

STRATEGI DAKWAH DIGITAL NAHDLATUL ULAMA DALAM MENYEBARKAN ISLAM

Muhamad Arya¹, Agisti Cahya Maharani², Zam Zam Munzi³,
Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.20, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota
Bandung, Jawa Barat 40116
Email correspondence: zam113778@gmail.com

Article History:

Received: 2025-06-21, Accepted: 2025-08-31, Published: 2025-08-31

Abstract

The advancement of information technology has significantly transformed the methods of Islamic preaching (da'wah), shifting many activities into digital spaces. Nahdlatul Ulama (NU), the largest Islamic organization in Indonesia, has actively responded to this trend by developing digital da'wah strategies through social media and digital platforms. This study aims to examine the forms, platforms, effectiveness, and challenges of NU's digital da'wah in promoting moderate Islamic values. Using a qualitative-descriptive approach and literature review method, the study is based on scientific journals, academic theses, and official institutional documents. The findings show that NU utilizes a wide range of digital content, such as short videos, religious articles, and infographics distributed through Instagram, TikTok, YouTube, and the NU Online application. This strategy effectively reaches younger audiences and increases engagement with Islamic messages. However, NU also faces several challenges, including misinformation, low digital literacy among users, and competition with sensational content driven by platform algorithms. To overcome these issues, NU conducts digital preacher training, strengthens media literacy efforts, and produces alternative narratives grounded in the inclusive philosophy of Islam Nusantara. Through adaptive and collaborative efforts, NU has demonstrated its capacity to lead relevant and impactful digital da'wah in the modern technological era.

Keywords: digital da'wah, Nahdlatul Ulama, social media, Islam Nusantara, digital literacy

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi metode dakwah ke dalam bentuk digital. Nahdlatul Ulama (NU), sebagai organisasi Islam terbesar di Indonesia, merespons fenomena ini dengan mengembangkan strategi dakwah digital melalui media sosial dan aplikasi daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk, platform, efektivitas, serta tantangan yang dihadapi NU dalam menyebarkan nilai-nilai Islam moderat secara digital. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, menggunakan sumber dari jurnal ilmiah, tesis, dan dokumen resmi lembaga keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NU secara aktif memanfaatkan berbagai bentuk konten seperti video pendek, artikel keagamaan, hingga infografis yang disebarluaskan melalui Instagram, TikTok, YouTube, dan aplikasi NU Online. Strategi ini berhasil menjangkau generasi muda dan meningkatkan interaksi dakwah. Namun, NU juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti penyebaran hoaks, rendahnya literasi digital, serta persaingan dengan konten sensasional yang didorong oleh algoritma media sosial. NU merespons tantangan tersebut melalui pelatihan dai digital, penguatan literasi media, dan produksi narasi alternatif berbasis Islam Nusantara. Dengan pendekatan adaptif dan kolaboratif, NU menunjukkan kapasitasnya sebagai pelopor dakwah digital yang relevan di era teknologi.

Kata kunci: dakwah digital, Nahdlatul Ulama, media sosial, Islam Nusantara, literasi digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era modern telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dakwah Islam. Untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan keislaman, organisasi keagamaan harus dapat menyesuaikan diri dengan media digital di tengah arus informasi yang cepat, luas, dan tanpa batas. Dakwah tidak lagi terbatas pada pengajian langsung, forum tatap muka, atau mimbar masjid. Sebaliknya, ia telah berkembang ke media sosial, website, video streaming, dan berbagai platform digital lainnya.

Nahdlatul Ulama (NU) sebagai organisasi Islam terbesar di Indonesia memiliki peran penting untuk mempertahankan dan menyebarkan ajaran Islam Ahlussunnah wal Jamaah yang moderat, toleran, dan kontekstual. NU tidak tinggal diam saat menghadapi tantangan zaman. NU aktif memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana dakwah untuk menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda, yang sering menggunakan media digital.

