

Implementasi Nilai Dakwah YouTube Ustadz Adi Hidayat

M. Suprayogi^{*}, N. Kurniawati., Malki A. Nasir

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

muflih_10020220089@unisba.ac.id, nia_syamday@yahoo.com, malki_tea@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the implementation of da'wah values in Ustadz Adi Hidayat's YouTube channel and its influence on increasing religious understanding among mothers in RT 05 RW 05 North Cimindi, Bandung City. The research approach used was a qualitative case study method. Data were collected through interviews, observation, and documentation, which were then analyzed descriptively qualitatively. The results showed that the most dominant da'wah values were faith and morals. Forms of implementation include increasing awareness of worship, changing religious mindsets, and applying Islamic values in daily life. Ustadz Adi Hidayat's YouTube channel had a significant impact on the mothers' religious understanding, especially in the spiritual aspects, worship practices, and family education

Keywords: *Digital Da'wah, YouTube, Ustadz Adi Hidayat.*

Abstrak. Studi ini ditujukan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai dakwah dalam kajian YouTube Ustadz Adi Hidayat serta pengaruhnya terhadap peningkatan pemahaman keagamaan di kalangan ibu-ibu RT 05 RW 05 Cimindi Utara, Kota Bandung. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai dakwah yang paling dominan adalah aqidah dan akhlak. Bentuk implementasinya meliputi peningkatan kesadaran beribadah, perubahan pola pikir keagamaan, serta penerapan nilai Islam pada aktivitas keseharian. Kajian YouTube Ustadz Adi Hidayat memberikan dampak signifikan terhadap pemahaman keagamaan ibu-ibu, terutama dalam aspek spiritual, praktik ibadah, dan pendidikan keluarga.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, YouTube, Ustadz Adi Hidayat.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyampaian ajaran agama. Digitalisasi dakwah merupakan salah satu bentuk respons terhadap dinamika zaman, di mana masyarakat modern mengandalkan media daring untuk memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk kebutuhan spiritual. Platform seperti YouTube menjadi media alternatif yang efektif dalam menjangkau masyarakat luas dengan penyampaian pesan keislaman yang lebih fleksibel dan dinamis.

Dalam konteks dakwah Islam kontemporer, media digital tidak hanya menjadi alat bantu, melainkan telah menjadi ruang utama penyampaian pesan-pesan keagamaan yang disesuaikan dengan karakteristik audiens modern. Salah satu tokoh yang aktif memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah adalah Ustadz Adi Hidayat. Melalui kanal YouTube-nya, beliau menyajikan ceramah-ceramah keislaman yang tidak hanya membahas tauhid dan ibadah, tetapi juga menyoroti isu-isu kontekstual seperti pendidikan anak, akhlak, kehidupan rumah tangga, hingga dinamika sosial kemasyarakatan.

Dakwah melalui media digital, khususnya YouTube, menjadi solusi atas keterbatasan fisik, waktu, dan mobilitas masyarakat, terutama kalangan perempuan yang memiliki peran domestik dan sosial yang kompleks. Ibu rumah tangga, misalnya, seringkali tidak memiliki waktu untuk menghadiri majelis taklim secara langsung. Oleh karena itu, kajian daring menjadi pilihan realistis dan praktis dalam memenuhi kebutuhan spiritual mereka. Ceramah-ceramah Ustadz Adi Hidayat yang bersifat terbuka, mudah diakses, dan dapat ditonton ulang kapan saja menjadi nilai tambah tersendiri dalam memperkuat keislaman individu maupun keluarga..

Secara teoritis, fenomena ini dapat dianalisis melalui pendekatan *Uses and Gratifications Theory* yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974). Teori ini menekankan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti informasi, hiburan, identitas personal, dan interaksi sosial. Dalam kasus ini, ibu-ibu yang memilih ceramah Ustadz Adi Hidayat menunjukkan adanya kebutuhan religius, edukatif, dan kognitif yang dipenuhi melalui akses ke konten dakwah digital. Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa konsumsi ceramah daring bukan semata-mata mengikuti tren, melainkan sebagai bentuk adaptasi spiritual dalam merespons tantangan budaya, sosial, dan keluarga yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan itu, pendekatan *Social Learning Theory* dari Bandura (1986) turut relevan untuk menjelaskan bagaimana individu belajar melalui proses observasi terhadap tokoh yang dianggap kredibel dan dapat dipercaya. Ceramah UAH yang disampaikan secara logis, ilmiah, dan menyentuh kebutuhan praktis audiens menjadikan beliau sebagai figur panutan (role model) dalam pembentukan sikap dan perilaku keagamaan. Ibu-ibu yang rutin mengakses kajian ini tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga termotivasi untuk mengimplementasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan rumah tangga.

