

KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM: PERSPEKTIF DAKWAH, MEDIA, DAN BUDAYA

Nafa Aqla Islami¹, Hamdan Fuadi², Ngalimun³

¹Universitas Muhammadiyah Palangka Raya

²Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

³Universitas Sapta Mandiri Balangan

Email: ngalimun@univsm.ac.id

Abstract

Islamic broadcasting communication is a strategic instrument for conveying da'wah messages to the wider public through various media. The development of information and communication technology has transformed the patterns, media, and approaches of Islamic da'wah from conventional forms to more digital, interactive, and contextual models. This article aims to examine Islamic broadcasting communication from the perspectives of da'wah, media, and culture, emphasizing how Islamic messages are produced, disseminated, and received within a pluralistic social space. The method employed is a literature review using a descriptive-analytical approach to studies on da'wah, communication, and media. The findings indicate that Islamic broadcasting communication functions not only as a means of transmitting religious teachings but also as a medium for constructing meaning, cultural identity, and social transformation. Therefore, Islamic broadcasting communication is required to be adaptive to media developments, sensitive to cultural contexts, and grounded in a humanistic and moderate da'wah ethic.

Keywords: Islamic broadcasting communication, da'wah, media, culture

Abstrak

Komunikasi penyiaran Islam merupakan instrumen strategis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas melalui berbagai media. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola, medium, serta pendekatan dakwah Islam, dari yang bersifat konvensional menuju model yang lebih digital, interaktif, dan kontekstual. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji komunikasi penyiaran Islam dari perspektif dakwah, media, dan budaya, dengan menekankan bagaimana pesan keislaman diproduksi, disebarkan, dan diterima dalam ruang sosial yang majemuk. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-analitis terhadap literatur dakwah, komunikasi, dan kajian media. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi penyiaran Islam tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai media pembentukan makna, identitas budaya, serta transformasi sosial. Oleh karena itu, komunikasi penyiaran Islam dituntut untuk adaptif terhadap perkembangan media, sensitif terhadap konteks budaya, serta berlandaskan etika dakwah yang humanis dan moderat.

Kata kunci: komunikasi penyiaran Islam, dakwah, media, budaya

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia karena melalui komunikasi manusia membangun relasi sosial, mentransmisikan nilai, serta membentuk pemahaman bersama. Dalam konteks keagamaan, komunikasi memiliki

peran yang sangat strategis, terutama dalam Islam. Dakwah pada hakikatnya adalah proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan-pesan ilahiah kepada umat manusia agar tercapai perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini sejalan dengan pandangan Effendy yang menyatakan bahwa komunikasi bukan sekadar penyampaian pesan, melainkan proses memengaruhi dan membentuk makna dalam interaksi sosial (Effendy, 2008).

Dalam Islam, aktivitas dakwah merupakan perintah normatif yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai ceramah keagamaan, tetapi sebagai upaya menyeluruh untuk membangun kesadaran spiritual, moral, dan sosial umat. Al-Qur'an menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang santun (Q.S. an-Nahl: 125). Prinsip ini menunjukkan bahwa dakwah sangat erat kaitannya dengan etika komunikasi, pendekatan persuasif, serta pemahaman terhadap kondisi psikologis dan sosial audiens. Menurut al-Qaradawi, dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu membaca realitas sosial dan berkomunikasi dengan bahasa yang dipahami oleh masyarakatnya (al-Qaradawi, 1992).

Seiring perkembangan zaman, praktik dakwah mengalami transformasi signifikan, terutama dengan hadirnya media massa dan teknologi digital. Komunikasi penyiaran Islam muncul sebagai disiplin sekaligus praktik yang mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan sistem komunikasi modern. Melalui media cetak, radio, televisi, hingga platform digital dan media sosial, pesan-pesan Islam dapat disampaikan secara lebih luas, cepat, dan beragam. McQuail menegaskan bahwa media massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik, memengaruhi persepsi, serta mengonstruksi realitas sosial masyarakat (McQuail, 2010). Dalam konteks ini, media penyiaran menjadi instrumen strategis dakwah untuk membangun wacana keislaman yang relevan dengan tantangan kontemporer.

