



KAPITA SELEKTA DAKWAH

Kholid Noviyanto



KAPITA SELEKTA DAKWAH

Kholid Noviyanto



KAPITA SELEKTA DAKWAH

Tim Penulis:
Kholid Noviyanto

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Aas Masruroh

ISBN:
978-623-500-739-7

Cetakan Pertama:
Februari, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah Swt atas hidayah, Inayah, dan taufiknya buku ajar ini bisa terselesaikan degan baik sebagai pengembangan literatur pada mata kuliah kapita selekta dakwah. buku ini membahas tentang dakwah dalam tinjauan ragam perspektif sebagaimana perkembangan dakwah di era modern yang meliputi kajian-kajian dakwah dalam bingkai media komunikasi.

Buku ini di peruntukkan untuk mahasiswa dalam memperkaya khazanah keilmuan dakwah dan mempermudah dalam memahami materi pembelajaran pada perkuliahan. Buku ajar ini tidak luput dari kekurangan yang nantinya akan terus dikembangkan melalui penyempurnaan dalam edisi-edisi berikutnya.

Pekalongan 20 Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 RUANG LINGKUP KAPITA SELEKTA DAKWAH.....	1
A. Tujuan Pembelajaran.....	1
B. Lingkup Kapita Selekt Dakwah.....	1
BAB 2 MASYARAKAT ERA DIGITAL	5
A. Tujuan Pembelajaran.....	5
B. Materi Pembelajaran.....	5
1. Masyarakat dalam Pandangan Ilmu Sosial	5
2. Masyarakat Era Digital dalam Tinjauan Islam	9
3. Problematika Masyarakat Digital.....	11
BAB 3 ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH	13
A. Tujuan Pembelajaran.....	13
B. Materi Pembelajaran.....	13
1. Etika Komunikasi Islam.....	13
2. Media dan Perkembangannya	16
3. Etika dalam Bermedia Massa	18
4. Peran Cyber Law	21
BAB 4 DAKWAH DAN PERUBAHAN SOSIAL.....	25
A. Tujuan Pembelajaran.....	25
B. Materi Pembelajaran.....	25
1. Dasar Pemahaman Perubahan Sosial	25
2. Peran Dakwah dalam Perubahan Sosial.....	29
BAB 5 SYBER SPACE DI RUANG DAKWAH	33
A. Tujuan Pembelajaran.....	33
B. Materi Pembelajaran.....	33
1. Pengertian Cyber Space dan Cyber Society	33
2. Perkembangan Dunia Maya	36
3. Bentuk Cyber Dakwah.....	38
BAB 6 MEDIA PENYIARAN ISLAM ERA MELEK MEDIA	41
A. Tujuan Pembelajaran.....	41
B. Materi Pembelajaran.....	41

1. Makna Media dalam Tinjauan Komunikasi Dakwah	41
2. Bentuk-bentuk Media Dakwah	44
3. Da'i Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah.....	47
BAB 7 DAKWAH BIL QOLAM	49
A. Tujuan Pembelajaran.....	49
B. Materi Pembelajaran.....	49
1. Dasar Pemahaman Dakwah bil Qolam	49
2. Makna Dakwah bil Qolam	51
3. Peran Dakwah bil Qolam di Era Modern.....	53
BAB 8 BAHASA DAKWAH	57
A. Tujuan Pembelajaran.....	57
B. Materi Pembelajaran.....	57
1. Dasar Pemahaman Bahasa Dakwah.....	57
2. Bentuk-bentuk Bahasa Dakwah	58
BAB 9 DAKWAH MULTIKULTURAL	61
A. Tujuan Pembelajaran.....	61
B. Materi Pembelajaran.....	61
1. Makna Multikulturalisme.....	61
2. Konsep Dasar Dakwah Multikultural.....	63
3. Teknik Dakwah Multikultural	65
BAB 10 ISU-ISU KONTEMPORER DAKWAH	67
A. Tujuan Pembelajaran.....	67
B. Materi Pembelajaran.....	67
1. Problematika Dakwah	69
2. Upaya Pengentasan Problematika Dakwah	71
DAFTAR PUSTAKA	69
PROFIL PENULIS.....	81

BAB 1

LINGKUP KAPITA SELEKTA DAKWAH

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Materi pada pembahasan pertemuan pertama berhubungan dengan lingkup kapita selekta dakwah dengan tujuan

1. Mahasiswa mampu memahami mata kuliah kapita selekta dakwah khususnya di prodi KPI
2. Mahasiswa mampu memahami deskripsi cakupan mata kuliah kapita selekta dakwah
3. Mahasiswa mampu memahami paradigma keilmuan yang terkandung dalam keilmuan kapita selekta dakwah

B. LINGKUP KAPITA SELEKTA DAKWAH

1. Dasar Pemahaman Mata Kuliah

Mata kuliah yang mempelajari kajian dakwah multiperspektif dalam fasenya memiliki perkembangan yang signifikan. Oleh karenanya dalam mata kuliah nantinya pembahas dalam bidang kaji keilmuan tidak hanya mengkaji keilmuan dakwah mono disiplin namun interdisiplin dengan mendekatkan berbagai disiplin keilmuan seperti ilmu sosial budaya, media, komunikasi dan sejenisnya.

