

Gaya Dakwah Digital Gus Kautsar Pada Kajian Irsyadul ‘Ibad Di Youtube Terasgubuk

Abiidah Nafisa Fiqriyah dan Luluk Fikri Zuhriyah
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: nafisaabiidah57@gmail.com dan lulukfikri@uinsa.ac.id

Abstract

This study discusses Gus Kautsar's communication style in the routine study of the Irsyadul 'Ibad book delivered through the Terasgubuk YouTube channel on February 7, 2025. In the digital era, social media is currently an important space for delivering Islamic preaching. But not all preachers can adjust or align the way they deliver their preaching with the characteristics of digital audiences who tend to like relevant, reflective and communicative content. Gus Kautsar is one of the preachers who uses a unique and down-to-earth approach, he uses everyday language mixed between Indonesian and Javanese, and delivers the contents of classical books with a light but meaningful style of speech by utilizing the YouTube platform. The research method used is descriptive qualitative with discourse analysis to study the verbal and nonverbal styles used. Gus Kautsar not only delivers material informatively, but also touches on the emotional and spiritual aspects of the audience. His calm demeanor, true stories, and imaginary dialogue techniques make his preaching more alive and he and the audience can be closer. This study clearly proves that the success of digital preaching is greatly influenced by the ability to communicate empathetically, contextually, and humanely. This kind of preaching model is very relevant amidst the dynamics of modern society that thirsts for sincerity and meaning in religious messages.

Keywords: *Communication Style, Digital Da'wah, Youtube*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai gaya komunikasi Gus Kautsar dalam pengajian rutin kitab *Irsyadul 'Ibad* yang disampaikan melalui channel YouTube *Terasgubuk* pada 7 februari 2025. Di era digital, media sosial saat ini menjadi ruang penting bagi penyampaian dakwah Islam. Tapi tidak semua semua da'I bisa menyesuaikan atau menyelaraskan cara penyampaian dakwah dengan karakteristik audiens digital yang cenderung menyukai konten relevan, reflektif dan komunikatif. Gus Kautsar adalah salah satu pendakwah yang menggunakan pendekatan dengan cara unik dan bumi, beliau menggunakan bahasa sehari-hari campuran antara bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa, serta penyampaian isi kitab klasik dengan gaya tutur bahasa yang ringan namun penuh makna dengan memanfaatkan platform Youtube. Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan analisis wacana untuk mempelajari gaya verbal dan nonverbal yang dipergunakan. Gus Kautsar bukan hanya menyampaikan materi secara informatif, tapi juga menyentuh aspek emosional dan spiritual audiens. Pembawaan yang tenang, kisah-

kisah nyata, serta teknik dialog iamjiner menjadikan dakwah beliau lebih hidup dan antara beliau dengan penonton bisa lebih dekat. Kajian ini membuktikan secara jelas jika keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi yang empatik, kontekstual, manusiawi. Model dakwah yang seperti ini sangatlah relevan di tengah dinamika masyarakat modern yang haus akan ketulusan dan makna dalam pesan keagamaan.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Dakwah Digital, Youtube.

A. PENDAHULUAN

Dakwah adalah proses penyampaian pesan ajaran agama Islam yang tidak hanya sekedar menyampaikan ilmu, namun juga mengarah pada aspek psikologi dan emosional umat di era digital seperti sekarang ini perkembangan media komunikasi turut mengubah cara penyampaian dakwah yang dilakukan. Karena pada hakikatnya, dakwah adalah upaya mengajak manusia untuk semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT, menjalankan ajaran Islam, dan membentuk kehidupan sosial yang lebih baik. Tapi dengan seiringnya waktu dan berkembangnya zaman Khususnya di era digital saat ini dakwah mengalami transformasi signifikan, baik dari segi media, metode maupun audiens yang dituju.¹

