

Strategi Dakwah melalui Komik di Era Digital

Tatang Hidayat¹, Muchammad Syifaaul Huda², Istianah³
^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Ar Raayah, Sukabumi, Indonesia
³ UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Submitted Apr 1, 2024
Accepted May 22, 2024
Published May 30, 2024

Keywords:
Dakwah
Era Digital
Communication
Islamic
Strategy

ABSTRACT

The progress of the times makes dakwah activities not as difficult as the time of the Prophet *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*. Many ways are done to broadcast Islam, and comics are one of them. The purpose of this study is to analyze the dakwah strategy through comics in the digital era. This research uses a qualitative approach and literature study method. Based on the results of the study, comics are a form of media that combines images and text in a series of panels to tell stories. Dakwah message is an expression in Islam that refers to efforts to convey religious teachings to others. The dakwah strategy has undergone significant changes to adapt to technological developments and communication trends. Comics as a digital era dakwah media open up new opportunities to reach a wider audience through online platforms such as social media, websites, and digital comic applications. Digital comics allow direct interaction with readers by commenting, liking, or sharing features on online platforms. Thus, the dakwah message conveyed through comics can be more easily accessed by people around the world.

1. INTRODUCTION

Islam adalah agama dakwah yang mengandung arti bahwa keberadaanya di muka bumi ini adalah disebarluaskan dan diperkenalkan kepada umat melalui aktivitas dakwah, bukan dengan paksaan dan kekerasan. Kemajuan zaman, membuat kegiatan dakwah saat ini tidak

sesulit dengan zaman Rasulullah saw. Banyak cara yang dilakukan untuk mensyiarkan Islam, dan komik menjadi salah satunya.¹

Perkembangan media sosial yang pesat, media sosial yang menggunakan kecepatan jaringan. Jaringan sosial yang terbentuk antar pengguna, karena adanya interaksi sesama pengguna. Media sosial tidak memiliki batasan waktu, dan tempat. Kelebihan media sosial adalah memiliki karakter pengarsipan. Data yang beredar tidak memiliki tenggang waktu, bisa dilihat berkali-kali dan sebar oleh siapapun, sehingga informasi bisa terus tersebar.² Namun ada juga kekurangan media sosial, dengan berkembangnya teknologi dan sosial media hari ini kesempatan menyebarkan berita hoax semakin besar. Masyarakat yang kurang literasi digital akan sangat mudah terpapar berita palsu ini.³

Di era globalisasi saat ini penyampaian ajaran Islam tidak bisa tidak harus menggunakan media komunikasi masa modern, semisal televisi, film, radio, internet, koran/surat kabat, majalah, buku, dan sebagainya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah adalah melalui media cetak. Media cetak adalah saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk tercetak.⁴ Komik adalah media komunikasi visual yang berisi suatu informasi, ide, pesan yang dituangkan ke dalam gambar semenarik mungkin.⁵ Komik sebagai media dakwah merupakan metode baru pada era modernini. Pemanfaatan komunikasi dengan media sosial yang dilakukan oleh komikus sebagai wadah penyampaian pesan yang tergambar pada setiap panel.⁶

¹Anip Dwi Saputro, "Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran Dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah," *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2016): 81, <https://doi.org/10.24269/ijpi.v1i2.169>.

²Siti Ulya Faza Adilah, Aang Ridwan, and Dindin Solahudin, "Komik Sebagai Media Dakwah," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 4 (2019): 363–81, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i4.1056>.

³Syahril Furqany and Abdullah, "Persepsi Dan Respons Mahasiswa Terhadap Berita Hoax Dan Ujaran Kebencian: Tinjauan Berdasarkan Qaulan Sadidan Dan Qaulan Balighan," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2024): 1–20.

⁴Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014): 65.

⁵Helmi Fauzi Siregar and Melani, "Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia," *JurTI (Jurnal Teknologi Informasi)* 2, no. 2 (2018): 113–21.

⁶Faza Adilah, Ridwan, and Solahudin, "Komik Sebagai Media Dakwah."