2. Pendekatan Keilmuan Kapita Selekt Dakwah

Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif, mata kuliah 1m secara keilmuan memerlukan ilmu bantu lainnya. Dalam hal ini ilmu bantu tersebut yang menjadi pendekatan bidang kaji ilmu pada setiap pembahasan. Adapun ragam pendekatan keilmuan pada mata kuliah kapita selekta dakwah meliputi,

BAB 2

MASYARAKAT ERA DIGITAL

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada pembahasan masyarakat era digital ini tujuan,

1. Pemahaman mahasiswa tentang masyarakat yang berada di era melek teknologi atau digital
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang dimensi mitra dakwah dalam stratifikasinya
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa masyarakat era digital dalam pandangan Islam
4. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa masyarakat karakteristik masyarakat digital

B. MATERI PEMBAHASAN

1. Masyarakat dalam Pandangan Ilmu Sosial

Masyarakat era digital merupakan masyarakat yang mengalami transformasi pola kehidupan yang signifikan khususnya dalam berkomunikasi. Dalam konteks ini, melek teknologi menjadi salah satu elemen penting dalam pemenuhan pola kehidupan. Sebab hadirnya teknologi di harapkan mampu membawa dampak perubahan bagi masyarakat yang mampu menjadikan teknologi sebagai sarana berbagi ilmu pengetahuan melalui media digital (Zahra, 2023).

Karakteristik masyarakat di era melek media pada hakikatnya di pengaruhi oleh perkembangan media teknologi. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap keragaman masyarakat dalam menerima kehadiran media yaitu pertama, masyarakat yang adaptif mampu menyesuaikan kehadiran teknologi dan memiliki kemampuan dalam belajar serta mengembangkannya. Hal ini sebagaimana asumsi Greenhow dan Levin

BAB 3

ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan masyarakat etika komunikasi dakwah ini bertujuan,

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang etika komunikasi Islam
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang media dan perkembangannya
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang urgensi etika dalam bermedia
4. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang peran cyber law

B. MATERI PEMBAHASAN

1. Etika Komunikasi Islam

Etika komunikasi sangat dibutuhkan mengingat ragam komunikasi yang dilakukan oleh manusia. Dalam tinjauan Islam etika komunikasi merupakan adab atau akhlak manusia dalam menyampaikan pesan komunikasi. Dalam berkomunikasi tidak lepas dari bahasa penyampaian baik secara verbal maupun non verbal. Bahasa komunikasi perlu disajikan pula sesuai dengan etika berbahasa agar terjadi pemahaman yang sama bagi penerima pesan tersebut. Etika komunikasi di nilai sangat penting sekali karena dalam konteks dakwah sangat diperlukan agar pesan yang tersampaikan menjadi tuntunan bagi mitra dakwah. Dalam konteks Al-Qur'an etika dalam berkomunikasi juga tergambarkan dalam polanya yaitu, Qoulun Sadiddan yaitu perkataan yang benar dan membekas. Qoulun Ma'rufa yaitu perkataan yang baik dan tidak menyinggung dan tidak menumbuhkan konflik. Qoulun Baligha yaitu perkataan yang efektif dan menumbuhkan kesan yang baik. Qoulun Maisura yaitu perkataan yang

BAB 4

DAKWAH DAN PERUBAHAN SOSIAL

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan dakwah dan perubahan sosial bertujuan

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang makna perubahan dalam aktifitas dakwah
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang Peran Dakwah dalam Perubahan Sosial

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Dasar Pemahaman Perubahan Sosial

Perubahan sosial merupakan sebuah fenomena kehidupan yang terjadi dalam lingkup Masyarakat. Perubahan sosial pada hakikatnya adalah sebuah perubahan yang terjadi, baik berkaitan dengan kultur, norma atau sejenisnya yang mencakup sistem sosial. Perubahan tersebut terjadi karena adanya objek yang masuk dalam lingkup tatanan sosial. Hal ini memberikan maksud bahwa perubahan sosial merupakan perubahan yang terjadi dari struktur sosial yang meliputi prilaku, nilai, fenomena kultur dan sejenisnya. Istilah lainnya perubahan sosial merupakan sebuah perubahan yang terjadi dalam lingkup sosial masyarakat baik berhubungan dengan, prilaku, kebiasaan, kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat.

