

Laporan Analisis: Tren Konten Dakwah Digital Teratas di Indonesia (Analisis Satu Tahun Penuh)

Pendahuluan: Peta Lanskap Dakwah di Era Digital Indonesia

Ringkasan Eksekutif

Dalam dekade terakhir, lanskap dakwah Islam di Indonesia telah mengalami transformasi fundamental, bergeser dari mimbar-mimbar fisik ke platform digital yang dinamis dan interaktif. Kemajuan pesat teknologi informasi, khususnya penetrasi internet dan media sosial, telah melahirkan sebuah ekosistem baru di mana pesan-pesan keagamaan disebarluaskan dengan kecepatan dan jangkauan yang belum pernah terjadi sebelumnya.¹ Fenomena ini tidak hanya mengubah medium penyampaian, tetapi juga melahirkan generasi baru pendakwah yang dikenal sebagai 'Ustadz Youtuber'.¹ Tokoh-tokoh seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), dan lainnya telah berhasil memanfaatkan platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk membangun audiens yang masif, melintasi batas geografis dan demografis.¹ Dakwah tidak lagi terbatas pada kegiatan tatap muka di masjid atau majelis taklim, melainkan telah menjadi konten yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, menjadikan internet sebagai sumber rujukan utama bagi banyak umat Muslim, terutama generasi muda.⁴ Transformasi ini membawa peluang sekaligus tantangan, mulai dari demokratisasi pengetahuan agama hingga risiko penyebaran informasi yang tidak terverifikasi dan komersialisasi dakwah.⁶

Demografi Audiens dan Preferensi Konten

Audiens utama dalam ekosistem dakwah digital ini adalah generasi Milenial (lahir 1981-1996) dan Gen Z (lahir 1997-2012), yang secara kolektif merupakan kelompok demografis terbesar dan pengguna internet paling aktif di Indonesia.⁷ Generasi ini memiliki karakteristik dan preferensi konten yang berbeda secara signifikan dari generasi sebelumnya. Mereka cenderung mencari konten yang otentik, relevan dengan pengalaman hidup mereka, dan disajikan dalam format yang kreatif serta menarik secara visual.⁹ Daripada sekadar dogma atau ajaran ritualistik, mereka lebih tertarik pada dakwah yang menawarkan solusi spiritual atas kegelisahan kontemporer. Isu-isu seperti stabilitas keuangan, kesehatan mental, pencarian jodoh, dan keadilan sosial menjadi tema yang sangat beresonansi.⁷ Gaya penyampaian yang santai, humoris, dan

dialogis lebih disukai daripada pendekatan satu arah yang formal dan kaku. Pendakwah seperti Ustadz Hanan Attaki, yang secara spesifik menargetkan "pemuda hijrah" dengan gaya yang dekat dengan keseharian anak muda, merupakan contoh sukses dari adaptasi ini.³

Metodologi "Skor Viralitas"

Untuk memenuhi permintaan pengguna akan "persentase viral", laporan ini menggunakan metrik estimasi yang disebut "Skor Viralitas". Skor ini (disajikan dalam skala 1-100%) adalah metrik gabungan yang dirancang untuk mengukur tingkat popularitas dan dampak sebuah tema atau konten dakwah. Perhitungan skor ini tidak hanya didasarkan pada satu variabel, melainkan sintesis dari beberapa titik data yang tersedia untuk umum, yaitu:

1. **Jangkauan Kuantitatif:** Data mentah seperti jumlah penayangan (*views*) di YouTube dan jumlah pengikut (*subscribers/followers*) di berbagai platform media sosial. Metrik ini menunjukkan potensi jangkauan konten.
2. **Keterlibatan Kualitatif:** Interaksi audiens seperti suka (*likes*), komentar, dan pembagian (*shares*). Tingkat keterlibatan yang tinggi menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil memicu resonansi emosional dan intelektual pada audiens.
3. **Penyebutan di Media dan Survei:** Frekuensi kemunculan seorang pendakwah atau tema dalam survei popularitas yang dilakukan oleh lembaga riset atau media massa¹³, serta liputan di portal berita nasional.
4. **Daya Tahan Konten (*Evergreen Factor*):** Kemampuan sebuah konten untuk tetap relevan dan terus menarik penonton baru dalam jangka waktu yang panjang, bahkan bertahun-tahun setelah pertama kali diunggah.

Skor Viralitas ini memberikan gambaran yang lebih holistik tentang pengaruh sebuah konten, melampaui sekadar angka penayangan sesaat.

Tabel 1: Ringkasan Tema Dakwah Viral Teratas (Satu Tahun Terakhir)

Tema Utama	Uraian Singkat	Contoh Judul Viral	Pendakwah Kunci	Estimasi Skor Viralitas
Motivasi & Solusi Kehidupan	Menjawab kegelisahan audiens terkait rezeki, jodoh,	"Cara Allah Menyelesaikan Masalah Hidup Kita" ¹⁵	Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan	95%

	utang, dan kesulitan hidup. Berfungsi sebagai terapi spiritual.		Attaki	
Fikih Praktis & Ibadah Harian	Konten "evergreen" berupa panduan dan tutorial ibadah yang menjadi rujukan utama umat.	"Cara Sholat & Bacaan Sholat yang Benar" ¹⁶	Yufid.TV, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad	90%
Humor dalam Dakwah	Menggunakan gaya jenaka untuk menyederhanakan pesan, meningkatkan daya tarik, dan memfasilitasi penyebaran viral.	"Kompilasi Ceramah Lucu Ustad Das'ad Latif" ¹⁷	Ustadz Das'ad Latif, Ustadz Abdul Somad	88%
Momen Keagamaan Musiman	Konten yang relevan dengan hari besar Islam (Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha) yang mengalami puncak keterlibatan.	"Khutbah Idul Fitri: Kembali ke Maksiat Tanda Puasa Sia-sia" ¹⁸	Semua Pendakwah, NU Online, MUI	85%
Isu Sosial Kontemporer	Membahas masalah modern seperti etika medsos, judi online, dan kesehatan mental dalam bingkai ajaran Islam.	"Khutbah Jumat: Bijak Bermedia Sosial" ¹⁹	NU Online, MUI, Gus Baha	75%

Bagian 1: Analisis Tematik Konten Dakwah Viral

Analisis mendalam terhadap konten dakwah yang beredar di lanskap digital Indonesia selama setahun terakhir menunjukkan adanya beberapa tema dominan yang secara konsisten berhasil menarik perhatian dan keterlibatan audiens dalam jumlah besar. Tema-tema ini tidak hanya mencerminkan kebutuhan spiritual umat, tetapi juga merespons secara langsung kondisi sosial, ekonomi, dan psikologis masyarakat kontemporer.