Komunikasi penyiaran Islam tidak hanya berfungsi sebagai sarana transmisi ajaran agama, tetapi juga sebagai ruang produksi makna dan identitas keagamaan. Pesan-pesan dakwah yang disiarkan melalui media selalu berinteraksi dengan kepentingan sosial, ideologi, dan dinamika budaya masyarakat. Oleh karena itu, penyiaran Islam menuntut kemampuan komunikator dakwah dalam mengemas pesan secara menarik, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik audiens. Menurut Rakhmat, keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh kesesuaian pesan dengan latar belakang budaya, pengalaman, dan kebutuhan khalayak (Rakhmat, 2011).

Aspek budaya menjadi dimensi penting yang tidak dapat dipisahkan dari komunikasi penyiaran Islam. Budaya memengaruhi cara masyarakat memahami simbol, bahasa, dan pesan keagamaan. Dakwah yang mengabaikan konteks budaya berpotensi menimbulkan resistensi, kesalahpahaman, bahkan konflik. Sebaliknya, dakwah yang sensitif terhadap kearifan lokal dan nilai budaya setempat cenderung lebih diterima dan berdaya transformasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Koentjaraningrat yang menegaskan bahwa budaya merupakan sistem nilai dan simbol yang hidup dalam masyarakat dan membentuk cara berpikir serta bertindak manusia (Koentjaraningrat, 2009). Dalam konteks penyiaran Islam, budaya menjadi medium sekaligus ruang dialog antara ajaran Islam dan realitas sosial.

Di era digital, tantangan komunikasi penyiaran Islam semakin kompleks. Arus informasi yang cepat, fragmentasi audiens, serta dominasi media sosial menuntut pendekatan dakwah yang adaptif, kreatif, dan etis. Di satu sisi, media digital membuka peluang besar bagi dakwah untuk menjangkau generasi muda dan masyarakat global. Di

sisi lain, muncul risiko banalitas agama, komodifikasi dakwah, serta penyebaran pesan keagamaan yang provokatif dan tidak moderat. Oleh karena itu, komunikasi penyiaran Islam perlu berlandaskan etika dakwah yang humanis, inklusif, dan moderat agar pesan Islam benar-benar menjadi rahmat bagi seluruh alam (rahmatan lil ‘alamin).

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan mengkaji komunikasi penyiaran Islam dari tiga perspektif utama, yaitu dakwah, media, dan budaya. Kajian ini penting untuk memahami posisi strategis komunikasi penyiaran Islam dalam menjawab tantangan dakwah kontemporer di tengah arus globalisasi, digitalisasi media, dan pluralitas budaya masyarakat modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-analitis. Data diperoleh dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, prosiding, dan dokumen relevan yang membahas komunikasi dakwah, media Islam, serta kajian budaya. Data yang terkumpul dianalisis dengan cara mengklasifikasikan konsep-konsep utama komunikasi penyiaran Islam, kemudian mengaitkannya dengan perspektif dakwah, media, dan budaya. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai peran dan tantangan komunikasi penyiaran Islam dalam konteks masyarakat modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

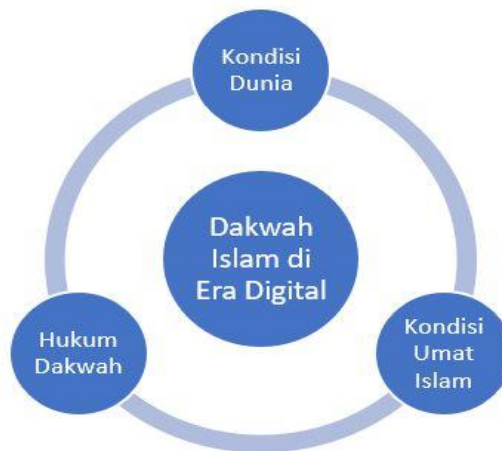
Komunikasi Penyiaran Islam dalam Perspektif Dakwah