Perubahan sosial merupakan sebuah fenomena kehidupan yang terjadi dalam lingkup Masyarakat. Dalam hal ini Yasril Yazid mengasumsikan bahwa perubahan sosial sebagai perubahan yang terjadi dalam aspek sistem sosial. Komponen perubahan tidak hanya pada aspek individu namun termasuk juga komunitas masyarakat, budaya masyarakat, hingga tradisi masyarakat. Oleh karenanya untuk memperkuat pemahaman tentang perubahan sosial Wilbert More memberikan

BAB 5

SYBERSPACE DIRUANG DAKWAH

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan cyber space dan cyber community ini setelah mempelajari dan mengkaji bertujuan memberikan pemberian

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang Pengertian cyber Space dan cyber Community
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang Perkembangan Dunia Maya
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang bentuk-bentuk cyber Dakwah

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Pengertian cyber Space dan cyber Society

Era melek media merupakan era media baru yang pada umunya di kenal dengan era new media. Hal ini merupakan bagian dari tanda adanya perkembangan media komunikasi. Ruli Nasrullah sebagaimana mengutip dari Everett M Rogers telah menguraikan bahwa dalam perkembangan media komunikasi berbagi dalam empat fase yaitu *pertama* fase the writing era, *kedua* the printing era, *ketiga* telecommunication era, dan *ke empat* adalah *interactive communication* era (Rulli) Era new media masuk pada interactive era di mana manusia mampu berinteraksi dan membentuk komunitas di dunia maya. Era ini adalah era di mana teknologi menjadi kawan bagi masyarakat. Di era ini pula masyarakat di hadapkan dengan pola interaksi yang terhubung melalui media berbasis internet. Istilah syber pace muncul dengan berbagai macam makna gagasan muncul akibat adanya budaya syber media. Dalam konteks ini pula Miller memberikan pengertian bahwa *syber space* merupakan medium yang

BAB 6

MEDIA PENYIARAN

ISLAM ERA MELEK MEDIA

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan masyarakat media Islam di era melek media ini bertujuan ,

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang Makna Media dalam Tinjauan Komunikasi Dakwah
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang bentuk-bentuk Media Dakwah
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Makna Media dalam Tinjauan Komunikasi Dakwah

Media pada umumnya dikenal dengan istilah medium yang berarti alat perantara untuk mengantarkan pesan komunikasi. Dalam konteks Islam, media merupakan salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah atau disebut dengan *washilah* yang memiliki arti alat perantara yang mengantarkan materi dakwah kepada mitra dakwah. Secara umum media dipakai sebagai sarana dakwah dengan hadirnya media, aktivitas dakwah sangat terbantu khususnya dalam memahami mitra dakwah.

Memahami media dakwah, ilmuwan dakwah telah membuat definisi pemahaman seperti Ali Azis yang telah mengkaji berbagai literatur mengenai asumsi makna media dakwah yang intinya bahwa media dakwah adalah alat perantara dalam menyampaikan pesan dakwah (Aziz, 2024). Memasuki era revolusi industri 5.0 ini, pertumbuhan teknologi

BAB 7

DAKWAH BIL QOLAM

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan ini setelah mempelajari dan mengkaji bertujuan memberikan pemberian ,

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang dasar dakwah bil qolam
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang makna dakwah bil qolam
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang peran dakwah bil qolam era modern

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Dasar Pemahaman Dakwah bil Qolam

Dakwah bil qolam merupakan dakwah dengan melalui tulisan. Model dakwah ini semenjak zaman nabi sudah terlaksana bahkan pada masa nabi Sulaiman untuk mengislamkan ratu Bilqis, cara dakwah nabi Sulaiman adalah dengan mengirimkan surat melalui burung hud hud yang isinya adalah ajakan untuk masuk dalam agama Allah Swt yaitu Islam (Syahputra, 2019).

Kemudian di masa Rasulullah Muhammad SAW yang mampu mengislamkan raja-raja di romawi. Dalam konteks Sejarah Islam, Muhammad bin Said telah mengabadikan koleksi surat nabi yang disahkan dengan stempel yang bertuliskan nama Allah dan Muhammad utusan Allah. Surat tersebut berisi tentang ajakan untuk menyembah Allah Swt. Seperti surat yang ditulis untuk raja al-Najasi seorang raja Habasyah. Dakwah ini dilakukan pada akhir tahun 6 H setelah Kembali dari perjanjian hudaibiyah Rasulullah melanjutkan misi dakwahnya melalui korespondensi

BAB 8

BAHASA DAKWAH

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan ini setelah mempelajari dan mengkaji bertujuan