Salah satu keuntungan dari strategi dakwah melalui komik adalah kemampuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Penggunaan komik sebagai media dakwah pada dasarnya memberikan alternatif bagi pelaku dakwah. Salah satu kelebihan yang didapat dalam penggunaan komik antara lain karakteristik komik yang bercerita melalui visual dengan pesan makna yang disampaikan secara tidak langsung dan bahkan cenderung menyenangkan. Maksud menyenangkan di sini adalah visualisasi yang dimunculkan dalam komik memberikan kesan yang mudah ditangkap tanpa membedakan usia maupun latar belakang sosialpendidikan khalayak yang membacanya.⁷

Namun, penting untuk diingat bahwa strategi dakwah oleh komik juga membutuhkan beberapa pertimbangan. Ketika menyusun komikdakwah, harus berhati-hati untuk memastikan bahwa pesan agama itu disampaikan secara akurat dan sesuai dengan nilai-nilai agama yang benar. Selain itu, perhatian harus diberikan pada konteks sosial dan budaya masyarakat ke pastikan pesan diterima dengan benar.

Scott McCloud dalam buku *understanding comic* mendeskripsikan komik sebagai penyusun gambar-gambar dalam urutan yang disengaja, dimaksudkan untuk menyampaikan pesan dan menimbulkan suatu nilai estetis pada penampilanya. Menurut jenisnya komik dibagi menjadi dua, yaitu *comic-strips* dan *comic book*, *comic-stips* atau *strips* merupakan komik bersambung yang dimuat di surat kabar, *comic-book* adalah kumpulan cerita bergambar yang terdiri dari satu atau lebih judul tema cerita, yang di Indonesia disebut komik atau buku komik.⁸

Komik dilihat dari judulnya mungkin akan banyak yang berpikir jika komik ini lebih pantas untuk anak kecil, namun tidak demikian jika anda melihat isi dari komiknya. Dimana nilai yang terkandung dalam komik ini tidak semata-mata sebagai hiburan melainkan penyampaian pesan universal dari Nabi Muhammad SAW melalui sabda beliau.⁹

Pada umumnya dakwah disampaikan dengan ceramah dalam kajian-kajian formal. Era digital menggiring kita kepada fenomena baru dalam penyampaian pesan dakwah dengan bentuk visual yang menggabungkan

⁷Rulli Nasrullah and Novita Intan Sari, "Komik Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Kepemimpinan Islam Dalam Komik 'Si Bujang,'" *Jurnal Ilmu Dakwah* 6, no. 19 (2012): 24, <https://doi.org/10.15575/jid.v6i1.325>.

⁸Luai Ihsani Fahmi, "Konsep Perancangan Desain Buku Komik Anak-Anak Kisah Dakwah Sunan Kalijaga," *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain* 4, no. 1 (2022): 56, <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i1.1604>.

⁹Saputro, "Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran Dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah."

antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.¹⁰ Banyak aktivis dakwah yang menggunakan video-video ceramah sebagai metode dalam berdakwah.¹¹ Proses perkembangan dakwah selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu sesuai dengan situasi dan kondisi sosial budaya yang berkembang dalam masyarakat di zaman sekarang ini. Perkembangan konten dalam media sosial juga merupakan dampak dari perkembangan zaman, berbagai karya dengan mudah diunggah pada media sosial, dari mulai musik, tulisan, film, dan gambar. Komik merupakan alat komunikasi, dengan komik pesan bisa dengan mudah diterima karena memuat kumpulan gambar, yang berada dalam satu kesatuan dan menciptakan rangkaian cerita.¹²

Dalam berdakwah tidak selalu harus menggunakan media mimbar dalam penyampaian, karena media penyampaian pesan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Komik memiliki keunggulan tersendiri, karena ia menggunakan media cetak dalam menyampaikan pesan-pesannya. Kelebihan media cetak dibandingkan dengan media lainnya karena media cetak lebih tahan lama, ia dapat dibaca berulang-ulang. Ada dua macam cara pendekatan dakwah islami dengan media komik atau kartun. Pertama, langsung memasang atribut keislaman. Kedua, secara implisit mengumandangkan dakwah, tetapi tanpa simbol-simbol baku. Melalui komik, pesan dakwah tidak hanya terjebak pada simbol-simbol dan baju yang kadang malah sering membuat kedodoran.¹³

