

Realitas Dakwah Digital Husain Basyaiban di TikTok dalam Perspektif Paradigma Ilmu Dakwah

Fathimatuz Zuhro, Dhelittya Finaliyani Putri, Zulfatul Mufidah

Institut Al Fithrah Surabaya, UPN Veteran Jawa Timur, Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik
fathimatuzzuhro@alfithrah.ac.id, dhelittya.finaliyani.fisip@upnajatim.ac.id,
zulfatulmufidah76@gmail.com

*Correspondent Author; Email: fathimatuzzuhro@alfithrah.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

23-05-2026

Revised:

11-07-2026

Accepted:

24-08-2026

Keywords

Dakwah; Digital;
Husain Basyaiban;
TikTok; Paradigma

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis realitas dakwah digital Husain Basyaiban di TikTok dalam perspektif paradigma ilmu dakwah. Penelitian dilatarbelakangi oleh banyaknya kajian mengenai Husain Basyaiban yang masih berfokus pada aspek metode, pesan, dan strategi komunikasi dakwah secara parsial, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik dakwah digitalnya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan jenis penelitian meta-sintesis kualitatif. Data penelitian berupa berbagai publikasi ilmiah yang membahas dakwah digital Husain Basyaiban, meliputi artikel jurnal, skripsi, tesis, prosiding, serta dokumen akademik lain yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan, sedangkan analisis data menggunakan Qualitative Content Analysis yang dikembangkan oleh Philipp Mayring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik dakwah digital Husain Basyaiban merepresentasikan empat paradigma ilmu dakwah, yaitu paradigma komunikasi, paradigma transformasi sosial, paradigma pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural. Paradigma komunikasi menjadi dimensi yang paling dominan melalui penggunaan bahasa sederhana, penyampaian dialogis, serta pemanfaatan karakteristik media digital untuk membangun interaksi dengan audiens. Sementara itu, paradigma transformasi sosial dan paradigma kultural tampak melalui upaya membangun kesadaran beragama sekaligus kemampuan mengadaptasi pesan Islam terhadap budaya komunikasi generasi digital. Adapun paradigma pengembangan masyarakat masih belum berkembang secara optimal karena dakwah lebih berorientasi pada peningkatan literasi keagamaan individu dibandingkan pemberdayaan komunitas. Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah digital tidak hanya merupakan proses komunikasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang transformasi sosial dan adaptasi budaya yang perlu dipahami secara integratif melalui paradigma ilmu dakwah.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Introduction

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan Masyarakat. Berkat adanya perkembangan teknologi yang menggunakan basis ICT (*Internet Communication and Technology*) yang pesat membuat model interaksi manusia mulai bergeser menjadi serba digital. Seiring digitalisasi terjadi, model komunikasi berubah ke era media sosial sebagai channel yang digunakan untuk bertukar pesan dan informasi antar manusia. Antarpribadi saling bertukar dan berbagi informasi mengenai dirinya satu sama lain melalui status baik berupa gambar maupun tulisan, video, suara, dan lainnya. Dari update status tersebut kemudian mendapat feedback dari orang lain berupa komentar, likes atau ajakan pertemanan dan pengikut yang baru. Jika banyak yang mengikuti, akan semakin memperluas jaringan komunikasi, pengaruh hingga popularitas. Berdasarkan fakta tersebut, media sosial saat ini menjadi kebutuhan primer karena sangat mudah diakses, tiap orang bisa membuat konten yang mereka inginkan dan bebas dibagikan dimana saja kapan saja. (Febriana Ayu 2021).

Para pengguna media sosial dapat mengakses semuanya dengan cepat, akses cepat ini disebut dengan Viral, faktor ini membuat para da'i mencoba menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan dakwahnya sendiri, media tersebut lebih up-to-date dan dapat diakses serta efektif dibandingkan media dakwah lainnya. (Zuhro and Faishol 2021) Mereka dengan cepat menjadi populer di kalangan masyarakat, misalnya: Gus Miftah, Gus Baha, Husain Basyaiban dan lain-lain. Mereka memiliki saluran media sosial dengan ribuan atau bahkan jutaan pengikut. Penggunaan platform media sosial seperti; TikTok, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube sebenarnya berdampak besar pada reputasi media sosial seorang da'i. (Robby Aditya Putra, Exsan Adde 2023)

Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui majelis taklim, khutbah, maupun ceramah tatap muka, kini berkembang ke ruang digital melalui berbagai platform media sosial. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, melainkan mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas melalui media digital yang mudah diakses oleh berbagai kalangan. Transformasi dakwah ke ruang digital memberikan banyak kemudahan bagi para da'i maupun masyarakat. Seorang pendakwah tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Sementara itu, masyarakat dapat memperoleh materi keagamaan kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan mereka. Kondisi ini menjadikan dakwah semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang akrab dengan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. (Aziz 2004)

Salah satu media sosial yang mengalami perkembangan pesat sebagai sarana penyebaran pesan dakwah adalah TikTok. (Fathimatuz Zuhro, Rohmah Hidayah 2024) Platform ini awalnya dikenal sebagai media hiburan berbasis video pendek, namun dalam perkembangannya telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, termasuk para da'i, sebagai media penyampaian nilai-nilai keislaman. Karakteristik TikTok yang mengedepankan visual, durasi singkat, algoritma personalisasi, serta tingginya tingkat interaksi pengguna menjadikan platform ini sebagai ruang komunikasi dakwah yang efektif, khususnya bagi generasi muda. (Meiliya Cahya Yustina 2022)

Fenomena tersebut melahirkan generasi baru pendakwah yang mampu menyesuaikan cara penyampaian pesan Islam dengan karakteristik masyarakat digital. Keberhasilan adaptasi dakwah di era modern tercermin pada popularitas para pendakwah milenial yang sukses menguasai algoritma media sosial dengan konten yang mudah dipahami.