NU menawarkan narasi Islam rahmatan lil'alamin yang damai dan inklusif di tengah maraknya konten keagamaan yang radikal, intoleran, atau tidak bijak. Oleh karena itu, strategi dakwah digital mereka harus dipelajari. Selain itu, penggunaan media digital dalam dakwah menghadirkan beberapa tantangan unik, termasuk masalah teknis, konten, dan penerimaan masyarakat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bentuk, strategi, platform, masalah, dan solusi yang dikembangkan oleh Nahdlatul Ulama (NU) untuk menjalankan dakwah digital di era informasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana NU menyesuaikan diri dengan kemajuan dan teknologi dalam menyebarkan ajaran Islam, serta bagaimana mereka membantu mengembangkan dakwah digital yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan.

METODE DAN LANDASAN TEORI

Studi ini bersifat kualitatif dan menggunakan metodologi studi pustaka deskriptif. Data dikumpulkan dari buku, jurnal akademik, dan sumber NU resmi, seperti media sosial resmi, publikasi PBNU, dan web NU Online. Penulis melakukan analisis konten terhadap kegiatan dakwah organisasi Nahdlatul Ulama di dunia digital. Teori komunikasi Islam dan media digunakan sebagai landasan. Misalnya, konsep dakwah bil hikmah NU dan kerangka media sosial modern (symbolic interactionism, agenda-setting, uses, and gratifications) menekankan makna pesan, menentukan masalah penting, dan memenuhi kebutuhan audiens. Strategi juga didasarkan pada ideologi Islam Nusantara NU, yang menekankan Islam yang ramah, inklusif, dan anti-ekstremisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk & Strategi Dakwah Digital NU

Nahdlatul Ulama (NU) telah melakukan pembaruan dalam metode penyampaian dakwah dengan mengintegrasikan media digital sebagai medium utama dalam menjangkau umat. Ragam konten yang dikembangkan meliputi video ceramah, potongan khutbah, artikel daring

keagamaan, infografis tematik, hingga media interaktif seperti kuis islami¹. Seluruh konten ini disebarluaskan secara aktif melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan aplikasi resmi NU Online yang dapat diakses oleh publik dari berbagai kalangan. Khusus pada platform YouTube, konten dakwah yang ditampilkan biasanya berupa kajian mendalam atau pengajian kitab kuning bersama tokoh ulama terkemuka, seperti KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha). Beliau dikenal karena kemampuannya menyampaikan materi keagamaan dengan pendekatan naratif yang ringan dan membumi, tanpa kehilangan substansi ilmiah. Strategi ini memungkinkan audiens dari beragam usia dan latar belakang pendidikan untuk mengikuti dan memahami materi dengan baik. Penyampaian yang santai namun sarat makna seperti ini menjadi kekuatan tersendiri dalam membangun engagement dan loyalitas audiens.

Tidak hanya itu, akun Instagram dan TikTok NU juga menampilkan konten dakwah dalam format yang lebih kasual dan menyesuaikan dengan preferensi generasi muda. Misalnya, melalui fitur reels atau video singkat yang disampaikan dengan gaya bahasa kekinian, NU berhasil menciptakan komunikasi yang dua arah dan menjangkau audiens yang lebih luas. Penyesuaian ini menegaskan bahwa dakwah digital bukan sekadar pemindahan pesan dari dunia nyata ke dunia maya, melainkan adaptasi menyeluruh terhadap bentuk, gaya, serta cara berinteraksi yang baru.

Sebagai pelengkap strategi tersebut, NU juga menerapkan sistem *content calendar* untuk merancang tema-tema dakwah yang relevan dengan isu aktual. Contohnya, pada peringatan Hari Bumi, tema dakwah yang diangkat adalah "Islam dan Lingkungan", sedangkan pada momen Hari Sumpah Pemuda, fokusnya diarahkan pada nilai-nilai toleransi dan kebangsaan. Upaya ini menunjukkan bahwa dakwah NU tidak hanya bersifat ritualistik, tetapi juga sosial-kultural, dengan merespons dinamika yang terjadi di masyarakat.