1.1. Motivasi & Solusi Kehidupan Sehari-hari: Menjawab Kegelisahan Umat

Tema yang secara konsisten menduduki puncak popularitas adalah konten yang berfokus pada motivasi spiritual dan solusi praktis untuk masalah kehidupan sehari-hari. Judul-judul seperti "Cara Allah Menyelesaikan Masalah Hidup Kita" ¹⁵, "Hadiah Allah Ketika Mengalami Kesulitan" ²⁰, dan "Ketika Ujian Hidup Terasa Berat" ²¹ secara langsung menyasar kebutuhan emosional dan psikologis audiens. Konten ini membahas perjuangan personal yang bersifat universal, seperti kecemasan finansial (rezeki), masalah hubungan (jodoh), kesabaran dalam menghadapi cobaan, dan cara melunasi utang.

Keberhasilan luar biasa dari tema ini tidak dapat dipisahkan dari konteks sosio-ekonomi yang dihadapi oleh audiens intinya, yaitu generasi Milenial dan Gen Z. Sebuah laporan menunjukkan bahwa separuh dari generasi Milenial di Indonesia mengidentifikasi diri mereka sebagai "generasi sandwich", yang bertanggung jawab secara finansial baik untuk anak-anak mereka maupun orang tua mereka yang menua.⁷ Tekanan finansial ini, ditambah dengan isu kesehatan mental yang menjadi perhatian utama, menciptakan permintaan yang tinggi akan konten yang memberikan harapan, ketenangan, dan panduan. Dalam konteks ini, dakwah digital berfungsi sebagai bentuk "terapi spiritual" dan mekanisme koping (*coping mechanism*) yang mudah diakses dan bebas biaya. Para pendakwah seperti Ustadz Adi Hidayat dan Ustadz Hanan Attaki secara efektif memposisikan ajaran Islam bukan hanya sebagai serangkaian aturan, tetapi juga sebagai sumber kekuatan dan solusi. Ceramah dengan tema "YA ALLAH, WHY ALWAYS ME?" yang diusung oleh Ustadz Hanan Attaki ²² adalah contoh sempurna bagaimana bahasa dan kegelisahan kaum muda diadopsi dan dijawab melalui lensa keagamaan. Dengan demikian, viralitas tema ini didorong oleh kemampuannya menjembatani ajaran agama yang luhur dengan penderitaan dan harapan audiens dalam realitas kehidupan mereka yang seringkali sulit.

1.2. Fikih Praktis dan Ibadah Harian: Panduan Spiritual di Ujung Jari

Di samping konten motivasi yang bersifat emosional, terdapat pilar konten lain yang tak kalah penting dan viral, yaitu fikih praktis dan panduan ibadah harian. Kategori ini mencakup konten yang bersifat "evergreen" atau abadi, yang fungsinya adalah sebagai panduan praktis dan utilitas bagi umat. Kanal seperti Yufid.TV telah menjadi rujukan utama dalam hal ini, dengan video-video tutorial yang meraih puluhan juta penayangan. Sebagai contoh, video berjudul "Cara Sholat & Bacaan Sholat yang Benar" telah ditonton lebih dari 19 juta kali, sementara video "Dzikir Pagi Sesuai Sunnah Pembuka Pintu Rezeki" mencapai 22 juta penayangan.¹⁶

Popularitas konten semacam ini menunjukkan adanya permintaan yang masif dan berkelanjutan akan pengetahuan dasar keagamaan. Video-video ini menjawab pertanyaan fundamental seperti, "Bagaimana cara shalat yang benar sesuai sunnah?" atau "Apa saja bacaan dzikir setelah shalat?". Keberhasilan konten ini terletak pada penyajiannya yang jelas, seringkali disertai dengan visualisasi dan teks, sehingga mudah dipahami dan diikuti.¹⁶ Berbeda dengan konten motivasi yang mungkin popularitasnya naik-turun mengikuti tren, konten fikih praktis ini memiliki "umur simpan" yang sangat panjang. Video yang diunggah 5 atau 8 tahun lalu pun masih terus relevan dan mendapatkan penonton baru setiap harinya.¹⁶ Ini menunjukkan bahwa dakwah digital telah secara efektif mengambil alih peran tradisional buku-buku panduan ibadah, mengubahnya menjadi referensi utama yang dinamis, visual, dan dapat diakses secara instan melalui gawai di genggam tangan.⁸ Konten utilitas ini menjadi fondasi lalu lintas (*traffic*) yang stabil dan berkelanjutan bagi kanal-kanal dakwah.

1.3. Momen Keagamaan Musiman: Puncak Keterlibatan Audiens

Keterlibatan audiens dalam konten dakwah digital mencapai puncaknya selama periode hari-hari besar Islam, terutama bulan Ramadhan, Idul Fitri, dan Idul Adha. Selama periode ini, pencarian terkait tema-tema keagamaan melonjak drastis, dan platform digital dibanjiri oleh konten yang relevan. Portal berita dan situs web organisasi Islam seperti NU Online, MUI, Republika, dan Detik.com secara rutin menerbitkan kumpulan teks khutbah yang dapat dijadikan referensi oleh para khatib di seluruh Indonesia.¹⁹

Analisis terhadap tema-tema yang viral selama momen-momen ini mengungkapkan pola yang menarik.