Media komunikasi di era digital telah mengalami berbagai macam perubahan yang cukup signifikan. Munculnya internet, smartphone dan berbagai platform media menimbulkan adanya lanskap baru dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan. Dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah di masjid, majelis taklim atau mimbar-mimbat tradisional, tapi telah merambah ke ranah digital yang lebih luas. Fenomena ini menciptakan gelombang baru dalam dunia dakwah yang lebih fleksibel, interaktif dan mampu menjangkau audiens lintas usia, latar belakang, dan wilayah geografis.²

Selain sebagai tempat penyampaian dakwah, adanya media sosial juga membangun identitas baru para pendakwah yang nantinya menjadi public figure dengan pengaruh besar. Salah satunya adalah YouTube, YouTube merupakan media sosial yang sangat populer dan merupakan platform berbagi video terbesar di dunia yang dimana memungkinkan penggunanya untuk membuat atau membagikan video menarik kepada masyarakat. Banyak sekali kategori konten yang tersedia seperti pendidikan, musik, olahraga, hiburan serta dakwah. Jadi tidak heran jika di jaman sekarang media sosial menjadi media alternative untuk para Da'I menyampaikan

¹ Ike Widiya Ulfah. (2023). Dakwah Kontemporer dan Media: Spirit Religius Jamaah Sabilu Taubah. *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 3(02), 27–37. <https://doi.org/10.56874/almanaj.v3i02.1582>

² Iskandar, H., & Amanah, B. (2024). *DAKWAH YOUTUBE AGUS MUHAMMAD IQDAM*. 2203, 135–155

dakwahnya. YouTube memiliki keunggulan pada kemampuannya menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi dalam satu kesatuan yang menarik. Selain itu sistem algoritma YouTube yang dapat merekomendasikan konten secara otomatis kepada pengguna yang relevan, menjadikan dakwah digital lebih efektif dalam menjangkau audiens baru.³

Keberadaan media sosial juga memunculkan fenomena baru dalam dunia dakwah, yaitu terbentuknya identitas digital dan personal branding para pendakwah. Mereka nantinya akan dikenal bukan sekedar sebagai ulama atau ustadz, namun sebagai public figure juga yang memiliki daya tarik dan pengaruh besar di dunia maya. Menciptakan relasi yang lebih dekat dan informal antara pendakwah dan juga jamaah. Di sinilah letak kekuatan dakwah digital, kemampuan untuk membangun kedekatan emosional dan interaksi yang bersifat dua arah dengan audiens.⁴

Salah satu tantangan utama adalah persaingan informasi yang tinggi di media sosial, di mana pesan dakwah harus bersaing dengan berbagai konten lainnya untuk mendapatkan perhatian audiens. Selain itu, penyebaran konten yang tidak akurat atau kontroversial juga menjadi tantangan, mengingat media sosial memberikan kebebasan bagi siapa saja untuk menyebarkan informasi tanpa filter yang memadai. Hal ini menuntut para dai atau organisasi dakwah untuk lebih berhati-hati dalam menyajikan pesan-pesan dakwah yang akurat dan terpercaya.⁵

Gus Kautsar adalah salah satu pendakwah yang berhasil memanfaatkan YouTube sebagai media untuk berdakwah yang dikenal dengan *Terasgubuk*. Cara penyampaian beliau yang santai, konten yang relevan, dan juga interaksinya aktif yang mudah berbaur dengan audiensnya, Gus Kautsar yang berasal dari pesantren berhasil menggabungkan pendekatan tradisional dan modern dalam penyampaian

³ 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. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>

⁴ Sholihat, L., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., & Dakwah, F. (n.d.). *PERAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH*

⁵ Agustriani Muzayanah and Yasser Muda Lubis, “Dinamika Dakwah Islam Dalam Era Digital: Kajian Terhadap Strategi Implementasi Dan Tantangan Yang Dihadapi,” *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 4, no. 02 (2023): 161–80, <https://doi.org/10.53678/elmadani.v4i02.1461>.