Dari sisi kelembagaan, peran Majelis Cyber NU sangat penting dalam mengelola manajemen produksi dan distribusi konten digital. Mereka menjadi pusat pengendali sekaligus pengarah strategi digital NU. Dalam praktiknya, Majelis Cyber NU bekerja sama dengan Badan Otonom (Banom) NU lainnya seperti GP Ansor, Fatayat NU, IPPNU, serta lembaga pendidikan berbasis pesantren. Kolaborasi ini memungkinkan dakwah digital NU tidak hanya kuat dari sisi isi, tetapi juga sistematis dan masif dalam penyebarannya.³ yang dikenal karena penyampaian materi secara mendalam namun tetap ringan, membuat audiens merasa dekat dan tidak terbebani. Hal ini menciptakan suasana belajar yang interaktif dan menarik bagi berbagai kalangan, terutama generasi muda yang cenderung cepat bosan dengan metode pengajaran konvensional. Sementara Instagram dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan moral melalui kutipan-kutipan pendek dan visual menarik. TikTok digunakan untuk menyebarkan video berdurasi pendek dengan gaya bahasa yang santai dan humoris, sehingga lebih mudah diterima generasi muda.² Selain itu, NU memanfaatkan pendekatan *content calendar* untuk merancang tema dakwah bulanan sesuai isu aktual, misalnya tema "Islam dan Lingkungan" pada Hari Bumi atau "Toleransi dan Keindonesiaan" saat Hari Sumpah Pemuda. Pendekatan ini memperkuat relevansi pesan dakwah. Dalam hal manajemen, Majelis Cyber NU menjadi pusat koordinasi pembuatan dan distribusi konten digital, dengan dukungan dari berbagai Banom seperti GP Ansor, Fatayat NU, dan IPPNU.³

¹ Fatmasari, N., Wahyudi, A., & Yusuf, R. "Literasi Dakwah Digital pada Akun Media Sosial Instagram @nuonline_id," *Meyarsa*, 1(2), 2021.

² Mukti, S. "Modernisasi Dakwah Islam dalam Media Baru," *JUSMA*, 4(1), 2023.

³ Miftahuddin, M. *Strategi Dakwah Digital Organisasi Keagamaan: Studi Kasus pada Website NU Online Jabar*. Tesis, UIN Sunan Gunung Djati, 2022.

2. Platform & Efektivitas Digital

Strategi dakwah digital yang diterapkan NU tidak hanya berfokus pada konten, tetapi juga pemilihan dan optimalisasi berbagai platform digital yang relevan dengan kebiasaan pengguna. Salah satu sarana utama yang digunakan adalah aplikasi NU Online, yang dilengkapi berbagai fitur seperti Kalam (penafsiran ayat harian), layanan konsultasi keislaman, siaran radio dakwah daring, dan artikel-artikel bertema keislaman yang dikemas secara modern.⁴ Aplikasi ini menjadi pintu gerbang utama untuk menyebarkan nilai-nilai Islam moderat, terutama kepada masyarakat perkotaan dan pelajar yang membutuhkan akses cepat dan terpercaya.

Di sisi lain, akun Instagram resmi @nuonline_id memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah secara visual. Dengan desain yang menarik dan pendekatan yang komunikatif, akun ini mampu meraih engagement rate yang cukup tinggi, yaitu sebesar 4,3%.⁵ Rata-rata setiap unggahan mendapatkan lebih dari 20 ribu interaksi selama bulan suci Ramadan 2023. Angka ini mencerminkan keberhasilan NU dalam memadukan estetika visual dan nilai dakwah secara harmonis, sehingga mampu menjangkau kalangan muda yang cenderung visual-oriented.

Platform TikTok juga menjadi ruang dakwah yang produktif bagi NU.⁶ Konten-konten yang bersifat ringan seperti video pendek bertema islami, sketsa humor keagamaan, hingga konten reflektif tentang ajaran Nabi sering kali berhasil meraih tayangan hingga jutaan kali. Hal ini menunjukkan bahwa pesan-pesan dakwah bisa tetap relevan dan diterima tanpa kehilangan esensi, asalkan disampaikan dengan format yang tepat sasaran.