Salah satu sosok yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah Husain Basyaiban, seorang pendakwah muda yang berhasil memanfaatkan platform video pendek untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif. Konsistensi dalam memproduksi materi yang berkualitas telah membuatnya mendapatkan kepercayaan luas dari jutaan pengikut, sehingga ia kini dikenal sebagai ikon da'i milenial yang sangat berpengaruh. Pada periode tahun 2025, akun dakwah miliknya telah berkembang pesat dengan capaian jutaan dukungan yang menunjukkan bahwa pesan moderat yang disampaikannya sangat diterima oleh lintas generasi. Inovasi penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang digunakannya untuk menjangkau audiens generasi digital native yang cenderung menyukai visual menarik. (Fikri 2026)

Meningkatnya popularitas dakwah digital di TikTok menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang interaksi antara dai dan mad'u. Dalam konteks tersebut, keberhasilan dakwah tidak lagi hanya diukur dari banyaknya jumlah penonton maupun pengikut, melainkan juga dari bagaimana pesan dakwah mampu dipahami, diterima, serta memberikan pengaruh terhadap cara berpikir maupun perilaku masyarakat. Oleh karena itu, dakwah digital perlu dipahami sebagai proses komunikasi yang melibatkan unsur dai, pesan, media, mad'u, serta efek komunikasi yang saling berkaitan.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji dakwah Husain Basyaiban melalui berbagai perspektif, seperti metode dakwah, isi pesan dakwah, strategi komunikasi, maupun pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek komunikasi atau metode penyampaian pesan secara parsial. Penelitian yang mengkaji dakwah digital Husain Basyaiban secara komprehensif menggunakan paradigma ilmu dakwah, yang meliputi paradigma komunikasi, paradigma transformasi sosial, paradigma pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural, masih relatif terbatas. Padahal keempat paradigma tersebut memberikan perspektif yang lebih luas dalam memahami dakwah sebagai proses penyampaian ajaran Islam sekaligus sebagai upaya membangun perubahan sosial di tengah masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada realitas dakwah digital Husain Basyaiban di TikTok melalui sintesis berbagai penelitian terdahulu dengan menggunakan paradigma ilmu dakwah sebagai kerangka analisis. Melalui pendekatan tersebut diharapkan penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan, tetapi juga mampu menjelaskan bagaimana dakwah digital merepresentasikan fungsi komunikasi, transformasi sosial, pengembangan masyarakat, serta adaptasi budaya dalam masyarakat digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu dakwah, khususnya dalam memahami dinamika dakwah Islam di era media sosial.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan jenis penelitian meta-sintesis kualitatif. Pendekatan kualitatif interpretatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami dan menginterpretasikan realitas dakwah digital Husain Basyaiban berdasarkan makna yang terkandung dalam berbagai hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian interpretatif, realitas dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk melalui proses komunikasi, interaksi sosial, dan konstruksi makna sehingga fenomena dakwah digital dipandang sebagai praktik sosial yang perlu dipahami secara kontekstual.

Sementara itu, meta-sintesis kualitatif digunakan untuk mengintegrasikan, membandingkan, dan mensintesis temuan-temuan dari berbagai penelitian yang telah

dipublikasikan sehingga menghasilkan pemahaman baru yang lebih komprehensif. (Krisnawati, Sampoerno, and Meiliasari 2022) Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya merangkum hasil penelitian terdahulu, tetapi juga melakukan reinterpretasi terhadap temuan-temuan tersebut menggunakan perspektif paradigma ilmu dakwah yang meliputi paradigma komunikasi, transformasi sosial, pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan sintesis konseptual mengenai realitas dakwah digital Husain Basyaiban yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

Objek penelitian ini adalah berbagai hasil penelitian ilmiah yang mengkaji dakwah digital Husain Basyaiban melalui platform TikTok. Unit analisis penelitian berupa artikel jurnal, skripsi, tesis, prosiding, dan karya ilmiah lain yang relevan, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria inklusi tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi: (1) penelitian membahas aktivitas dakwah Husain Basyaiban di TikTok; (2) memuat temuan empiris mengenai metode dakwah, pesan dakwah, strategi komunikasi, respons audiens, maupun efektivitas dakwah digital; (3) dipublikasikan dalam jurnal ilmiah, prosiding, skripsi, tesis, atau repository perguruan tinggi yang dapat diakses secara akademik; serta (4) memiliki relevansi dengan fokus penelitian mengenai paradigma ilmu dakwah. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian memilih sejumlah publikasi ilmiah yang memenuhi persyaratan sebagai sumber data utama untuk disintesis.

Data penelitian seluruhnya merupakan data sekunder yang diperoleh melalui penelusuran literatur pada berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal nasional, prosiding, repository perguruan tinggi, skripsi, tesis, buku, serta dokumen akademik lain yang berkaitan dengan dakwah digital Husain Basyaiban. Literatur pendukung mengenai paradigma ilmu dakwah, komunikasi dakwah, dan dakwah digital juga digunakan untuk memperkuat analisis dan interpretasi hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan (*library research*). Tahap awal dilakukan dengan menelusuri publikasi ilmiah menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan "Husain Basyaiban", "dakwah digital", "TikTok", dan "komunikasi dakwah". Selanjutnya dilakukan proses seleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi sehingga diperoleh penelitian yang relevan sebagai bahan analisis. Seluruh dokumen yang terpilih kemudian diklasifikasikan berdasarkan fokus penelitian, temuan utama, metode yang digunakan, serta kontribusinya terhadap kajian dakwah digital.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Qualitative Content Analysis* yang dikembangkan oleh Philipp Mayring. Metode ini dipilih karena mampu mengidentifikasi, mengategorikan, serta menginterpretasikan makna yang terkandung dalam berbagai dokumen penelitian secara sistematis sehingga menghasilkan sintesis konseptual yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, *Qualitative Content Analysis* digunakan sebagai teknik analisis terhadap berbagai hasil penelitian yang telah dihimpun melalui pendekatan meta-sintesis kualitatif.