pesan agama melalui gaya ceramahnya yang konvensional. Salah satu contoh menarik dari pendekatannya adalah kajian kitab *Irsyadul 'Ibad* yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Penelitian ini penting karena memberikan wawasan baru tentang bagaimana media sosial YouTube bisa mendukung dakwah di era digital. Pada penelitian ini memiliki kegunaan teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian dakwah digital Kitab *Irsyadul 'Ibad* dengan fokus pada media sosial, personal branding, dan strategi dakwah. Secara praktis, ini bisa menjadi acuan bagi pendakwah lain dalam memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional keislaman.⁶

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi signifikan bagi kajian dakwah kontemporer, terutama dalam memahami dinamika baru yang muncul di persimpangan antara agama, budaya, dan teknologi digital. Algoritma platform digital dibentuk untuk mempromosikan konten yang relevan dan menarik, sehingga membantu menjangkau audiens baru secara dengan cepat. Selain itu audiens juga berfungsi sebagai agen distribusi konten. Ketika mereka membagikan dan menyekui konten tersebut, secara tidak langsung membantu memperluas jaringan dan popularitas tersebut.⁷

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sebab fokus utamanya adalah mengenai pemahaman dan deskripsi gaya komunikasi Gus Kautsar secara mendalam pada penyampaian dakwah di kanal YouTube *Terasgubuk*. Pendekatan ini sangat tepat digunakan untuk meneliti fenomena sosial yang kompleks, tidak terukur secara numerik serta membutuhkan pemahaman kontekstual. Seperti yang dikatakan oleh Moleong, pendekatan kualitatif

⁶ Nisa, K. (2025). *Transformasi Pendakwah Menjadi Microcelebrity : Studi Kasus Gus Kautsar Ploso Kediri di Media Sosial*. 6(1), 17–37.

⁷ Pradana, B. (2025). *Analisis Model dan Pendekatan Dakwah Kiai Muda di Era Digital*. 04(1), 17–24. <https://doi.org/10.35719/icon.uinkhas.ac>

memungkinkan peneliti mengetahui makna dibalik perilaku atau ucapan yang muncul dalam konteks sosial tertentu.⁸

Sumber utama data dalam penelitian adalah video kajian kitab *Irsyadul 'Ibad*. Video itu dipilih karena menampilkan gaya khas ceramah Gus Kautsar secara lengkap dan menunjukkan ciri khas sebuah pendekatan yang naratif, reflektif dan juga penggunaan bahasa lokal. Peneliti mengamati pada video tersebut secara keseluruhan, mencatat struktur bahasa, gaya tutur, intonasi, serta beberapa elemen nonverbal seperti gesture dan ekspresi wajah.

Dalam menganalisis data ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough. Model ini melihat jika bahasa itu bukan hanya sekedar alat komunikasi, melainkan juga sebagai bentuk praktik sosial yang dipengaruhi oleh kekuasaan dan ideologi. Fairclough menerangkan bahwasannya saat analisis wacana, teks harus dilihat dalam kaitannya dengan produksi, distribusi dan konsumsi di masyarakat.⁹

Selain itu, peneliti juga menganalisis kolom komentar di video tersebut sebagai sumber data tambahan. Komentar dari audiens memberikan gambaran nyata tentang bagaimana pesan dakwah diterima, dipahami serta dirasakan oleh penonton. Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan secara simultan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam beberapa tahun terakhir, para tokoh agama dan Influencer Muslim saat ini semakin memanfaatkan media sosial sebagai wadah atau sarana untuk berdakwah secara luas dan efektif. Melalui platform digital populer seperti YouTube, mereka menyajikan beragam konten keagamaan seperti ceramah, kajian, hingga sesi tanya jawab yang dikemas dengan menarik. Salah satu keunggulan dakwah digital ini adalah kemampuan menjangkau audiens dari berbagai latar

⁸ Lexi J. Moleong. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif/Lexy J.Moleong* (Cet.36). Bandung, : Pt Remaja Rosdakarya., 2017.

