
Problematika Dakwah Digital menurut Ustaz Salim A. Fillah: Antara Etika, Media, dan Spiritualitas**Zahrania Oktavia Aryani**zahrania5677@gmail.com

Graha Cendekia al-Karomah

Submitted: 29 September 2025 Revised: 4 Desember 2025 Accepted: 9 Desember 2025

Abstract

The rapid growth of social media has reshaped the orientation of Islamic preaching and generated academic concerns regarding the preservation of ethics, spirituality, and substantive depth in digital da'wah. This study aims to examine the challenges of digital da'wah as articulated by Ustaz Salim A. Fillah, with a focus on the values of adab, media utilization strategies, and the spiritual approaches he employs. Using a descriptive qualitative method, the research draws on a three-week media observation that includes a systematic review of sermons, Q&A programs, and various da'wah content on YouTube, complemented by a literature study on digital da'wah discourse. Data were analyzed descriptively and analytically through coding, thematic categorization, and message interpretation based on communication theory. The findings indicate that Ustaz Salim adopts a reflective and historically grounded model of da'wah that emphasizes ethical conduct, spiritual depth, and audience empowerment. This approach serves as an alternative to contemporary digital da'wah trends that tend to be instant and lack spiritual substance. Theoretically, the study expands the understanding of ethical, contextual, and community-oriented digital da'wah. The main limitation lies in the absence of direct interaction with the da'i, highlighting the need for future studies employing triangulation. The study recommends that young preachers balance media appeal with substantive religious messaging.

Keywords: *Digital preaching, Ustaz Salim A. Fillah, ethics, social media, spirituality.*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah orientasi dakwah Islam dan memunculkan kegelisahan akademik mengenai upaya menjaga etika, spiritualitas, dan kedalaman substansi dakwah digital. Penelitian ini bertujuan mengkaji problematika dakwah digital menurut Ustaz Salim A. Fillah dengan menyoroti nilai adab, strategi pemanfaatan media, serta pendekatan spiritual yang Ustaz Salim A. Fillah kembangkan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi media selama tiga minggu yang mencakup penelusuran sistematis terhadap video ceramah, program tanya jawab, dan berbagai konten dakwah di YouTube, disertai studi pustaka mengenai literatur dakwah digital. Data dianalisis secara deskriptif-analitis melalui proses pengodean, kategorisasi tema, dan interpretasi pesan berdasarkan kerangka teori komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustaz Salim menghadirkan model dakwah reflektif dan historis yang menekankan adab, kedalaman ruhani, dan pemberdayaan audiens. Pola dakwah ini menjadi alternatif bagi tren dakwah digital yang sering bersifat instan dan minim substansi spiritual. Secara teoretis, temuan ini memperluas pemahaman mengenai

konsep dakwah digital yang beretika, kontekstual, dan berorientasi pada pembinaan umat. Keterbatasan penelitian terletak pada belum adanya interaksi langsung dengan subjek dakwah, sehingga studi lanjutan disarankan menggunakan pendekatan triangulasi. Penelitian ini merekomendasikan agar pendakwah muda menyeimbangkan daya tarik media dengan kedalaman pesan dakwah.

Kata Kunci: Dakwah digital, Ustaz Salim A. Fillah, etika, media sosial, spiritualitas.

PENDAHULUAN

Di era modern, kemajuan teknologi semakin pesat, terutama dalam bidang komunikasi (Daud et al., 2021). Ustaz Salim A. Fillah memandang kemajuan teknologi akan membawa peluang besar bagi dakwah digital untuk menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan dunia maya. Pada era kontemporer, banyak ditemukan berbagai platform digital, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube yang dijadikan sebagai alternatif penyebaran ajaran-ajaran Islam. Salah satunya yaitu, penyebaran konten dakwah yang menarik dan sesuai konteks, yang dapat membantu seseorang untuk memahami ajaran agama dengan lebih baik. Selain itu, dakwah melalui platform digital juga memungkinkan institusi untuk menjangkau audiens secara internasional tanpa batasan geografis. Dalam sebuah kajian, Ustaz Salim A. Fillah menyampaikan bahwa sudah sedikit kita temui jamaah yang hadir secara langsung di majelis ilmu. Mereka lebih banyak mendengarkan beberapa kajian melalui platform digital (SalingSapa TV, 2021). Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi ladang dakwah yang efektif untuk menjangkau mereka. Namun, Ustaz Salim A. Fillah juga menyoroti sisi negatif dari dakwah digital. Menurutnya, media sosial dapat menjadi ruang yang rawan jika tidak digunakan dengan bijak. Penyebaran informasi tanpa sumber yang jelas dan konflik antarpendakwah juga menjadi tantangan tersendiri bagi para dai. Selain itu Ustaz Salim A. Fillah menekankan pentingnya menjaga adab dan etika dalam berdakwah di dunia digital, agar pesan Islam tetap tersampaikan dengan hikmah dan tidak menimbulkan perpecahan.