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa makna bahasa dakwah
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang bentuk-bentuk bahasa dakwah

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Dasar Pemahaman Bahasa Dakwah

Keberhasilan dakwah tidak terlepas dari bahasa pengantar pesan dakwah. Pesan dakwah dapat diterima mitra dakwah manakala mitra dakwah mampu memahami bahasa materi dakwah. Dan esensi dari ajaran agama Islam adalah dakwah bukan paksaan namun bagaimana menumbuhkan kesadaran mitra dakwah dalam melaksanakan kebaikan. Indikator sifat bahasa dakwah adalah sebagaimana indikator pelaksanaan dakwah yaitu memiliki dimensi nilai baik. Seperti ketika menggunakan hikmah maka ukuran keberhasilannya adalah di hantarkan dengan bahasa yang bijaksana. Ketika mauidzah khasanah juga dihantarkan dengan bahasa yang khasanah atau baik, begitu pula dakwah yang dilakukan dengan bentuk dialogis, maka bahasa yang dihantarkan adalah juga mengandung unsur akhasan atau yang terbaik.

Semua bentuk pelaksanaan dakwah dihantarkan dengan cara yang baik. Hal ini memberikan isyarat kepada kita semua, bahwa bahasa dakwah merupakan hal yang pokok dalam keberhasilan dakwah. Bahasa merupakan simbol baik berupa verbal maupun non verbal (Nur Aisyah Rusnali & Dr. Samsinar S, 2024). Bahasa dakwah memiliki dua bentuk yaitu bentuk verbal dan non verbal dan memiliki gaya bahasa baik bersifat

BAB 9

DAKWAH MULTIKULTURAL

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan ini setelah mempelajari dan mengkaji bertujuan

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa makna multikultural
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa terhadap makna dakwah multikultural
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang teknik dakwah multikultural

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Makna Multikulturalisme

Multikultural pada dasarnya memiliki makna keragaman baik kultur, budaya ras, agama yang ada dalam suatu wilayah. Penekanannya adalah ada pada sebuah pemikiran yang mengakui setiap perbedaan baik tradisi, keragaman suku, ras, maupun agama (Suparlan, 2002). Secara bahasa multikultur terpenggal dari dua suku kata multi dan kultur multi memiliki arti banyak sedangkan kultur sendiri memiliki arti budaya atau tradisi. Secara istilah sendiri multikultural merupakan ideologi yang menjunjung tinggi dan menghargai adanya suatu perbedaan baik agama, suku, ras, budaya (Rahman, Bustomi, Waehama, & Hakiki, 2024).

Paradigma multikultur inilah melahirkan sebuah entitas dan pengakuan dari setiap tradisi dan relasi antar budaya sehingga tercipta sebuah gagasan untuk menjaga keragaman, kesetaraan, toleransi atau saling menghargai dari sebuah keragaman budaya, ras, suku, bahasa, maupun agama. Istilah multikultural mengandung tiga dimensi makna yaitu *pertama* adalah konsep dari sebuah budaya masyarakat yang lahir dari hasil cipta karsa rasa dari manusia. *Kedua*, adalah konsep pluralitas

BAB 10

ISU-ISU KONTEMPORER DAKWAH

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembahasan ini setelah mempelajari dan mengkaji bertujuan

1. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang problematika dakwah
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa terhadap solusi dalam masalah dakwah

B. MATERI PEMBELAJARAN

1. Problematika dakwah

Masalah dakwah tidaklah dapat dipungkiri dari berbagai problematika baik menyangkut mitra dakwah, pendakwah, maupun materi dakwah. Masalah berhubungan dengan mitra dakwah sangat erat kaitannya dengan masalah interaksi sosial seperti ujaran kebencian yang sangat mudah sekali dilontarkan dalam bentuk hasutan, provokasi, atau hinaan yang dilakukan antar individu atau komunitas dalam rangka untuk merugikan orang lain. Sebelum era *cyber media*, ujaran kebencian marak sekali dilontarkan melalui aksi nyata hingga berujung pada pertikaian begitu pula di era cyber media ini, ujaran kebencian kerap sekali di lontarkan via media sosial. Ujaran kebencian di media sosial berdampak pada timbulnya respon yang mengundang kemarahan hingga timbul aksi konflik yang membahayakan dalam pribadi masyarakat maupun komunitas masyarakat (Teja, 2018). Ujaran kebencian melalui berita hoax pada dasarnya dapat dilihat ciri-cirinya seperti *pertama*, berita yang disajikan adalah dusta. *Kedua*, peristiwa yang di informasikan tidak sesuai dengan fakta dan mampu menimbulkan reaksi emosi dan memicu permusuhan. Kasus ujaran kebencian ini, pada umumnya melibatkan