⁹ Fairclough, N. (2025). *analisis wacana dan perubahan sosial*. IRCiSoD.

belakang dan wilayah, bahkan lintas negara sekalipun, berkat adanya penerjemahan dalam berbagai bahasa. Hal ini membuka peluang besar untuk menyampaikan pesan Islam kepada khalayak luas.¹⁰

Dakwah sebagai proses penawaran ajaran spiritual muncul dalam bentuk yang beraneka ragam. Keanekaragaman kegiatan dakwah didorong adanya unsur lain yaitu media dakwah. Dalam disiplin ilmu komunikasi, media dipahami sebagai saluran (channel) yang digunakan oleh para pelaku dakwah (sender) baik individu maupun komunal untuk menghantarkan pesan (message) kepada masyarakat (receiver). Dalam kehidupan masyarakat global, aktivitas dakwah ini dapat ditemui di ruang-ruang virtual. Akses seseorang untuk memperoleh informasi religius atau dakwah semakin mudah, terlebih jika orang tersebut memiliki akses ke internet.¹¹

Strategi dakwah digital juga mengandalkan fleksibilitas konten. Para pendakwah biasanya mengunggah ceramah dalam bentuk rekaman agar mudah diakses kapanpun jika dibutuhkan oleh para pengikut. Bukan hanya itu interaksi langsung juga menjadi bagian penting dari pendekatan ini dan menciptakan hubungan dua arah yang lebih dekat dan akrab dan partisipatif, sehingga pesan dakwah terasa lebih hidup dan relevan bagi masyarakat digital.¹²

Salah satu figure yang memanfaatkan pendekatan ini adalah Gus Kautsar. Ulama muda yang memiliki nama lengkap Muhammad Abdurrahman Al Kautsar ini tumbuh dilingkungan Pondok Pesantren tradisional yaitu Pondok Pesantren Al Falah, Ploso, Mojo, Kediri, salah satu pesantren besar di Kediri Jawa Timur. Beliau merupakan putra dari Kh. Nurull Huda Djazuli, tumbuh dalam tradisi Islam yang kuat akan sarat nilai-nilai pesantren.

¹⁰ Janata, "Journal of Da ' Wah," *Journal of Da 'wah* 1, no. 1 (2022): 42–53.

¹¹ Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.

¹² Ibrahim, M. (2022). *Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha Pada Channel Youtube Nu Online*. 1–150. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19209/1/Tesis_2101028004_Malik_Ibrahim.pdf

Sejak kecil beliau mendapatkan pendidikan agama langsung dari sang ayah. Ia tidak mengikuti pendidikan formal umum, namun mendalami berbagai ilmu keislaman melalui kajian kitab kuning dan tradisi pesantren yang begitu kuat. Ilmu inilah yang membentuk karakternya sebagai ulama muda dengan wawasan agama yang luas dan mendalam, sekaligus kemampuan beliau yang adaptif menghadapi tantangan zaman.

Perjalanan dakwah Gus Kautsar dimulai dari kegiatan-kegiatan sederhana, seperti menghadiri acara alumni pesantren. Pada awalnya beliau belum tampil memberikan ceramah, namun seiring berjalannya waktu mulai terbiasa berbicara di depan public. Di tahun 2016, beliau sudah mulai sering mengisi pengajian dalam skala kecil, khususnya di lingkungan alumni pesantren. Berawal dari yang hadir hanya sebagai tamu atau pendamping. Gaya ceramahnya yang terbilang santai dan lugas membuatnya cepat dikenal di luar lingkungan pesantren. pengalaman-pengalaman ini menjadi bekal penting ketika beliau mulai merambah ke dunia digital

Melalui kanal YouTube *Terasgubuk*, Gus Kautsar mulai menyampaikan kajian kitab-kitab klasik seperti *Irsyadul 'Ibad* dengan gaya yang khas; naratif, mudah berbaur, dan menyentuh sisi emosional audiens. Beliau menggunakan campuran bahasa Indonesia dan Jawa dalam penyampaiannya. Dalam kajiannya, Gus kautsar tidak hanya membacakan dan menjelaskan tentang kitab tersebut, tetapi juga mengaitkan isi kitab dengan realita kehidupan sehari-hari. Misalnya, pembahasan mengenai sabar dan syukur sering beliau hubungkan dengan pengalaman masyarakat kecil, seperti buruh, petani atau ibu rumah tangga.