Di sisi lain meskipun ada sebagian orang berpandangan bahwa perkembangan teknologi membawa dampak buruk terhadap moralitas, agama, dan etika, pada kenyataannya teknologi justru membuka peluang besar untuk memperbaiki kualitas kehidupan beragama bagi masyarakat, karena mampu memperluas akses ke berbagai

sumber, salah satunya agama (Alfi et al., 2023). Saat ini media digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, dijadikan sebagai sarana hiburan sekaligus platform kreatif untuk belajar dan berdakwah secara efisien. Sekarang sudah banyak pendakwah muda yang muncul dengan pendekatan yang modern, namun tetap mengikuti prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadis. Sehingga ajaran Islam yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh generasi milenial dan Gen Z. Selanjutnya Media sosial juga memberikan kebebasan untuk mengekspresikan diri di media sosial, sehingga masyarakat akan lebih mudah dalam memilih informasi dan mendorong diskusi yang konstruktif di antara umat Islam. Banyak yang beranggapan bahwa media sosial dapat merusak sopan santun generasi muda. Hal itu tidak sepenuhnya benar, karena banyak tokoh inspiratif yang membuat konten edukasi tentang nilai-nilai adab dan etika (Subhi, 2025). Hal ini menunjukkan, perkembangan teknologi seharusnya dilihat sebagai kesempatan, bukan sebagai ancaman, untuk memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat akhlak masyarakat apabila digunakan secara bijak.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan dakwah Islam. Platform digital seperti TikTok, YouTube, dan Instagram terbukti mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif kepada generasi muda (Tasruddin & Penelitian, 2025). Media sosial juga mempermudah masyarakat untuk mengakses ilmu-ilmu keislaman kapan pun dan di mana pun. Namun, sebagian peneliti menyoroti adanya penyimpangan moral dan etika, seperti ceramah yang bersifat provokatif, konflik antarpendakwah, serta penyampaian ajaran Islam yang tidak sesuai dengan sumber Al-Qur'an dan Hadis (Darwin et al., 2025). Selain itu, beberapa penelitian juga menyinggung gaya dakwah tokoh tertentu, meskipun masih terbatas. Penelitian-penelitian tersebut belum ada yang secara spesifik membahas pandangan Ustaz Salim A. Fillah terkait problematika dakwah digital dari aspek etika, media, dan spiritualitas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan kajian dengan menganalisis secara komprehensif pendekatan dakwah Ustaz Salim A. Fillah yang relevan dengan tantangan dakwah kontemporer. Mayoritas peneliti sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek teknis pemanfaatan media sosial, efektivitas penyebaran pesan, atau pola interaksi digital dalam dakwah modern, namun belum

membahas secara mendalam bagaimana nilai adab, etika komunikasi, dan spiritualitas klasik Islam diintegrasikan dalam praktikum dakwah digital sebagai alat semata, bukan sebagai ruang moral dan spiritual yang menuntut tanggung jawab etik bagi para pendakwah. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah ilmiah tersebut dengan mengkaji secara khusus pendekatan dakwah Ustaz Salim yang menggabungkan nilai etika, kebijaksanaan bermedia, serta kedalaman ruhani sebagai satu kesatuan metodologis dalam dakwah.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam mengkaji secara khusus pemikiran Ustaz Salim A. Fillah dalam perspektif tiga dimensi utama: etika, media, dan spiritualitas. Berbeda dengan studi sebelumnya yang lebih menekankan pada manfaat dan teknis penggunaan media sosial untuk berdakwah. Penelitian ini menunjukkan pendekatan dakwah yang holistik dan kontekstual, sebagaimana tercermin dalam narasi dakwah Ustaz Salim di berbagai platform digital. Kebaruan ini terletak pada integrasi antara nilai-nilai etika, pemanfaatan media sosial secara bijak, dan kedalaman spiritual dalam komunikasi dakwah. Dengan mengangkat salah satu tokoh yang dikenal konsisten dalam menjaga etikanya ketika berdakwah, studi ini diharapkan dapat memperluas wawasan tentang berdakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kuat secara substansi keagamaan dan etika publik (Salim A. Fillah, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi media dan studi pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif ini dipilih karena mampu menggambarkan realitas sosial secara mendalam, kontekstual, dan interpretatif. Selain itu juga relevan untuk memahami secara holistik pandangan Ustaz Salim A. Fillah mengenai problematika dakwah digital khususnya dalam dimensi etika, media, dan spiritualitas. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi makna yang terkandung dalam pesan-pesan dakwah digital, serta memahami nilai-nilai etika, strategi komunikasi, dan nuansa spiritualitas.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah observasi terhadap konten dakwah digital Ustaz Salim A. Fillah yang tersebar diberbagai platform digital, terutama Youtube.

Proses observasi berlangsung selama tiga minggu dengan fokus pada empat video ceramah dan program tanya jawab yang dianggap paling relevan dengan tema penelitian. Pemilihan video didasarkan pada kesesuaian isi dengan pembahasan etika dakwah dan perilaku bermedia. Keterwakilan gaya komunikasi khas Ustaz Salim yang bersifat reflektif dan historis, serta tingkat keterlibatan audiens yang menunjukkan relevansi konten dalam konteks dakwah digital kontemporer. Observasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi bentuk penyampaian pesan dakwah, gaya komunikasi, serta nilai-nilai etika dan spiritual yang ditanamkan. Selain itu, hasil penelitian juga diperoleh dari sumber-sumber yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan artikel kajian dakwah digital. Kelebihan dari kedua metode ini terletak pada observasi media yang dapat menangkap secara langsung praktik dakwah digital di media sosial dan dapat menganalisis bentuk penyampaian dakwah yang relevan, respons audiens, serta konteks media yang digunakan. Sementara itu, hasil analisisnya juga dikuatkan oleh metode studi pustaka dengan landasan teori dan studi terdahulu. Namun keterbatasan dari kedua metode ini adalah hanya menyoroti aspek yang tampak, tanpa menggali subjektif dari pelaku dakwah, serta keterbatasan sumber-sumber tertulis yang relevan dan spesifik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dakwah Digital