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya:

Pertama, penelitian berjudul komik sebagai media dakwah : analisis semiotika kepemimpinan Islam dalam Komik 'Sibujang yang ditulis oleh Rulli Nasrullah dan Novita Intan Sara. Hasil penelitian ini, penggunaan komik sebagai media dakwah pada dasarnya memberikan alternatif bagi pelaku dakwah. Salah satu kelebihan yang didapat dalam penggunaan komik antara lain karakteristik komik yang bercerita melalui visual dengan pesan makna yang disampaikan secara tidak langsung dan bahkan cenderung menyenangkan. Maksud menyenangkan di sini adalah visualisasi yang dimunculkan dalam komik memberikan kesan yang mudah ditangkap

¹⁰Muhammad Ronaydi, "Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah," *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2023): 96, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>.

¹¹Laeli Saputri et al., "Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah Di Akun Instagram @Iqomic)," *Skripsi*, 2022.

¹²Faza Adilah, Ridwan, and Solahudin, "Komik Sebagai Media Dakwah."

¹³Nasrullah and Sari, "Komik Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Kepemimpinan Islam Dalam Komik 'Si Bujang.'"

tanpa membedakan usia maupun latar belakang sosial-pendidikan khalayak yang membacanya.¹⁴

Kedua, penelitian berjudul dakwah melalui media cetak yang ditulis Ahmad Zaini. Hasil penelitian ini menjelaskan dilihat dari beberapa fungsi dan karakteristik media massatersebut, maka dakwah melalui media massa khususnya media cetak (surat kabar/koran, majalah, dan buku) cukup efektif dan memiliki beberapa kelebihan salah satunya surat kabar dan majalah dapat dibacakapan dan dimana saja.¹⁵

Ketiga, penelitian berjudul Penggunaan media komik untuk meningkatkan motivasi dan prestasi belajar bahasa Arab kelas VII di Madrasah Mu'alimin Mu'alimat Denanyar. Hasil penelitiannya, komik memiliki keunggulan yakni dapat membantu meningkatkan minat serta keterampilanmembaca siswa karena memiliki daya tarik tersendiri, serta dapat merangsang imajinasi dan kreativitas siswa. Kelayakan dari media komik pembelajaran ini berdasarkan pada penilaian yang diberikan dari validator ahli materi dan ahli media masuk dalam kategori sangat layak.¹⁶

Keempat, penelitian berjudul peran komik digital sebagai media pembelajaran bahasa yang inovatif. Hasil penelitiannya peran komik digital sebagai media pembelajaran bahasa yang inovatif. Inovasi guru dalam memilih media dalam pembelajaran sangat diperlukan untuk mendorong minat dan kreativitas siswa dalam memahami pembelajaran, khususnya pembelajaran bahasa Indonesia.¹⁷

Kelima, penelitian berjudul komik sebagai media pengajaran bahasa yang komunikatif bagi siswa SMP. Hasil penelitiannya penggunaan komik dalam pengajaranmembaca sangat efektif pada pendekatan pengajaran bahasa yang komunikatif. Siswa sudah sangat mengenal komik. Siswa suka membaca komik karena komik adalah salah satu jenis bacaan yang ringan dan mudah dipahami. Komik berisi serangkaian cerita bergambar yang menarik dan berwarna. Kosa kata yang digunakan adalah kosa kata sederhana dan singkat sehingga siswa tidak perlu membuang waktu untuk

¹⁴Nasrullah and Sari.

¹⁵Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak."

¹⁶Rina Dian Rahmawati and Devi Oktavianti, "Penggunaan Media Komik Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Belajar Bahasa Arab Kelas VII Di Madrasah Mu'alimin Mu'alimat Denanyar," *Akhlaqul Karimah: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 2 (2023): 94–102.