Dalam perspektif dakwah, komunikasi penyiaran Islam merupakan instrumen strategis untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman yang berorientasi pada *amar ma ‘ruf nahi munkar*. Dakwah pada hakikatnya tidak sekadar aktivitas verbal atau ritual keagamaan, melainkan proses komunikasi persuasif yang bertujuan membentuk kesadaran, sikap, dan perilaku masyarakat agar selaras dengan ajaran Islam. Dengan demikian, dakwah harus dipahami sebagai proses transformasi sosial yang berkelanjutan melalui pesan-pesan keagamaan yang komunikatif dan kontekstual.

Yusuf al-Qaradawi menegaskan bahwa dakwah ideal harus dilakukan dengan pendekatan *hikmah, mau‘izhah hasanah, dan mujādalah billatī hiya aḥsan*, yaitu pendekatan yang mengedepankan kebijaksanaan, keteladanan, dan dialog yang konstruktif (al-Qaradawi, 1996). Prinsip ini menjadi landasan etis dan metodologis dalam komunikasi penyiaran Islam, terutama ketika dakwah disampaikan melalui media massa dan media digital yang menjangkau audiens luas dan heterogen. Pesan dakwah yang disiarkan melalui media tidak cukup hanya bersifat normatif-doktrinal, tetapi harus dikemas secara rasional, emosional, dan solutif agar mampu menyentuh realitas kehidupan masyarakat.

Dalam konteks penyiaran, dakwah menuntut strategi komunikasi yang terencana dan sistematis. Strategi tersebut mencakup pemilihan pesan (message design), penentuan medium yang tepat (media selection), serta gaya penyampaian (style of delivery) yang sesuai dengan karakteristik audiens. Media penyiaran seperti radio, televisi, dan platform digital memiliki karakteristik masing-masing yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah. Oleh karena itu, dai dan lembaga penyiaran Islam dituntut memiliki kompetensi komunikasi yang memadai agar pesan keislaman tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan transformatif.

Gambar 1
Kerangka Konseptual Dakwah Di Era Digital



Penjelasan gambar

Gambar tersebut merepresentasikan kerangka konseptual dakwah Islam di era digital yang bersifat integratif dan kontekstual. Penjelasanannya sebagai berikut:

1. Dakwah Islam di Era Digital (Pusat Lingkaran)

Lingkaran di tengah menunjukkan bahwa dakwah Islam di era digital menjadi inti atau pusat perhatian. Ini menegaskan bahwa aktivitas dakwah saat ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi digital, media sosial, dan ruang komunikasi modern. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid, tetapi berlangsung di ruang virtual yang luas, cepat, dan interaktif.

2. Kondisi Dunia

Elemen “Kondisi Dunia” menggambarkan realitas global yang terus berubah, seperti:

- Globalisasi informasi
- Perkembangan teknologi digital
- Arus budaya global
- Tantangan modernitas (individualisme, materialisme, sekularisme)

Dakwah Islam harus mampu membaca dan merespons dinamika dunia global agar pesan keislaman tetap relevan, aktual, dan solutif.

3. Kondisi Umat Islam

Bagian “Kondisi Umat Islam” menunjukkan pentingnya memahami realitas sosial, kultural, dan spiritual umat, antara lain:

- Tingkat literasi keagamaan dan digital
- Keragaman latar belakang sosial dan budaya
- Tantangan internal umat (disinformasi, konflik, apatisisme)

Dakwah yang efektif harus berangkat dari kebutuhan, problem, dan karakteristik umat, bukan sekadar penyampaian ajaran secara normatif.

4. Hukum Dakwah

Elemen “Hukum Dakwah” menegaskan bahwa dakwah tetap harus berlandaskan:

- Al-Qur'an dan Hadis
- Prinsip amar ma'ruf nahi munkar
- Metode dakwah yang hikmah, bijaksana, dan etis

Meskipun medianya berubah menjadi digital, nilai dan etika dakwah Islam tidak boleh ditinggalkan.