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2016). Menanamkan Konsep Multikulturalisme di Indonesia. *Jurnal Dinamika Global*, 1(02), 123–140. <https://doi.org/10.36859/jdg.v1i02.24>
- Achmad Fedyani Syaifuddin. (2015). Membumikan Multikulturalisme di Indonesia. *Jurnal Antropologi Sosial Budaya*, 11(1), 17–18.
- Adila, I., & Prasetya, A. B. (2020). *Ekonomi Politik Komunikasi: Sebuah Realitas Industri Media di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=c4TDwAAQBAJ>
- Ahyar, D. B., Akhyar, R. M., Supriyatno, T., Romdhoni, P., Tahir, M., Wibisono, I., ... Falimu. (2022). *Strategi dakwah multikultural. Dakwah Multikultural*. Retrieved from <https://repository.uinsi.ac.id>
- Akhyar, T. (2014). Dakwah dan Perubahan Sosial. *Wardah*, 15(2), 113–119.
- Amalia, D. R. (2020). Praktik Islamisasi Nusantara Dalam Manuskrip Primbon. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 5(1), 111–130. Retrieved from [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=866814&val=9982&title=IDEOLOGI DAN PRAKTIK KEAGAMAAN MAHASISWI BERCADAR DI PTKI SE-KOTA METRO](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=866814&val=9982&title=IDEOLOGI%20DAN%20PRAKTIK%20KEAGAMAAN%20MAHASISWI%20BERCADAR%20DI%20PTKI%20SE-KOTA%20METRO)
- Amrulloh, W. E. (2024). Penegakan Hukum Terhadap Kasus Ujaran Kebencian di Dunia Maya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4, 11904–11917. Retrieved from <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8282%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/8282/6373>
- Andries Kango. (2014). Jurnalistik Dalam Kemasan Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 105–114. Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/341>

- Anheier, H. K., & Toepler, S. (2009). *International Encyclopedia of Civil Society*. Springer New York. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=oBxyaj3b50EC>
- Ash-Shallabi, P. D. A. M. (n.d.). *Sejarah Lengkap Rasulullah Jilid 2*. Pustaka Al-Kautsar. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=-OfhDwAAQBAJ>
- Atabik, A. (2013). Melalui Media Televisi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 191–209.
- Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah edisi revisi*. Prenada Media.
- Azmi, M. U. (2023). Metode Penguatan Pendidikan Akhlak. *Mujalasat: Multidiciplinary Journal of Islamic Studies*, 1(3), 337–346.
- Bahagia, R., & Jauhari, T. (2024). Pendekatan Dakwah Multikultural Dalam Pemberdayaan Masyarakat Aceh. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 9(2), 19–36.
- Catur Nugroho, S. S. M. I. K. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=OR0REAAAQBAJ>
- Dakwah bi Al-Qalam Nabi Muhammad saw.* (2022). Penerbit NEM. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=aHGVEAAAQBAJ>
- Dewi, L. P., Lede, Y. U., Mantu, A. A., Mantu, P. I., Sutresna, A., Amalin, K., ... Sari, I. K. (2024). *Buku Ajar Cyber Public Relations*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=CqozEQAAQBAJ>
- Dhamayanti, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Dianah, L. (2024). Keterampilan Digital Masyarakat Desa Sindangsuka Garut. *Badranaya*, 2(01), 14–22. <https://doi.org/10.31980/badranaya.v2i01.745>

- Dr. Bobby Rachman Santoso, (2024). *Strategi Dakwah di Era Digital: Menakar Peluang, Tantangan dan Solusinya*. Penerbit Abdi Fama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=sQIKEQAAQBAJ>
- Dr. H. Das`ad Latif. (2024). *New Media dan Dakwah*. Elex Media Komputindo. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=EYszEQAAQBAJ>
- Dr. H. Rosidi, M. A. (2023). *Metode Dakwah Masyarakat Multikultur*. Selat Media. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=U2_KEAAAQBAJ
- Dr. Jokhanan Kristiyono, S. T. M. M. K. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring*. Prenada Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=jVS6EAAAQBAJ>
- Dr. Muhammad Lukman Hakim, S. I. P. M. S. (2021). *Agama dan Perubahan Sosial*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=NatVEAAAQBAJ>
- Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=J-VNDwAAQBAJ>
- Dr. Usman, S. H. M. H. (2022). *Radikalisme, Terorisme dan Deradikalisasi*. Deepublish. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=2rwIEQAAQBAJ>
- Fabiar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 70–85.
- Fauzana, R. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah bil Qalam Komunitas Revowriter di Media Digital. *Idarotuna*, 3(3), 229. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i3.16440>
- Ferrante, L. (2024). The Phenomena of “Doing Family” in a Migrant’s Experience. <https://doi.org/10.5772/intechopen.1004708>

