

STRATEGI PERENCANAAN DAKWAH BERBASIS TEKNOLOGI: MEWUJUDKAN DAKWAH YANG EFEKTIF DI ERA DIGITAL

Hespirawati¹, Mahmuddin²

Dirasah Islamiyah Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri alauddin Makassar,
Indonesia

E-mail: [hespirawati@gmail.com](mailto:hesperawati@gmail.com)¹, mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara dakwah disampaikan kepada masyarakat. Dakwah yang sebelumnya bersifat konvensional kini berkembang menjadi lebih fleksibel, cepat, dan luas jangkauannya melalui media sosial dan platform digital lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perencanaan dakwah berbasis teknologi yang mencakup elemen-elemen kunci seperti pemanfaatan media sosial, kreativitas konten, dan interaktivitas dengan audiens. Selain itu, penelitian ini mengkaji bagaimana pendakwah memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan dakwah serta mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi literatur, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kompetensi digital pendakwah, strategi komunikasi yang adaptif, serta kemampuan menghadapi tantangan disinformasi dan resistensi terhadap perubahan.

Kata kunci

Strategi, Dakwah, Era Digital

ABSTRACT

The development of digital technology has significantly transformed how Islamic preaching (da'wah) is delivered to the public. Previously conventional, da'wah has now evolved to be more flexible, fast, and far-reaching through social media and various digital platforms. This study aims to analyze the strategic planning of technology-based da'wah, focusing on key elements such as the use of social media, content creativity, and interactivity with the audience. Additionally, the research explores how preachers utilize digital platforms to expand their reach and identifies major challenges faced during implementation. Using a qualitative approach and literature review, the findings reveal that the success of digital da'wah is strongly influenced by the preacher's digital literacy, adaptive communication strategies, and the ability to address misinformation and resistance to change.

Keywords

Strategy, Da'wah, Digital Era

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak revolusioner dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik penyebaran ajaran agama islam. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memungkinkan dakwah dilakukan tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, melainkan dapat menjangkau audiens global secara instan melalui berbagai platform digital.

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak revolusioner dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik penyebaran ajaran agama islam. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memungkinkan dakwah

dilakukan tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, melainkan dapat menjangkau audiens global secara instan melalui berbagai platform digital.

Hal ini membuka peluang besar bagi pendakwah untuk menyampaikan risalah islam dengan cara yang lebih dinamis, responsive, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Namun transformasi ini juga menimbulkan tantangan serius yang menuntut pembaharuan strategi dakwah. Terlebih lagi generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial menuntut pendekatan dakwah yang tidak hanya bersifat informative, tetapi juga komunikatif, kreatif dan kontekstual. Oleh karena itu, strategi perencanaan dakwah berbasis teknologi perlu dirancang agar dapat menjawab kebutuhan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai inti islam (Nasrullah, 2022).

Komunikasi dakwah kini tidak lagi cukup dengan cara-cara konvensional. Perkembangan zaman dan era yang sudah modern, teknologi yang kian cepat menuntut penyesuaian (Retna Dwi Estuningtyas, 2021). Platform-platform ini menyediakan ruang interaktif untuk berdialog, berdiskusi dan menyampaikan pesan keislaman melalui konten yang lebih menarik dan relevan. Pendakwah mampu memahami algoritma media, perilaku audiens digital, serta teknik desain konten memiliki keunggulan dalam menyebarkan nilai-nilai islam secara luas (Hidayatullah, 2024).

Disinilah pentingnya perencanaan yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis dengan mempertimbangkan aspek sosial, psikologis dan budaya digital. Disisi lain, penggunaan teknologi dalam dakwah juga menghadirkan resiko disinformasi, pemelintiran ajaran agama hingga praktik radikalisasi berbasis digital. Oleh karena itu, pendakwah era digital harus dibekali dengan kompetensi digital, wawasan sosiologis, serta sikap kritis agar mampu mengelola pesan dakwah secara tepat dan bertanggungjawab.