5. Lingkaran Penghubung

Lingkaran besar yang menghubungkan ketiga unsur luar menunjukkan bahwa, dakwah Islam di era digital harus menyeimbangkan antara teks (norma agama) dan konteks (realitas dunia dan umat)

Ketiga unsur tersebut saling terkait dan tidak dapat dipisahkan

Makna Keseluruhan

Secara konseptual, gambar ini menegaskan bahwa dakwah Islam di era digital yang ideal adalah dakwah yang adaptif terhadap kondisi dunia, responsif terhadap kondisi umat, dan tetap berpegang teguh pada hukum serta etika dakwah Islam. Pendekatan inilah yang memungkinkan dakwah tetap relevan, moderat, dan membawa rahmat bagi seluruh alam.

Komunikasi Penyiaran Islam dan Media

Media merupakan elemen yang tidak terpisahkan dari praktik komunikasi penyiaran Islam. Dalam konteks dakwah kontemporer, media berfungsi sebagai saluran strategis yang memungkinkan pesan-pesan keislaman disampaikan secara luas, sistematis, dan berkelanjutan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media digital, telah mengubah secara signifikan lanskap dakwah Islam. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak mengandalkan mimbar masjid, majelis taklim, atau media cetak, kini dakwah berkembang melalui televisi, radio, media sosial, podcast, kanal YouTube, serta berbagai platform streaming digital.

Media digital memungkinkan dakwah berlangsung secara interaktif, di mana audiens tidak lagi berperan pasif sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan umpan balik, berdiskusi, dan bahkan memproduksi ulang konten dakwah. Selain itu, media digital bersifat cepat dan real-time, sehingga pesan dakwah dapat merespons isu-isu aktual yang berkembang di masyarakat. Karakter lintas batas geografis juga menjadikan dakwah melalui media digital mampu menjangkau umat Islam di berbagai wilayah, bahkan lintas negara dan budaya. Dengan demikian, media digital berkontribusi besar dalam memperluas jangkauan dan pengaruh komunikasi penyiaran Islam di era global.

Namun demikian, pemanfaatan media dalam penyiaran Islam juga menghadirkan sejumlah tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah komersialisasi dakwah, di mana pesan keagamaan berpotensi direduksi menjadi komoditas demi kepentingan popularitas, rating, atau keuntungan ekonomi. Fenomena ini dapat menggeser orientasi dakwah dari misi edukatif dan transformatif menuju kepentingan pragmatis dan sensasional. Selain itu, terdapat risiko distorsi pesan, baik akibat penyederhanaan ajaran agama, pemotongan konteks, maupun framing media yang kurang tepat, sehingga substansi dakwah tidak tersampaikan secara utuh.

Tantangan lainnya adalah fragmentasi audiens, yaitu terpecahnya khalayak dakwah ke dalam kelompok-kelompok kecil berdasarkan preferensi media, ideologi, dan algoritma platform digital. Kondisi ini menuntut komunikator dakwah untuk lebih memahami karakteristik audiens serta menyesuaikan pesan dan medium agar dakwah tetap relevan dan inklusif. Tanpa strategi komunikasi yang matang, dakwah di media justru berpotensi memperkuat polarisasi dan eksklusivisme keagamaan.

Dalam perspektif komunikasi, pesan dakwah yang disampaikan melalui media harus memperhatikan kaidah jurnalistik, seperti akurasi, kejelasan, keseimbangan, dan tanggung jawab informasi. Selain itu, etika penyiaran menjadi prinsip fundamental agar dakwah tidak melanggar nilai kemanusiaan, tidak memicu ujaran kebencian, serta tidak menyesatkan publik. Tanggung jawab sosial media juga perlu dikedepankan, mengingat media memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat.