- Fikri, H. K. (2006). Jurnal Manajemen Dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 155–171.
- Firmanto, A. (2015). Historiografi Islam Cirebon (Kajian Manuskrip Sejarah Islam Cirebon). *Jurnal Lektur Keagamaan*, 13(1), 31–58. Retrieved from <https://jlka.kemenag.go.id/index.php/lektur/article/view/203>
- Fitria, R., & Aditia, R. (2019). Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(2), 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>
- Goa, L. (2017). Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(2), 53–67. <https://doi.org/10.53544/sapa.v2i2.40>
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2019). Social Media and Education: Reconceptualizing the Boundaries of Formal and Informal Learning, 6–30. <https://doi.org/10.4324/9781315121697-2>
- Hadi, A. (2004). *Matinya Dunia Cyberspace* (Vol. 1). LKIS PELANGI AKSARA.
- Hadisaputra, S., & Nurwahyu, T. (2019). Etika Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif Aksiologi Komunikasi. *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 10(1), 38–49.
- Halwati, U. (2023). Potret Dakwah Rasulullah (Dakwah Bil Hal, Bil Lisan dan Bil Qalam). *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 69–78.
- Hapsari Wijayanti, S., Sihotang, K., Emmily Dirgantara, V., & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129–146. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>
- Haro, A., Saktisyahputra, S., Herlinah, H., Olifia, S., Laksono, R. D., Sepriano, S., ... Sari, I. K. (2024). *Buku Ajar Komunikasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=JnEPEQAAQBAJ>

- Hendra, T., & Hartati, S. (2019). Etika Dakwah Ditinjau dari Perspektif Psikologi Komunikasi. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 67–73.
- Hidayat, R. A. (2020). *Jejak Islam dalam Manuskrip di Bali*. Diva Press.
- Hilmi, M. (2019). Humor Dalam Pesan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(1), 87. <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>
- HS, A. H. (2020). *Kitab Misbah al-Zalam Karya Syaikh Muhammad Muhajirin Amsar al-Dary dalam Perspektif Dakwah bi al-Qalam*. Penerbit A-Empat. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=9SMwEAAAQBAJ>
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=bg1eDAAAQBAJ>
- Ibrahim, S., & Endot, I. (2000). *Dakwah dan perubahan sosial*. Utusan Publications.
- Isnaini, A. (2017). Kekerasan Atas Nama Agama. *Kalam*, 8(2), 213. <https://doi.org/10.24042/klm.v8i2.221>
- Jailani, I. A. (2014). Dakwah dan pemahaman Islam di ranah multikultural. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 22(2), 413–432.
- Jalil, A. (2021). Aksi Kekerasan Atas Nama Agama. *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, 9(2), 220–234. <https://doi.org/10.36052/andragogi.v9i2.251>
- Jamalie, Z. (2022). Manuskrip Keagamaan Kajian Islam Banjar, 1–23.
- Jasad, U. (2019). Dakwah Melalui Media Cetak. *Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial*, 2(2).
- Julis, S. (2018). Komunikasi Dakwah di Era Cyber. *An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam*, 42(2), 30–51.
- Kirby. (1987). *Communication technology. Computer Law and Security Report* (Vol. 3). [https://doi.org/10.1016/0267-3649\(87\)90016-1](https://doi.org/10.1016/0267-3649(87)90016-1)

- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19. *Tematik*, 7(1), 38–50. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>
- Lembaga Fatwa Majelis Ulama Indonesia. (2024). Layanan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. *Majelis Ulama Indonesia*, 1–20. Retrieved from <https://www.fatwamui.com>
- Liliweri, A. (2018). *Prasangka, Konflik, dan Komunikasi Antarbudaya*. Kencana. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=qM91DwAAQBAJ>
- Mahdaniar, F., & Surya, A. (2022). Perumusan Etis Humor Dakwah Dalam Desain Pesan Dakwah. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 3(2), 291–312. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i2.194>
- Mahyuddin, M. A., & Mubaraq, D. F. (2019). *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Penerbit Shofia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=cijHDwAAQBAJ>
- Martono, N. (2012). *Sosiologi perubahan sosial: Perspektif klasik, modern, posmodern, dan poskolonial (sampel halaman)*. RajaGrafindo Persada Jakarta.
- Masrudi. (2019). Strategi Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), 176–191. <https://doi.org/10.35905/komunida.v9i2.1122>
- Masruroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Mastori, M., & Islamy, A. (2021). Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial. *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 1–18.
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukyat, T. (2020). Dakwah Di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274.
- MG, N. (2019). Aktualisasi Dakwah Dai Millennial di Ruang Maya: Perspektif Etika Dakwah dengan Studi Kasus di Kota Medan. *Jurnal*

