

Prophetic Communication in Digital Preaching: Building a Critical and Wise Society in Using Social Media

Komunikasi Profetik dalam Dakwah Digital: Membangun Masyarakat yang Kritis dan Bijak dalam Bermedia Sosial

Halimatus Sakdiah^{1*}, Mariyatul Nurhidayati Rahmah², Rabiatul Adawiah³, Rabiatul Aslamiah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

*e-mail Korespondensi: halimah@uin-antasari.ac.id

Abstrak: Perkembangan berbagai platform media sosial membawa dampak positif sekaligus negatif dalam interaksi komunikasi termasuk dalam dakwah digital. Ini menjadi tantangan bagaimana dakwah digital di media sosial dapat berjalan dengan baik. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji peran komunikasi profetik khususnya menyangkut nilai etika komunikasi profetik dalam dakwah digital serta implementasinya untuk mengatasi dampak negatif perkembangan media sosial. Metode penelitian ini menggunakan studi pustaka, dengan menggunakan beberapa literatur terkait, dan analisis isi. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi profetik yang didasarkan pada sifat Rasulullah (*siddiq, amanah, tabligh, fathanah*), dan integrasi nilai dari pilar komunikasi profetik berupa nilai humanisasi (*amar ma'ruf*), nilai liberasi (*nabi munkar*) dan nilai transendensi (*tu'minubillah*), serta penerapan prinsip etika komunikasi profetik dapat mengembangkan dakwah digital yang etis, saling menghargai, bijak tanpa kekerasan, mengajak kepada kebaikan dan meningkatkan ketakwaan serta membangun masyarakat yang kritis dan bijak dalam menggunakan media sosial.

Kata kunci: ***dakwah digital, komunikasi profetik, media sosial***

Abstract: The development of various forms of social media has both positive and negative impacts on communication interactions including digital preaching. This is a challenge on how digital preaching on social media can run well. This paper aims to examine the role of prophetic communication, especially concerning the ethical values of prophetic communication in digital preaching and its implementation to overcome the negative impacts of the development of social media. This research method uses a library study, using several related literatures, with content analysis. The findings of the research show that prophetic communication based on the nature of the Prophet (*siddiq, amanah, tabligh, fathanah*), and the integration of values from the pillars of prophetic communication in the form of humanization values (*amar ma'ruf*), liberation values (*nabi munkar*) and transcendence values (*tu'minubillah*), as well as the application of ethical principles of prophetic communication can develop ethical digital preaching, mutual respect, wise without violence, encourage and increase piety and build a society that is critical and wise in using social media.

Keywords: ***digital preaching, prophetic communication, social media***

PENDAHULUAN

Teknologi memiliki peran sentral dalam interaksi komunikasi saat ini. Berbagai macam platform media sosial telah diciptakan, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube,

Whatsapp, dan Tik-tok. Platform-platform ini memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna (Waskithoaji, 2022). Perkembangan teknologi ini menjadikan kegiatan dakwah dapat dilakukan secara digital. Para pendakwah tidak harus bertemu langsung dengan jamaahnya, karena jamaah dapat menonton langsung di rumah melalui berbagai media. Dakwah digital ini dapat dilakukan dengan lebih massif, jangkauan lebih luas, pilihan lebih banyak, juga lebih hemat biaya dan waktu (Maskur, 2024). Munawaruzaman (2018) juga berpendapat bahwa perkembangan teknologi, khususnya internet, telah memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap informasi dakwah. Sebelumnya, informasi keagamaan sulit diakses, terutama di daerah terpencil. Kini, dengan hanya mengetikkan kata kunci tertentu, seseorang dapat dengan cepat mendapatkan materi dakwah yang dibutuhkan.

Di sini media sosial telah menjadi sarana penting dalam menyebarkan dakwah. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, para pendakwah dapat menjangkau jamaah yang beragam dan lebih luas. Ini juga memungkinkan penyampaian materi dakwah secara interaktif dan menarik. Adanya dakwah digital menjadikan kegiatan yang bersifat mengajak kepada kebaikan, taat kepada Allah SWT lebih mudah dilaksanakan. Ini yang dirasakan dari kemajuan teknologi yang berefek positif dalam perkembangan dakwah digital.

Namun demikian banyak juga ditemukan fenomena negatif dari dakwah digital, seperti adanya pelanggaran etika dakwah, lebih mengutamakan nilai materialistik, keinginan popularitas, munculnya peluang manipulasi konten, dan kebenaran menjadi kabur, potensi fitnah membesar, perkataan tidak sopan, dan ujaran kebencian bermunculan. Erwan Efendi, dkk, (2022) menyebutkan ada beberapa aspek penyebab lemahnya etika dakwah pada saat ini, yaitu: 1) sebagian orientasi dakwah lebih mengutamakan banyaknya jamaah; 2) media baru memberikan kesempatan seluruh orang untuk dapat bebas berekspresi; 3) masih banyak penceramah yang belum mengerti substansi agama, sehingga pesan yang disampaikan dapat memicu perpecahan; 4) filterisasi yang lemah membuat menjamurnya konten ujaran kebencian; 5) regulasi yang masih lemah.

Lebih lanjut penelitian dari Sarkawi dkk, (2024) menemukan adanya dampak negatif dari komunikasi digital berupa tekanan mental, ketidaknyamanan privasi, moral rendah, dan perubahan karakter masyarakat, hal ini dapat terjadi baik pada kalangan dewasa, remaja dan anak-anak. Kondisi ini tak terelakkan dalam perkembangan era digital yang pesat, dimana media sosial merupakan alat komunikasi yang paling dominan dalam menyebarkan informasi.