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) membaca dan memahami secara menyeluruh setiap penelitian yang telah memenuhi kriteria inklusi; (2) mengidentifikasi unit-unit makna yang berkaitan dengan praktik dakwah digital Husain Basyaiban; (3) melakukan proses *coding* terhadap temuan-temuan utama setiap penelitian; (4) mengelompokkan hasil *coding* ke dalam kategori tematik berdasarkan empat paradigma ilmu dakwah, yaitu paradigma komunikasi, paradigma transformasi sosial, paradigma pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural; (5) menginterpretasikan hubungan antarkategori untuk menemukan pola, kecenderungan, serta karakteristik dakwah digital Husain Basyaiban; dan (6) menyusun sintesis konseptual sebagai hasil akhir penelitian.

mengenai realitas dakwah digital Husain Basyaiban dalam perspektif paradigma ilmu dakwah. (Agustina, Zuhriya, and Pratiwi 2026)

Dengan tahapan tersebut, penelitian tidak hanya merangkum hasil penelitian terdahulu, tetapi juga menghasilkan reinterpretasi terhadap berbagai temuan empiris melalui kerangka paradigma ilmu dakwah sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik dakwah digital Husain Basyaiban.

Untuk menjamin kredibilitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai hasil penelitian yang berasal dari jurnal, prosiding, skripsi, maupun publikasi akademik lainnya. Selain itu, penelitian juga menerapkan triangulasi teori melalui penggunaan paradigma ilmu dakwah sebagai kerangka interpretasi utama terhadap seluruh temuan yang telah disintesis. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya menyajikan ringkasan penelitian terdahulu, tetapi menghasilkan pemahaman baru yang lebih komprehensif mengenai realitas dakwah digital Husain Basyaiban.

Results and Discussion

Dakwah Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Dakwah yang pada awalnya dilakukan melalui komunikasi tatap muka kini berkembang ke media digital yang memungkinkan penyampaian pesan keagamaan berlangsung secara lebih cepat, luas, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang baru bagi proses penyebaran nilai-nilai Islam.

Menurut Moh. Ali Aziz, dakwah merupakan proses mengajak manusia menuju jalan Allah melalui penyampaian ajaran Islam dengan cara yang bijaksana, persuasif, dan sesuai dengan kondisi mad'u. Dalam konteks masyarakat digital, proses tersebut mengalami transformasi karena media komunikasi yang digunakan tidak lagi terbatas pada mimbar, masjid, ataupun forum pengajian, tetapi telah memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. (Aziz 2004).

Dakwah digital dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan-pesan Islam yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media komunikasi. Karakteristik utama dakwah digital terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang luas, memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif, serta memberikan kesempatan kepada mad'u untuk merespons pesan secara langsung melalui komentar, diskusi, maupun berbagi ulang konten.

Namun demikian, dakwah digital juga menghadapi berbagai tantangan. Kemudahan produksi konten menyebabkan siapa pun dapat menyampaikan materi keagamaan meskipun belum tentu memiliki kompetensi keilmuan yang memadai. Selain itu, algoritma media sosial sering kali mendorong popularitas dan viralitas sehingga terdapat kecenderungan penyederhanaan materi dakwah agar lebih menarik perhatian pengguna. Kondisi tersebut menuntut para dai untuk mampu menjaga keseimbangan antara kreativitas penyampaian pesan dengan substansi ajaran Islam.

Dalam penelitian ini, konsep dakwah digital digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana aktivitas dakwah Husain Basyaiban berlangsung melalui platform TikTok sebagai media komunikasi dakwah kontemporer.

Paradigma Ilmu Dakwah

Paradigma ilmu dakwah merupakan kerangka berpikir yang digunakan untuk memahami dakwah secara lebih luas, tidak hanya sebagai aktivitas penyampaian ajaran

agama, tetapi juga sebagai proses komunikasi, perubahan sosial, pemberdayaan masyarakat, serta pengembangan budaya Islam dalam kehidupan Masyarakat. Menurut Wahidin Saputra, ilmu dakwah memandang dakwah sebagai proses sistematis yang melibatkan unsur da'i, mad'u, materi dakwah, metode, media, dan tujuan dakwah. Dengan demikian, keberhasilan dakwah tidak hanya diukur dari banyaknya pesan yang disampaikan, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut mampu memberikan perubahan terhadap kehidupan masyarakat.

Dalam penelitian ini paradigma ilmu dakwah dianalisis melalui empat perspektif utama, yaitu paradigma komunikasi, paradigma transformasi sosial, paradigma pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural. Keempat paradigma tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena dakwah digital sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik dakwah di media sosial. Paradigma ilmu dakwah dipilih karena mampu menjelaskan dakwah tidak hanya sebagai aktivitas komunikasi, tetapi juga sebagai proses perubahan sosial yang berlangsung dalam ruang digital.

TikTok sebagai Media Dakwah

TikTok merupakan salah satu media sosial berbasis video pendek yang mengalami pertumbuhan pengguna sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berbeda dengan media sosial konvensional, TikTok mengandalkan algoritma *For You Page* (FYP) yang memungkinkan suatu konten menjangkau pengguna secara luas meskipun pembuat konten belum memiliki jumlah pengikut yang besar. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu media yang efektif dalam penyebaran pesan dakwah. Melalui video berdurasi singkat, para dai dapat menyampaikan materi keagamaan dengan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, serta pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masyarakat digital, khususnya Generasi Z.