- Ilmiah Islam Futura*, 18(1), 105.
<https://doi.org/10.22373/jiif.v18i1.3196>
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Kencana. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=3qbJDwAAQBAJ>
- MS, M. (n.d.). *Sosiologi Dakwah: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an dan Al-Hadits*. Uwais Inspirasi Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=dQCEDwAAQBAJ>
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial. *Afkaruna*, 11(2), 240–259.
<https://doi.org/10.18196/aiijis.2015.0050.240-259>
- Muvid, M. B. (2023). Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-nilai Islam Rahmatan Lil Alamin. *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 1–14.
<https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Prenada Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=TQPwDwAAQBAJ>
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR,"* 2(2), 77–95.
- Nur Aisyah Rusnali, S. S. M. I. K., & Dr. Samsinar S, M. H. (2024). *Buku Ajar Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam : Ilmu Dakwah dan komunikasi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rDcWEQAAQBAJ>
- Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. S., Vazza, A. P., & Afgiansyah, M. C. (2023). *Social Construction of New Media in Cyberspace*. PT Rekacipta Proxy Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=xMrfEAAAQBAJ>
- Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Prenada Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=75gFEQAAQBAJ>

- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(2), 87–99. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01>
- Rahman, M. T., Bustomi, J., Waehama, M. R., & Hakiki, A. (2024). *Multikulturalisme, Moderasi Beragama, dan Tantangan Identitas di Thailand Selatan*. Gunung Djati Publishing. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=pcQ1EQAAQBAJ>
- Rahman, M. T., Rosyad, R., & Suherman, D. (2020). *Agama, Kekerasan dan Radikalisme*. Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=6gsuEQAAQBAJ>
- Rosana, E. (2015). Modernisasi Dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Al-AdYaN*, 10(10), 67–82.
- Rouf, H. A., Ahid, N., & Sutrisno. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu'amalah*, 10, 633–634.
- Saragih, R. B., Septiani, N. A., Fernanda, A., Arianto, T., Samudra, S. S., Adira, S., ... puspitasari, T. (2024). *Sastra Cyber dan Identitas Digital*. CV. Gita Lentera. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=MkwNEQAAQBAJ>
- Saudi, Y. (2018). Media dan Komodifikasi Dakwah. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 37–44.
- Setiawan, Y. L., Sila, G. E., Hasim, H., Putra, R. E., Bintang, G., & Nasir, J. (2024). *Komunikasi Persuasif dan Negosiasi*. CV. Gita Lentera. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=J-_8EAAAQBAJ
- Siregar, A. R., Harahap, A., & Nasution, M. S. (2024). Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth, 5(1), 39–53.
- Suhra, D. (2022). *Pembinaan Keagamaan Dalam Penguatan Karakter Berbasis Majelis Taklim*.

- Sulianta, F. (2024). *Resolusi Konflik Ranah Digital*. Feri Sulianta. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=HYgzEQAAQBAJ>
- Suparlan, P. (2002). Menuju masyarakat Indonesia yang multikultural.
- Suryono, A. (2019). *Teori dan strategi perubahan sosial*. Bumi Aksara.
- Sutrisno, E. (n.d.). *Dakwah Digital Di Era Milenial*. GUEPEDIA. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=KBNyEAAAQBAJ>
- Syahputra, A. E. A. (2019). METODE DAKWAH NABI SULAIMAN DALAM PERSPEKTIF AL QUR'AN. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 15(01), 81–100.
- Tahir, H. T. H., Tang, S., & Saifullah, S. (2020). Peranan Dakwah Dalam Media Website Dan Pengaruhnya Di Masyarakat. *JIA: Jurnal Ilmiah Administrasi*, 8(3), 10–19. <https://doi.org/10.51817/jia.v8i3.272>
- Teja, M. (2018). Media Sosial Ujaran Kebencian Dan Persekusi. *Majalah Info Singkat Kesejahteraan Sosial*, IX(11), 12.
- Timur, (2022). Dewan Pimpinan, (5), 1–14.
- Ulfi Nur Faiza,. (n.d.). *Komunikasi dan Dakwah Islam Berbasis Digital*. CV. Duta Sains Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=QmAjEQAAQBAJ>
- Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. (2011). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 287.
- UU ITE No 19. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia No 19, 21.
- Uyuni, B. (2023). *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=tB3IEAAAQBAJ>
- Uyuni, Badrah, & Muhibudin, M. (2020). COMMUNITY DEVELOPMENT: The Medina Community as the Ideal Prototype of Community Development. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(1), 10–31. <https://doi.org/10.34005/spektra.v2i1.1536>