Hal ini menjadi tantangan melaksanakan dakwah di ruang digital. Menurut Pratama & Mutiawati, (2024); Ashari dkk., (2024) tantangan-tantangan dalam dakwah digital memerlukan navigasi yang cermat untuk memastikan bahwa dakwah digital tetap efektif dan selaras dengan nilai-nilai Islam Meskipun platform digital menawarkan banyak keuntungan bagi dakwah, tantangan seperti potensi kemerosotan moral perlu diperhatikan, dan penggunaan teknologi yang bijak tetap diperlukan.

Menyikapi tantangan perkembangan teknologi media sosial terutama dalam konteks dakwah diperlukan sikap kritis dan bijak. Dalam konteks ini komunikasi profetik menjadi sangat relevan dalam menghadapi tantangan tersebut. Komunikasi profetik didefinisikan sebagai komunikasi kenabian atau komunikasi kerasulan. Komunikasi profetik merupakan komunikasi yang mencontoh tata-cara nabi dalam berkomunikasi, sekaligus berusaha meneladani tujuan kenabian. Menurut Syahputera (2020) profetik merupakan suatu pendekatan etis keilmuan dengan mencontoh tanggung jawab sosial para nabi. Bagaimana berkomunikasi yang bebas, adaptif terhadap kemajuan, tetapi tetap taat pada nilai yang terkandung dalam nash.

Terkait dengan komunikasi profetik ini, tulisan Muhlis & Musliadi (2022) menjelaskan tentang komunikasi profetik di media sosial. Konsep-konsep Islam tentang perintah amar ma'ruf dan nahi munkar diterapkan dalam operasionalisasi pembangunan komunitas media baru sebagai ekspresi sejati dari media komunikasi profetik. Menurutnya bentuk dakwah Islam yang dijalankan harus dikembangkan sesuai dengan kemajuan teknologi. Selanjutnya penelitian Anindyaa Septiana Arfiani (2022) tentang komunikasi profetik menggunakan nilai humanisasi, liberasi dan transedensi dalam mengkaji pergeseran budaya dalam beragama, khususnya terkait konten #jalurlangit di TikTok. Penelitian dilakukan dengan pendekatan etnografi virtual.

Meskipun kajian tentang komunikasi profetik telah banyak dikupas dalam penelitian, namun berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini secara spesifik mengupas tentang nilai etika komunikasi profetik dalam mengembangkan dakwah digital dan implementasinya dalam membangun masyarakat yang kritis dan bijak bermedia sosial. Melalui tulisan ini penulis menawarkan pentingnya memahami nilai etika yang terkandung dalam komunikasi profetik, dan berharap dapat dipraktekkan dalam aktivitas dakwah di ruang digital sehingga dapat mengembangkan dakwah digital yang etis sekaligus membangun masyarakat yang lebih baik dan bijak dalam bermedia sosial. Dalam konteks ini komunikasi profetik berperan sebagai panduan moral dan prinsip dalam berdakwah dan berinteraksi di ruang digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan bahasan-bahasan yang terkonsep melalui literatur kepustakaan (Creswell, 2018), yang berfokus pada studi pustaka untuk menganalisis komunikasi profetik. Kaelan menjelaskan bahwa dalam penelitian kepustakaan memiliki ciri deskriptif dan historis (Kaelan 2010). Titik tekan penelitian perpustakaan ini adalah berkaitan dengan komunikasi profetik dan nilai etikanya, dakwah digital melalui media sosial serta cara mengimplementasikan komunikasi profetik dalam dakwah digital di media sosial. Data primer penelitian berupa nilai etika komunikasi profetik, dakwah digital dan media sosial, serta implementasi komunikasi profetik dalam membangun masyarakat yang kritis dan bijak bermedia sosial. Data diperoleh bersumber dari artikel ilmiah dan buku-buku yang berkenaan dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka. Studi pustaka dilakukan berfokus pada komunikasi profetik dan etikanya, dakwah digital di media sosial, serta implementasinya dengan memanfaatkan sumber data primer dan data sekunder dari artikel ilmiah dan buku-buku relevan. Menurut Sugiyono (2014), teknik pengumpulan data tersebut paling relevan karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk pencarian data, pengumpulan dan pengolahan data.

Penelitian ini dibedah menggunakan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi ini digunakan untuk membahas konten nilai etika komunikasi profetik dan implementasinya dalam dakwah digital dengan pendekatan kualitatif. Analisis ini memungkinkan penulis meneliti berbagai bentuk wacana, seperti teks komunikasi profetik dengan mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang mendasar dalam data. Analisis isi kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna dan tema yang mendasari data tekstual, yang sering kali melibatkan pengodean dan interpretasi konten secara terperinci (Rucks-Ahidiana, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Komunikasi Profetik

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan atau berita yang terdiri dari dua individu atau lebih sehingga pesan dapat terinternalisasi. Harjani Hefni (2015: 7)

berpendapat bahwa komunikasi merupakan proses berbagi pengalaman kepada orang lain dengan tujuan saling mempengaruhi. Dalam proses komunikasi melibatkan unsur-unsur komunikasi. Unsur-unsur komunikasi tersebut terdiri atas pengirim pesan, penerima, saluran, pesan, dan umpan balik (Rollnik-Sadowska dkk., 2022). Adapun menurut Erwan Efendy, dkk (2024) komunikasi terdiri atas tujuh unsur yang mencakup: 1) komunikator (*source*), 2) komunikan (*receiver*), 3) pesan (*message*), 4) media (*channel*), 5) pengaruh (*effect*), 6) umpan balik (*feedback*), dan 7) lingkungan sebagai penerima pesan

Adapun komunikasi profetik merujuk pada cara komunikasi nabi Muhammad SAW., yang penuh dengan kandungan nilai dan etika. Di mana Nabi Muhammad sebagai komunikator, komunikan, dan juga mediator antara manusia dan Tuhan. Ini dikarenakan ayat Allah yang diturunkan kepada nabi Muhammad harus tersampaikan kepada manusia. (Muhlis & Musliadi, 2022). Komunikasi profetik ini sebagai kerangka baru dalam praktik komunikasi dalam Islam dan terintegrasi dengan keilmuan komunikasi yang sudah lebih dulu berkembang (Iswandi Syahputra, 2007: 113-115).