Secara etimologis, istilah *dakwah* berasal dari bahasa Arab **دَعَا - يَدْعُو - دَعْوَةٌ** yang bermakna memanggil, menyeru, mengajak, serta menuntun. Dalam perspektif terminologis, dakwah diartikan sebagai seruan untuk beriman kepada Allah Swt., mengimani risalah para rasul, mempercayai wahyu yang dibawa, serta menaati ajaran yang ditetapkan. Seruan tersebut mencakup pelaksanaan rukun Islam, penghayatan rukun iman, dan praktik ibadah yang dilandasi kesadaran spiritual (Taufik, T., 2020). Oleh karena itu, hakikat dakwah dapat dipahami sebagai proses pembinaan nilai keagamaan dan pengalihan makna religius agar manusia senantiasa konsisten pada jalan kebenaran.

Sejumlah ulama dan pemikir Islam turut memberikan definisi yang memperkaya pemahaman mengenai dakwah. Hamzah Ya'qub menegaskan bahwa dakwah merupakan ajakan kepada umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Syaikh Muhammad Abduh mendefinisikan dakwah sebagai seruan

untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran, yang hukumnya fardhu atas setiap muslim. Sementara itu, Prof. Toha Yahya Oemar memandang dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana agar menempuh jalan kebenaran (Abdurrahman & Badruzaman, 2023). Definisi-definisi tersebut menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya bermakna sebagai penyampaian pesan agama, melainkan juga proses transformasi moral dan spiritual dengan pendekatan yang penuh kearifan.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dakwah mengalami dinamika transformasi yang signifikan. Aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada komunikasi langsung melalui lisan, tulisan, maupun keteladanan perilaku, melainkan juga beradaptasi dengan perkembangan media. Fenomena ini kemudian melahirkan konsep dakwah digital, yakni penyampaian pesan keagamaan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dakwah digital secara konseptual dapat dipahami sebagai mekanisme penyiaran nilai-nilai Islam melalui berbagai platform digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi secara cepat, luas, dan interaktif. Berbeda dengan dakwah konvensional yang dibatasi oleh ruang dan waktu, dakwah digital mampu menembus batas geografis, menjangkau khalayak lintas generasi, serta menawarkan model interaksi keagamaan yang lebih dinamis.

Dalam kerangka teori komunikasi, dakwah digital dapat dianalisis melalui perspektif komunikasi persuasif dan komunikasi interpersonal. Teori komunikasi persuasif menjelaskan bagaimana pendakwah memanfaatkan media sosial, platform video, dan aplikasi pesan instan sebagai instrumen untuk membangun kredibilitas, menciptakan daya tarik emosional, serta menyusun pesan yang mampu memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik audiens. Sementara itu, teori komunikasi interpersonal menekankan pentingnya gaya komunikasi yang menumbuhkan kedekatan, seperti pemilihan diksi, intonasi, bahasa tubuh, maupun interaksi dua arah yang kini difasilitasi oleh teknologi digital (Rahmawati et al., 2024). Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memperkuat kualitas hubungan antara pendakwah dan audiens secara lebih partisipatif.

Selain perspektif teoritis, dakwah digital sesungguhnya berakar pada metode dakwah klasik, seperti *bil-lisan* (penyampaian lisan), *bil-hikmah* (dengan kebijaksanaan), dan *bil-qalam* (melalui tulisan). Dakwah bil-lisan, misalnya, kini diwujudkan dalam

bentuk ceramah daring, podcast, atau siaran langsung di media social. Dakwah bil-hikmah tercermin dalam strategi komunikasi yang menyesuaikan kondisi audiens, memilih materi yang relevan, serta menggunakan pendekatan yang persuasif sekaligus bijaksana (Merdeka & Amaliyah, 2024). Adapun dakwah bil-qalam mengambil bentuk baru melalui penulisan artikel daring, unggahan media sosial, maupun karya digital yang dapat diakses secara global (Dakwah & Fitria, 2019). Dengan kata lain, dakwah digital merupakan kelanjutan dari tradisi dakwah Islam yang mengalami transformasi sesuai dengan dinamika teknologi dan kebutuhan zaman.

Dalam era digital modern, perkembangan internet dan teknologi informasi telah menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi keagamaan, di mana dakwah tidak lagi hanya mengandalkan komunikasi langsung, tetapi bertransformasi melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana penyiaran pesan yang berfungsi memperluas jangkauan audiens, meningkatkan pemahaman agama, serta memotivasi masyarakat agar menjalani kehidupan sesuai nilai-nilai Islam. Media dakwah digital secara umum dapat dikategorikan menjadi tiga bentuk utama, yaitu media dakwah audio yang meliputi rekaman ceramah, podcast, nasyid, dzikir, maupun audiobook keagamaan; media dakwah visual yang mencakup video ceramah, animasi, infografis, ilustrasi, hingga dokumenter keagamaan; serta media dakwah sosial yang memanfaatkan platform media sosial dan kanal interaktif lainnya untuk membangun komunikasi dua arah melalui konten digital, siaran langsung, diskusi daring, hingga kampanye virtual (Uyuni, B., 2023). Keberagaman media ini memperlihatkan kemampuan dakwah dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tidak hanya memperluas akses informasi, tetapi juga menciptakan ruang partisipasi, dialog, dan keterhubungan yang lebih erat antara da'i dan audiens, sehingga dakwah digital merepresentasikan paradigma baru komunikasi keagamaan yang lebih dinamis, partisipatif, dan kontekstual dengan perkembangan zaman.