- Winda Kustiawan, Azmiar Nasution, Dina Puspita Sari, Jarosim Simbolon, Sari Muliyani, & Wirdatul Wisfa. (2022). Radio Sebagai Proses Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 78–84. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i3.349>
- Yaqub, muhammad. (2019). Islam Dan Solidaritas Sosial: Perkembangan Masyarakat Islam Periode Madinah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 37.
- Yoga, S. (2019). Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*, 24(1), 29–46. <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3175>
- Yudi, D. T. N., & Mukhroji, M. (2023). Prinsip dan Etika Komunikasi Dakwah. *ARKANA Jurnal Komunikasi Dan Media*, 02(02), 186.
- Yuli, H. (2011). Aktifitas Komunikasi Masyarakat Melalui Situs Jejaring Sosial. *Studi Komunikasi Dan Media*, 15(2), 2.
- Yulianto, H. B. (2020). Nalar Kemanusiaan dalam Da'wah Multikultural: *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 12(1), 72–93. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v12i1.1183>
- Zahra, R. (2023). Translation of the Word “Bagus” in Folklore Asal Mula Kata Babah Using Google Translate. *International Journal of English and Applied Linguistics (Ijeal)*, 3(3), 209–215. <https://doi.org/10.47709/ijeal.v3i3.2576>
- Zakariya, N., & Mohamad, A. D. (2013). Media sebagai wasilah dakwah. *Al-Hikmah*, 5(1), 9299.

PROFIL PENULIS



Kholid Noviyanto, lahir di Lamongan pada tanggal 1 Oktober 1988. Jenjang pendidikan penulis dimulai pada tahun 1994 di MI Ma'arif Lamongan sampai dengan tahun 2001. Kemudian pada tahun 2001 penulis melanjutkan pendidikannya di MTs Fathul Hidayah Lamongan, dan pada tahun 2004, penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah dalam lembaga yang sama yang ditamatkan pada tahun 2007.

Selanjutnya, pada tahun 2007, penulis melanjutkan studi sarjananya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel, Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan studi di Sekolah Pascasarjana (SPs) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Pengkajian Islam Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi. Selain pendidikan penulis juga aktif dalam mengisi dakwah di mimbar agama seperti khutbah, pengajian ramadhan dan beberapa karya yang dihasilkan Gaya Retorika da'i dan Perilaku Memilih Penceramah, Prinsip Dakwah dalam Pandangan Fethullah Gulen, Pergeseran Media Penyiaran Islam di Tengah Wabah Covid 19, Peneguhan Etika Siaran Dakwah MAJT TV Semarang di Era konvergensi, Prefensi Nilai Pesan Dakwah dalam Program Acara Keagamaan Islam Radio Suara Surabaya di Era Keberagaman, Penguatan Program Acara Dakwah Radio DAIS Masjid

Agung Jawa Tengah di Era Modern, Pemberdayaan Masyarakat berbasis Prodi KPI, dan Narasi Dakwah di akun Media.

KAPITA SELEKTA DAKWAH

Buku kapita selekta dakwah ini berisi tentang dakwah dalam tinjauan multiperspektif yang di dasarkan atas fenomena perkembangan dakwah di era modern. Kajian pada isi buku ini mencakup sisi pendakwah, mitra dakwah, pesan, dakwah, metode, dakwah dan media dakwah. Dari keseluruhan elemen ini di kaji sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan dan di perkuat dengan landasan disiplin keilmuan lainnya seperti komunikasi, sosiologi, psikologi, antropologis, dan ilmu keislaman. Sehingga melahirkan uraian bidang kaji meteri dengan tema yang memiliki relevansi terhadap perkembangan keilmuan dakwah. tema buku ini memuat cakupan pertama adalah membahas masyarakat era digital yang dilihat dari sisi karakteristik, tipologis hingga budaya dalam bermedia. Kedua, membahas tentang etika komunikasi dalam dakwah. pembahasan ini menekankan terhadap etika praktik dakwah yang dilakukan di ranah media yang berkembang di era syber media. Ketiga, yakni membahas tentang dakwah dan perubahan sosial. Materi ini membahas tentang peran aktifitas dakwah dalam perubahan sosial masyarakat. Keempat, membahas tentang peranan syber media dalam mengembangkan aktifitas dakwah. Kelima, membahas tentang media penyiaran Islam di era melek media. Keenam, mengupas tentang dakwah bil qalam atau dakwah dengan tulisan di era modern. Pembahasan ketujuh, berhubungan dengan bahasa dakwah yang disajikan dalam bentuk verbal dan non verbal. Materi ke delapan membahas tentang konsep dan teknik dakwah multikultural. Materi kesembilan adalah membahas tentang isu-isu kontemporer dakwah.



SCANME

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

Agama

ISBN 978-623-500-739-7



9 786235 007397