Sementara itu, YouTube digunakan sebagai medium dakwah yang lebih mendalam.⁷ Melalui kanal ini, NU menghadirkan berbagai program seperti kajian kitab secara langsung (live streaming), podcast interaktif seputar isu-isu keislaman kontemporer, hingga dokumentasi kegiatan keagamaan di pesantren. Guna mengukur efektivitasnya, NU menerapkan sistem evaluasi mingguan yang mencakup analisis durasi tonton (watch time), tingkat retensi penonton, hingga peningkatan jumlah pelanggan kanal.

Pendekatan multiplatform ini menjadikan pesan-pesan dakwah NU lebih mudah dijangkau oleh publik luas, baik di dalam negeri maupun komunitas diaspora Indonesia di luar negeri. Hal ini juga menandakan bahwa strategi komunikasi yang fleksibel dan berbasis data mampu memperkuat misi dakwah Islam moderat di era digital. Respons positif terhadap dakwah digital NU dibuktikan dengan banyaknya pesan masuk yang menyatakan ketertarikan menjadi santri digital atau mengikuti kelas tafsir daring.

3. Tantangan dan Solusi dalam Dakwah Digital NU

Dalam melaksanakan dakwah melalui media digital, NU tidak lepas dari berbagai hambatan yang memerlukan penanganan strategis. Tantangan-tantangan tersebut bersifat teknis, sosial, dan ideologis, yang apabila tidak ditanggapi dengan tepat dapat melemahkan efektivitas dakwah itu sendiri.

a. Penyebaran Hoaks dan Akun Tidak Resmi

Beredarnya akun media sosial yang mengatasnamakan NU tanpa otoritas resmi sering kali

⁴ Rizqiyani, I. *Efektivitas Fitur Kalam dalam Aplikasi NU Online*. Tesis, IAIN Ponorogo, 2023.

⁵ Fatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama," *Al-Insyiroh*, 7(1), 2021.

⁶ Wibowo, R. *Strategi Digitalisasi Dakwah NU Online di Era Pandemi*. Tesis, UIN Sunan Kalijaga, 2023.

⁷ Hidayat, N. "Tantangan Komunikasi Dakwah Islam di Era Disrupsi Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 2024.

menjadi sumber penyebaran informasi yang keliru.⁷ Keberadaan akun-akun palsu ini berpotensi menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat, terutama dalam membedakan antara dakwah yang bersumber dari ulama kredibel dan yang tidak. NU menanggapi isu ini dengan membentuk Tim Verifikasi Konten dan menggandeng Kementerian Kominfo untuk memberikan literasi digital terkait konten keagamaan.

b. Minimnya Literasi Digital Masyarakat

Keterbatasan kemampuan masyarakat dalam memahami dan menyaring informasi secara kritis menjadi hambatan besar dalam dakwah digital. Untuk itu, NU melalui berbagai program seperti “Dai Digital Muda” melakukan pelatihan secara berkala bagi para santri, pelajar, dan pemuda NU agar memiliki kemampuan berpikir kritis terhadap konten digital.⁸ Program ini menyasar komunitas pesantren, sekolah kejuruan Islam, hingga organisasi remaja masjid.

c. Persaingan dengan Konten Sensasional dan Efek Algoritma

Kecenderungan algoritma media sosial yang lebih memprioritaskan konten viral dan sensasional seringkali menyulitkan konten dakwah masuk dalam jangkauan luas.⁹ NU mencoba menjawab tantangan ini dengan mengemas pesan dakwah ke dalam bentuk storytelling, sketsa ringan, hingga konten edukasi berbasis humor yang tetap bernilai. Dengan begitu, audiens tetap teredukasi meski dalam format yang ringan dan menghibur.