¹⁷Dewa Ayu Karina Dwi Payanti, "Peran Komik Digital Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Yang Inovatif," *Inovasi Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4, no. April (2022): 464–75.

mencari arti kata di kamus. Oleh karena itu, siswa dapat lebih mudah memahami isi bacaan.¹⁸

Penelitian terdahulu mengangkat komik sebagai media dakwah, dakwah melalui media cetak, penggunaan media komik untuk motivasi pembelajaran bahasa arab, peran komik digital untuk pembelajaran bahasa dan komik sebagai media pengajara bahasa bagi siswa SMP. Adapun dalam penelitian ini memaparkan bagaimana strategi dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah dengan tujuan *mad'u* yang berbeda. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi dakwah melalui komik di era digital.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi literatur. Teknik pengumpulan data mengambil dari sumber primer dan sumber sekunder. Data-data diambil dari buku, jurnal, prosiding dan sumber-sumber data lainnya yang bisa diakses online. Metode ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang penting dalam proses penelitian ini sehingga penulisan dapat memperoleh data yang valid, dan sesuai pada fakta. Teknik analisis data dengan interpretasi data.

3. RESULTS AND DISCUSSIONS

A. Komik

Komik adalah media komunikasi visual yang berisi suatu informasi, ide, pesan yang dituangkan ke dalam gambar semenarik mungkin.¹⁹ Komik adalah salah satu bentuk media yang menggabungkan gambar dan teks dalam rangkaian panel untuk bercerita atau menyampaikan pesan.²⁰

Komik adalah suatu bentuk sajian cerita dengan seri gambar yang lucu. Buku komik menyediakan cerita-cerita yang sederhana, mudah ditangkap dan dipahami isinya, sehingga sangat digemari baik oleh anak-anak maupun orang dewasa.²¹ Biasanya komik disajikan dalam bentuk

¹⁸Maria Johana and Ari Widayanti, "Komik Sebagai Media Pengajaran Bahasa Yang Komunikatif Bagi Siswa SMP," *Lembaran Ilmu Kependidikan* 36, no. 1 (2007): 28–34.

¹⁹Siregar and Melani, "Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia."

²⁰Pengembangan Perangkat, Pembelajaran Ipa, and Terpadu Di, "Journal of Innovative Science Education," *Journal of Innovative Science Education* 1, no. 1 (2012): 1–9.

²¹Muhamad Reizal Muhaimin, Nia Uzlifatun Ni'mah, and Danang Pratama Listryanto, "Peranan Media Pembelajaran Komik Terhadap Kemampuan Membaca Siswa Sekolah Dasar," *Jurnal Pendidikan Dasar Flobamorata* 4, no. 1 (2023): 399–405.

buku atau majalah dengan panel-panel yang menggambarkan berbagai adegan atau aksi disertai dengan dialog, narasi, dan efek suara.²²

Secara umum, komik dirancang untuk menghibur dan menghibur pembacanya, tetapi juga dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan moral, sosial, atau politik.²³ Komik memberikan pengalaman visual dan naratif unik yang memungkinkan pembaca untuk berpartisipasi dalam cerita dan mengikuti perkembangan karakter.²⁴ Komik telah menjadi bagian penting dari budaya populer di banyak negara di dunia.²⁵ Dalam komik, gambar dan teks bersama-sama membuat cerita, mendeskripsikan karakter, mengekspresikan emosi, dan menciptakan suasana.²⁶

Komik juga hadir dalam berbagai gaya seni, termasuk kartun realistik, kartun, manga (kartun Jepang), atau komik web. Komik juga telah berubah dalam beberapa tahun terakhir di era digital. Banyak komik tersedia dalam bentuk digital atau sebagai e-book, aplikasi, atau platform online.²⁷ Kemajuan teknologi dan media sosial memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses dan berbagi komik dengan lebih mudah. Secara keseluruhan, komik merupakan bentuk media yang unik dan serbaguna yang dapat menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan menghibur.²⁸

Salah satu contoh aplikasi komik digital yakni Webtoon merupakan sebutan bagi komik berbasis digital yang telah mengalami perubahan dari komik konvensional yang awalnya disebut manhwa di Korea Selatan. Komik di Korea Selatan merupakan pengaruh dari Jepang, dimana akibat

²²Gede Lingga Ananta Kusuma Putra and Gede Pasek Putra Adnyana Yasa, "Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial," *Jurnal Nawala Visual* 1, no. 1 (2019): 1-8, <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>.