Konsep profetik bersumber pada wahyu yang menjadi landasan konstruksi dan interaksi sosial sehingga terbentuk tiga pilar yaitu humanisasi (*ta'muruna bil ma'ruf*), liberasi (*watanhauna 'anilmunkar*), dan transendensi (*tu'mina billah*). Allah Swt berfirman dalam surah Ali-Imran ayat 110 berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُ هُمُ الْفَاسِقُونَ

Makna surah Ali-Imran ayat 110 memotivasi orang yang beriman agar tetap memelihara amar ma'ruf dan nahi munkar dengan semangat yang tinggi. Ayat tersebut mengisyaratkan tentang umat yang paling baik di dunia adalah umat yang mempunyai dua macam sifat, yaitu mengajak kebaikan serta mencegah kemungkaran, dan senantiasa beriman kepada Allah. Semua sifat itu telah dimiliki umat Islam pada masa Rasulullah dan telah menjadi bagian hidup mereka sehingga mereka kuat dan berjaya. Dalam waktu yang tidak lama mereka mampu menjadikan seluruh tanah Arab berada dalam naungan Islam, hidup aman, tenteram dan berkeadilan, dengan keteguhan iman dan ketaatan melaksanakan ajaran Islam serta kesungguhan menegakkan amar makruf dan mencegah nahi munkar. Iman yang mendalam di hati mereka selalu mendorong untuk berjihad dan berjuang untuk menegakkan kebenaran dan keadilan. (<https://quran.kemenag.go.id/>).

Surah al-Ahzab Ayat 21 juga menjelaskan bahwa seluruh perkataan dan tingkah laku Rasulullah merupakan teladan bagi umat Manusia, terutama kaum muslim. Allah SWT. Berfirman: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat serta dia banyak menyebut Allah.*”

Komunikasi profetik tidak terbatas pada masalah dakwah tetapi juga menyangkut kemanusiaan yang luas. Di dalamnya menyiratkan upaya komunikasi yang berpilar pada humanisasi, liberasi dan transendensi (Kuntowijoyo, 2005; Fitri Yanti, 2014) Komunikasi profetik merupakan model komunikasi yang berlandaskan sifat Rasulullah. Komunikasi profetik tidak hanya menekankan pada penyampaian pesan yang benar dan bijaksana dalam berdakwah, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berpikir kritis dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

Dakwah Digital dan Media Sosial

Proses mengajak manusia kepada Islam atau dikenal dengan istilah dakwah, dapat dilakukan secara lisan (*da'wah bil al-lisan*), tulisan (*da'wah bi al-qalam*), dan juga dengan perbuatan (*da'wah*

bil al-hal) termasuk aksi sosial Islam (*da'wah bi ahsan al-mal*) (Enjang dan Aliyudin, 2009; 12). Aktivitas dakwah lebih dari proses komunikasi (penyampaian pesan). Dakwah memiliki empat dimensi dan cakupan yang meliputi: 1) menyampaikan/tabligh; 2) bimbingan/ irsyad; 3) pemberdayaan manusia/ Tadbir, dan 4) pemberdayaan ekonomi/tahwir atau tamkin. (Ridho & Hariyadi, 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi, pelaksanaan dakwah saat ini lebih bervariasi, Dimana dakwah tidak hanya dilaksanakan secara offline, tapi juga dilaksanakan secara online. Dulu dakwah online masih terbatas pada media radio dan televisi, namun sekarang makin variatif dan kreatif, terutama dengan munculnya berbagai platform media sosial, maka dakwah online dapat dilaksanakan melalui media sosial. Dalam konteks ini, dakwah digital berarti mengajak orang untuk beriman kepada Allah dan menjalankan syariat Islam dengan menggunakan media digital, seperti website, media sosial, blog, podcast, dan video streaming. Dengan demikian, dakwah digital berfungsi sebagai upaya menyebarkan ajaran Islam kepada mad'u dengan cara yang lebih inovatif dan efektif.

Dakwah digital dan media sosial memiliki keterkaitan karena media sosial dapat menjadi sarana pelaksanaan dakwah di era digital. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter dan lainnya memungkinkan juru dakwah menyampaikan ajaran Islam dengan lebih luas dan cepat, dengan jangkauan audiens global dengan tidak dibatasi ruang dan waktu. Melalui media sosial umat Islam mengakses ceramah, kajian, dan konten keislaman kapan saja dan di mana saja. Bahkan media sosial menyediakan ruang interaktif antara mad'u dan da'i. Dakwah digital di media sosial dapat dikemas dalam berbagai format menarik dan konten yang lebih kreatif, seperti video pendek, infografis, podcast, artikel, dan siaran langsung, sehingga lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi millineal.

Namun dakwah yang disampaikan melalui media sosial haruslah tetap berlandaskan ajaran Islam yang benar agar tidak menyesatkan, dan menjaga etika dakwah dan berisi konten yang edukatif, damai, dan bermanfaat sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah. Sehingga terhindar dari penyebaran hoaks, ujaran kebencian, atau fanatisme berlebihan. Dakwah digital melalui media sosial dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang ajaran Islam bagi banyak orang. Lebih lanjut dakwah melalui media sosial ini dapat membawa perubahan perilaku dan etika masyarakat yang lebih sesuai dengan ajaran Islam.