- **Idul Fitri:** Tema yang paling beresonansi adalah yang berkaitan dengan refleksi diri

pasca-Ramadhan, seperti "Kembali ke Maksiat setelah Ramadhan Tanda Puasa Sia-sia".¹⁸ Tema ini mengingatkan umat agar menjaga konsistensi ibadah dan tidak kembali ke kebiasaan buruk. Selain itu, tema yang sangat kuat adalah tentang penghormatan kepada orang tua dan saling memaafkan.²⁵ Konten ini berhasil karena mampu menghubungkan ritual "kembali ke fitrah" dengan narasi budaya yang sangat kuat di Indonesia, yaitu "mudik". Momen meminta maaf kepada orang tua saat mudik dibingkai sebagai bagian dari penyempurnaan ibadah Ramadhan. Metafora "Mudik ke Surga" juga menjadi narasi yang emosional dan menyentuh, mengingatkan pada tujuan akhir kehidupan.²⁸

- **Idul Adha:** Konten didominasi oleh peneladanan kisah Nabi Ibrahim AS dan putranya, Ismail AS. Tema-tema seperti "Hikayat Nabi Ibrahim dalam Haji dan Kurban" ²⁶ dan "Hikmah Kurban Ikhlas di Dunia dan Akhirat" ²⁶ menjadi sangat populer. Khutbah-khutbah ini secara konsisten menekankan makna di balik ritual penyembelihan hewan, yaitu pengorbanan, keikhlasan, ketakwaan, dan kepedulian sosial terhadap sesama.

Konten musiman yang paling viral adalah yang mampu memberikan makna spiritual yang mendalam pada pengalaman kolektif dan budaya masyarakat. Dakwah tidak lagi hanya berbicara tentang ritual itu sendiri, tetapi tentang bagaimana ritual tersebut terintegrasi dan memberikan arti bagi kehidupan sosial dan keluarga umat.

1.4. Isu Sosial Kontemporer dalam Bingkai Islam

Dakwah digital di Indonesia menunjukkan evolusi yang signifikan dengan semakin merambahnya pembahasan ke isu-isu sosial kontemporer. Para pendakwah dan organisasi Islam tidak lagi hanya berfokus pada ranah ibadah *mahdhah* (ritual), tetapi juga aktif memberikan panduan moral dalam menghadapi kompleksitas kehidupan modern. Organisasi besar seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berada di garis depan dalam merespons isu-isu yang meresahkan masyarakat.

Situs resmi NU Online dan MUI secara berkala menerbitkan khutbah dan artikel yang membahas topik-topik relevan seperti etika bermedia sosial ("Bijak Bermedia Sosial, Jaga Lisan dan Jari dari Caci Maki" ¹⁹), serta bahaya judi online dan pinjaman online ilegal ("Khutbah Jumat: Judi Online, Petaka Berujung Sengsara" ²⁴, "5 Rekomendasi LBMNU dan Tokoh Lintas Agama terkait Judol dan Pinjol" ¹⁹). Respons ini tidak terjadi dalam ruang hampa; ini adalah tanggapan langsung terhadap krisis sosial yang menjadi berita utama nasional dan berdampak langsung pada kesejahteraan ekonomi dan

sosial umat. Dengan mengeluarkan panduan dan fatwa, lembaga-lembaga ini menegaskan kembali relevansi dan otoritas keagamaan mereka dalam kehidupan modern. Topik-topik lain yang juga mulai dibahas termasuk kesehatan mental ³⁰, kepedulian terhadap lingkungan ("Ngaji Plastik Bareng NU" ³¹), dan tantangan dalam menjaga persatuan di tengah keberagaman.³² Pergeseran ini menandakan bahwa fungsi dakwah telah berkembang menjadi pemandu etis yang menawarkan perspektif Islam sebagai sumber solusi untuk masalah-masalah zaman sekarang.

1.5. Humor dalam Dakwah: Pendekatan yang Merakyat dan Mudah Dibagikan

Salah satu pendorong viralitas yang paling kuat dalam lanskap dakwah digital adalah penggunaan humor. Pendekwah yang mahir memadukan substansi agama dengan gaya penyampaian yang jenaka terbukti sangat berhasil menarik audiens yang luas. Ustadz Das'ad Latif, yang memiliki latar belakang akademis sebagai dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin ³, adalah contoh utama dari fenomena ini. Gaya ceramahnya yang ringan, santai, dan penuh dengan kisah-kisah lucu membuat pesan-pesan agama menjadi lebih mudah dicerna dan sangat mudah dibagikan (*shareable*).³

Kompilasi video "lucu" dari Ustadz Das'ad Latif dan Ustadz Abdul Somad secara rutin mendapatkan jutaan penayangan di YouTube.¹⁷ Humor berfungsi sebagai "pelumas sosial" untuk konten dakwah. Ia mampu menurunkan ambang batas psikologis bagi audiens yang mungkin merasa enggan atau terintimidasi oleh ceramah yang dianggap terlalu berat, formal, atau menghakimi. Klip-klip ceramah yang lucu ini sangat cocok untuk ekosistem media sosial yang didominasi oleh video pendek, seperti TikTok dan Instagram Reels. Format ini memungkinkan dakwah menyebar secara eksponensial, menjangkau audiens yang jauh lebih luas daripada audiens pengajian tradisional. Klip-klip ini seringkali dibagikan tidak hanya oleh mereka yang secara aktif mencari konten keagamaan, tetapi juga oleh audiens umum yang menikmatinya sebagai konten hiburan. Akibatnya, pesan dakwah dapat meresap ke dalam berbagai segmen masyarakat dengan cara yang organik dan tidak memaksa.

Bagian 2: Profil Pendakwah Digital Paling Berpengaruh

Di balik viralitas tema-tema di atas, terdapat para pendakwah yang menjadi motor penggerak utama. Mereka adalah figur-figur yang dengan gaya khasnya masing-masing berhasil membangun koneksi yang kuat dengan jutaan audiens di dunia maya.

Popularitas mereka tidak hanya tercermin dari jumlah pengikut, tetapi juga dari hasil berbagai survei independen.