Keberagaman media dakwah digital menghadirkan peluang strategis yang dapat dimanfaatkan oleh para dai maupun lembaga keagamaan dalam memperluas jangkauan pesan Islam. Karakteristik media digital yang melampaui batas ruang dan waktu memungkinkan dakwah menjangkau audiens lintas generasi, budaya, dan geografis secara cepat serta efisien (Siswanto, E., et. al., 2025). Kondisi ini tidak hanya

memperbesar akses masyarakat terhadap informasi keislaman, tetapi juga membuka ruang konektivitas global bagi umat Islam untuk saling berdialog, berbagi pengalaman, dan memperkuat identitas keagamaan secara kolektif. Dengan demikian, media digital berfungsi sebagai instrumen dakwah yang relevan dalam menghadapi dinamika globalisasi serta kompleksitas kehidupan modern.

Lebih lanjut, sifat interaktif media digital memberikan dimensi baru bagi dakwah karena audiens tidak lagi diposisikan sebagai penerima pasif, melainkan partisipan aktif dalam proses komunikasi. Melalui fitur komentar, diskusi daring, maupun kampanye virtual, jamaah dapat memberikan umpan balik langsung terhadap materi dakwah. Hal ini sangat sesuai dengan karakteristik generasi milenial dan generasi Z yang terbiasa berinteraksi dalam ekosistem digital. Oleh karena itu, pesan dakwah perlu dikemas dalam format yang kreatif, inovatif, dan kontekstual, misalnya melalui video pendek, infografis, animasi, atau narasi inspiratif di media sosial. Dari sisi efisiensi, penggunaan media digital juga lebih ekonomis dibandingkan media tradisional, sehingga memungkinkan pendakwah individu maupun komunitas kecil untuk turut berkontribusi dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Dengan cara ini, dakwah digital tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi dakwah melalui pendekatan yang adaptif, partisipatif, dan sesuai dengan kebutuhan zaman.

B. Dakwah Perspektif Ustadz Salim A. Fillah

1. Pandangan Ustadz Salim A. Fillah Tentang Dakwah Digital

Dalam perkembangan teknologi, media digital masih menjadi saluran potensial bagi aktivitas dakwah Islam. Menurut Ustadz Salim dalam dakwahnya di salah satu channel YouTube, penyampaian dakwah melalui media sosial masih dibenarkan selama mampu meminimalisir terjadinya dampak negatif yang mungkin ditimbulkan (Pro You Channel, 2021). Dakwah merupakan kewajiban seorang muslim yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Prinsip ini menegaskan logika dakwah sebagai proses kolektif yang menekankan keselamatan bersama, saling menjaga, serta saling menasihati demi terwujudnya kehidupan yang damai dan tertib.

Dalam konteks era digital, nilai *amar ma'ruf nahi munkar* semakin relevan untuk menghadapi berbagai potensi penyimpangan seperti penipuan, penggelapan, dan manipulasi informasi yang merugikan masyarakat. Meskipun perkembangan teknologi membuka ruang luas bagi penyebaran nilai-nilai Islam, dinamika tersebut juga menghadirkan persoalan etis dan moral yang perlu direspon secara tepat. Dalam karangka teori komunikasi, situasi ini dapat dijelaskan melalui model komunikasi bermedia. (*Mediated Communication*) yang menekankan bahwa pesan dakwah tidak hanya dipengaruhi oleh komunikator dan isi pesan, tetapi juga oleh karakteristik medium digital yang digunakan. Hal ini sejalan dengan pandangan Lasswell bahwa konsep komunikasi dakwah mencakup unsur komunikator pesan, saluran, komunikan, dan efek yang ditimbulkan (Kurniawan, 2018). Dengan demikian keberhasilan dakwah di era digital sangat ditentukan oleh kemampuan pendakwah memanfaatkan media secara bijak, mempertimbangkan etika public, serta menjaga integritas pesan agar tetap sesuai dengan tujuan dakwah (Mukoyimah mukoyimah et al., 2023). Adapun beberapa prinsip penting dalam berdakwah di media sosial, yaitu pemetaan, pelayanan, dan pemberdayaan (Pro-U Channel, 2022).

a) Pemetaan

Pemetaan masyarakat dalam bermedia sosial menjadi penting untuk memahami bagaimana media digital dapat diterima dan disesuaikan dengan minat dan karakteristik audiens. Setiap platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memiliki demografi pengguna yang berbeda, baik dari segi usia, latar belakang sosial, maupun preferensi konten, sehingga pemilihan media tidak dapat dilakukan secara serampangan. Generasi muda, terutama Gen Z dan milenial, merupakan kelompok usia dengan tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Akbar et al., 2024). Kedua kelompok ini cenderung aktif di TikTok dan Instagram dengan preferensi pada konten singkat, visual, interaktif, dan emosional. Sementara itu generasi *Baby Boomer* atau untuk kelompok usia dewasa dan lansia, lebih banyak mengakses dakwah melalui YouTube dan Facebook dengan durasi yang lebih panjang dan narasi yang mendalam, sehingga mereka mudah memahami isi dari dakwah melalui media sosial. Selain itu mereka juga cenderung memiliki komunikasi yang

lebih formal. Sehingga, cara mereka berkomunikasi di media sosial itu lebih terstruktur dari segi etika dan norma komunikasinya (Artis & Bayu, 2025).