d. Kapasitas Terbatas Dai dalam Produksi Konten

Masih banyak dai NU yang belum terbiasa dengan teknologi digital, mulai dari editing video, desain visual, hingga teknik berbicara di depan kamera. Menanggapi hal ini, NU mengadakan pelatihan intensif yang difokuskan pada pengembangan keterampilan digital, termasuk penggunaan perangkat lunak sederhana seperti Canva dan CapCut, serta pelatihan public speaking berbasis media.¹⁰

e. Narasi Ekstrem dan Tantangan Ideologi di Dunia Maya

Di tengah menjamurnya konten keagamaan yang ekstrem dan intoleran di ruang digital, NU tampil dengan narasi Islam Nusantara sebagai bentuk tandingan.¹¹ Pendekatan ini menekankan pentingnya nilai-nilai toleransi, keberagaman, dan nasionalisme dalam ajaran Islam. Salah satu inisiatif yang cukup berhasil adalah kampanye “Santri Cinta Damai”, yang menonjolkan wajah damai Islam Indonesia melalui konten visual dan testimoni dari berbagai elemen masyarakat. Dengan pendekatan responsif ini, NU tidak hanya bertahan di tengah tantangan era digital, tetapi juga menunjukkan kapasitas adaptasi dan inovasi dakwah Islam yang sesuai dengan tuntutan zaman.

4. Kolaborasi dan Komunitas Digital NU

Keberhasilan dakwah digital NU tidak dapat dilepaskan dari kemampuan organisasi ini dalam membangun sinergi antara struktur formal dan komunitas informal. Kolaborasi yang dijalin tidak hanya terbatas pada lembaga internal seperti PBNU dan Banom, melainkan juga melibatkan jaringan konten kreator, alumni pesantren, dan komunitas-komunitas dakwah digital yang aktif di media sosial.¹²

⁸ Ikrom, A., & Nugraha, B. “Literasi DiFatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama,” *Al-Insyiroh*, 7(1), 2021. gital Santri di Era Media Sosial,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(1), 2024.

⁹ Daulay, M., Rauf, A., & Harahap, H. “Strategi Dakwah di Era Digital,” *Liwaul Dakwah*, 6(1), 2023.

¹⁰ Syah, M. F. I. *Cyber Media dalam Mengkonstruksi Pesan Dakwah*. Tesis, UIN Sunan Ampel, 2022.

¹¹ Nadiyah, R., & Maksum, A. “Islam Nusantara sebagai Strategi Kontra-Narasi Ekstremisme,” *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(2), 2024.

¹² Sumiati, W., & Nawawi, T. “Digital Da’wah in the Modern Era,” *Digital Muslim Review*, 1(1), 2024.

Beberapa komunitas seperti NU Garis Lucu (NUGL) dan AISNU memainkan peran penting dalam menyampaikan dakwah dengan pendekatan populer. Konten yang dihasilkan umumnya berbentuk meme religius, video lucu bernuansa islami, hingga komik dakwah digital yang menyisipkan nilai-nilai akhlak dan toleransi dalam gaya santai dan jenaka. Pendekatan ini sangat cocok untuk menjangkau kalangan urban dan generasi muda yang cenderung tidak menyukai ceramah formal.

Selain komunitas, NU juga membangun relasi strategis dengan figur publik dan influencer muslim yang memiliki audiens besar di media sosial. Tokoh seperti Habib Husein Ja'far Al-Hadar, Gus Miftah, dan Gus Baha secara konsisten menyampaikan dakwah yang menekankan moderasi, cinta tanah air, dan toleransi melalui kanal pribadi mereka. Peran mereka sangat signifikan dalam memperluas jangkauan dakwah NU karena audiens mereka melampaui batas-batas struktural organisasi keagamaan konvensional.

Melalui kolaborasi ini, NU memperlihatkan bahwa dakwah bukan hanya kewajiban institusi formal, tetapi juga ruang partisipasi bersama yang terbuka dan dinamis. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa dakwah yang hidup di era digital adalah dakwah yang berbasis komunitas, kolaboratif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

5. Dampak Dakwah Digital NU terhadap Generasi Muda

Implementasi dakwah digital oleh Nahdlatul Ulama telah menunjukkan pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan karakter dan wawasan keislaman generasi muda. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jaringan Gusdurian pada tahun 2023, ditemukan bahwa lebih dari 70% responden yang berusia antara 17 hingga 30 tahun mengaku memiliki pemahaman lebih positif terhadap nilai-nilai Islam moderat setelah mengakses konten dakwah dari NU.¹³ Temuan ini menggambarkan bahwa pendekatan dakwah berbasis digital mampu memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk cara pandang yang inklusif dan toleran.