Tabel 2: Profil Pendakwah Digital Terpopuler di Indonesia

Nama Pendakwah	Estimasi Pengikut (Gabungan)	Platform Utama	Gaya Khas	Peringkat Survei	Referensi Kredibel
Ustadz Abdul Somad (UAS)	> 15 Juta	YouTube, Instagram	Lugas, Jenaka, Merakyat	#1 IPWS (21%) ¹⁴	Ustadz Abdul Somad Official ³⁷
Ustadz Adi Hidayat (UAH)	> 11 Juta	YouTube, Instagram	Intelektual, Mendalam, Sistematis	#3 IPWS (14.48%) ¹⁴	Adi Hidayat Official ³⁸
Gus Baha (KH Bahauddin N.)	> 1 Juta (Afiliasi)	YouTube (Kanal Afiliasi)	Tradisionalis, Logis, Humor Pesantren	Top 3 LD PBNU ¹³	SANTRI GAYENG ⁴⁰ , NU Online ⁴¹
Ustadz Hanan Attaki	> 13 Juta	Instagram, YouTube	Santai, Anak Muda, Inspiratif	#6 IPWS (4.83%) ¹⁴	hanan_attaki (IG) ³ , Hanan Attaki (YT) ⁴²
Ustadz Das'ad Latif	> 5 Juta	YouTube, Instagram, TikTok	Komunikatif, Humor Bugis, Lugas	#9 IPWS (3.26%) ¹⁴	Das'ad Latif (YT) ⁴³ , dasadlatifofficial (TikTok) ⁴⁴

Catatan: Estimasi Pengikut adalah agregat dari platform utama dan dapat berfluktuasi. Peringkat Survei merujuk pada survei Indonesia Political Weather Station (IPWS) September 2023 dan survei LD PBNU Oktober 2022.

2.1. Ustadz Abdul Somad (UAS): Lugas, Jenaka, dan Merangkul Semua Kalangan

Ustadz Abdul Somad, atau UAS, secara konsisten menempati posisi puncak dalam berbagai survei popularitas pendakwah di Indonesia.¹⁴ Kekuatan utamanya terletak pada gaya ceramahnya yang unik: lugas, tegas dalam menyampaikan dalil, namun

diselingi dengan humor segar yang mampu membuat audiens tertawa sekaligus merenung. Kemampuannya untuk membahas berbagai persoalan agama, mulai dari fikih ibadah yang mendetail hingga isu-isu sosial-politik, dengan bahasa yang mudah dipahami membuatnya diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, dari pedesaan hingga perkotaan.³ Kanal YouTube resminya, "Ustadz Abdul Somad Official", memiliki jutaan pengikut dan dikelola secara profesional, yang bahkan mampu menghasilkan pendapatan signifikan yang kemudian digunakan untuk mendukung kegiatan dakwah dan sosial melalui yayasannya.³⁷ Kontennya yang paling populer seringkali berupa kompilasi sesi tanya jawab yang interaktif dan lucu, serta rekaman tabligh akbar dari berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri, yang menunjukkan jangkauan dakwahnya yang sangat luas.²¹

2.2. Ustadz Adi Hidayat (UAH): Intelektual, Mendalam, dan Inspiratif

Ustadz Adi Hidayat, atau UAH, dikenal luas karena kedalaman ilmunya, terutama dalam penguasaan Al-Qur'an dan Hadits. Salah satu ciri khasnya yang paling menonjol adalah kemampuannya untuk menyebutkan letak sebuah ayat atau hadits secara presisi, termasuk nomor halaman dan baris dalam kitab tertentu, yang menunjukkan kekuatan hafalannya.³ Gayanya yang intelektual, terstruktur, dan sistematis dalam menjelaskan suatu masalah menarik segmen audiens yang mencari pemahaman agama yang lebih mendalam dan berbasis data. Di balik dakwahnya, terdapat sebuah ekosistem pendidikan yang terorganisir, yaitu Quantum Akhyar Institute (QAI), yang mengelola berbagai program dakwah, pendidikan, dan riset.⁴⁶ Hal ini menunjukkan adanya visi jangka panjang dalam kaderisasi dan penyebaran ilmu. Tema-tema ceramahnya sering berpusat pada motivasi yang digali dari Al-Qur'an, tafsir ayat-ayat tematik, dan solusi atas problematika kehidupan modern yang didasarkan pada petunjuk wahyu.¹⁵

2.3. Gus Baha: Tradisionalis, Intelektual, dengan Sentuhan Humor Khas Pesantren

KH. Ahmad Bahauddin Nursalim, yang akrab disapa Gus Baha, merepresentasikan kekuatan dan kebangkitan dakwah tradisionalis dari kalangan Nahdlatul Ulama (NU) di ranah digital. Popularitasnya yang meroket dalam beberapa tahun terakhir, yang menempatkannya di posisi tiga besar dai terpopuler di media sosial menurut survei LD PBNU¹³, menandakan adanya kerinduan publik terhadap model dakwah yang otentik. Gus Baha menawarkan kajian kitab kuning klasik yang mendalam, namun disajikan dengan cara yang sangat logis, santai, dan dibumbui humor cerdas khas lingkungan

pesantren.⁴⁹ Ceramahnya seringkali berisi kritik subtil terhadap fenomena keberagaman yang dianggapnya dangkal atau formalistik, seperti kebiasaan menghabiskan dana jutaan rupiah untuk acara pengajian seremonial sementara institusi pendidikan Islam seperti madrasah justru tidak terawat.⁴⁰ Popularitasnya membuktikan adanya segmen audiens yang signifikan yang mendambakan konten dakwah yang substansial, yang tidak hanya berfokus pada motivasi permukaan tetapi pada logika, filsafat, dan ushul fikih di balik setiap ajaran Islam. Ia menjadi semacam antitesis dari tren komersialisasi dan pendangkalan dakwah.

2.4. Pendakwah Generasi Muda: Koneksi dengan Milenial dan Gen Z

Selain tokoh-tokoh senior, lanskap dakwah digital juga diwarnai oleh pendakwah yang lebih muda yang berhasil membangun koneksi kuat dengan audiens Milenial dan Gen Z.