Selanjutnya jika dilihat dari sisi agama dan budaya, masyarakat Indonesia yang multietnis dan multireligius menunjukkan interaksi yang beragam di ruang digital. Sebagian masyarakat lebih terbuka terhadap dakwah yang kontekstual dan menyentuh nilai-nilai lokal dan budaya. Namun sebagiannya lagi lebih menyukai dakwah dengan pendekatan tekstual dan normative. Keragaman usia ini memperlihatkan bahwa pola konsumsi dakwah digital sangat heterogeny dan tidak dapat diseragamkan. Dalam kerangka model Lasswell, pemetaan audiens (*to whom*) menjadi dasar dalam menentukan isi pesan (*says what*) dan saluran komunikasi (*in which channel*) agar dakwah digital dapat diterima secara efektif (Amal, 2021). Dengan demikian, efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh luasnya jangkauan media, tetapi juga oleh kesesuaian pesan dengan kebutuhan, latar budaya, dan preferensi platform audiens, sehingga dakwah dapat mencapai tujuan transformasi spiritual secara lebih mendalam.

b) Pelayanan

Pelayanan juga merupakan salah satu prinsip penting dalam berdakwah. Pelayanan terhadap kebutuhan spiritual masyarakat lintas generasi menjadi aspek krusial yang tidak dapat diabaikan. Ustaz Salim A. Fillah menekankan pentingnya menghadirkan konten dakwah yang bersifat komunikatif, kontekstual, dan relevan dengan dinamika kehidupan modern (Asbi et al., 2025). Generasi *Baby Boomer*, *Y*, dan *Z* memiliki kebutuhan keagamaan yang berbeda dan cenderung menghendaki panduan keislaman yang praktis serta responsif terhadap isu-isu kontemporer seperti riba, etika bermedia, dan persoalan muamalah modern. Oleh karena itu, pendekatan dakwah harus bertransformasi dari model penyampaian satu arah menuju pola yang partisipatif dan dialogis, dengan mengoptimalkan media sosial sebagai ruang diskusi, tanya jawab, dan refleksi kolektif. Dakwah yang adaptif terhadap kebutuhan generasi digital ini tidak hanya meningkatkan daya jangkau, tetapi juga memperkuat dimensi spiritualitas melalui keterlibatan aktif jamaah dalam proses pembelajaran agama.

c) Pemberdayaan

Pemberdayaan juga menjadi prinsip yang sangat dibutuhkan dalam berdakwah. Dalam dakwahnya Ustaz Salim menggunakan pendekatan partisipatif, di mana audiens tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek dalam proses dakwah. Melalui program *Tanya Ustaz* yang ditayangkan di YouTube, jamaah diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan melalui database yang dihimpun via WhatsApp, yang kemudian dijawab secara kontekstual dan komunikatif oleh Ustaz Salim A. Fillah. Hal ini tidak hanya memenuhi kebutuhan keilmuan, tetapi juga membangun kedekatan spiritual dan sosial antara dai dan audiens. Dakwah partisipatif juga diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap isu-isu sosial, misalnya saat terjadi kelangkaan minyak goreng, Ustaz Salim dan timnya memfasilitasi penyaluran bantuan melalui donasi dari para pengikutnya. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjawab kegelisahan spiritual, tetapi juga mendorong aksi nyata di tengah masyarakat (Pro-U Media, 2022).

2. Etika Dalam Dakwah Digital

Etika dalam berdakwah menjadi fondasi penting bagi setiap dai dalam menyampaikan pesan Islam. Berdakwah di media sosial menuntut pelaku dakwah untuk senantiasa menjaga niat yang ikhlas, menyampaikan pesan yang benar, serta menghindari debat kusir yang kontraproduktif (Mastori & Islamy, 2021). Prinsip dasar ini sejalan dengan pandangan Nur Kumala yang menegaskan bahwa dakwah digital memerlukan kecakapan bermedia, integritas keilmuan, dan kedisiplinan akhlak agar dai tidak terjerumus pada penyebaran informasi yang keliru atau perilaku tidak etis di ruang digital (Kholis et al., 2021). Dalam praktik dakwah Ustaz Salim A. Fillah, etika tersebut tampak terimplementasi secara kuat. Melalui kontennya di Pro-You Channel: Berdakwah Indah di Media Sosial, Ustaz Salim menekankan bahwa dakwah bukan sekadar ceramah atau penyampaian materi kitab, tetapi merupakan logika keselamatan bersama yang bertujuan menjaga masyarakat dari berbagai bentuk kemunkaran modern, seperti penipuan, penggelapan, manipulasi konten, hingga penyebaran aib di media sosial (Pro-You Channel, 2021). Ustaz Salim A. Fillah menekankan pentingnya literasi digital dan tanggung jawab moral, terutama dalam memverifikasi informasi serta memproduksi konten positif yang memberi manfaat. Kehati-hatian Ustaz Salim

A. Fillah dalam memilih diksi, konsistensi menjaga adab komunikasi, dan upaya menghadirkan dakwah yang menenangkan menunjukkan kredibilitas keilmuan dan akhlak yang selaras dengan prinsip dakwah etis di ruang digital. Dengan demikian, etika dakwah digital menurut Ustaz Salim diperkuat oleh perspektif akademik tentang etika bermedia mencerminkan model dakwah yang moderat, reflektif, dan berorientasi pada kemaslahatan publik.