Namun, meskipun tren dakwah digital semakin meningkat, masih terdapat keterbatasan dalam kajian akademik yang secara spesifik meneliti pengaruh dakwah Ustadz Adi Hidayat terhadap pemahaman keagamaan ibu-ibu, khususnya dalam lingkup keluarga. Padahal, peran ibu dalam pendidikan agama anak dan pembentukan karakter keluarga sangat krusial. Lemahnya pemahaman agama pada sosok ibu dapat berdampak pada rentannya nilai moral dan spiritual generasi muda. Beberapa kasus kenakalan remaja dan penyimpangan sosial di lingkungan Cimindi Utara, Kota Bandung, menjadi cerminan dari pentingnya penguatan keagamaan dalam lingkup keluarga. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji bagaimana ibu-ibu merespons tantangan tersebut melalui konsumsi konten dakwah digital, khususnya melalui ceramah Ustadz Adi Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam ceramah YouTube Ustadz Adi Hidayat dipahami dan diimplementasikan oleh para ibu rumah tangga di Cimindi Utara RT 05 RW 05 Kota Bandung. Nilai-nilai tersebut mencakup aspek aqidah (keimanan), syariat (ibadah), dan akhlak (perilaku Islami). Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi sejauh mana konten dakwah digital tersebut berdampak terhadap pemahaman keislaman dan perubahan perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari, baik pada diri informan maupun dalam pola pengasuhan anak dan interaksi keluarga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

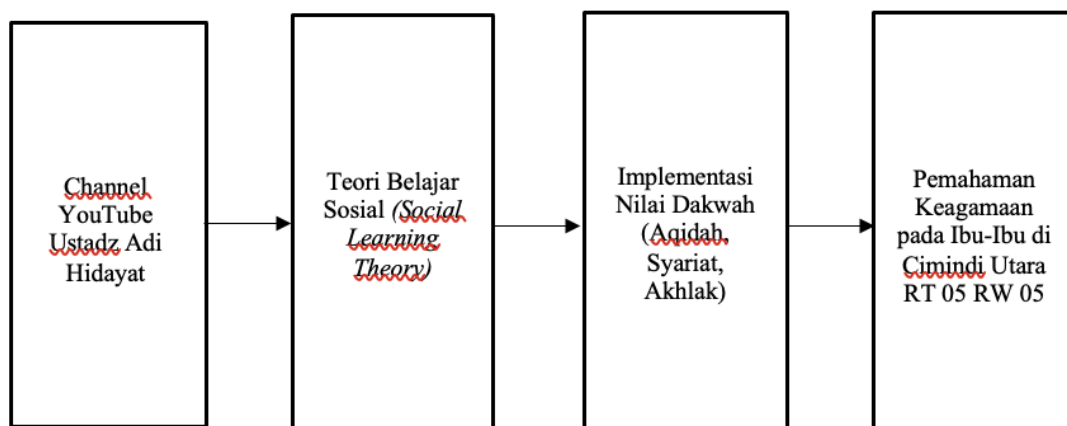
1. Nilai-nilai dakwah apa yang paling dominan menurut persepsi ibu-ibu?
2. Bagaimana bentuk implementasi nilai-nilai tersebut dalam kehidupan mereka?
3. Bagaimana pengaruh konsumsi dakwah digital terhadap pemahaman dan kesadaran keagamaan para ibu?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan wacana dakwah digital yang adaptif dan kontekstual, serta kontribusi praktis bagi penguatan peran perempuan dalam membina keluarga Islami di era modern. Penelitian ini juga bertujuan untuk menawarkan wawasan baru bagi para da'i, lembaga dakwah, dan institusi pendidikan Islam dalam merancang strategi dakwah yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan dipilih secara purposive, yaitu ibu-ibu yang aktif mengikuti kajian YouTube Ustadz Adi Hidayat minimal dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994), yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam proses internalisasi nilai-nilai dakwah dalam kehidupan nyata para informan, serta memahami makna yang terkandung dalam interaksi mereka dengan dakwah digital.