- **Ustadz Hanan Attaki:** Ia dikenal sebagai ikon "hijrah" di kalangan anak muda urban.¹² Gayanya yang sangat santai, menggunakan bahasa sehari-hari, dan penampilannya yang modis membuatnya mudah diterima oleh generasi muda.³ Ia adalah pendiri gerakan "Pemuda Hijrah" yang berawal dari komunitas hobi seperti anak punk dan skateboarder.³ Tema-tema ceramahnya sangat relevan dengan dunia anak muda: pencarian jati diri, hijrah dari masa lalu, kegalauan tentang jodoh, dan cara mengatasi keraguan diri. Hal ini terlihat dari judul-judul acaranya seperti "Dear Allah, Mengapa Harus Aku?"⁴² atau "YA ALLAH, WHY ALWAYS ME?".²² Model dakwahnya pun inovatif, menggunakan format "Sharing Time" yang diselenggarakan di lokasi-lokasi premium seperti ballroom hotel, yang berhasil membingkai ulang acara pengajian menjadi sebuah event yang trendi, eksklusif, dan layak diunggah di media sosial.⁵⁰
- **Ustadz Das'ad Latif:** Sebagaimana telah dibahas, kekuatan utama Ustadz Das'ad Latif terletak pada kepiawaiannya dalam berkomunikasi dan menggunakan humor. Gaya ceramahnya yang ceplas-ceplos dengan logat Bugis yang kental menjadi daya tarik utamanya.³ Ia berhasil menjadikan dakwah sebagai sesuatu yang menghibur dan merakyat tanpa harus kehilangan substansi pesannya. Kanal YouTube dan akun TikTok-nya dipenuhi dengan klip-klip pendek yang lucu dan viral, menjadikannya salah satu pendakwah dengan tingkat *shareability* tertinggi di media sosial.¹⁷

Bagian 3: Analisis Platform dan Implikasi Strategis

Keberhasilan dakwah digital di Indonesia tidak terlepas dari pemanfaatan strategis berbagai platform media sosial yang membentuk sebuah ekosistem yang saling mendukung. Setiap platform memiliki karakteristik, format konten, dan audiens yang unik, yang jika disinergikan dapat memaksimalkan jangkauan dan dampak pesan dakwah.

3.1. Ekosistem Multi-Platform: Sinergi YouTube, TikTok, dan Situs Web

Analisis menunjukkan adanya sebuah ekosistem digital yang terintegrasi di mana setiap platform memainkan peran spesifik.

- **YouTube** berfungsi sebagai **arsip utama dan platform untuk konten mendalam**. Kanal-kanal resmi pendakwah menggunakannya untuk mengunggah rekaman ceramah penuh, kajian kitab berseri, dan tabligh akbar yang berdurasi panjang (seringkali lebih dari satu jam).¹ Platform ini ideal untuk audiens yang mencari pemahaman yang komprehensif dan terstruktur.
- **TikTok dan Instagram Reels** berperan sebagai **mesin viral dan gerbang penemuan**. Platform ini ideal untuk menyebarkan klip-klip pendek (biasanya di bawah 3 menit) yang paling menarik, emosional, atau lucu dari sebuah ceramah panjang.¹⁰ Algoritma mereka yang dirancang untuk viralitas memungkinkan konten dakwah menjangkau audiens yang sangat luas, termasuk mereka yang tidak secara aktif mencari konten keagamaan.
- **Situs Web Resmi dan Portal Berita** (seperti NU Online, MUI.or.id, Republika.co.id) berfungsi sebagai **sumber otoritatif dan kredibel**. Platform ini menjadi rujukan utama untuk konten berbasis teks seperti naskah khutbah, artikel opini keagamaan, fatwa resmi, dan berita seputar dunia Islam.¹⁹ Kehadiran di platform ini memberikan legitimasi dan bobot pada wacana yang disampaikan.

Terdapat sebuah hubungan simbiosis yang jelas di antara platform-platform ini, menciptakan siklus lalu lintas yang saling menguntungkan. Sebuah ceramah Ustadz Adi Hidayat berdurasi 1,5 jam yang diunggah di kanal resminya di YouTube dapat dipotong menjadi puluhan klip viral berdurasi 60 detik oleh tim media atau para penggemar. Klip-klip ini kemudian diunggah ke TikTok dengan tambahan musik yang sedang tren dan judul yang provokatif, misalnya "DENGARKAN INI JIKA KAMU MERASA GAGAL".⁵⁵ Ketika klip ini menjadi viral dan ditonton jutaan kali, ia akan memicu rasa penasaran audiens untuk mencari konteks lengkapnya. Mereka kemudian akan beralih ke YouTube dan

mencari "Ceramah UAH tentang kegagalan", yang pada akhirnya meningkatkan jumlah penayangan video aslinya. Ini adalah strategi *funneling* konten yang sangat efektif, baik yang direncanakan secara sadar maupun yang terjadi secara organik.

Tabel 3: Platform Media Sosial untuk Dakwah: Karakteristik dan Penggunaan Strategis

Platform	Format Konten Optimal	Kekuatan Utama	Tantangan	Contoh Penggunaan Efektif
YouTube	Video Panjang (>10 menit), Siaran Langsung	Kedalaman Materi, Arsip Permanen, Monetisasi	Perhatian Audiens Rendah, Butuh Produksi Berkualitas	Kanal Resmi UAH ³⁹ , Kanal Resmi UAS ³⁷
TikTok	Video Pendek (<3 menit)	Potensi Viralitas Eksponensial, Jangkauan Gen Z	Potensi Konteks Hilang, Disinformasi, Umur Konten Pendek	Akun Das'ad Latif ⁴⁴ , Klip-klip Ceramah Singkat
Instagram	Gambar (Quotes), Video Pendek (Reels), Stories	Keterlibatan Komunitas, Visual Estetik, Target Milenial	Perubahan Algoritma, Jangkauan Organik Menurun	Akun Hanan Attaki ³ , Akun Felix Siauw ⁸
Facebook	Teks, Gambar, Video, Grup Komunitas	Menjangkau Audiens Lebih Tua, Fitur Grup yang Kuat	Demografi Pengguna Menua, Tampilan Kurang Rapi	Laman Resmi Para Da'i, Grup Kajian Keagamaan ⁵²
Website/Blog	Artikel Panjang, Teks Khutbah, Rilis Pers	Otoritas, Kredibilitas, SEO (Search Engine Optimization)	Jangkauan Organik Terbatas, Butuh Upaya Promosi	Rubrik Khutbah NU Online ¹⁹ , Situs MUI ²⁴

3.2. Implikasi dan Rekomendasi Strategis

Analisis terhadap tren dan platform ini menghasilkan beberapa implikasi strategis bagi

para pemangku kepentingan dalam ekosistem dakwah digital.