Yang membedakan Gus Kautsar dari pendakwah lain di dunia digital adalah keaslian dan ketulusan. Beliau tidak menggunakan studio mewah atau dengan visual yang canggih. Cukup dengan duduk di ruang sederhana, berbicara dengan tenang dan penuh empati. Justru dengan gaya yang seperti ini menjadi kekuatan, karena mad'u merasa lebih terhubung dan nyaman. bagai sebagian orang, ceramah Gus Kautsar bukan sekedar pelajaran mengenai agama, tapi juga menjadi momen refleksi yang menyentuh hati.

Popularitas Gus Kautsar di media sosial memang terus meningkat, namun ia tidak mengejar ketenaran. Baginya, media sosial hanyalah sarana dakwah, bukan tujuan. Beliau tetap aktif membimbing santri pesantren, sembari terus menebar pesan Islam yang menyejukkan melalui platform digital. Dukungan dari tim media pesantren dan masyarakat yang aktif membagikan kontennya turut mempercepat penyebaran dakwahnya secara organik. Tak berlebihan jika beliau disebut sebagai salah satu *microcelebrity* dalam dunia dakwah digital, seorang ulama muda yang berhasil menjembatani tradisi klasik dengan gaya komunikasi masa kini.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa gayakomunikasi Gus Kautsar memiliki beberapa karakteristik utama :

1. **Naratif dan Emosional** : cerita menjadi sumber utama dalam penyampaian dakwahnya. Beliau menggunakan kisah-kisah sederhana dan personal. Alur cerita mengalir, tidak terburu-buru dan mampu menyentuh sisi emosional penonton
2. **Bahasa lokal dan Sehari-hari** : kombinasi penggunaan bahasa Jawa dan Indonesia yang berhasil menjadikan ceramahnya mudah dipahami dan membangun kedekatan budaya. Hal ini sangat penting, terutama bagi audiens yang merasa lebih tersambung ketika bahasatersebut digunakan
3. **Penyampaian Personal dan Reflektif** : Gus Kautsar tidak berbicara sebagai “guru tahu segalanya”, melainkan menempatkan diri sebagai teman diskusi yang mengajak merenung bersama. Gaya ini menciptakan hubungan dua arah.
4. **Tidak menggurui** : penyampaiannya tidak bersifat menghakimi atau instruktif, melainkan menagajak untuk merenung dan berdiskusi.inilah yang membuat banyak orang merasa nyaman, bahkan oaring yang baru belajar agaman Islam sekalipun.
5. **Kesederhanaan Visual** : menjadi kekuatan tersendiri karena audiens lebih fokus dengan isi di bandingkan distraksi visual.
6. **Konsisten dan Ketulusan** : tetap menjadi pribadi yang sederhana serta fokus pada misi dakwah meskipun beliau mempunyai popularitas yang luar biasa.

Ini terbukti jika keberhasilan dakwah digital bukan hanya tentang seberapa banyak pengikut atau tayangan yang didapatkan. Paling penting adalah

bagaimana seorang pendakwah mampu menyampaikan pesan Islam dengan cara yang tulus, relevan, dan menyentuh hati. Gus Kautsar adalah contoh nyata ketika ilmu, ketulusan dan komunikasi yang baik bersatu, dakwah bisa menjangkau lebih luas dalam memberi dampak nyata di kehidupan masyarakat.¹³

D. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital di era media sosial bukn sekedar ditentukan oleh isi pesan keagamaan, melainkan sangat bergantung pada cara pesan tersebut bisa tersampaikan. Dalam konteks kajian kitab Irsyadul 'Ibad yang di sampaikan oleh Gus Kautsar melalui akun YouTube Terasgubuk, terlihat jelas jika pendekatan komunikasi yang digunakan mampu menjembatani antara teks-teks klasik Islam dengan kehidupan modern para penonton, terutama generasi muda. Dalam kajian tersebut belai sampaikan menjadi contoh konkret bagaimana teks klasik tetap relevan bial komunikasi dengan pendekatan yang kontekstual dan membumi