B. Metode

Penelitian ini termasuk ke dalam kategori original research karena didasarkan pada hasil riset lapangan yang dilakukan secara langsung oleh penulis terhadap masyarakat, khususnya ibu-ibu di lingkungan Cimindi Utara RT 05 RW 05 Kota Bandung. Studi ini ditujukan untuk memahami implementasi nilai-nilai dakwah dalam kajian Channel YouTube Ustadz Adi Hidayat dan pengaruhnya terhadap pemahaman keagamaan ibu-ibu. Dapat dilengkapi dengan gambar atau bagan yang berisi mengenai tahapan penelitian. Seperti contoh berikut ini.



Gambar 1. Tahapan Riset

Metodologi ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik data dan tujuan penelitian. Dengan pendekatan ini, penulis mampu memahami secara mendalam fenomena implementasi nilai dakwah oleh ibu-ibu dalam konteks kehidupan nyata, bukan sekadar mengukur kuantitas atau hubungan antar variabel.

Penelitian ini juga memperhatikan validitas data melalui teknik triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Nilai-Nilai Dakwah Kajian YouTube Ustadz Adi Hidayat

Hasil wawancara dan observasi terhadap ibu-ibu di Cimindi Utara RT 05 RW 05 mengindikasikan bahwa terdapat tiga nilai dakwah utama yang dominan dalam kajian Ustadz Adi Hidayat:

1. Aqidah (Keimanan): Memperkuat keyakinan terhadap tauhid, larangan syirik, serta pentingnya niat ikhlas dalam beribadah.
2. Syariat (Ibadah): Mendorong ketertiban dalam pelaksanaan ibadah fardhu dan sunnah, seperti shalat lima waktu, dzikir pagi-petang, dan tilawah Al-Qur'an.
3. Akhlak (Etika Islam): Mengajarkan pentingnya berkata baik, bersikap santun terhadap suami dan anak, serta menjauhi ghibah dan perilaku tercela lainnya.

Implementasi Nilai Dakwah dalam Kehidupan Sehari-Hari

Para ibu mengimplementasikan nilai-nilai dakwah tersebut dalam konteks keluarga dan lingkungan sosial:

1. Pendidikan Anak Islami: Membiasakan anak shalat tepat waktu, mengenalkan adab makan, dan membacakan kisah nabi.
2. Teladan dalam Ibadah: Mengajak anak-anak ikut serta dalam salat berjamaah, membaca Al-Qur'an bersama, serta berdzikir sebelum tidur.
3. Kontrol Konsumsi Digital: Mengganti tontonan hiburan dengan kajian dakwah, serta membatasi anak dari konten digital negatif.
4. Komunikasi Keluarga Islami: Menggunakan bahasa yang santun dan menghindari marah dalam mendidik anak dan berinteraksi dengan pasangan.

Dampak Kajian terhadap Pemahaman Keagamaan

Dakwah digital Ustadz Adi Hidayat berkontribusi membentuk kesadaran keislaman ibu-ibu:

1. *Belief*: Meningkatkan keyakinan terhadap Allah dan kebenaran ajaran Islam.
2. *Practice*: Membentuk kebiasaan beribadah yang disiplin dan konsisten.
3. *Understanding*: Memberikan pemahaman Islam yang komprehensif dan ilmiah.
4. *Spiritual Experience*: Menghadirkan ketenangan dan kebahagiaan dalam beragama.
5. *Family Influence*: Menjadikan ibu sebagai agen perubahan spiritual dalam keluarga.

Kajian ini mendukung temuan Wulandari & Nasir (2024) serta Safiramu'ti & Nasir (2025), yang menyatakan bahwa dakwah digital mampu meningkatkan pemahaman keislaman dan membentuk karakter religius masyarakat. Sejalan pula dengan teori Bandura (1986), UAH menjadi role model yang dicontoh secara spiritual dan praktikal oleh para ibu.

Hasil Temuan Pertama

Pada penelitian ini, penulis mewawancarai langsung kepada yang bersangkutan yakni pengurus, dan pemuda yang mengikuti pejuang qiyamullail dengan tujuan untuk mendapatkan informasi.