Dalam buku *Islam Aktual*, Kang Jalal menjelaskan bahwa terdapat enam prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an yang berasal dari kata kunci *qawl* dalam bentuk amar, yaitu *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar, Q.S. 4:9; 33:70), *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik, Q.S. 2:235), *qaulan karīman* (perkataan yang mulia, Q.S. 17:23), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut, Q.S. 20:44), dan *qaulan maysūran* (perkataan yang mudah, Q.S. 17:28). Prinsip-prinsip ini, menurut Mafri Amiry, merupakan panduan yang sangat baik dalam membangun etika komunikasi, termasuk di ruang digital. Maka, dalam praktik dakwah melalui media sosial, penting bagi para dai untuk menjaga tutur kata, menghindari provokasi, serta menyampaikan pesan dengan kelembutan dan hikmah agar dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif dan menyentuh hati (Aliwan & Hakim, 2020).

3. Strategi Pemanfaatan Media Digital

Dalam memanfaatkan media digital, Ustaz Salim menggunakan pendekatan komunikasi instrumental, yakni bentuk komunikasi yang bertujuan menginformasikan, mengajar, serta mengubah sikap dan perilaku audiens. Pesan dakwah yang Ustaz Salim A. Fillah sampaikan melalui media digital tidak hanya sebatas ceramah, tetapi juga edukasi sosial, solusi kehidupan kontemporer, serta ajakan untuk partisipasi aktif umat (Amal, 2021). Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, Ustaz Salim A. Fillah memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui platform digital, Ustaz Salim A. Fillah mengembangkan dakwahnya yang partisipatif dan kontekstual. Selain itu selama pandemi dan sesudahnya, Ustaz Salim A. Fillah juga mengadakan webinar dan kajian virtual melalui YouTube, Google Meet, dan Zoom.

Kegiatan ini memberikan ruang untuk diskusi dan tanya jawab, sehingga audiens bukan hanya menjadi pendengar, tetapi juga berperan aktif dalam kegiatan tersebut.

Selain itu, gaya komunikasi dakwah Ustaz Salim A. Fillah secara konsisten menggunakan diksi-diksi yang bernilai positif, inspiratif, dan membangkitkan semangat (*ghirah*) perjuangan. Pilihan kata-kata tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai medium edukasi spiritual dan historis, yang menautkan nilai-nilai keislaman dengan semangat kebangsaan dan perjuangan sosial. Melalui gaya tutur yang naratif dan emosional, Ustaz Salim A. Fillah mengajak audiens merefleksikan dakwah sebagai bentuk keterlibatan aktif dalam membangun peradaban (Pro-U Media, 2022). Selain itu gaya komunikasinya juga dikenal elegan, santun, dan kaya literasi. Ustaz Salim A. Fillah menekankan pada kekuatan cerita (*storytelling*) untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Gaya ini menciptakan kedekatan emosional antara dai dan mad'u, membuat audiens merasa dipahami, dihargai, dan dilibatkan secara batiniah. Dalam menyampaikan pesannya, Ustaz Salim banyak menggunakan kutipan dari Al-Qur'an dan hadis, kisah sahabat, serta analogi dari kehidupan kontemporer. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi *ethos, pathos, dan logos* sebagaimana dikembangkan oleh Aristoteles (Amal, 2021).

Konteks gaya komunikasi tersebut semakin relevan apabila dikaitkan dengan pemanfaatan media digital yang memberikan dampak signifikan bagi dakwah umat Islam. Menurut pandangan Ustaz Salim A. Fillah, media digital memberikan peluang besar dalam menyebarkan dakwah Islam secara luas, cepat, dan efisien. Salah satu kelebihanannya adalah kemampuan menjangkau audiens lintas geografis tanpa batasan ruang dan waktu. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, pesan dakwah dapat dikemas dalam bentuk visual, teks, maupun audio yang menarik dan mudah diakses, terutama oleh generasi muda. Selain itu, media digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang interaktif, seperti melalui kolom komentar, forum diskusi, dan sesi tanya jawab daring, sehingga memperkuat hubungan antara da'i dan mad'u.

Namun demikian, Ustaz Salim juga menyoroti sejumlah keterbatasan media digital dalam konteks dakwah. Salah satunya adalah potensi miskomunikasi akibat keterbatasan ekspresi non-verbal dan konteks yang sering kali tidak utuh tersampaikan

dalam media daring. Selain itu, sifat media sosial yang cepat dan instan dapat mengurangi kedalaman kontemplasi dalam memahami ajaran agama. Ustaz Salim A. Fillah juga mengingatkan bahaya disinformasi dan penyebaran konten dakwah tanpa sanad keilmuan yang kuat, yang dapat menyesatkan khalayak (Pro You Channel, 2022). Oleh karena itu, Ustaz Salim A. Fillah menekankan pentingnya integritas ilmiah dengan berliterasi digital secara sehat (Pro-U Media 2022), etika dakwah, dan pengawasan terhadap konten agar dakwah digital tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.