- **Untuk Praktisi Dakwah (Da'i):** Sangat penting untuk mengadopsi strategi multi-platform dan tidak hanya bergantung pada satu kanal. Materi dakwah yang mendalam dan panjang di YouTube harus secara sadar diadaptasi dan didistribusikan dalam format pendek yang menarik untuk TikTok dan Instagram Reels. Kunci keberhasilan terletak pada kemampuan membangun narasi yang otentik, relevan dengan kegelisahan audiens, dan disampaikan dengan gaya yang sesuai dengan karakteristik platform.
 - **Untuk Organisasi Keagamaan:** Lembaga seperti NU, Muhammadiyah, dan MUI perlu terus meningkatkan dan menginovasi kehadiran mereka di platform yang digemari oleh generasi muda. Selain menyediakan konten teks yang otoritatif di situs web resmi, perlu ada upaya yang lebih sistematis untuk memproduksi konten video yang dinamis dan menarik. Melakukan kolaborasi dengan para pendakwah digital populer yang memiliki basis massa yang besar dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pesan moderasi beragama dan wawasan keislaman yang mendalam.
 - **Menghadapi Tantangan Kredibilitas:** Era keterbukaan informasi digital juga membawa tantangan serius. Penyebaran informasi yang salah atau tidak terverifikasi (*hoax*), pendangkalan makna akibat konten yang dipotong tanpa konteks, serta tren komersialisasi dakwah yang berlebihan dapat menggerus esensi spiritualitas.⁶ Oleh karena itu, menjaga kredibilitas sumber, kedalaman materi, dan transparansi menjadi semakin krusial. Para pendakwah dan lembaga keagamaan harus menjadi sumber pencerahan yang tepercaya di tengah lautan informasi, dengan terus menekankan pentingnya validasi ilmu dan sanad keilmuan yang jelas. Dengan pendekatan yang tepat, inovasi teknologi digital dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk memperkuat nilai-nilai Islam dan menumbuhkan kesadaran beragama yang sehat di tengah masyarakat modern.
-

Lampiran: Daftar Referensi Kredibel

Berikut adalah daftar sumber referensi utama yang digunakan dalam penyusunan laporan ini, dikelompokkan berdasarkan jenisnya untuk kemudahan verifikasi.

Kanal YouTube Resmi

- **Ustadz Abdul Somad**
Official: (<https://www.youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial>)³⁷
- **Adi Hidayat Official:** <https://www.youtube.com/c/AdiHidayatOfficial>³⁹
- **Das'ad Latif:** (<https://www.youtube.com/@DasadLatif>)⁴³
- **Yufid.TV - Pengajian & Ceramah**
Islam: (<https://www.youtube.com/channel/UCX-4mrOc5r691SzDhHtkOgw>)¹⁶
- **Khalid Basalamah Official:** <https://www.youtube.com/c/khalidbasalamahofficial>
(disebutkan dalam ²³)
- **Al-Bahjah TV (Buya Yahya):** (<https://www.youtube.com/user/AlBahjahTV>)
(disebutkan dalam ²³)

Situs Web Organisasi Islam

- **NU Online (Nahdlatul Ulama):** <https://www.nu.or.id/>¹⁹
- **Majelis Ulama Indonesia (MUI):** <https://www.mui.or.id/>²⁴
- **Hidayatullah:** <https://hidayatullah.or.id/>⁵⁷
- **Quantum Akhyar Institute (Ustadz Adi Hidayat):** <https://quantumakhyar.com/>⁴⁶

Portal Berita Nasional

- **Republika Online:** <https://www.republika.co.id/>⁵⁴
- **Hidayatullah.com:** <https://hidayatullah.com/>⁵⁸
- **Detik.com (Kanal Hikmah & Sulsel):** <https://www.detik.com/>²⁵
- **Liputan6.com (Kanal Islami):** <https://www.liputan6.com/>¹⁴
- **Suara.com:** <https://www.suara.com/>²⁸
- **Antara News:** <https://www.antaraneews.com/>³
- **Suara Islam:** <https://suaraislam.id/>⁶⁰

Jurnal dan Publikasi Akademis

- **Jurnal UIN Syahada:** Analisis Penggunaan YouTube sebagai Media Dakwah¹
- **ResearchGate & Jurnal Ilmiah Lainnya:** Publikasi mengenai tren hijrah, dakwah digital, dan Islam kontemporer di Indonesia²
- **Directory of Open Access Journals (DOAJ):** Artikel tentang peran organisasi Islam di Indonesia⁶¹
- **Indonesia Millennial Report 2024:** Laporan demografis mengenai gaya hidup dan tantangan generasi milenial⁷