Selain sebagai media penyebaran informasi, TikTok juga menyediakan ruang interaksi antara dai dan mad'u melalui fitur komentar, siaran langsung, duet, serta berbagi ulang konten. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di TikTok berlangsung secara dua arah sehingga memungkinkan adanya dialog dan pembentukan komunitas digital.

Di sisi lain, karakteristik video yang singkat juga menjadi tantangan tersendiri. Materi dakwah yang kompleks sering kali harus disederhanakan agar sesuai dengan durasi video sehingga berpotensi menimbulkan penyederhanaan makna apabila tidak disampaikan secara tepat. Dalam penelitian ini, TikTok dipahami sebagai media dakwah digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dakwah secara interaktif antara Husain Basyaiban sebagai da'i dengan pengguna TikTok sebagai mad'u.

Profil Husain Basyaiban sebagai Dai Digital

Husain Basyaiban merupakan salah satu dai muda Indonesia yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, khususnya melalui TikTok. Konten-konten yang dipublikasikannya banyak membahas persoalan akidah, akhlak, ibadah, hubungan sosial, serta berbagai isu yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Gaya komunikasi Husain Basyaiban cenderung dialogis, komunikatif, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. Penyampaian materi yang singkat disertai contoh-contoh kehidupan sehari-hari menjadikan kontennya mudah diterima oleh pengguna media sosial, khususnya kalangan Generasi Z.

Berbeda dengan model ceramah konvensional, Husain Basyaiban lebih sering memanfaatkan format tanya jawab, klarifikasi isu keagamaan, serta pembahasan fenomena

yang sedang berkembang di masyarakat. Pendekatan tersebut menunjukkan adanya adaptasi strategi dakwah terhadap budaya komunikasi digital.

Pemilihan Husain Basyaiban sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, ia merupakan salah satu dai digital yang memiliki interaksi tinggi dengan audiens. Kedua, materi dakwah yang disampaikan mencakup berbagai dimensi kehidupan masyarakat sehingga relevan dianalisis menggunakan paradigma ilmu dakwah. Ketiga, karakteristik komunikasinya merepresentasikan perubahan pola dakwah dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital yang lebih partisipatif.

Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban di TikTok

Penelitian mengenai dakwah digital melalui media sosial telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Sebagian besar penelitian berfokus pada efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah, strategi komunikasi dakwah, maupun analisis isi pesan dakwah yang disampaikan melalui berbagai platform digital. Beberapa penelitian secara khusus mengkaji dakwah Husain Basyaiban melalui TikTok. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode dakwah Husain Basyaiban didominasi oleh pendekatan al-hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujaadalah, dengan gaya komunikasi yang komunikatif dan mudah dipahami oleh generasi muda. Penelitian lain menyoroti isi pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak, serta menunjukkan bahwa media TikTok mampu memperluas jangkauan penyebaran pesan keagamaan.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada metode dakwah, strategi komunikasi, atau analisis isi pesan secara parsial. Penelitian yang menganalisis dakwah digital Husain Basyaiban menggunakan paradigma ilmu dakwah sebagai kerangka analisis yang mengintegrasikan dimensi komunikasi, transformasi sosial, pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural masih relatif terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis konten dakwah Husain Basyaiban secara komprehensif berdasarkan empat paradigma ilmu dakwah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan bagaimana pesan dakwah disampaikan, tetapi juga mengkaji bagaimana dakwah digital merepresentasikan proses komunikasi, perubahan sosial, pemberdayaan masyarakat, dan adaptasi budaya dalam masyarakat digital.

Saat ini media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Berbagai platform digital memungkinkan materi dakwah disampaikan dalam bentuk video, gambar, tulisan, maupun siaran langsung yang dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Penelitian ini menganalisis dakwah digital Husain Basyaiban melalui platform TikTok. Dari penelitian-penelitian sebelumnya, sudah banyak yang membahas dakwah Husain Basyaiban dengan fokus yang berbeda-beda, mulai dari metode dakwah, isi pesan, strategi komunikasi, respons audiens, hingga efektivitas dakwah digital. Seluruh penelitian tersebut menunjukkan bahwa Husain Basyaiban berhasil memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah digital. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih membahas dakwah secara parsial sesuai fokus masing-masing dan belum mengintegrasikan temuan tersebut menggunakan paradigma ilmu dakwah.

Realita Dakwah dalam Paradigma Komunikasi

Dalam paradigma ilmu dakwah, dakwah dipandang sebagai proses komunikasi yang melibatkan unsur da'i, mad'u, pesan, media, dan efek yang dihasilkan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dakwah dari yang sebelumnya bersifat tatap muka menjadi komunikasi berbasis media. Media sosial memungkinkan pesan

dakwah disampaikan kepada jutaan orang dalam waktu yang relatif singkat. Dari perspektif komunikasi, kondisi ini merupakan perkembangan positif karena memperluas jangkauan dakwah. Akan tetapi, efektivitas komunikasi dakwah tidak hanya ditentukan oleh banyaknya audiens yang menerima pesan, melainkan juga oleh tingkat pemahaman dan perubahan perilaku yang dihasilkan.(Ilaihi 2013).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa dakwah di era digital mengalami perubahan tidak hanya pada media penyampaian, tetapi juga pada pola komunikasi antara da'i dan mad'u. Perkembangan media digital memberikan peluang bagi penyebaran pesan dakwah yang tidak lagi terbatas ruang dan waktu. Namun, dalam konteks komunikasi, perluasan jangkauan belum tentu menunjukkan keberhasilan apabila penerimaan pesan tidak menghasilkan perubahan pada audiens.(Divanda 2024).