Dengan mempertimbangkan realitas tersebut, penting bagi dunia akademik dan praktisi dakwah untuk mengembangkan model perencanaan dakwah yang berbasis teknologi dan berbasis riset. Sehingga artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi elemen-elemen kunci dari strategi dakwah digital, menganalisis tantangan implementasi, serta memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan acuan dalam menyusun strategi dakwah yang efektif di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (library research) sebagai metode utama dalam menggali dan menganalisis data. Studi kepustakaan dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengumpulan, penelaahan, dan interpretasi informasi yang telah tersedia dalam berbagai sumber literature, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap konsep dan teori yang telah berkembang.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti secara sistematis menelusuri berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian. Data yang dikumpulkan berasal dari literature yang bersifat akademik dan terpercaya, baik dari perpustakaan fisik maupun sumber digital. Kriteria pemilihan sumber didasarkan pada relevansi terhadap topik, kemuktahiran informasi, serta kualitas akademik dari penulis dan penerbit. Data tersebut kemudian diklasifikasikan dan dianalisis untuk menemukan pola, konsep, dan strategi yang dapat mendukung argumentasi penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi, yang dilakukan dengan menelaah secara mendalam isi dari literature yang dikumpulkan.

Dengan mengidentifikasi tema-tema utama, membandingkan pandangan berbagai penulis, serta menyusun sintesis dari hasil bacaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Elemen Kunci Perencanaan Dakwah Berbasis Teknologi

a. Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial telah menjadi medium paling dominan dalam kehidupan masyarakat digital. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok dan Youtube bukan hanya sarana hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga ruang public baru untuk diskursus keagamaan. Pendakwah yang memanfaatkan media sosial secara optimal dapat menjangkau audiens lintas usia, budaya dan bahkan lintas Negara. Dalam konteks ini, kehadiran digital pendakwah sangat penting untuk menciptakan visibilitas pesan dakwah yang berkelanjutan dan dapat diterima oleh khalayak luas (Surbakti, 2023).

Namun, pemanfaatan media sosial dalam dakwah tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Setiap platform memiliki karakteristik, algoritma, dan gaya komunikasi yang berbeda. TikTok, misalnya, lebih efektif untuk konten video singkat dengan audio yang menarik, sementara YouTube cocok untuk ceramah panjang yang mendalam. Pendakwah perlu mempelajari bagaimana algoritma bekerja, waktu terbaik untuk mengunggah konten, dan bagaimana menjaga konsistensi agar akun dakwah tetap muncul di beranda pengikut. Hal ini membutuhkan kombinasi antara ilmu komunikasi, pemahaman tren digital, serta kesadaran terhadap etika Islam dalam penyampaian pesan.

Lebih dari itu, media sosial dapat digunakan untuk memperkuat personal branding dai. Citra dai yang ramah, solutif, dan terbuka terhadap dialog akan lebih mudah diterima di ruang digital yang sangat plural dan penuh tantangan. Strategi ini dapat memperluas pengaruh dakwah sekaligus menumbuhkan kepercayaan publik. Dengan demikian, dakwah digital bukan hanya soal menyebar konten, tetapi membangun relasi spiritual antara dai dan jamaah dalam bentuk yang lebih cair dan inklusif.

b. Kreativitas Konten

Kreativitas dalam menyusun dan menyampaikan konten merupakan inti dari keberhasilan dakwah digital. Audiens digital saat ini memiliki rentang perhatian yang sangat singkat dan lebih menyukai konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur, inspiratif, dan mudah dibagikan. Oleh karena itu, dakwah yang hanya berisi teks panjang atau kutipan tanpa visualisasi cenderung diabaikan. Dai harus mampu meramu pesan dakwah menjadi bentuk yang ringan namun tetap bernas, misalnya melalui sketsa komedi Islami, narasi inspiratif, atau storytelling berbasis pengalaman nyata (Mubarok, Sari, 2020).

Contohnya dalam Instagram Ustadz Sahar Alfatahar menggunakan pendekatan storytelling dalam kontennya, mengaitkan tema keislamandengan realitas kehidupan sehari-hari. Strategi ini menjadikan dakwah terasa lebih personal dan membumi di mata pengikutnya. Ia juga menyesuaikan tone dan gaya bahasa agar lebih santai, tanpa mengurangi nilai edukatif dari pesan yang disampaikan (Nadhifah Nada, 2023).

Visualisasi pesan juga memainkan peran penting. Penggunaan grafis, animasi, infografis, dan desain yang menarik dapat meningkatkan pemahaman sekaligus daya tarik pesan. Misalnya, penjelasan tentang rukun iman atau fiqh muamalah dapat dikemas dalam bentuk motion graphic berdurasi satu menit yang memudahkan pemahaman dan viral di media sosial. Dalam hal ini, kolaborasi antara dai dengan

konten kreator, editor video, dan desainer grafis menjadi sangat relevan dan diperlukan untuk menjaga kualitas konten dakwah digital

Kualitas konten yang baik, konsistensi dalam pengunggahan, dan penggunaan hastag yang tepat adalah kunci untuk mencapai jangkauan yang lebih luas. Selain itu, analisis dan evaluasi yang berkelanjutan merupakan elemen penting untuk memahami efektivitas konten dan memperbaiki strategi yang ada.

c. Interaktivitas

Interaktivitas adalah fondasi utama dari keberhasilan dakwah berbasis teknologi. Tidak seperti model dakwah tradisional yang cenderung satu arah, media digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang bersifat realtime. Pendakwah kini dapat menerima respons, pertanyaan, bahkan kritik dari audiens melalui komentar, direct message, atau siaran langsung. Hal ini memberi ruang bagi dialog, klarifikasi, serta penyampaian dakwah yang lebih kontekstual sesuai kebutuhan audiens (Nasrullah, 2022).