²³Aner Sela, "Resource Allocations in the Best-of-k ($K = 2, 3$) Contests," *Journal of Economics/ Zeitschrift Fur Nationalokonomie*, 2023, 27-35, <https://doi.org/10.1007/s00712-023-00827-w>.

²⁴Sri Ayu et al., "Pengembangan Media Komik Digital Berbasis Pendekatan Saintifik Pada Muatan IPA" 5, no. 1 (2021): 115-21.

²⁵Prista Ardi Nugroho and Grendi Hendrarastomo, "Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime Di Yogyakarta)," *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 3 (2017): 1-15.

²⁶Faza Adilah, Ridwan, and Solahudin, "Komik Sebagai Media Dakwah."

²⁷Annisa Fitriana Lestari and Irwansyah, "Line Webtoon Sebagai Industri Komik Digital," *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 134-48.

²⁸Anip Saputro, Dwi, "Aplikasi Komik Sebagai Media," *Muaddib* 05, no. ISSN 2088-3390 (2015): 01.

penggunaan ilegal dan krisis ekonomi pada tahun 1997 hingga 1998 membuat industri komik melemah. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat di Korea Selatan, berbagai perusahaan teknologi di negara tersebut berusaha mencari cara baru menikmati komik dengan modifikasi digital dan dibentuklah Webtoon. LINE Webtoon adalah aplikasi komik digital yang dikembangkan oleh NAVER Corporation dan LINE Corporation sejak tahun 2004. LINE Webtoon berusaha merambah pasar global dengan secara resmi dipublikasikan di beberapa negara, seperti Amerika, Jepang, Thailand, Taiwan, dan juga Indonesia. LINE Webtoon telah berhasil menjadi aplikasi komik digital yang populer dengan pada tahun 2017 aplikasi ini telah mencapai 35 juta pengguna aktif di seluruh dunia dan memperoleh pendapatan 7,07 juta dolar AS. Pasar tertinggi LINE Webtoon adalah Indonesia dengan mencapai 6 juta pengguna aktif dan terdapatnya 65 Webtoonist lokal pada tahun 2016.²⁹

B. Dakwah

Menurut bahasa, dakwah berasal dari kata *da'a* yang artinya memanggil, mengundang, ajakan, imbauan dan hidangan. Dalam Al Quran, kata dakwah ini memiliki makna hampir sama dengan tabligh, nasihat, tarbiyah, tabsyir, dan tanzdir. Namun jika dikaji lebih mendalam, kata-kata tersebut memiliki makna dan penggunaan yang berbeda. Abdul Wahid dalam bukunya Gagasan Dakwah mengatakan, secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab dari kata *da'a-yad'u-da'watan*.³⁰

Dakwah adalah ungkapan dalam agamal slam yang merujuk pada upaya menyampaikan ajaran agama kepada orang lain dengan tujuan mengajak mereka untuk mendekatkan diri kepada Allah dan mengikuti ajaran-Nya. Dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki pengetahuan dan pemahaman Islam yang cukup.³¹ Tujuan utama dakwah dalam Islam adalah menyebarkan pesan-pesan kebenaran agama dan mengajak orang lain untuk mempelajari, memahami dan menerima ajaran Islam sebagai pedoman hidup yang benar.³²

²⁹Lestari and Irwansyah, "Line Webtoon Sebagai Industri Komik Digital."

³⁰Hisny Fajrussalam et al., "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam" 3 (2023): 2337-47.

³¹Arif Taufikurrohman, Evi Khulwati, and Tatang Hidayat, "Optimalisasi Dakwah Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19," *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah* 7, no. 2 (2023): 75-87, <https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.7489>.