Nilai Etika Komunikasi Profetik dalam Dakwah Digital

Profetik merupakan kesadaran sosial para nabi dalam sejarah untuk mengangkat derajat kemanusiaan (memanusiakan manusia), membebaskan manusia dan membawa manusia bertakwa kepada Allah. Ilmu profetik merupakan ilmu yang mencontoh segala bentuk tanggung jawab sosial para nabi (Kuntowijoyo, 2005: 103).

Komunikasi profetik tidak hanya berkaitan dengan permasalahan penyampaian pesan dakwah. Tapi juga menyangkut permasalahan kemanusiaan secara luas. Dimana komunikasi diorientasikan dalam humanisasi, liberasi, dan transendensi yang menjadi pilar komunikasi profetik. Ketiga pilar komunikasi profetik berupa pilar humanisasi dilandasi dari kalimat *ta'muruna bi al-ma'ruf*, pilar liberasi dilandasi dari kalimat *tanha'an al-fahsha wa al-munkar*, dan pilar transendensi diselaraskan dari kalimat *tu'minuna bi allah*.

Tiga pilar komunikasi profetik ini memiliki tujuan diantaranya adalah manjadi umat Rasulullah yang terbaik melalui dakwah yang berlandaskan pada Qur'an dan sunnah, dan secara khusus terciptanya generasi Islam yang berakhlak mulia dengan sifat kenabian. (Kuntowijoyo, 2005).

Pilar komunikasi profetik ini menjadi dasar cara berkomunikasi menyampaikan pesan dakwah digital karena mengandung nilai etika dalam berkomunikasi. Pilar humanisasi

mengandung nilai *amar ma'ruf*, pilar liberasi berisi nilai *nabi munkar*, serta pilar transendensi terintegrasi nilai *tu'minu billah*. Nilai etika dalam komunikasi profetik ini dilakukan para dai dalam melaksanakan dakwah digital.

Pelaksanaan dakwah digital dengan pilar humanisasi (*amar ma'ruf*) berarti seorang dai dalam berdakwah mengarahkan kepada kebaikan, menyampaikan pesan yang benar, tidak merendahkan dalam arti memanusiaikan manusia, mengembalikan manusia pada kodratnya sesuai dengan ajaran Islam. Nilai etika yang terkandung pada pilar ini berupa nilai kebaikan, kesopanan, kejujuran, empati, penghargaan, penghormatan, kepada sesama manusia. Berdakwah dengan pilar liberasi (*nabi munkar*) berarti berusaha mencegah kemungkaran, dengan menjaga lisan dari perkataan yang kotor, pesan yang jauh dari kemaksiatan, sehingga terbebas dari fitnah, ketidakadilan dan kezaliman. Nilai etika yang terkandung pada pilar ini adalah nilai keadilan, nilai pemenuhan hak dan kewajiban seseorang, serta nilai kebebasan dari diskriminasi dan penindasan. Selanjutnya dakwah digital yang dilaksanakan dengan pilar transendensi yaitu dengan dasar keimanan mengajak mad'u kepada Allah dan Rasul-Nya, mengembalikan semuanya kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pilar ini mengandung nilai etika berupa nilai keimanan dan ketakwaan kepada Allah dan Rasul-Nya.

Aswad, dkk, (2022) menjelaskan bahwa pada dimensi humanisasi mengandung nilai dari paradigma profetik seperti adanya kesadaran masyarakat untuk membela yang lemah, musyawarah dalam menyelesaikan masalah, toleransi dalam beragama. Pada dimensi liberasi mengandung nilai profetik seperti tidak berperilaku diskriminasi, mudah memaafkan, terbebas dari kemungkaran. Dan pada dimensi transendensi mengandung nilai profetik seperti keimanan yang teguh kepada Allah SWT., berpedoman kepada al-Qur'an, menjadikan Rasul sebagai Pemimpin (utusan Allah SWT.).

Nilai etika dalam pilar komunikasi profetik tersebut memiliki tujuan agar masyarakat menjadi umat yang bertakwa, dalam arti melaksanakan perintah-perintahnya (*amar ma'ruf*), menjauhi segala larangannya (*nabi munkar*) dengan keimanan yang kuat. Melalui dakwah digital dengan berbasis pada cara Rasulullah dalam berkomunikasi secara khusus dapat mewujudkan akhlak yang tinggi dengan sifat kenabian. (Kuntowijoyo, 2005)

Rasulullah menyuruh umat Islam untuk berkomunikasi mengikuti petunjuk yang terdapat pada wahyu Ilahi, karena didalamnya mengandung nilai etika dalam berkomunikasi. Iswandi Syahputera (2020: 136) mengatakan bahwa dalam al-Qur'an ditemukan beberapa lafal-lafal yang menunjukkan cara berkomunikasi. Dzulhusna, dkk. (2022) mengatakan bahwa kata *qaulan sadida*, *qaulan baligha*, *qaulan layyina*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan maysura*, dan *qaulan karima* yang terdapat dapat alquran sebagai prinsip etika komunikasi dalam berdakwah.

Nilai etika pada pada prinsip komunikasi profetik tersebut diurai sebagai berikut:

1. Qaulan Sadiida dalam QS. An-Nisa ayat 9 yang berbunyi

وَأَيُّخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Lafadz syadiidan berarti lurus atau adil, betul atau benar. Pada kalimat ini mengandung nilai etika kejujuran, kebenaran, keadilan dalam berkomunikasi. Dalam melaksanakan dakwah digital hendaknya menggunakan bahasa yang benar, tepat, berimbang dan mudah dimengerti.