Interaktivitas ini juga mendorong munculnya komunitas dakwah digital, tempat para pengikut saling berbagi pengalaman keislaman, berdiskusi, hingga saling memotivasi dalam beragama. Fitur seperti grup WhatsApp, Telegram, hingga forum Facebook dapat digunakan untuk mengelola komunitas dakwah yang solid dan aktif. Komunitas ini dapat menjadi tempat binaan keagamaan yang lebih fleksibel dan terbuka bagi generasi muda yang enggan hadir dalam majelis fisik, tetapi tetap haus akan ilmu dan bimbingan spiritual.

Selain mempererat hubungan antara pendakwah dan audiens, interaktivitas juga berperan dalam meningkatkan kredibilitas dai. Respons cepat terhadap pertanyaan jamaah, sikap terbuka dalam berdiskusi, serta kemampuan menjawab isu kontemporer secara ilmiah akan membentuk kepercayaan publik terhadap pendakwah. Dalam jangka panjang, ini akan memperkuat otoritas keilmuan dai serta menjadikan dakwah digital sebagai sarana pembinaan umat yang berkelanjutan dan berdampak luas.

3. 2 Cara Pendakwah Memanfaatkan Media Sosial dan Platform Digital

Pemanfaatan media sosial oleh pendakwah bukan sekadar mengunggah konten dakwah secara rutin, tetapi memerlukan pendekatan strategis yang mencakup pemahaman terhadap karakteristik tiap platform digital. Setiap media sosial memiliki gaya komunikasi, segmentasi pengguna, dan keunikan algoritma tersendiri. Misalnya, Instagram sangat efektif untuk dakwah visual seperti kutipan ayat dalam desain grafis, reels motivasi singkat, atau konten story yang interaktif. Sementara YouTube cocok digunakan untuk ceramah panjang, kajian rutin, atau konten edukatif yang membutuhkan penjelasan mendalam (Nasrullah, 2022).

Pendakwah yang ingin menjangkau audiens lebih luas harus melakukan personal branding yang kuat dan konsisten. Branding ini mencakup gaya bicara, pilihan topik, bahasa tubuh, hingga tone suara yang mencerminkan karakter Islami yang ramah dan solutif. Ketika seorang dai dikenal karena gaya dakwahnya yang inspiratif, ringan, dan aplikatif, audiens cenderung akan lebih loyal dan menyebarkan kontennya secara sukarela. Ini juga membuka peluang viralitas dan daya jangkauan yang lebih luas. (Surbakti, 2023).

Selain itu, integrasi lintas platform juga menjadi strategi yang sangat efektif. Misalnya, potongan video ceramah dari YouTube dapat diunggah ulang dalam format lebih pendek ke TikTok atau Instagram Reels. Dari situ, audiens diarahkan ke kanal utama untuk menyimak versi lengkapnya. Teknik ini memperluas jangkauan karena menjangkau pengguna dari berbagai ekosistem digital. Pendakwah juga dapat

menggunakan fitur tautan seperti Linktree agar pengikut media sosial dapat mengakses semua platform dakwah dari satu tautan yang sederhana dan ringkas.

Tidak kalah penting adalah analisis data audiens (audience insights). Hampir semua platform kini menyediakan statistik keterlibatan (engagement), waktu aktif audiens, usia, dan wilayah geografis pengguna. Pendakwah yang memanfaatkan data ini dapat merancang konten berdasarkan kebutuhan riil audiensnya. Misalnya, jika mayoritas audiens aktif pada malam hari, maka konten sebaiknya diunggah sekitar waktu tersebut agar menjangkau lebih banyak orang. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital yang sukses tidak hanya mengandalkan niat baik, tetapi juga membutuhkan kemampuan teknis dan pendekatan berbasis data (Mubarok, Sari, 2020).