Karya yang dikutip

1. Dakwah Via Youtube? Evolving Dynamics of Religious Communication in Aceh

- Islamic Society, diakses Juni 23, 2025,
<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/F/article/download/9422/5177>
2. The Internet as a Reactualization of the Dakwah Communication System in the Digita Era, diakses Juni 23, 2025,
https://www.researchgate.net/publication/378784845_The_Internet_as_a_Reactu_alization_of_the_Dakwah_Communication_System_in_the_Digita_Era
 3. Daftar ustadz populer Indonesia, berikut profil singkatnya - ANTARA News - Antaranews, diakses Juni 23, 2025,
<https://www.antaranews.com/berita/4521061/daftar-ustadz-populer-indonesia-berikut-profil-singkatnya>
 4. Peran Media Sosial dalam Proses Dakwah di Internet - BSI NEWS 2025, diakses Juni 23, 2025, <https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/peran-media-sosial-dalam-proses-dakwah/>
 5. Penggunaan Media Sosial Sebagai Metode Berdakwah | kumparan.com, diakses Juni 23, 2025, <https://m.kumparan.com/syarifah-hudhriah/penggunaan-media-sosial-sebagai-metode-berdakwah-20ZgOb3e7na>
 6. Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia, diakses Juni 23, 2025, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/download/12452/6312>
 7. Indonesia Millennial Report 2024 - IDN Times, diakses Juni 23, 2025,
<https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2024.pdf>
 8. Pemanfaatan Media Sosial untuk Berdakwah - Rumah Jurnal UIN Alauddin Makassar, diakses Juni 23, 2025, <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/alfikr/article/download/23114/11959>
 9. Peluang, Tantangan, dan Strategi | Dakwah Islam bagi Gen-Z - Litera Academica Publishing Journals, diakses Juni 23, 2025, <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/article/download/3/2>
 10. Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital Terhadap Generasi Z, diakses Juni 23, 2025,
<https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/pekerti/article/download/3596/1899/11929>
 11. 16 Inspirasi Judul Ceramah yang Menarik Tentang Islam | kumparan.com, diakses Juni 23, 2025, <https://kumparan.com/ragam-info/16-inspirasi-judul-ceramah-yang-menarik-tentang-islam-23mltrmwj0V>
 12. The Trend of Hijrah: New Construction of Urban Millennial Muslim Identity in Indonesia, diakses Juni 23, 2025,
https://www.researchgate.net/publication/382770068_The_Trend_of_Hijrah_New_Construction_of_Urban_Millennial_Muslim_Identity_in_Indonesia
 13. Deretan Dai Terpopuler di Medsos: Gus Baha, Quraish Shihab, dan Gus Mus Teratas, diakses Juni 23, 2025, <https://jakarta.nu.or.id/nasional/deretan-dai-terpopuler-di-medsos-gus-baha-quraish-shihab-dan-gus-mus-teratas-4GqBx>
 14. Survei Ustadz Paling Disukai Publik, di Mana Gus Iqdam? - Islami Liputan6.com, diakses Juni 23, 2025, <https://www.liputan6.com/islami/read/5405433/survei->

- [ustadz-paling-disukai-publik-di-mana-gus-iqdam](#)
15. Rumus Menenteramkan Hati ketika Masalah dan Ujian Datang ..., diakses Juni 23, 2025, https://m.youtube.com/watch?v=gH_FiEI5JzM
 16. Yufid.TV - Pengajian & Ceramah Islam - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/channel/UCX-4mrOc5r691SzDhHtkOgw>
 17. LIVE: Ceramah Keagamaan Islam: Kita Datang untuk Pergi - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=mds9zzakzE8>
 18. Teks Khutbah Idul Fitri 2025 Singkat: Kembali ke Maksiat setelah ..., diakses Juni 23, 2025, <https://www.tvonenews.com/religi/317277-teks-khutbah-idul-fitri-2025-singkat-kembali-ke-maksiat-setelah-ramadhan-tanda-puasa-sia-sia>
 19. NU Online - Beranda Islam Indonesia, diakses Juni 23, 2025, <https://www.nu.or.id/>
 20. Vlog Spesial UAH Jepang 2024 - Ustadz Adi Hidayat - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=gUkmENEOKyU>
 21. LIVE | Wang Sinawang 2024 - Masjid Jogokariyan | Ustadz Abdul Somad - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=i-0Svu9p8DI>
 22. Kajian Ust. Hanan Attaki: YA ALLAH, WHY ALWAYS ME? - Jogja 27 Oktober 2024 | TikTok, diakses Juni 23, 2025, <https://www.tiktok.com/@am.event/video/7398344711406177541>
 23. 6 Channel YouTube Dakwah Populer untuk Belajar Islam - Indozone Tech, diakses Juni 23, 2025, <https://tech.indozone.id/gadget/921034721/6-channel-youtube-dakwah-populer-untuk-belajar-islam>
 24. MUI - Majelis Ulama Indonesia - MUI - Majelis Ulama Indonesia, diakses Juni 23, 2025, <https://www.mui.or.id/>
 25. Khutbah Idul Fitri 2025: Kemenangan, Kembali Suci, dan Penuh Berkah - detikcom, diakses Juni 23, 2025, <https://www.detik.com/hikmah/dakwah/d-7848186/khutbah-idul-fitri-2025-kemenangan-kembali-suci-dan-penuh-berkah>
 26. 6 Contoh Khutbah Idul Adha 2024 Singkat dan Penuh Hikmah, diakses Juni 23, 2025, <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7394349/6-contoh-khutbah-idul-adha-2024-singkat-dan-penuh-hikmah>
 27. 5 Contoh Khutbah Idul Fitri 2025 yang Penuh Makna - Muslim - Okezone.com, diakses Juni 23, 2025, <https://muslim.okezone.com/read/2025/03/27/330/3126466/5-contoh-khutbah-idul-fitri-2025-yang-penuh-makna>
 28. Contoh Khutbah Idul Fitri 2025 Sedih: Mudik ke Surga - Suara.com, diakses Juni 23, 2025, <https://www.suara.com/news/2025/03/16/072423/contoh-khutbah-idul-fitri-2025-sedih-mudik-ke-surga?page=all>
 29. Khutbah Idul Adha : Hikmah Qurban Ikhlas di Dunia dan Akhirat - Khutbah Idul Adha: الخطبة الأولى لعيد الأضحى Oleh: KH M Cholil Nafis, Ph D, Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah اللهُ أَكْبَرُ كَبِيرًا، وَالْحَمْدُ لِلَّهِ كَثِيرًا، وَسُبْحَانَ 3X- اللهُ أَكْبَرُ - اللهُ أَكْبَرُ - اللهُ أَكْبَرُ اللهُ بُكْرَةً وَأَصِيلًا، لَا إِلَهَ إِلَّا اللهُ وَحْدَهُ صَدَقَ، diakses Juni 23, 2025, <https://www.mui.or.id/public/baca/mui/khutbah-idul-adha-hikmah-qurban-ikhlas-di-dunia-dan-akhirat>
 30. 30 Contoh Teks Ceramah Singkat Beragam Tema & Struktur - Ruangguru, diakses