2. Qaulan baligha dalam QS. An-Nisa ayat 63 yang berbunyi

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Lafadz balighan berarti tersampaikan dan membekas. Pada kalimat tersebut mengandung nilai etika berupa nilai amanah, nilai kesederhanaan dalam berkata-kata, nilai kejelasan kata, nilai kemudahan, dan nilai pengertian. Dalam dakwah digital sebaiknya komunikator menggunakan tutur kata yang jelas atau langsung ke inti pokok dan tidak bertele-tele agar

mudah dipahami pendengar. Dalam hal ini pesan yang disampaikan harus sesuai dan tepat sasaran.

3. Qaulan maysuran dalam QS. Al Isra' ayat 28 yang berbunyi:

وَأِمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

Lafadz maysuran berarti mudah. Nilai etika yang terkandung pada pesan ayat tersebut berupa nilai kepantasan, nilai kemudahan, dan nilai kesederhanaan kata. Ini berarti dakwah digital hendaknya dilakukan dengan menggunakan tata bahasa yang mudah dipahami, dicerna dan dimengerti oleh orang lain. Dakwah dengan perkataan yang pantas, agar perkataan yang tidak mengecewakan pendengar.

4. Qaulan layyinan dalam QS. Thaha ayat 43-44 yang berbunyi:

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ
فَقُولا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Lafaz layyina berarti melunakkan. Nilai etika dalam ayat ini adalah nilai kelembutan, nilai kesopanan, dan nilai kesabaran. Dalam konteks ini dakwah digital hendaknya menggunakan kata-kata yang lembut, tidak kasar, tidak mencerca, menyakiti, atau tidak memaksa.

5. Qaulan kariman dalam QS. Al Isra' ayat 23, yang berbunyi:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَنْتَغِبَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا
تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Lafadz kariman berarti mulia, ini mengisyaratkan nilai etika komunikasi profetik berupa nilai penghargaan, nilai penghormatan, nilai kasih sayang. Ini berarti dalam melaksanakan dakwah digital hendaknya pesan disampaikan dengan cara yang baik, sopan dan santun, tidak menggunakan bahasa yang kasar, membentak-bentak atau mencaci maki lawan bicara. Di sini sangat dianjurkan untuk menghormati pendengar atau mad'u.

6. Qaulan ma'rufan dalam QS. Al Ahzab ayat 32 yang berbunyi:

يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَحْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Lafadz ma'rufan berarti mengerjakan kebaikan. Pada kalimat dalam ayat tersebut mengandung nilai etika komunikasi berupa nilai kebaikan dan nilai kesopanan, dimana dalam berdakwah harusnya dilandasi dengan ucapan yang baik, tidak memprovokasi, dan tidak memanas-manasi. Memperhatikan etika yang berkaitan dengan tutur kata yang lembut, sopan, dan tidak menyindir.

Dakwah digital di media sosial hendaklah berpegang pada tuntunan yang diajarkan Rasulullah yang menjadi dasar dalam cara berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan berbasis komunikasi profetik yang syarat dengan nilai etika berkomunikasi sangat membantu juru dakwah dalam melaksanakan dakwah digital di media sosial.

Membangun Masyarakat yang Kritis dan Bijak Bermedia Sosial Melalui Komunikasi Profetik dalam Dakwah Digital

Komunikasi profetik sangat relevan dengan karakteristik perkembangan media digital yang semakin canggih. Melalui komunikasi profetik yang didasarkan pada pilar humanisasi, liberasi dan transendensi, serta prinsip etika komunikasi Islam maka dakwah berjalan dengan lemah lembut, tanpa kekerasan dan intimidasi. Ini menjadikan Islam sebagai agama dakwah yang manusiawi dalam mengajak dan menyampaikan kebenaran kepada seluruh umat. Praselanova (2022) mengungkapkan bahwa komunikasi profetik terintegrasi dengan nilai menyebarkan kebaikan dalam berinteraksi, nilai kebebasan dari perilaku negatif, dan nilai kesadaran hubungan dengan Tuhan. Komunikasi profetik perlu menjadi acuan dan perilaku dalam berkomunikasi di ruang digital

Kemampuan untuk berkomunikasi secara profetik melalui dakwah digital, dapat membantu individu dan masyarakat menyaring dan menolak informasi-informasi yang tidak benar. Penerapan komunikasi profetik dalam dakwah digital dapat memberikan edukasi sekaligus contoh yang baik dalam berkomunikasi kepada masyarakat luas. Berbicara jujur dengan pesan yang mudah dipahami dan jelas, tidak menggunakan kalimat yang kotor, dan tidak merendahkan atau memaksa orang lain dapat menumbuhkan kepercayaan dan antusias pendengar, dapat menginspirasi untuk berpikir kritis, dan dapat menumbuhkan budaya keterbukaan dan dialog, di mana pesan-pesan dapat dibagikan dan diperdebatkan dengan cara yang penuh rasa hormat dan konstruktif jika terdapat perbedaan pendapat.

Jamaluddin, dkk. (2020) menegaskan bahwa komunikasi profetik menciptakan komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga memiliki dampak sosial positif, seperti membangun masyarakat yang adil dan beradab. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an yang mengajak umat untuk saling menasihati dalam kebaikan dan mencegah kemungkaran. Dalam komunikasi profetik, etika sangat ditekankan. Setiap pesan harus disampaikan dengan metode yang baik dan sopan, serta memiliki makna yang positif. Hal ini bertujuan untuk menghindari penyebaran informasi yang menyesatkan.