Lebih lanjut, interaksi aktif dengan audiens juga menjadi kunci dalam memperluas jangkauan dakwah. Pendakwah dapat menyapa pengikutnya melalui kolom komentar, menjawab pertanyaan melalui sesi Q&A di Instagram Story, atau mengadakan siaran langsung (live) secara rutin. Aktivitas ini membangun kedekatan emosional dan memperkuat komunitas dakwah digital. Ketika audiens merasa diperhatikan, mereka cenderung lebih terlibat dan membantu menyebarkan konten secara sukarela. Di era algoritma digital yang menekankan keterlibatan pengguna, aktivitas interaktif semacam ini sangat berperan dalam menaikkan visibilitas pesan dakwah.

3.3 Tantangan Yang Dihadapi Dalam Implementasi Strategi Dakwah Berbasis Teknologi

a. Kurangnya Keterampilan Digital

Salah satu hambatan utama dalam implementasi dakwah berbasis teknologi adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pendakwah. Banyak dai yang mahir dalam menyampaikan ilmu agama secara langsung, namun belum terbiasa dengan penggunaan perangkat digital, aplikasi editing, atau manajemen media sosial. Hal ini menyebabkan dakwah digital tidak berjalan maksimal, bahkan sering kali menghasilkan konten seadanya yang kurang menarik secara visual dan tidak sesuai dengan selera pengguna media digital modern (Hidayatullah, 2024)

Keterbatasan keterampilan ini juga menyulitkan dai untuk beradaptasi dengan algoritma dan logika distribusi konten media sosial. Padahal, algoritma menentukan seberapa jauh dan seberapa banyak konten dakwah dapat dilihat oleh audiens. Jika pendakwah tidak memahami cara kerja algoritma platform seperti TikTok atau YouTube, maka potensi pesan dakwah untuk menjangkau audiens luas akan sangat terbatas. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan literasi digital secara terstruktur bagi para dai agar mereka mampu menguasai aspek teknis komunikasi modern (Nasrullah, 2022).

b. Resistensi Terhadap Perubahan

Tantangan lainnya adalah resistensi dari sebagian kalangan terhadap penggunaan teknologi dalam dakwah. Masih banyak yang beranggapan bahwa media sosial merupakan medium duniawi yang tidak cocok dijadikan sarana dakwah. Ada pula yang menilai bahwa pendekatan visual atau konten singkat seperti yang digunakan di TikTok mengurangi kedalaman makna dan nilai spiritual dakwah. Akibatnya, sebagian pendakwah dan lembaga dakwah enggan berinovasi dan tetap bertahan pada model dakwah konvensional (Al Kahfi, 2024).

Resistensi ini sering kali berasal dari kekhawatiran bahwa penyederhanaan dakwah dapat menimbulkan pemahaman yang dangkal terhadap ajaran Islam. Kekhawatiran ini tentu wajar, namun perlu diluruskan bahwa teknologi hanyalah alat, sementara pesan yang disampaikan tetap dapat dijaga kedalamannya dengan strategi penyampaian yang tepat. Justru dengan tidak hadirnya dakwah yang kredibel di ruang

digital, kekosongan itu akan diisi oleh konten keagamaan yang tidak otoritatif dan bisa menyesatkan public.

Penting untuk menyadarkan para pendakwah bahwa perubahan metode bukanlah bentuk kompromi terhadap ajaran, melainkan ijtihad untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Sejarah Islam sendiri mencatat bahwa para ulama klasik menggunakan media pada zamannya seperti manuskrip, syair, dan mimbar sebagai sarana dakwah. Maka, di era digital, penggunaan media sosial dan teknologi seharusnya dilihat sebagai kelanjutan dari tradisi dakwah yang progresif dan dinamis.

c. Penyebaran Informasi Tidak Akurat

Era digital menghadirkan kemudahan dalam distribusi informasi, namun di sisi lain juga membuka peluang besar bagi penyebaran hoaks, misinformasi, dan konten keagamaan yang tidak akurat. Banyak pengguna media sosial yang menyebarkan kutipan ayat atau hadis tanpa verifikasi sanad dan konteksnya. Bahkan, tak jarang muncul "ustaz instan" yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama tetapi memiliki jutaan pengikut. Fenomena ini sangat membahayakan karena dapat menciptakan pemahaman agama yang sempit dan menyimpang.

Konten keagamaan yang provokatif atau bersifat takfiri juga sangat mudah viral di media sosial. Algoritma digital cenderung mempromosikan konten yang memicu emosi dan keterlibatan tinggi, meskipun isinya tidak sesuai dengan prinsip moderasi Islam. Pendakwah yang otoritatif sering kali kalah pamor karena kontennya dianggap "tidak menghibur" atau "tidak bombastis".