Tabel 1. Data Wawancara

No	Nama	Usia	Pekerjaan/Profesi
1	Ibu Ani	48	Ibu Rumah Tangga
2	Ibu Ema	43	Ibu Rumah Tangga
3	Ibu Ita Rahayu	42	Wirausaha
4	Ibu Luthfi	36	Guru
5	Ibu Rena	37	Wirausaha
6	Ibu Yeti	57	Ibu Rumah Tangga
7	Ibu Annisa	27	Guru

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Penelitian ini juga memperlihatkan adanya korelasi antara intensitas menonton kajian dengan perubahan perilaku. Informan yang lebih sering menyimak ceramah UAH menunjukkan perubahan lebih signifikan dalam rutinitas ibadah dan komunikasi keluarga. Hal ini mengindikasikan bahwa frekuensi paparan terhadap konten dakwah menjadi faktor penting dalam keberhasilan internalisasi nilai keislaman.

Jika dibandingkan dengan temuan Mahdy (2021), yang menyatakan bahwa komunitas Muslimah milenial lebih responsif terhadap dakwah visual yang dikemas secara estetis dan informatif, maka ibu-ibu dalam penelitian ini lebih mengutamakan kedalaman materi dan kredibilitas penceramah. Ini menegaskan bahwa konten dakwah yang berhasil bukan hanya menarik secara tampilan, tetapi juga substantif dan relevan dengan kehidupan audiens.

Analisis dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ceramah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui platform YouTube memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran keagamaan di kalangan ibu-ibu di wilayah Cimindi Utara RT 05 RW 05 Kota Bandung. Hal ini tercermin dari bagaimana para responden menginternalisasi nilai-nilai dakwah yang disampaikan, lalu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks keluarga. Tiga nilai utama yang paling banyak direspon dan diimplementasikan adalah nilai aqida, syariat, akhlak.

Pada aspek aqidah, para ibu mengalami peningkatan pemahaman dan penguatan keyakinan keislaman setelah secara rutin mengikuti kajian digital Ustadz Adi Hidayat. Mereka menyatakan lebih memahami pentingnya konsep tauhid, keikhlasan dalam ibadah, serta kesadaran untuk menjauhi perbuatan yang dapat merusak aqidah seperti syirik, riya, dan kesombongan. Hal ini membuktikan bahwa dakwah digital bukan hanya menyampaikan pengetahuan keagamaan, tetapi juga memperkuat dimensi keyakinan. Sesuai dengan gagasan Bandura (1986) dalam teori pembelajaran sosial, sosok da'i yang kredibel mampu menjadi panutan dalam membentuk perilaku religius yang lebih baik.

Sementara itu, dalam aspek syariat, ceramah Ustadz Adi Hidayat mendorong ibu-ibu untuk lebih disiplin dalam menjalankan ibadah wajib maupun sunnah. Banyak dari mereka mengaku mulai memperbaiki kualitas sholat, rutin membaca Al-Qur'an, dan lebih memperhatikan waktu-waktu ibadah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari dan Nasir (2024), yang menyatakan bahwa konten dakwah digital dapat membentuk kebiasaan beribadah melalui penyampaian yang sistematis dan sesuai konteks kehidupan.

Di sisi lain, pada aspek akhlak, konten ceramah Ustadz Adi Hidayat turut membentuk perilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa informan menyampaikan bahwa mereka menjadi lebih sabar dalam mendidik anak-anak, mengendalikan emosi dalam rumah tangga, serta menjaga lisan dari perilaku negatif seperti ghibah. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui media digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif dalam membentuk karakter dan etika Islami, sebagaimana dijelaskan oleh Azra (2019).

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya menjadi saluran penyebaran dakwah, melainkan juga ruang interaksi aktif antara da'i dan mad'u. Para ibu tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi terlibat secara aktif dengan mencatat materi ceramah, berdiskusi bersama teman, serta menerapkan nilai-nilai tersebut dalam pengasuhan anak dan relasi dalam keluarga. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital mampu menumbuhkan partisipasi aktif dan memberikan ruang pembelajaran yang interaktif.

Dari sisi pengalaman spiritual, sebagian besar informan mengaku merasakan kedamaian batin, semangat hidup yang lebih tinggi, serta arah hidup yang lebih terarah setelah mengikuti kajian secara rutin. Temuan ini memperkuat hasil studi Safiramu'ti dan Nasir (2025), yang menyatakan bahwa dakwah berbasis media sosial yang komunikatif mampu menjangkau ranah emosional dan spiritual audiens secara efektif.

Dalam konteks sosial masyarakat urban yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas, kehadiran dakwah UAH di YouTube menjadi solusi yang menjangkau kelompok marginal secara spiritual, seperti ibu rumah tangga, pekerja informal, atau lansia. Media digital memberikan akses yang fleksibel bagi siapa pun yang ingin mendalami agama, tanpa batasan ruang dan waktu.

