEA-05-2024-0042>
- Maulina, P., Triantoro, D. A., & Fitri, A. (2023). Identitas, Fesyen Islam Populer, dan Syariat Islam: Negosiasi dan Kontestasi Muslimah Aceh. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 62–76.
<https://doi.org/10.31603/cakrawala.9419>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publication, Inc.
- Moefad, A. M., Syaifuddin, S., & Sholichati, I. (2021). Digitizing Religion: Millenial Generation Da'wah Patterns on Social Media. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(2), 387–406.
<https://doi.org/10.15575/idalhs.v15i2.13136>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. M., & Muqaffi, A. (2020). Dakwah Harmoni Sebagai Solusi Problem Agama dan Modernisme Perspektif Djohan Effendi. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 2(1), 1–15.
<https://doi.org/10.32939/ishlah.v2i1.7>
- Muzzammil, F. (2021). Moderasi Dakwah di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube). *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(2), 109–129.
<https://doi.org/10.38075/tp.v15i2.175>
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antar Budaya (Di Era Budaya Siber)*. Kencana Prenada Media Groub.
- Nuwaerah, N. (2021). Peace Building: Tantangan Dakwah di Era Disrupsi. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 47.
<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i2.3899>
- Petersen, M. J. (2022). Freedom of Religion or Belief and Freedom of Expression. *The Review of Faith & International Affairs*, 20(2), 40–48.
<https://doi.org/10.1080/15570274.2022.2065806>
- Polizzi, G. (2025). Digital literacy and strategic (dis)engagement: examining how functional and critical digital literacy shapes participation. *Information, Communication & Society*, 1–20.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2452282>
- Pramesti, M. I. (2023). Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah. *Hikmah*, 17(1), 99–116.
<https://doi.org/10.24952/hik.v17i1.6825>
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya. *Grasindo Media Sarana Indonesia*, 146.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rahmawati, L. E., & Pramutya, R. D. (2022). Lingual Markers in Da'wah Messages in a Movie Entitled Ustad Millennial. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(2), 217–242.
<https://doi.org/10.15575/idalhs.v16i2.15014>
- Ramadhani, K. (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.
- Ramadoni, M. A., Syarifudin, A., Nuraida, N., Hamandia, M. R., & Yulianti, R. R. (2024). Social And Spirit Goals: The Communication Strategy of Da'wah Activities One Day One Juz (ODOJ) Program in Palembang. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 61–70.
<https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v8i1.7769>
- Richtig, I., & Maulana, I. (2022). Fragmentasi ke Konvergensi: Asatiz Selebriti dalam Bingkai Gerakan Dakwah Barisan Bangun Negeri. *Dialog*, 45(2), 258–272.
<https://doi.org/10.47655/dialog.v45i2.673>
- Rosyad, R., Mubarok, M. F., Rahman, M. T., & Huriani, Y. (2021). *Toleransi Beragama dan Harmonisasi Sosial*. Lekkas.
- Rosyidah, A. (2022). Tantangan dan Strategi

- Da'i Muda dalam Berdakwah di Era Digital. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 7(2), 1–11.
<https://doi.org/10.31538/altsiq.v7i2.2685>
- Samsudin. (2021). Dakwah di Tengah Pluralitas Masyarakat. *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 38–51.
<https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/communicative/article/view/408>
- Sarwat, A. (2020). *Muslim Perkotaan: Antara Gairah Agama & Keterbatasan Ilmu*. Rumah Fiqih Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alvabeta.
- Sumiati, W., & Nawawi, T. (2025). Digital Da'wah in the Modern Era. *Digital Muslim Review*, 2(2), 153–175.
<https://doi.org/10.32678/dmr.v2i2.44>
- Suroyo, Bima Maulana Putra, Yuliantoro, Bedriati Ibrahim, & Bedriati Ibrahim. (2023). Development of Multiculturalism on Ethnic and Relegion in Indonesia. *Sanhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 7(1), 21–35.
<https://doi.org/10.36526/sanhet.v7i1.2716>
- Thadi, R., & Mukhlizar, M. (2021). Literasi Dakwah Di Era Post Truth. *JOISCOM: Journal of Islamic Communication*, 2(1), 31–38.
- Utomo, W. P. (2022). Hoax and Paradox of Digital Public Sphere. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(1), 1–7.
<https://doi.org/10.7454/jkmi.v11i1.1024>
- Wai Weng, H. (2024). Packaging, Persuasion and Propaganda: Popular Preaching and Islamic Counter-publics in Indonesia. *Asian Studies Review*, 48(1), 70–85.
<https://doi.org/10.1080/10357823.2022.2052801>
- Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, 13(4), 335. <https://doi.org/10.3390/rel13040335>
- Zakaria, A. (2019). Dialektika Moderasi Beragama Di Era Pluralitas Agama Dan Budaya Perspektif Al-Qur'an. In *Ayāq*. PTIQ Jakarta.