Komunikasi penyiaran Islam idealnya mampu mengintegrasikan nilai-nilai edukatif, yaitu memberikan pemahaman keislaman yang mencerahkan; informatif, yakni menyampaikan informasi yang benar dan bermanfaat; serta inspiratif, yaitu mendorong perubahan sikap dan perilaku menuju kebaikan. Pendekatan ini menempatkan media bukan sekadar sebagai alat teknis penyebaran pesan, tetapi sebagai ruang kultural untuk membangun wacana Islam yang moderat, inklusif, dan humanis.

Dengan demikian, keberhasilan komunikasi penyiaran Islam di era media digital sangat ditentukan oleh kemampuan mengelola media secara bijak, profesional, dan beretika. Media harus diposisikan sebagai mitra dakwah yang mendukung tujuan transformasi sosial dan spiritual umat, bukan semata-mata sebagai sarana hiburan atau komodifikasi agama. Pendekatan inilah yang akan memperkuat peran komunikasi penyiaran Islam dalam menjawab tantangan dakwah di tengah dinamika masyarakat modern.

Perspektif Budaya dalam Komunikasi Penyiaran Islam

Budaya memiliki peran yang sangat signifikan dalam menentukan efektivitas komunikasi penyiaran Islam. Dalam konteks dakwah, budaya tidak hanya dipahami sebagai latar belakang sosial masyarakat, tetapi juga sebagai sistem makna yang memengaruhi cara individu menafsirkan pesan, simbol, dan praktik keagamaan. Oleh karena itu, pesan dakwah yang disampaikan melalui media perlu mempertimbangkan secara serius aspek-aspek budaya lokal, seperti bahasa, nilai, norma, tradisi, serta simbol-simbol yang hidup dan berkembang di tengah masyarakat. Dakwah yang disampaikan tanpa sensitivitas budaya berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, resistensi, bahkan penolakan, karena pesan yang disampaikan tidak selaras dengan pengalaman sosial dan kultural audiens.

Dalam komunikasi penyiaran Islam, budaya berfungsi sebagai konteks sekaligus medium yang memengaruhi proses produksi, distribusi, dan penerimaan pesan dakwah. Bahasa lokal, gaya tutur, narasi simbolik, serta ekspresi seni dan tradisi masyarakat dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih komunikatif dan membumi. Pendekatan ini menegaskan bahwa dakwah bukanlah proses indoktrinasi yang kaku, melainkan dialog sosial yang menghargai realitas budaya masyarakat sebagai bagian dari strategi komunikasi.

Komunikasi penyiaran Islam yang berbasis budaya lokal terbukti mampu memperkuat penerimaan pesan keislaman di tengah masyarakat yang majemuk. Pendekatan kultural memungkinkan dakwah tampil lebih humanis, persuasif, dan kontekstual, tanpa harus kehilangan substansi ajaran Islam. Islam disampaikan sebagai nilai yang membimbing dan memuliakan manusia, bukan sebagai kekuatan yang menegasikan identitas budaya lokal. Dalam praktiknya, dakwah kultural dapat diwujudkan melalui program siaran keagamaan yang menggunakan bahasa daerah, mengangkat tradisi lokal yang bernilai positif, serta memanfaatkan seni dan budaya sebagai media ekspresi pesan Islam.

Pandangan ini sejalan dengan pemikiran para antropolog dakwah dan sarjana komunikasi Islam yang menekankan pentingnya dialog antara Islam dan budaya lokal dalam proses penyebaran nilai-nilai keislaman. Islam secara historis berkembang melalui proses akulturasi budaya yang dinamis, di mana ajaran Islam berinteraksi dengan tradisi lokal tanpa harus menghilangkan nilai-nilai tauhid. Oleh karena itu, komunikasi penyiaran Islam perlu menghindari pendekatan homogenisasi budaya yang memaksakan satu model ekspresi keislaman, karena hal tersebut justru dapat memicu konflik identitas dan eksklusivisme.