Dalam konteks efektivitas komunikasi dakwah, penelitian lain menemukan bahwa terdapat “efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral” dalam penyampaian pesan dakwah melalui media sosial. Akan tetapi, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan masih berada pada aspek pengetahuan dibanding perubahan perilaku. Berdasarkan temuan tersebut, penulis berpendapat bahwa indikator keberhasilan dakwah digital tidak cukup hanya dilihat dari banyaknya penonton atau interaksi, tetapi juga dari kemampuan pesan membentuk pemahaman dan praktik keagamaan.

Selain itu, strategi komunikasi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital.(Ririn Jamiah, Hemlan Elhany 2023) Penelitian mengenai etika dan strategi komunikasi dakwah menjelaskan bahwa komunikator dakwah memaksimalkan media sosial dengan “mengisi konten Islam kreatif, mempertimbangkan aspek wawasan dan pengetahuan baru, menyentuh emosi, menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta teknologi visual yang menarik”. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas komunikasi dakwah dipengaruhi oleh cara penyusunan pesan, bukan hanya oleh penggunaan mediana.

Paradigma komunikasi memandang dakwah sebagai proses penyampaian pesan yang melibatkan unsur da'i, mad'u, pesan, media, dan efek. Hasil sintesis menunjukkan bahwa seluruh penelitian terdahulu secara konsisten menggambarkan Husain Basyaiban sebagai komunikator dakwah yang mampu menyesuaikan bahasa dengan karakteristik audiens digital. Penggunaan bahasa sederhana, penyampaian dialogis, dan format video singkat menjadi strategi komunikasi utama yang membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh generasi muda.

Selain itu, media TikTok memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif melalui kolom komentar sehingga mad'u tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktif bertanya, berdiskusi, bahkan memberikan pengalaman keagamaannya sendiri.

Realita Dakwah dalam Paradigma Transformasi Sosial

Paradigma transformasi sosial memandang dakwah sebagai sarana perubahan masyarakat menuju kondisi yang lebih baik. Dalam realitas saat ini, dakwah tidak lagi hanya membahas persoalan ibadah ritual, tetapi juga menyentuh berbagai aspek kehidupan sosial seperti pendidikan, ekonomi, kesehatan, lingkungan, dan hubungan kemasyarakatan. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah telah berkembang menjadi instrumen perubahan sosial yang berupaya memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan masyarakat.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa dakwah pada era sekarang mengalami perluasan fungsi yang tidak lagi terbatas pada penyampaian ajaran agama secara normatif. Dakwah mulai hadir sebagai bagian dari proses perubahan sosial yang berupaya

menjawab kebutuhan masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan. (Samsudin and Putri 2023) Perubahan tersebut dapat dilihat dari berkembangnya aktivitas dakwah yang menyentuh persoalan pendidikan, ekonomi, kesehatan, lingkungan, hingga relasi sosial di tengah masyarakat.

Pandangan tersebut sejalan dengan kajian yang menyebutkan bahwa dakwah tidak hanya bertujuan “meningkatkan kualitas keimanan mad’u, akan tetapi juga sebagai upaya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat sebagai mad’u”. Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa orientasi dakwah telah berkembang ke arah pemberdayaan, sehingga keberhasilan dakwah tidak hanya diukur dari aspek spiritual, tetapi juga dari kontribusinya terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Perluasan peran dakwah tersebut juga tampak pada metode dan pendekatan yang digunakan dalam proses perubahan sosial. Dalam kajian mengenai dakwah transformatif dijelaskan bahwa proses tersebut dilakukan melalui “penyampaian nilai-nilai kebaikan, penggunaan media dan teknologi, pendekatan empati dan dialog, transformasi sosial berbasis nilai dan membangun kesadaran”. Dengan demikian, dakwah dipahami sebagai proses yang melibatkan interaksi, pendampingan, serta pembangunan kesadaran sosial secara berkelanjutan.

Di samping itu, transformasi sosial melalui dakwah menempatkan masyarakat bukan hanya sebagai penerima pesan, melainkan sebagai pihak yang turut berperan dalam menciptakan perubahan. Sebagaimana dijelaskan bahwa masyarakat perlu diposisikan sebagai “subyek perubahan bukan hanya sebagai objek penonton”. (Muhsinah 2024) Atas dasar itu, efektivitas dakwah dalam paradigma transformasi sosial dapat dilihat dari kemampuan dakwah mendorong partisipasi masyarakat dan menghasilkan perubahan yang dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari.

Paradigma transformasi sosial memandang dakwah sebagai upaya membangun perubahan sosial melalui penyampaian nilai-nilai Islam. Berdasarkan hasil sintesis, sebagian besar penelitian menemukan bahwa konten Husain Basyaiban tidak hanya menyampaikan pengetahuan agama, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku audiens. Tema-tema seperti toleransi, adab bermedia sosial, hubungan antarmanusia, dan pentingnya memperbaiki akhlak menunjukkan bahwa dakwah diarahkan untuk membentuk masyarakat yang lebih baik.

Namun demikian, perubahan yang ditemukan dalam penelitian terdahulu masih didominasi pada aspek kesadaran dan sikap, sedangkan perubahan perilaku jangka panjang belum banyak dibahas.