Secara keseluruhan, implementasi nilai-nilai dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui media digital berdampak positif pada tiga aspek utama:

1. Kognitif: menambah pengetahuan keislaman,
2. Afektif: memperkuat kesadaran dan keimanan,
3. Psikomotorik: memperbaiki perilaku dalam ibadah dan akhlak sehari-hari.

Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan dakwah digital berbasis media sosial, dengan menunjukkan bahwa platform seperti YouTube dapat digunakan secara optimal untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara efektif dan kontekstual. Ustadz Adi Hidayat berhasil menyesuaikan gaya penyampaian dengan kebutuhan spiritual dan realitas kehidupan audiens, terutama kalangan ibu sebagai pilar utama pendidikan agama dalam keluarga Muslim.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi para da'i, lembaga dakwah, dan komunitas Muslimah dalam menyusun strategi dakwah digital yang partisipatif dan relevan. Pemanfaatan media daring perlu disertai dengan pendekatan psikososial yang menekankan pentingnya kedekatan emosional, pemahaman konteks sosial audiens, serta konsistensi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Dengan demikian, strategi dakwah berbasis media digital patut terus dikembangkan karena terbukti adaptif, aplikatif, dan efektif. Namun demikian, keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kualitas konten dakwah, kredibilitas da'i, dan keterlibatan aktif audiens dalam menerima serta menerapkan nilai-nilai yang disampaikan.

D. Kesimpulan

Kajian dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui platform YouTube terbukti berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman keagamaan ibu-ibu di Cimindi Utara RT 05 RW 05 Kota Bandung. Nilai-nilai dakwah yang dominan meliputi aqidah, syariat, dan akhlak, yang tidak hanya dipahami dari sisi konseptual, tetapi juga diimplementasikan pada aktivitas keseharian, terutama dalam konteks keluarga dan pendidikan anak.

Dakwah digital yang disampaikan secara kontekstual, ilmiah, dan komunikatif menjadikan ceramah UAH mudah diakses dan diterima oleh kalangan ibu-ibu. Hal ini mengindikasikan bahwa media digital dapat menjadi sarana dakwah yang efektif untuk membentuk kesadaran beragama dan perilaku Islami, terutama dalam masyarakat urban dengan keterbatasan mobilitas dan waktu.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. Secara khusus, penghargaan disampaikan kepada para informan, yaitu ibu-ibu di Cimindi Utara RT 05 RW 05 Kota Bandung yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman selama proses wawancara.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pembimbing dan penguji di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif dalam penyusunan artikel ini. Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada pihak kampus dan lembaga terkait yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama proses riset ini berlangsung.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Hidayah Safiramu'ti, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Peningkatan Pemahaman Pembinaan Akhlak pada Channel Youtube Adi Hidayat Official. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 131–136. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5270>
- Maulina, N. A., Syam, N. K., & HMZ, N. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>
- Muhammad Marsal. (2024). Peran Media WhatsApp Group Masjid Al-Ukhuwah dalam Penyebaran Dakwah Islam untuk Masyarakat Ciganitri. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 59–66. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3929>
- Neri Hoirul Bariyah, & Ida Afidah. (2022). Pengaruh Dakwah Channel YouTube Ustadz Hanan Attaki terhadap Peningkatan Ibadah Salat Followers. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1207>
- Ahmadi, R. (2024). *Teori-teori sosial dalam studi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Azra, A. (2019). *Islam substantif: Membumikan Islam dalam tantangan global dan multikultural*. Jakarta: Mizan.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Chairunnisa, H. (2025). Tren konsumsi dakwah YouTube di kalangan perempuan urban. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kurniati, R., Hidayat, A., & Subagyo, B. (2023). Kontekstualisasi materi dakwah digital di kalangan ibu rumah tangga. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Dakwah*, 6(1), 25–31.
- Mahdy, R. (2021). *Implementasi dakwah di media sosial: Studi pada komunitas Muslimah milenial* (Skripsi, UIN Jakarta).
- Safiramu'ti, I., & Nasir, H. (2025). Dakwah kontekstual di era digital: Studi kasus pada channel YouTube Ustadz Adi Hidayat. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 17(2), 87–101.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wulandari, R., & Nasir, M. (2024). Efektivitas dakwah digital dalam meningkatkan kesadaran religius masyarakat urban. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 45–57.