Implementasi dakwah digital berbasis komunikasi profetik dalam rangka membangun masyarakat yang kritis dan bijak bermedia sosial dapat dilakukan dengan cara:

1. Mengintegrasikan nilai-nilai yang terkandung pada sifat profetik (Rasulullah) dalam melaksanakan dakwah digital melalui media sosial seperti sifat *shiddiq* yang memuat nilai kejujuran dalam membuat berita, tidak membuat fitnah, dan tidak menyebarkan hoax. Sifat *amanah* mengandung nilai tanggung jawab dan nilai kepercayaan atas konten dakwah yang dibuat. Sifat *tabligh* memuat nilai etika komunikasi berupa nilai keterbukaan, nilai kejelasan dan nilai ketaatan dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada komunikan sehingga bisa diterima dan dipahami isi pesan tersebut. Dan terakhir sifat *fathanah* memuat nilai kecerdasan, kebijaksanaan, dan kritis dalam menyampaikan pesan maupun menerima pesan sehingga terhindar dari penyampaian pesan yang tidak benar. Di sini peran juru dakwah sebagai teladan bagi mad'unya.
2. Mengedepankan nilai-nilai pilar komunikasi profetik dalam dakwah digital melalui media sosial dengan menyebarkan informasi yang benar, dan berdasarkan sumber yang dapat dipercaya sebagai bentuk *amar ma'ruf* (humanisasi), dan menghindari ujaran kebencian, hoaks, dan fitnah sebagai bentuk melaksanakan *nabi munkar* (liberasi), dan niat dakwah digital yang semata-mata ditujukan karena Allah sebagai wujud pengabdian hamba kepada Tuhannya yang merupakan integrasi dari nilai *tu'minubillah* (transendensi). Menurut Wahyu Ningsih, dkk (2024), pilar humanisme mengajarkan kepada individu untuk meningkatkan pemahaman yang berpusat pada prinsip-prinsip hakikat manusia, empati, dan kemajuan sosial. Dari sudut pandang praktis, pendidikan profesional mendorong orang untuk mengembangkan sifat dan perilaku karakter yang positif. Konsep pembebasan dalam komunikasi profetik mengadvokasi kebebasan berekspresi sekaligus mencegah perilaku yang merugikan, seperti ujaran kebencian, khususnya di media sosial (Praselanova, 2022). Selanjutnya dengan mengintegrasikan dimensi spiritual ke dalam dakwah digital, individu dapat menumbuhkan rasa kebersamaan, yang dapat meningkatkan persatuan di antara kelompok yang beragam (Ajmain, 2023).
3. Menguatkan prinsip-prinsip etika komunikasi profetik seperti *qaulan sadida*, *qaulan karima*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan baligha*, *qaulan layyina*, dan *qaulan maisyura* dalam berkomunikasi dan interaksi di media sosial, terutama dalam melaksanakan dakwah di ruang digital, agar pesan yang sampai mudah diterima dan dipahami, menyentuh pikiran dan hati penerima pesan. Erwan Efendi, dkk., (2022) menjelaskan bahwa nilai etis yang terdapat pada *qaulan sadiidan*,

qaulan balighan, qaulan masyuuran, qaulan layyinan, qaulan kariiman, dan qaulan ma'runfan sangat disarankan untuk dijadikan sebagai pedoman keberhasilan perilaku sosial dan pengembangan opini positif. Menjunjung tinggi etika komunikasi profetik sangat penting untuk menghindari pelanggaran norma yang dapat menyebabkan perpecahan sosial. Dalam konteks ini juru dakwah harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan bersifat membangun.

4. Mendukung masyarakat dalam bermedia sosial dengan menanamkan sikap kritis dalam menerima informasi. Islam mengajarkan untuk memverifikasi informasi dengan prinsip *tabayyun* (klarifikasi) kebenarannya terlebih dahulu. Penggunaan aplikasi media sosial memungkinkan terjadinya interaksi antar individu maupun grup komunitas yang memungkinkan informasi ujaran atau hoaks dibagikan tanpa disaring dulu. Kebiasaan ini perlu dihilangkan dengan mempelajari dulu kebenaran pesan yang sampai sebelum dibagikan ke group komunitas. Dengan menganalisis pesan-pesan media secara kritis dan memahami bagaimana pesan-pesan itu membentuk persepsi dan keyakinan seseorang, maka juru dakwah hendaklah lebih berhati-hati dalam mengemas pesan. Kesadaran ini dapat membangun sikap yang lebih kritis dan bijak dalam berinteraksi dan berdakwah di ruang digital. Rahman, (2024) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan pertimbangan etika sangat penting dalam berinteraksi media sosial. Pengguna harus mengembangkan keterampilan analitis untuk membedakan informasi faktual dari berita bohong dan berhati-hati dalam membagikan konten untuk mencegah penyebaran informasi yang salah.
5. Membuka ruang dialog dalam media sosial, agar pesan yang disampaikan bisa dikonfirmasi oleh mad'u, dan terjadi dialog interaktif antara juru dakwah dan mad'u, sehingga terhindar dari kesalahpahaman. Pada ruang dialog ini masing-masing dapat menerapkan komunikasi profetik dengan menjunjung tinggi prinsip kejujuran, empati, dan rasa hormat dalam berinteraksi, Komunikasi yang etis ini akan memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan, dan dapat berfungsi sebagai alat yang ampuh dalam melakukan perubahan yang positif. Novita Lestari (2024) memperkuat bahwa media sosial memungkinkan interaksi langsung antara penceramah dan audiens, yang dapat memperkuat pemahaman dan keterlibatan dalam pesan dakwah. Juru dakwah harus aktif berkomunikasi dengan audiens melalui komentar, diskusi, dan sesi tanya jawab. Dengan terlibat dalam dialog yang terbuka dan jujur, juru dakwah dapat menciptakan interaksi komunikasi masyarakat yang lebih adil dan setara. Bentuk komunikasi berbasis profetik ini tidak hanya mendorong seseorang berpikir kritis tentang informasi yang mereka terima, tetapi juga menantang seseorang untuk mempertimbangkan implikasi yang lebih luas dari tindakan komunikasi yang dilakukan. Hasilnya, komunikasi profetik dapat menginspirasi individu untuk menentang ketidakadilan dan mengadvokasi perubahan positif di ruang digital.