Realita Dakwah dalam Paradigma Pengembangan Masyarakat

Paradigma pengembangan masyarakat menempatkan dakwah sebagai aktivitas yang bertujuan memberdayakan masyarakat secara menyeluruh. Dalam praktiknya, banyak organisasi dakwah yang tidak hanya fokus pada kegiatan ceramah, tetapi juga menjalankan program-program sosial yang menyentuh kebutuhan masyarakat secara langsung. Program pemberdayaan ekonomi, pelatihan keterampilan, pendidikan, bantuan kemanusiaan, dan pengembangan usaha kecil merupakan beberapa contoh implementasi dakwah dalam paradigma pengembangan masyarakat. (Ansori 2019).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa praktik dakwah saat ini mengalami perluasan orientasi dari kegiatan penyampaian pesan menuju kegiatan yang menghasilkan dampak nyata bagi kehidupan masyarakat. Dakwah tidak lagi dipahami sebatas aktivitas ceramah atau penguatan aspek spiritual, tetapi mulai diwujudkan melalui berbagai program yang berhubungan dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat seperti pendidikan, pemberdayaan ekonomi, pelatihan keterampilan, dan kegiatan sosial kemanusiaan. (Ginting, Azhar, and Efendi 2026)

Pandangan tersebut sejalan dengan kajian yang menjelaskan bahwa dakwah melalui pemberdayaan dilakukan bukan hanya untuk memperkuat aspek religius, tetapi juga sebagai upaya “meningkatkan taraf kehidupan masyarakat sebagai mad’u”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa paradigma pengembangan masyarakat menempatkan dakwah sebagai aktivitas yang memiliki dimensi sosial dan berorientasi pada pemberdayaan sehingga masyarakat memperoleh manfaat secara langsung dari proses dakwah.(Zaini 2013).

Arah pengembangan tersebut juga terlihat pada semakin berkembangnya model dakwah yang berbasis partisipasi masyarakat. Penelitian lain menjelaskan bahwa pemberdayaan dalam dakwah dapat dilakukan melalui penguatan pada aspek “politik, ekonomi, sosial budaya dan lingkungan”.(Zaini 2017) Temuan tersebut memperlihatkan bahwa dakwah tidak berhenti pada penyampaian nilai, tetapi diarahkan untuk membangun kemampuan masyarakat agar mampu menyelesaikan persoalannya secara mandiri dan berkelanjutan.

Dalam praktiknya, pendekatan pengembangan masyarakat menempatkan masyarakat sebagai pihak yang ikut terlibat dalam proses perubahan. Kajian mengenai konsep dakwah dan pengembangan masyarakat menyebutkan bahwa tujuan gerakan dakwah adalah “mengangkat derajat dan martabat seseorang atau masyarakat kepada yang lebih tinggi”.(Na 2020) Berdasarkan hal tersebut, efektivitas dakwah dalam paradigma pengembangan masyarakat dapat dilihat dari sejauh mana program yang dijalankan mampu meningkatkan kemandirian, kesejahteraan, dan kapasitas masyarakat dalam jangka panjang.

Paradigma pengembangan masyarakat memandang dakwah sebagai proses pemberdayaan umat. Hasil sintesis menunjukkan bahwa aspek ini merupakan paradigma yang paling sedikit ditemukan dalam penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian lebih menyoroti komunikasi dan isi pesan dibandingkan pemberdayaan masyarakat.

Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa dakwah Husain Basyaiban berkontribusi dalam meningkatkan literasi keagamaan generasi muda melalui penyampaian materi Islam yang mudah dipahami. Hal tersebut menunjukkan adanya fungsi edukatif yang menjadi bagian dari proses pengembangan masyarakat, meskipun belum diwujudkan dalam bentuk program pemberdayaan secara langsung.

Realita Dakwah dalam Paradigma Kultural

Paradigma kultural menekankan pentingnya memahami budaya masyarakat dalam proses dakwah. Indonesia sebagai negara yang memiliki keragaman budaya membutuhkan pendekatan dakwah yang mampu mengakomodasi nilai-nilai lokal tanpa menghilangkan prinsip-prinsip ajaran Islam. Pada era digital, pendekatan kultural terlihat dari penggunaan bahasa yang lebih komunikatif, pemanfaatan seni Islami, konten kreatif, serta adaptasi terhadap budaya populer yang berkembang di masyarakat.

Dakwah sebagai suatu seruan membutuhkan suatu teknik dan strategi komunikasi yang berkaitan dengan tugas utamanya. Tuntutan mempunyai kemampuan komunikasi, informasi, dan teknologi dan pendekatan-pendekatan dalam ilmu sosial dan budaya dalam berdakwah menjadi sangat mutlak ketika masyarakat atau umat dalam era global seperti sekarang sudah tidak lagi dibatasi oleh dinding-dinding ruang dan waktu. Umat atau masyarakat sudah semakin tersebar ke segala tempat dan penjuru, membutuhkan penguasaan ilmu-ilmu sosial seperti, sosiologi, antropologi, psikologi, dan komunikasi masa yang handal, agar dakwah sebagai salah satu wujud komunikasi dapat disempurnakan tepat sasaran, sesuai misi dan visinya. Dengan bekal ilmu pengetahuan dan ilmu-ilmu di atas seorang da'i akan mampu mengidentifikasi

serangkaian masalah yang terdapat pada semua pe-ringkat masyarakat, antara lain meliputi pertanyaan-pertanyaan yang lebih dahulu harus dipelajari. (Murodi 2016) Dalam perspektif ilmu dakwah, tantangan dakwah merupakan berbagai hambatan yang dihadapi oleh da'i, lembaga dakwah, maupun aktivitas dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat. Tantangan tersebut muncul akibat perubahan sosial, perkembangan teknologi, keragaman budaya, serta dinamika pemikiran manusia yang terus berkembang. Ilmu dakwah memandang bahwa tantangan ini harus dihadapi dengan strategi, metode, dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi mad'u (objek dakwah). Dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai proses transformasi sosial yang bertujuan membentuk masyarakat yang berakhlak mulia, berilmu, dan memiliki kesadaran keagamaan yang kuat. Oleh karena itu, seorang da'i dituntut untuk mampu memahami berbagai perubahan yang terjadi dalam masyarakat agar pesan dakwah yang disampaikan tetap relevan, efektif, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Seluruh penelitian memperlihatkan bahwa Husain Basyaiban berhasil menyesuaikan strategi dakwah dengan budaya komunikasi digital Generasi Z. Penggunaan bahasa santai, visual sederhana, pembahasan isu yang sedang viral, serta format video pendek menunjukkan adanya proses adaptasi budaya yang kuat.