Maka dari itu, tantangan besar dakwah digital adalah bagaimana menciptakan konten yang berkualitas, menarik, dan tetap menjaga integritas ilmiah serta etika komunikasi Islam. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan kolaborasi antara pendakwah, akademisi, dan ahli media untuk memproduksi konten dakwah yang informatif sekaligus menarik secara estetika. Di samping itu, lembaga keagamaan dan pemerintah juga perlu berperan aktif dalam membangun sistem kurasi dan edukasi digital agar masyarakat mampu memilah konten yang benar dan valid. Dengan pendekatan ini, dakwah digital tidak hanya menjadi alat penyebaran ajaran Islam, tetapi juga benteng dari penyimpangan informasi yang mengancam pemahaman umat.

4. KESIMPULAN

Perencanaan dakwah berbasis teknologi yang efektif sangat bergantung pada tiga elemen kunci utama, yaitu: pemanfaatan media sosial, kreativitas dalam konten, dan interaktivitas dengan audiens. Media sosial menjadi ruang baru dakwah yang luas dan cepat, memungkinkan pendakwah menjangkau publik lintas batas dan generasi. Kreativitas dalam menyusun konten dakwah yang relevan, menarik, dan kontekstual menjadi daya tarik tersendiri yang mampu memikat audiens digital yang memiliki karakteristik visual dan instan. Sementara itu, interaktivitas tidak hanya menciptakan kedekatan emosional, tetapi juga membentuk komunitas dakwah yang aktif dan partisipatif, menjadikan dakwah sebagai proses dialogis, bukan sekadar penyampaian satu arah.

Pendakwah dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya secara strategis dengan memahami karakteristik masing-masing platform, membangun personal branding yang kuat, serta mengelola konten lintas platform secara terintegrasi. Selain itu, analisis terhadap data audiens memungkinkan pendakwah menyusun strategi konten yang lebih tepat sasaran dan berdampak luas. Aktivitas interaktif seperti live streaming, sesi tanya jawab, dan respons terhadap komentar juga berperan penting

dalam membangun keterlibatan dan loyalitas audiens. Dengan pendekatan yang sistematis, digitalisasi dakwah dapat memperluas jangkauan syiar Islam sekaligus memperkuat hubungan antara dai dan masyarakat dalam ruang virtual.

Implementasi strategi dakwah digital menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi teknologi di kalangan pendakwah, adanya resistensi terhadap pendekatan modern, serta meningkatnya penyebaran informasi keagamaan yang tidak akurat. Keterbatasan teknis dan keengganan beradaptasi dengan perubahan zaman menghambat efektivitas penyampaian pesan dakwah. Selain itu, tanpa pengawasan dan literasi media yang memadai, ruang digital dapat dipenuhi oleh narasi keislaman yang menyesatkan dan memecah belah umat. Oleh karena itu, tantangan-tantangan ini perlu diatasi melalui pelatihan kompetensi digital, edukasi publik tentang etika dakwah di dunia maya, serta kolaborasi antarlembaga untuk mengawal dakwah yang sehat, moderat, dan kredibel di ranah digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Al Kahfi. Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology-Based Da'wah Management. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol, 9. No. 2, 2024.
- Estuningtyas, Retna Dwi. "Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi", Vol. 2, No. 1, 2021. *Jurnal Muttaqien*
- Hidayatullah. Strategi Literasi Dakwah Islam di Era Post-Truth dan Disrupsi Digital. *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol, 8, No. 1, 2024.
- Ibad, M, Nashoihul, " Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok Tantangan dan Peluang", *Al-Qudwah; Jurnal Of Islamic Broadcasting and Communication*, Vol. 1, No. 2.
- Mubarak, M.Z., & Sari, R.D. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 1, 2020
- Nadhifah, Nada. "Strategi Kreatif Content Creator Muslim (Studi Tentang Konten Dakwah Pada Akun Instagram @alfatahar_", Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2023.
- Nasrullah. *Komunikasi Digital: Perspektif Teoritis dan Praktis dalam Era Jaringan*. Jakarta: Kencana, 2022.
- Rahman Santoso, B., & Zulfatul Jannah A. Technology-Based Da'wah Method in Rural Communities: Study of the Delivery of Islamic Teachings at the Jamiatul Muslimin Mosque Lamongan, Vol. 7, No. 2, 2023. Bayan Lin Naas,
- Surbakti, M.F.A., Mutiawati., & Ritonga, H.J. Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital. *Jurnal Al-DYAS*, Vol. 2, No. 2, 2023