4. Spiritualitas Dalam Dakwah Digital

Salah satu karakter utama dakwah digital Ustaz Salim A. Fillah terletak pada penekanannya terhadap kedalaman ruhani dan pemeliharaan adab sebagai inti pembentukan spiritualitas umat. Dalam salah satu pengajiannya, ia menjelaskan secara tegas bahwa fenomena kemudahan mengakses kajian digital sering kali membuat umat kehilangan kedalaman batin dalam mencari ilmu. Ustaz Salim A. Fillah menyampaikan:

“hari ini kita banyak kehilangan berkahnya langkah-langkah ke majelis ilmu. Ketika Nabi SAW bersabda: ‘Barangsiapa yang menempuh jalan untuk bersentuhan dengan ilmu, maka Allah mudahkan baginya jalan ke surga.’ Maka sungguh berharga kita semua yang masih meluangkan waktu untuk hadir ke majelis ilmu. Tetapi hari ini, dengan kemudahan akses yang ada, sudah banyak kita temukan dakwah digital dengan kajiannya yang bagus dan disampaikan oleh seorang faqih, namun isi komentarnya saling menjelekkkan. Sehingga ada yang hilang dari keberkahan ilmu itu.”

Kutipan tersebut menunjukkan kritik mendalam bahwa spiritualitas tidak hanya dibangun melalui konsumsi konten dakwah, tetapi melalui proses kesungguhan, adab, dan perjalanan ruhani yang mengiringinya. Kritik Ustaz Salim ini sejalan dengan konsep spiritualitas dalam kajian dakwah (Supriyanto & Rifa'i, S.M., 2025) yang menekankan bahwa spiritualitas mencakup tazkiyah al-nafs, kejernihan batin, dan kesadaran etis yang memengaruhi perilaku sosial. Melalui gaya tutur yang reflektif, puitis, dan menenangkan, Ustaz Salim berusaha mengembalikan makna dakwah sebagai proses transformasi ruhani, bukan sekadar konsumsi informasi digital. Dakwahnya mengajak audiens bukan hanya memahami agama secara kognitif, tetapi

merasakannya secara eksistensial sebagai energi penyucian hati, penumbuh adab, dan penguat hubungan dengan Allah di tengah derasnya arus teknologi modern.

5. Tantangan Dalam Dakwah Digital

Tantangan dakwah Islam di era digital saat ini jauh lebih kompleks dibandingkan masa-masa sebelumnya, terutama dalam upaya membentuk perilaku dan akhlak umat yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis. Salah satu faktor utama yang menyebabkan kompleksitas tersebut adalah pesatnya perkembangan teknologi, khususnya media sosial. Platform digital memungkinkan informasi menyebar dengan cepat tanpa filter nilai, sehingga memudahkan seseorang untuk melakukan perilaku negatif seperti bergosip, mencela, atau bahkan mencemarkan nama baik orang lain secara terbuka. Fenomena ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang melarang perbuatan ghibah dan fitnah sebagaimana QS. Al-Hujurat: 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.” (Departemen Agama RI, 2010)

Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana edukasi digital bagi umat agar menggunakan media sosial secara positif dan bertanggung jawab. Dakwah perlu diarahkan untuk mendorong umat Islam agar menghindari tindakan seperti mengumbar aib pribadi maupun orang lain di ruang digital, serta mengedepankan etika komunikasi yang santun dan beradab sesuai nilai-nilai Islam (Nikmah, 2020).

Selain itu, dakwah digital juga menuntut tersedianya sumber daya yang memadai, baik dari segi teknis maupun personal. Produksi konten dakwah yang menarik membutuhkan perangkat seperti kamera berkualitas, pencahayaan yang baik, serta tim produksi dan editing yang profesional agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan visualnya menarik bagi audiens digital. Tak kalah penting, kolaborasi menjadi kunci dalam memperluas jangkauan dakwah. Dalam hal ini, kolaborasi

dengan para dai muda atau influencer Muslim yang memiliki kedekatan dengan karakter generasi saat ini menjadi strategi penting (Pro You Channel, 2022). Kolaborasi semacam ini bertujuan agar pesan-pesan keislaman yang disampaikan tidak hanya bernilai secara substansi, tetapi juga relevan, komunikatif, dan mudah diterima oleh masyarakat luas, khususnya generasi digital.

C. Relevansi Dakwah Ustaz Salim A. Fillah Pada Era Digital

Ustaz Salim A. Fillah merupakan salah satu tokoh yang relevan dalam konteks dakwah digital kontemporer. Gagasan dan pendekatan dakwah Ustaz Salim A. Fillah tidak hanya mengandalkan retorika semata, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai keislaman yang mendalam dengan sensitivitas sosial serta pemahaman terhadap karakteristik generasi digital. Pemikiran Ustaz Salim A. Fillah mencerminkan sebuah model dakwah yang tidak hanya berorientasi pada transmisi pesan keagamaan, melainkan juga pada pembentukan karakter dan pembinaan akhlak umat. Hal ini dilakukan melalui pendekatan yang santun, berbasis keilmuan, dan mengedepankan nilai-nilai spiritual, sehingga dakwah yang disampaikan menjadi lebih kontekstual (Ali & Marasabessy, 2025) dan mudah diterima oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda. Bagi para pendakwah muda, pemikiran Ustaz Salim A. Fillah dapat dijadikan referensi strategis dan praktis.