Gus Kautsar bukan sekedar membacakan kitab atau menyampaikan fatwa dan setelah selesai. Beliau memberikan bumbu-bumbu narasi, membingkai pesan-pesan keislaman dalam bentuk cerita yang akrab, reflesi kehidupan sehari-hari, dan humor yang tidak berlebihan namun bisa terasakan sampai ke hati penonton karena beliau tidak tampil dengan sebuah visual yang megah atau dengan teknologi tinggi.

Penyampaian beliau pun juga tidak bersifat menggurui. Gus Kautsar tidak menempatkan diri sebagai sosok superior di hadapan jamaah, tetapi justru mengajak para Jemaah untuk merenung bersama. Sikap ini menciptakan adanya hubungan dua arah yang bersifat psikologis. Interaksi bukan hanya sekedar pada Jemaah yang datang secara langsung melainkan juga interkasi pada kolom komenar yang menunjukkan bagaimana para penonton merasa di dengar, disapa dan dipahami.

¹³ Ibnu Kasir, & Syahrol Awali. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.

Konsistensi yang beliau lakukan dalam menjaga nilai-nilai pesantren yang dibawa sejak kecil perlu di apresiasi. Meski popularitasnya di media sosial terus meningkat, tidak membuatnya terjebak dalam pola pencitraan atau sensasi yang biasa kebanyakan orang terkenal lakukan. Tapi sebaliknya, menempatkan dakwah sebagai misi bukan sebagai sarana mencari ketenaran. Ini menjadikannya salah satu contoh microcelebrity yang tidak kehilangan ruh keulmaannya.

Dengan semua penjelasan diatas, gaya dakwah Gus Kautsar bisa menjadikan sebuah rujukan penting bagi para dai muda yang ingin berdakwah di media sosial. Keberhasilan menunjukkan bahwa yang dibutuhkan bukan sekedar keahlian teknologi melainkan kepekaan sosial, kedalaman ilmu dan ketulusan dalam menyampaikan pesan. Dakwah digital yang efektif adalah dakwah yang berbicara pada hati manusia dan itulah yang telah dicontohkan oleh Gus Kautsar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fairclough, N. (2025). *analisi wacana dan perubahan sosial*. IRCiSoD.
- Ibnu Kasir, & Syahrol Awali. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Ibrahim, M. (2022). *Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha Pada Channel Youtube Nu Online*. 1–150. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19209/1/Tesis_2101028004_Malik_Ibrahim.pdf
- Iskandar, H., & Amanah, B. (2024). *DAKWAH YOUTUBE AGUS MUHAMMAD IQDAM*. 2203, 135–155.
- Janata. (2022). Journal of Da ' wah. *Journal of Da 'wah*, 1(1), 42–53.
- Lexi J. Moleong. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif/Lexy J.Moleong* (Cet.36). Bandung, : Pt Remaja Rosdakarya., 2017.
- Muzayanah, Agustriani, and Yasser Muda Lubis. “Dinamika Dakwah Islam Dalam Era Digital: Kajian Terhadap Strategi Implementasi Dan Tantangan Yang Dihadapi.” *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 4, no. 02 (2023): 161–80. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v4i02.1461>.
- Nisa, K. (2025). *Transformasi Pendakwah Menjadi Microcelebrity : Studi Kasus Gus Kautsar Ploso Kediri di Media Sosial*. 6(1), 17–37.
- Ummah, Athik Hidayatul. “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara).” *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.
- Pradana, B. (2025). *Analisis Model dan Pendekatan Dakwah Kiai Muda di Era Digital*. 04(1), 17–24. <https://doi.org/10.35719/icon.uinkhas.ac>
- 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. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Sholihat, L., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., & Dakwah, F. (n.d.). *PERAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIGITAL (Studi Pada Channel Youtube Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)*.