Banyak siswa dan mahasiswa memanfaatkan konten dakwah NU sebagai referensi dalam tugas keagamaan, diskusi kelompok, dan kegiatan ekstrakurikuler keislaman. Selain itu, kehadiran siaran dakwah melalui YouTube maupun podcast Islam Moderat menjadi alternatif sumber pembelajaran agama yang fleksibel bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau tempat. Fenomena ini memperlihatkan pergeseran cara belajar agama, dari yang bersifat tatap muka konvensional menjadi lebih terbuka, digital, dan berbasis minat. Tidak hanya itu, NU juga secara tidak langsung telah mencetak kader-kader muda digital yang aktif membuat konten edukatif dengan nilai-nilai keislaman. Banyak di antara mereka terinspirasi oleh tokoh-tokoh NU yang aktif berdakwah di media sosial, dan mulai berani membagikan pemahaman mereka sendiri melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Dengan demikian, dakwah digital NU bukan hanya berhasil menyebarkan ajaran Islam moderat, tetapi juga membentuk ekosistem pembelajaran yang kolaboratif, partisipatif, dan memberdayakan generasi muda untuk menjadi agen dakwah yang kreatif dan progresif.

PENUTUP

Terbukti bahwa dakwah digital NU memadukan kearifan tradisi Islam Nusantara dengan teknologi komunikasi kontemporer. Untuk menyebarkan pesan Islam moderat, NU menggunakan pendekatan konten yang bermanfaat, kemasan yang menarik, dan kolaborasi kelembagaan. NU menjangkau generasi muda dan memperkuat citra keberagaman Islam dengan memanfaatkan platform digital utama. Melalui kolaborasi ulama-TI dan penekanan

¹³ Jaringan Gusdurian. "Laporan Survei Dampak Dakwah Digital terhadap Generasi Muda." *Gusdurian Network Indonesia*, 2023.

pada kualitas konten, masalah seperti hoaks dan radikalisme diantisipasi. Ke depan, NU akan memiliki kemampuan untuk memperluas pelatihan digital untuk dai, menggunakan analisis data audiens, dan terus belajar dari praktik yang berhasil di seluruh dunia. Diharapkan peningkatan sumber daya manusia NU dan pengembangan aplikasi kreatif seperti chatbot dakwah AI akan meningkatkan dakwah digital NU di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, M., Rauf, A., & Harahap, H. (2023). Strategi dakwah di era digital. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 6(1).
- Fatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. (2021). Strategi dakwah multimedia Nahdlatul Ulama. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1).
- Fatmasari, N., Wahyudi, A., & Yusuf, R. (2021). Literasi dakwah digital pada akun media sosial Instagram @nuonline_id. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 1(2).
- Hidayat, N. (2024). Tantangan komunikasi dakwah Islam di era disrupsi digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1).
- Ikrom, A., & Nugraha, B. (2024). Literasi digital santri di era media sosial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(1).
- Jaringan Gusdurian. (2023). *Laporan survei dampak dakwah digital terhadap generasi muda*. Gusdurian Network Indonesia.
- Miftahuddin, M. (2022). *Strategi dakwah digital organisasi keagamaan: Studi kasus pada website NU Online Jabar* (Tesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Mukti, S. (2023). Modernisasi dakwah Islam dalam media baru. *JUSMA: Jurnal Studi Islam dan Masyarakat*, 4(1).
- Nadiyah, R., & Maksum, A. (2024). Islam Nusantara sebagai strategi kontra-narasi ekstremisme. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(2).
- Rizqiyani, I. (2023). *Efektivitas fitur Kalam dalam aplikasi NU Online* (Tesis, IAIN Ponorogo).
- Syah, M. F. I. (2022). *Cyber media dalam mengkonstruksi pesan dakwah* (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Sumiati, W., & Nawawi, T. (2024). Digital da'wah in the modern era. *Digital Muslim Review*, 1(1).
- Wibowo, R. (2023). *Strategi digitalisasi dakwah NU Online di era pandemi* (Tesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).