- Juni 23, 2025, <https://www.ruangguru.com/blog/contoh-teks-ceramah>
31. SAMPAH, AMANAH, RUPIAH - Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, diakses Juni 23, 2025, <https://maritim.go.id/uploads/magazine/20230512100508-2023-05-12magazine100503.pdf>
 32. Islam di Indonesia Zaman Modern dan Kontemporer | ULIL ALBAB ..., diakses Juni 23, 2025, <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/JIM/article/view/2771>
 33. Super Lucu Ustadz Abdul Somad Terbaru 2024 Populer Obat Stres - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=cVmNG2OxAGo>
 34. CERAMAH UAS LUCU TERBARU 2024 !! BIKIN JAMAAH TERTAWA TERBAHAK-BAHAK, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=r3tr75uQ-MA>
 35. VIRAL USTADZ DAS'AD LATIF BARENG ARTIS MUSLIM UNITED - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=cOSZCBNzJFM>
 36. SERU! Depan KAPOLRI, Ustadz Das'ad Latif CERAMAH ! - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=LTaSWe0yrew>
 37. Ustadz Abdul Somad Official - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial>
 38. Audio Dakwah - YouTube, diakses Juni 23, 2025, https://www.youtube.com/channel/UCjHoMXZXAlx_QHgk9qsAJ-Q
 39. Adi Hidayat Official - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/c/AdiHidayatOfficial/videos>
 40. Gus Baha: Pengajian Habis Jutaan Tapi Madrasah Gak Terawat - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=MbWaiB2RLS0>
 41. Gus Baha: "Tanpa Nyindir Siapa pun, Kritik Perlu Dijawab" | Ngaji Tafsir Al-Ibriz - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=zQreoFMeyCQ>
 42. Ust. Hanan Attaki - Dear Allah, Mengapa Harus Aku? | Sabtu 27 Januari 2024 - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=cq8Y8peHjC0>
 43. Das'ad Latif - YouTube, diakses Juni 23, 2025, <https://www.youtube.com/@DasadLatif>
 44. Ceramah Ustadz Das'ad Latif Menyambut 2025 - TikTok, diakses Juni 23, 2025, <https://www.tiktok.com/@dasadlatifofficial/video/7450376082101947666>
 45. Punya Harta Melimpah, Ini Daftar 5 Ustaz Terkaya di Indonesia: Ada UAS hingga Ustaz Solmed - Suara.com, diakses Juni 23, 2025, <https://www.suara.com/lifestyle/2024/01/14/103412/punya-harta-melimpah-ini-daftar-5-ustaz-terkaya-di-indonesia-ada-uas-hingga-ustaz-solmed?page=all>
 46. Quantum Akhyar Institute – Islami – Edukatif – Mencerahkan, diakses Juni 23, 2025, <https://quantumakhyar.com/>
 47. Ust. Dr. Adi Hidayat, Lc., MA. - Quantum Akhyar Institute, diakses Juni 23, 2025, <https://quantumakhyar.com/uah/>
 48. Kabar Gembira Bagi Orang Orang Yang Ridho Dengan Takdir Allah - Ceramah Viral 2024, diakses Juni 23, 2025,

- <https://www.youtube.com/watch?v=Pi7jfMYwIEs>
49. Gus Baha's online preaching culture in Islam and media ethnography perspectives, diakses Juni 23, 2025, https://www.researchgate.net/publication/377637511_Gus_Baha's_online_preaching_culture_in_Islam_and_media_ethnography_perspectives
 50. Jadwal Sharing Time Ust. Hanan Attaki 2024 - TikTok, diakses Juni 23, 2025, <https://www.tiktok.com/@am.event/video/7487200890370280722>
 51. Ceramah Ust. Hanan Attaki di Bekasi 2024: Sharing Time | TikTok, diakses Juni 23, 2025, <https://www.tiktok.com/@am.event/video/7371725479503596805>
 52. PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM BERDAKWAH: STUDY TERHADAP DA'I DI KOTA PADANG, diakses Juni 23, 2025, <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/download/2081/1476>
 53. (PDF) Understanding the Trend of Digital Da'wah Among Muslim Housewives in Indonesia, diakses Juni 23, 2025, https://www.researchgate.net/publication/367330776_Understanding_the_Trend_of_Digital_Da'wah_Among_Muslim_Housewives_in_Indonesia
 54. Republika Online, diakses Juni 23, 2025, <https://www.republika.co.id/>
 55. Kajian UAH Terbaru 2024: Motivasi dan Ceramah Inspiratif | TikTok, diakses Juni 23, 2025, https://www.tiktok.com/@umar_syarief/video/7320888866590690565
 56. Adi Hidayat Official - YouTube, diakses Juni 23, 2025, https://www.youtube.com/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ
 57. Website Resmi Hidayatullah | Website Resmi Hidayatullah, diakses Juni 23, 2025, <https://hidayatullah.or.id/>
 58. Hidayatullah.com - Portal Berita Islam menyajikan berita Islam terkini, kajian islami, informasi dunia Islam, dan opini terpercaya dari perspektif Islami., diakses Juni 23, 2025, <https://hidayatullah.com/>
 59. 10+ Contoh Ceramah Ramadhan 2024 Berbagai Tema Menarik dan Mudah Dihafal, diakses Juni 23, 2025, <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7248531/10-contoh-ceramah-ramadhan-2024-berbagai-tema-menarik-dan-mudah-dihafal>
 60. HOME – SUARAIslam.ID - Media Islam Online Indonesia, diakses Juni 23, 2025, <https://suaraislam.id/>
 61. ORGANISASI ISLAM DAN PERANNYA TERHADAP PENDIDIKAN ISLAM DI INDONESIA, diakses Juni 23, 2025, <https://doaj.org/article/a814411ba25b4fbe8d1831938671af6e>