Di era media digital, perspektif budaya dalam komunikasi penyiaran Islam menjadi semakin penting. Media digital mempertemukan berbagai latar budaya dalam satu ruang komunikasi yang sama, sehingga potensi perbedaan tafsir dan gesekan budaya semakin besar. Dalam kondisi ini, dakwah yang sensitif budaya dan berorientasi pada nilai moderasi menjadi kunci untuk membangun wacana Islam yang damai, inklusif, dan toleran. Komunikasi penyiaran Islam tidak hanya dituntut untuk menyampaikan kebenaran normatif, tetapi juga untuk membangun pemahaman lintas budaya yang memperkuat kohesi sosial.

Dengan demikian, perspektif budaya dalam komunikasi penyiaran Islam menegaskan bahwa keberhasilan dakwah melalui media tidak semata-mata ditentukan oleh kecanggihan teknologi atau luasnya jangkauan siaran, tetapi oleh kemampuan dakwah untuk berdialog secara kreatif dan etis dengan budaya masyarakat. Pendekatan kultural ini menjadikan komunikasi penyiaran Islam lebih relevan dengan realitas sosial, sekaligus berkontribusi dalam menjaga harmoni antara nilai-nilai keislaman dan keberagaman budaya dalam masyarakat modern.

KESIMPULAN

Komunikasi penyiaran Islam merupakan fenomena multidimensional yang tidak dapat dipahami secara parsial. Dari perspektif dakwah, komunikasi penyiaran Islam berfungsi sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam yang persuasif dan transformatif. Dari perspektif media, komunikasi penyiaran Islam memanfaatkan teknologi komunikasi modern untuk memperluas jangkauan dakwah, sekaligus menghadapi tantangan etika dan komersialisasi. Sementara itu, dari perspektif budaya, komunikasi penyiaran Islam dituntut untuk sensitif terhadap konteks sosial dan kultural masyarakat agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif.

Oleh karena itu, pengembangan komunikasi penyiaran Islam perlu mengintegrasikan ketiga perspektif tersebut secara harmonis. Komunikasi penyiaran Islam yang ideal adalah komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai dakwah, adaptif terhadap perkembangan media, serta menghargai keragaman budaya, sehingga mampu berkontribusi dalam membangun masyarakat yang religius, moderat, dan berkeadaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2017). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abubakar, A., Ngalmun, N., Liadi, F., & Latifah, L. (2020). Bahasa Sebagai Nilai Perikat Dalam Simbol Budaya Lokal Tokoh Agama. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 4(2), 159-172.
- Azra, A. (2013). *Islam Nusantara: Jaringan Global dan Lokal*. Bandung: Mizan.

- Azra, A. (2017). *Moderasi Islam di Indonesia: Dari Ajaran, Ibadah, hingga Tradisi*. Jakarta: Kencana.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Hefner, R. W. (2011). *Civil Islam: Muslims and Democratization in Indonesia*. Princeton: Princeton University Press.
- Ismail, F. (2018). *Dakwah Kultural: Pendekatan Islam dalam Masyarakat Majemuk*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kuntowijoyo. (2006). *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Latifah, L., Ngalmun, N., Setiawan, M. A., & Harun, M. H. (2020). Kecakapan behavioral dalam proses pembelajaran PAI Melalui Komunikasi Interpersonal. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 36-42.
- Latifah, L., & Ngalmun, N. (2023). Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi Melalui Transformasi Digital Dengan Pendekatan Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5.0. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 41-50.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nata, A. (2014). *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ngalmun, H. (2017). Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. *Banjarmasin: Pustaka Banua*.
- Ngalmun, N. (2022). Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Ilmiah. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(1), 265-278.
- Qaradawi, Y. al-. (1996). *Fiqh al-Da'wah*. Cairo: Maktabah Wahbah.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riwut, T. (2007). *Kalimantan Membangun*. Palangka Raya: Grafika Wangi.
- Syamsuddin, A. B. (2016). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Yusuf, M. (2020). *Dakwah dan Media Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.