Komunikasi profetik yang berlandaskan pada sifat Rasulullah, pilar nilai humanisme (*amar ma'ruf*), nilai liberasi (*nabi munkar*), dan nilai transendensi (*tu'minubillah*), serta prinsip etika komunikasi dalam dakwah digital, dapat menjadi alat ampuh untuk menyampaikan pesan sekaligus menciptakan interaksi komunikasi yang damai, empati, dan bijak serta bertanggung jawab. Penerapan komunikasi profetik dalam dakwah digital dapat mendidik masyarakat menjadi kritis dan bijaksana dalam menerima pesan, mampu membedakan kebenaran dari kepalsuan pesan yang disampaikan di media sosial. Suanda & Arifin, (2024) menegaskan bahwa integrasi prinsip-prinsip etika, yang bersumber dari ajaran Islam, dapat membimbing pengguna menuju keterlibatan digital yang bertanggung jawab, yang mempromosikan integritas dan tanggung jawab moral.

Di sini komunikasi profetik memberdayakan seseorang untuk berbicara baik dan dengan cara yang baik, menghindari berbicara kotor dan cara yang kotor yang dapat membuat

orang merasa terpinggirkan dan tertindas. Komunikasi profetik juga secara aktif berupaya untuk membongkar sistem ketidaksetaraan. Melalui komunikasi profetik, orang dapat memperkuat nilai kemanusiaan, menumbuhkan empati dan pengertian, saling menghargai, dan penuh kasih sayang. Dengan komunikasi profetik ini dapat menginspirasi seseorang untuk menjadi agen perubahan dan berjuang menuju masyarakat yang damai dan setara bagi semua

Umat Islam diharapkan untuk menjalani kehidupan digital mereka dengan integritas, moralitas, dan rasa kewajiban moral yang kuat. Prinsip-prinsip tertentu, seperti selektivitas dalam mengonsumsi konten, menjaga kebaikan lisan dan tulisan merupakan pedoman bagi umat Islam saat menggunakan media sosial. Dengan melaksanakan komunikasi profetik yang mengandung nilai *amar ma'ruf* dan *nabi munkar* yang diajarkan Rasulullah sebagai wujud ketakwaan kepada Allah (transendensi), serta syarat dengan etika dakwah maka dakwah digital akan membawa mashlawat bersama antara juru dakwah sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan.

Nilai *amar ma'ruf* berfokus pada upaya memanusiaikan manusia dalam komunikasi. Di tengah maraknya ujaran kebencian dan penyebaran hoaks, komunikasi yang berlandaskan empati dan penghormatan terhadap martabat manusia menjadi sangat penting. Komunikasi yang humanis akan menciptakan hubungan sosial yang lebih harmonis dan menghindari diskriminasi. Sementara itu, nilai *nabi munkar* mengajarkan bahwa komunikasi harus menjadi alat pembebasan dari ketidakadilan dan penindasan. Dengan membangun kesadaran kritis melalui komunikasi, masyarakat dapat memahami hak-haknya dan tidak mudah terjebak dalam propaganda atau informasi yang menyesatkan. Terakhir, nilai *tu'minubillah* mengingatkan bahwa komunikasi tidak hanya berorientasi pada kepentingan duniawi, tetapi juga harus memiliki nilai spiritual. Komunikasi yang dilandasi kejujuran, etika, dan nilai ketuhanan akan memberikan manfaat yang lebih luas bagi individu maupun masyarakat.

Oleh karena itu, komunikasi profetik menjadi konsep yang relevan dalam membangun peradaban yang lebih adil dan berakhlak. Dengan memahami dan menerapkan tiga pilar ini, komunikasi dapat menjadi sarana untuk membentuk masyarakat yang lebih empatik, kritis, dan berorientasi pada kebaikan. Di sini jelas bahwa komunikasi profetik memainkan peran penting membentuk masyarakat yang kritis dan bijaksana dalam bermedia sosial. Pada akhirnya dakwah digital di media sosial akan membawa pada keselamatan. Selamat lisan, selamat perbuatan, selamat dunia dan juga selamat akhirat.

PENUTUP

Komunikasi profetik sangat relevan dengan karakteristik perkembangan media digital yang semakin kompleks. Dalam dunia digital, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam berkomunikasi, namun perlu digunakan dengan bijak agar pesan yang disampaikan tetap relevan, benar, dan bermanfaat bagi umat. Dengan mengimplementasikan nilai etika komunikasi profetik yang didasarkan pada sifat Rasulullah (*siddiq, amanah, tabligh, fathanah*), dan mengintegrasikan nilai dari pilar komunikasi profetik berupa nilai humanisasi (*amar ma'ruf*), nilai liberasi (*nabi munkar*) dan nilai transendensi (*tu'minubillah*), serta mengembangkan prinsip etika komunikasi Islam maka dakwah di ruang digital akan bersifat manusiawi, saling menghargai, menumbuhkan empati dan pengertian, penuh kasih sayang, bermoral dan bertanggung jawab. Terhindar dari tindakan kekerasan, ujaran kebencian, intimidasi dan ketidakadilan. Bahkan membuat hubungan manusia dengan Tuhan makin dengan dekat, dan menguatkan nilai spiritual.