Pendekatan Ustaz Salim A. Fillah yang naratif, reflektif, dan bernuansa sejarah Islam menjadikan dakwah terasa lebih dalam dan tidak instan. Dalam konteks media digital, dai muda perlu mempelajari bagaimana Ustaz Salim menyampaikan pesan secara elegan, menyentuh sisi emosional audiens, tanpa mengorbankan kedalaman materi. Ini sangat penting mengingat tantangan di era digital yang mengedepankan konten cepat saji dan instan. Pendakwah muda perlu menyeimbangkan antara nilai estetika penyampaian dan keotentikan isi, sebagaimana dicontohkan oleh Ustaz Salim.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa pendekatan dakwah digital Ustaz Salim A. Fillah mengedepankan keseimbangan antara substansi keislaman, etika komunikasi, dan

kedalaman spiritual. Temuan utama dari studi ini adalah model dakwah Ustaz Salim A. Fillah yang holistik dan kontekstual, mencakup tiga dimensi utama yaitu etika, media, dan spiritualitas. Tidak seperti pendekatan dakwah digital yang cenderung bersifat instan dan dangkal, Ustaz Salim mengusung gaya dakwah yang naratif, reflektif, dan menyentuh aspek emosional audiens, namun tetap menjaga kekayaan isi dan adab keilmuan. Temuan ini didukung oleh observasi atas konten dakwah Ustaz Salim A. Fillah yang tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara informatif, tetapi juga secara mendalam memformulasikan pesan-pesan ruhani, nilai ukhuwah, dan adab dalam komunikasi publik digital. Ustaz Salim A. Fillah juga berhasil menerapkan pendekatan pelayanan dan pemberdayaan umat melalui program digital yang partisipatif.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur dakwah digital dengan menambahkan perspektif integratif yang menggabungkan aspek nilai, media, dan spiritualitas secara utuh. Implikasi dari temuan ini membuka ruang bagi perumusan model dakwah digital beretika yang dapat diterapkan oleh para dai muda dalam menjawab tantangan kontemporer. Namun, keterbatasan studi ini terletak pada pendekatan kualitatif deskriptif yang hanya bersumber pada observasi media dan studi pustaka, tanpa melibatkan wawancara langsung dengan subjek utama atau audiens dakwah. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan triangulasi data dan metode campuran (*mixed methods*), agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan representatif. Secara praktis, pendakwah digital masa kini perlu meneladani prinsip dakwah Ustaz Salim dalam mengutamakan adab, keilmuan, dan kesadaran ruhani sebagai fondasi utama dalam menyampaikan pesan Islam melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2020). Etika Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 50–65.
- 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>
- Akbar, M. F., Ati, H. D. L., & Sukarson, A. (2024). Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kalangan Milenial Dan Gen Z. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 52–57. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i1.1594>

- Alfi, A. M., Febriasari, A., & Azka, J. N. (2023). Transformasi Pendidikan Agama Islam Melalui Teknologi. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(4), 511–522.
- Ali, M., & Marasabessy, F. (2025). *Revitalisasi Metode Dakwah Bil H̄ āl Sebagai Pendekatan Strategis Dalam Pembinaan Karakter Mahasiswa Muslim di Era Digital*. 1336–1346.
- Amal, K. (2021a). *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A . Fillah. 1*, 114–126.
- Amal, K. (2021b). Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (JASIKA)*, 1(2), 114–126. <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.9>
- Artis, A., & Bayu, M. (2025). Perbedaan Gaya Komunikasi Antar Generasi: Tinjauan Teoritis Tentang Interaksi Gen Z Dan Baby Boomers Dalam Kont
- Artis, A., & Bayu, M. (2025). Perbedaan Gaya Komunikasi Antar Generasi: Tinjauan Teoritis Tentang Interaksi Gen Z Dan Baby Boomers Dalam Konteks. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 11(4), 165–174.
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni. *Jurnal An-Nida*, 17(1), 15–26.
- Dakwah, K., & Fitria, R. (2019). Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam. *Jurnal Ilmkyah Syiar*, 19(02), 224–234.
- Darwin, Maulidin, S., & Muamalah, H. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar. *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies*, 2(3), 27–39.
- Daud, R. F., Komunikasi, I., Kotabumi, U. M., & Utara, L. (2021). Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 252–269. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.7539>
- Departemen Agama RI. (2010). *al-Qur'an dan Terjemahnya*. MQS Publishing.
- Kurniawan, D., & Kurniawan, D. (2018). *KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISM- RESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN LASWELL COMMUNICATION MODEL AND STIMULUS- ORGANISM-RESPONSE FOR CREATNG FUN LEARNING. 2*, 60–68.
- Mastori, M., & Islamy, A. (2021). Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.32923/kpi.v1i1.1810>
- Merdeka, M., & Amaliyah, A. (2024). Pengembangan Spiritualitas melalui Dakwah Majelis Dzikir An Nawawi Cilenggang. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 213–222. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v4i2.828>
- Mukoyimah mukoyimah, Ruhang, & Qoidatus Syariah. (2023). Media Literacy Among

- Santri Students Efforts to Build Originality and Credibility of Citizen Journalism. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 3(2), 124–135. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v3i2.2160>
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial. *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279.
- Religiusitas, M., & Desa, M. (2025). *Journal of Da'wah and*. 5(1), 92–113.
- Subhi, S. & M. R. (2025). *Model Bimbingan Islami Melalui Kegiatan Tahlilan Untuk Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Desa Rowolaku*. 5(1), 92–113.
- Tasruddin, R., & Penelitian, A. (2025). Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial : *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872–881. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Virtual, D., Generasi, Z., & Beragama, M. (2021). *Journal Of Da ' wah and Communication*. 1(2), 171–188.