Paradigma kultural ini menjadi faktor penting yang membedakan dakwah Husain Basyaiban dengan dakwah konvensional karena pesan agama tidak hanya disampaikan sesuai ajaran Islam, tetapi juga dikemas mengikuti karakteristik budaya masyarakat digital.

Tantangan Dakwah dalam Perspektif Ilmu Dakwah

Meskipun dakwah mengalami perkembangan yang pesat, paradigma ilmu dakwah juga memberikan perhatian terhadap berbagai tantangan yang muncul. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital sebagian masyarakat sehingga mudah menerima informasi keagamaan tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Selain itu, munculnya fenomena dakwah yang berorientasi pada popularitas dan viralitas dapat menggeser tujuan utama dakwah yang seharusnya berorientasi pada pembinaan dan perubahan masyarakat.

Dakwah Islam pada masa kini menghadapi dapat berbagai tantangan dan perubahan yang jauh lebih kompleks dibandingkan dengan sebelumnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi dinamika dakwah adalah pesatnya perkembangan teknologi informasi. Kemajuan dalam bidang komunikasi, terutama dalam hal akses informasi, telah merubah cara masyarakat berinteraksi dan mendapatkan informasi. Media sosial dan internet kini menjadi saluran utama dalam penyebaran pesan dakwah, bahkan mampu menjangkau audiens global. Hal ini memberikan dan kesempatan besar bagi dakwah untuk berkembang. paikan tetap tepat dan sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah Islam di era modern juga harus menghadapi masyarakat yang lebih kritis dan cerdas dalam menilai informasi. Saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai macam informasi dan memiliki kebebasan dalam menilai suatu ajaran. Oleh karena itu, dakwah harus dilakukan dengan pendekatan yang lebih inklusif dan relevan dengan kebutuhan zaman. Hal ini menuntut para da'i untuk memahami perubahan zaman dan menyampaikan ajaran Islam secara kontekstual. Secara keseluruhan, dakwah Islam di era modern harus mampu mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, namun tetap menjaga esensi ajaran Islam yang benar. (Ahmad 2014) tantangan dakwah pada era modern tidak hanya terletak pada perkembangan teknologi yang semakin pesat, tetapi juga pada perubahan cara masyarakat dalam menerima dan memahami informasi keagamaan. Kemudahan akses terhadap berbagai sumber informasi

membuat masyarakat dapat memperoleh pengetahuan agama dari berbagai platform digital, namun tidak semua informasi tersebut memiliki dasar yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Kondisi ini menyebabkan munculnya berbagai pemahaman keagamaan yang beragam, bahkan terkadang menimbulkan kesalahpahaman di tengah masyarakat. Selain itu, fenomena dakwah yang berorientasi pada popularitas dan viralitas di media sosial juga menjadi tantangan tersendiri karena berpotensi menggeser esensi dakwah dari upaya pembinaan umat menjadi sekadar pencarian perhatian publik. Oleh karena itu, para da'i perlu meningkatkan kemampuan literasi digital, memahami karakteristik masyarakat modern, serta menyampaikan pesan dakwah secara bijaksana, kontekstual, dan tetap berlandaskan pada nilai-nilai Islam agar dakwah dapat memberikan pengaruh positif dan menjawab kebutuhan masyarakat di era digital. (Rani 2023)

Dari perspektif paradigma komunikasi, dakwah digital Husain Basyaiban menghadapi tantangan berupa keterbatasan ruang komunikasi akibat karakteristik media TikTok yang mengutamakan durasi singkat. Kondisi tersebut menuntut penyederhanaan materi dakwah sehingga berpotensi mengurangi kedalaman pesan keagamaan yang disampaikan. Dakwah digital Husain Basyaiban lebih mudah menghasilkan perubahan pada aspek pengetahuan dan sikap dibandingkan perubahan perilaku sosial yang bersifat jangka panjang.

Realitas dakwah digital Husain Basyaiban menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan pesan keagamaan secara komunikatif, tetapi juga oleh kemampuan menjaga keseimbangan antara adaptasi terhadap budaya digital, pencapaian transformasi sosial, dan orientasi pemberdayaan masyarakat tanpa kehilangan kedalaman substansi ajaran Islam.

Conclusion

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai penelitian mengenai dakwah digital Husain Basyaiban, dapat disimpulkan bahwa praktik dakwah yang dilakukan melalui platform TikTok telah merepresentasikan perkembangan dakwah Islam yang adaptif terhadap karakteristik masyarakat digital. Analisis menggunakan paradigma ilmu dakwah menunjukkan bahwa paradigma komunikasi menjadi dimensi yang paling dominan, tercermin dari kemampuan Husain Basyaiban menyampaikan pesan keagamaan dengan bahasa yang sederhana, komunikatif, dialogis, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda sebagai pengguna utama media sosial.

Dalam perspektif paradigma transformasi sosial, berbagai penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah Husain Basyaiban tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pengetahuan keagamaan, tetapi juga mendorong pembentukan kesadaran, perubahan sikap, dan internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Namun demikian, perubahan yang dihasilkan masih lebih banyak berada pada tingkat kognitif dan afektif dibandingkan perubahan sosial yang bersifat kolektif dan berkelanjutan.