Implementasi dari dakwah digital berbasis komunikasi profetik di media sosial yang berjalan baik, mampu menciptakan interaksi komunikasi yang damai, empati, dan bermoral,

bertanggung jawab, mengajak kepada kebaikan dan meningkatkan ketakwaan yang pada akhirnya dapat membawa kemaslahatan dan membangun perilaku positif masyarakat dalam bermedia sosial yaitu kritis, bijak dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajmain, M. T., (2023). Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings, *Journal of Current Social and Political Issues*, 1 (1): 1-7. DOI: <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444>
- Arfiani, A. S., (2022). Nilai-nilai Komunikasi Profetik Di Era Cyber Religion (Studi Etnografi Virtual pada #jalurlangit di TikTok), *Tesis*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Ashari, M. F., Dova, M. K., Jaya, C. K., (2024). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital, *Journal of Da'wah*, 3 (2): 137-161. DOI: <https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423>
- Aswad, M., Rahman, A, Aldiawan, Badar, (2022). Konsep Komunikasi Profetik (Kenabian) Sebagai Strategi Dakwah, *SHOUTIKA: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah*, 2 (1): 1-6. DOI: <https://doi.org/10.46870/jkpi.v2i1.215>
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Fifth Edition, Los Angeles: SAGE Publications, Inc
- Dzulhusna, N., Nurhasanah, N., Suherman, Y. N., (2022). Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina Dan Qaulan Karima Itu Sebagai Landasan Etika Komunikasi Dalam Dakwah, *Journal of Islamic Social Science and Communication: JISSC-DIKSI*, 1 (2): 76-84. DOI: <https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i02.114>
- Efendi, E., Fadhillah, A. H., Hasibuan, S.E. (2022) Komunikasi Profetik: Strategi Berdakwah di Era *New Media*, *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 6 (2): 30-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.37064/ab.jki.v6i2.15294>
- Enjang & Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Wdya Padjajaran.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jamaluddin. H., Aguswandi, Syahrul, (2020). Komunikasi Profetik Islam (*Nilai dan Etika Komunikasi Persfektif Islam*), *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 1 (2): 1-5. DOI: <https://doi.org/10.55623/au.v1i2.12>
- Kaelan. (2010). *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kuntowijoyo. (2005). *Islam sebagai ilmu, Efistemologi, Metodologi, dan Etika*, Bandung: Teraju Mizan.
- Lestari, N., (2024). Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial, *Qawwam: The Leader's Writing*, 5 (1): 35-42. DOI: <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>
- Maskur & Rohman, M. A. F. (2024). Transformasi Teknologi Komunikasi Dakwah Pesantren Darussalam Menuju Era Digitalisasi (5.0), *JKaKa: Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam*, 4 (2): 151-163 DOI: <https://doi.org/10.30739/jkaka.v4i11.3287>
- Muhlis & Musliadi, Komunikasi Profetik Di Media Sosial, *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4 (2): 82-92. DOI: <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>
- Munawaruzaman, A. (2018). Pengaruh Teknologi Terhadap Manajemen Dakwah, *Jurnal Manajemen Dakwah*, 4 (1): 101-111 DOI: <https://doi.org/10.15408/jmd.v6i1.10561>
- Ningsih, W., Sufitriyani, Sobah, S. D., Konsep Pendidikan Profetik Sebagai Pilar Humanisme, *Jurnal Inspirasi Pendidikan (ALFIHRIS)*, 2 (1) 2024: 234-240. DOI: <https://doi.org/10.59246/alfihris.v2i1.695>
- Praselanova, R. (2022). Komunikasi Profetik Perspektif Islam Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial, *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 01 (02): 130-146. DOI: <https://doi.org/10.38073/aljadwa.v1i2.725>

- Pratama, D. & Mutiawati, (2024). Pemanfaatan Media Digital Salam TV Dalam Kegiatan Dakwah Bagi Mahasiswa di Sumatera Utara, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7 (2): 400-415. DOI: <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.3961>
- [Qur'an Kemenag](https://quran.kemenag.go.id/), <https://quran.kemenag.go.id/>
- Rahman, F. (2024). The Digital Era Challenge: Unraveling Hoaxes and Strengthening Social Media Ethics. *KJOURDLA: Kediri Journal of Journalism and Digital Media*, 2 (1): 147-157. DOI: 10.30762/kjourdia.v1i2.2187
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). Reformulasi Etika Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Dalam Al-Qur'an, *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. 13 (1): 53-78. DOI: <https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>
- Rollnik-Sadowska, E., Glińska, E., & Ryciuk, U. (2022). Model of communication effectiveness in the mentoring process. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19: 1-12. DOI: 10.37394/23207.2022.19.1
- Rucks Z., & Ahidiana, (2024). *Content Analysis In: Doing Good Qualitative Research*. Edited by: Jennifer Cyr and Sara Wallace Goodman, Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780197633137.003.00
- Sarkawi, Zulkarnaen, I., Fadhli, A., Mansyah A., (2024) Dampak Negatif dari Komunikasi Digital, *Abdurrauf Journal Of Islamic Studies (ARJIS)*, 3 (2): 158-170. DOI: <https://doi.org/10.58824/arjis.v3i2.136>
- Suanda, A. F. & Arifin, T., (2024) Signifikansi Hadis Riwayat Dalam Menangani Konten Negatif Di Media Sosial, *Khatulistiwa : Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 4 (2): 288-298. DOI: <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i2.3576>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahputera, I., (2020). *Paradigma Komunikasi Profetik: Gagasan dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syahputra. I., (2007). *Komunikasi Profetik (konsep dan pendekatan)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Waskithoaji, Y. & Darmawan, B. A. (2022). Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM, *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1 (2): 223-237.
- Yanti, F. (2014). Menoropong Paradigma komunikasi Profetik, *Bina' Al-Ummah*, 9 (1): 46-47. DOI: <http://dx.doi.org/10.24042/bu.v9i1.578>