Sementara itu, paradigma pengembangan masyarakat masih menjadi dimensi yang paling sedikit ditemukan dalam berbagai penelitian terdahulu. Dakwah Husain Basyaiban lebih banyak diarahkan pada peningkatan literasi dan edukasi keagamaan individu daripada pemberdayaan masyarakat atau penguatan kapasitas komunitas secara langsung. Adapun paradigma kultural memperlihatkan kemampuan dakwah digital dalam mengadaptasi nilai-nilai Islam dengan budaya komunikasi masyarakat digital melalui pemanfaatan bahasa populer, visual yang menarik, dan isu-isu yang dekat dengan kehidupan generasi muda.

Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menunjukkan bahwa realitas dakwah digital Husain Basyaiban tidak dapat dipahami hanya dari aspek metode atau

pesan dakwah semata, tetapi perlu dilihat secara integratif melalui paradigma komunikasi, transformasi sosial, pengembangan masyarakat, dan paradigma kultural. Melalui pendekatan meta-sintesis kualitatif dan analisis isi kualitatif, penelitian ini menghasilkan sintesis baru yang memperkaya kajian ilmu dakwah dalam memahami dinamika dakwah Islam di era media digital.

References

- Agustina, Dian Rahmawati, Rhesa Zuhriya, and Briyan Pratiwi. 2026. "Pinkflash ' s Crisis Communication from the Perspective of Situational Crisis Communication Theory (SCCT) Komunikasi Krisis Pinkflash Dalam Perspektif Situational Crisis Communication Theory (SCCT)." 1(1):1-12.
- Ahmad, Nur. 2014. "Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, Dan Materi Di Jalan Dakwah." *Addin* 8(2):319-44.
- Ansori, Teguh. 2019. "Revitalisasi Dakwah Sebagai Paradigma Pemberdayaan Masyarakat." *Muharrrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 2(2):100-114.
- Aziz, M. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Divanda, Dinda. 2024. "Transformasi Fungsi Platform WhatsApp Sebagai Media Dakwah Di Era 5 . 0." *Al-Mustla : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan* 6:414-61. doi:10.46870/jstain.v6i2.
- Fathimatuz zuhro, Rohmah hidayah, Muhammad faishol. 2024. "Digital Dakwah Communication Strategy: Case Study Gus Iqdam Reaching Tuesday Night At Markas Sabilu Taubah, Karanggayam Srengat Blitar Village." 5(1):129-41. doi:10.54396/qlb.v5i1.1136.
- Febriana Ayu. 2021. "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy Ayu Febriana." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 11:180-94. doi:10.35905/komunida.v7i2.http.
- Fikri, Bayu Nadlif Al. 2026. "ANALISIS STRATEGI DAKWAH TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN SEBAGAI TOKOH MUDA BERPENGARUH PADA GENERASI DIGITAL NATIVE." *LEARNING : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* 6(2):486-94.
- Ginting, Abdul Fikri, Anang Anas Azhar, and Erwan Efendi. 2026. "Religious Framing and Social Identity in Religion-Based Political Communication at Local Election." *Muharrrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 9(1):1-13. doi:10.37680/muharrrik.v9i1.9104.
- Ilaihi, Wahyu. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Krisnawwati, Yuni, Pinta Deniyanti Sampoerno, and Meiliasari Meiliasari. 2022. "Meta-Sintesis: Penggunaan Design Research Dengan Pendekatan Matematika Realistik Dalam Mengembangkan Media Pembelajaran Matematika Untuk Meningkatkan Pemahaman Dan Motivasi Siswa." *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika* 6(2):2075-85. doi:10.31004/cendekia.v6i2.873.
- Meiliya Cahya Yustina, DKK. 2022. "Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok." *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 39(1):1-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577><http://>.
- Muhsinah. 2024. "ANALISIS PERAN DAKWAH SEBAGAI ALAT TRANSFORMASI SOSIAL: TANTANGAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KONTEKS MASYARAKAT MODERN." *Jurnal Komunikasi Dan Media* 2(2):150.
- Murodi. 2016. "Mengembangkan Model Dakwah Berbasis Filantropi."

- <https://www.uinjkt.ac.id/mengembangkan-model-dakwah-berbasis-filantropi/#:~:text=Dakwah berbasis filantropi Islam berarti dakwah melalui kegiatan pemberdayaan ekonomi,paling ultim%2C yaitu masyarakat madani>.
- Na, Lukman. 2020. "Pengembangan Masyarakat Sebagai Konsep Dakwah." *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat* 2(02):21-44. doi:10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v2i02.49.
- Rani, samsul. 2023. "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Pendidikan Islam Kontemporer." *Al Mikraj:Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 4(1).
- Ririn Jamiah, Hemlan Elhany, Rudini. 2023. "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT." *Ath-Thariq; Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 07(01):14-26.
- Robby Aditya Putra, Exsan Adde, Maulida Fitri. 2023. "PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP GENERASI Z." *Ath-Thariq; Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 07(01):58-71.
- Samsudin, Dafrizal, and Indah Mardini Putri. 2023. "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7(2):125. doi:10.32332/ath-thariq.v7i2.7474.
- Zaini, A. 2013. "Dakwah Melalui Internet." *Komunikasi Penyiaran Islam* 1(1):93-108.
- Zaini, Ahmad. 2017. "Dakwah Dan Masyarakat Pedesaan." *Jurnal Ilmu Dakwah* 37(2):284-301. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/2708>.
- Zuhro, Fathimatuz, and Muhammad Faishol. 2021. "Penggunaan Media Sosial Likee Menurut Perspektif Islam." *Sahafa* 3(2). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/5463>.