³²Tatang Hidayat et al., "Social Media Dakwah Strategy in Implementing Islamic Dakwah," *ASEAN Journal of Religion, Education and Society* 3, no. 1 (2024): 51-58.

Tujuan dakwah adalah membantu manusia memperoleh petunjuk, memperbaiki akhlakunya, dan menjalani kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran agama.³³ Metode dakwah bisa berbeda-beda tergantung konteks dan audiens.³⁴ Beberapa metode yang biasa digunakan dalam dakwah adalah: Presentasilian: Dalam ceramah, khutbah, ceramah atau pidato, seorang khatib atau ustadz menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat secara lisan.³⁵ Menulis: Buku, artikel, blog, atau media tertulis lainnya dapat digunakan untuk berbagi pesan agama dan pengetahuan Islam dengan orang lain.³⁶ Media elektronik: Di era digital, dakwah juga dilakukan melalui media elektronik seperti rekaman audio dan video, podcast, saluran YouTube atau platform media sosial yang memungkinkan penyampaian pesan-pesan keagamaan.³⁷

C. Strategi Dakwah Di Era Digital

Di era digital, strategi dakwah mengalami perubahan yang signifikan untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan tren komunikasi.³⁸ Berikut adalah beberapa strategi dakwah yang dapat digunakan di era digital: Konten digital yang menarik: Membuat konten dakwah yang menarik dan relevan dengan khalayak digital.³⁹ Bisa berupa video pendek, animasi, infografis, meme atau gambar yang berisi pesan-pesan religi yang mudah dipahami dan dibagikan di media sosial.⁴⁰

³³Agus Nurasikin, "IHVB Agusnurasikin Jurnal Mahasiswa-1," n.d.

³⁴Tri Kuncahyo, *Metode Dakwah Adam Musik Dengan Pop Religi Melalui Media Sosial Youtube*, 2022.

³⁵Andi Markarma, "Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran," *HUNafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 127, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.344.127-151>.

³⁶Aep Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah, Simbiosis Rekatama Media*, 2016.

³⁷Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, no. 1 (2018): 101-16.

³⁸Wahyu Budiantoro, "Dakwah Di Era Digital," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 263-81, <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.

³⁹Lestari and Irwansyah, "Line Webtoon Sebagai Industri Komik Digital."

⁴⁰Agus Triyono and Nifsya Khaira Marhuda, "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 50-67, <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.3944>.

Media sosial: Menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan YouTube untuk menyebarkan pesan dakwah.⁴¹

Media sosial merupakan salahsatu platform yang muncul di media siber dan digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Media jejaring sosial merupakan media yang paling populer dalam kategori media sosial. Berbagai macam media jejaring sosial hadir mewarnai dunia virtual, salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu jenis media jejaring sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia.⁴²Instagram dengan ragam fiturnya yang menarik saat ini, menjadi wadah untuk penyebaran dakwah khususnya di kalangan mahasiswa.⁴³

Buat Akun Resmi yang konsisten dan bangun komunitas online aktif dengan berbagi konten bermanfaat, mempromosikan Dakwah, dan berinteraksi dengan pengikut situs web dan blog: Buat website atau blog yang didedikasikan untuk dakwah menyediakan artikel, tulisan, video, dan audio yang mencakup berbagai topik keagamaan, menjawab pertanyaan umum, serta menawarkan saran dan panduan untuk kehidupan sehari-hari.⁴⁴

Aplikasi: Membuat aplikasi mobile yang menyediakan konten dakwah yang mudah diakses dan dibagikan. Aplikasi dapat berisi Al-Quran digital, terjemahan dan tafsir, doa, ceramah, penjelasan atau fitur interaktif lainnya.⁴⁵ Streaming langsung dan webinar: Selenggarakan kuliah, studi,

⁴¹Muliaty A Abdul Salam and Kamaluddin Tajibu, "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)," *Jurnal Washiyah* 1, no. 3 (2020): 653–65.

⁴²Enggar Dhian Pratamanti, Daryono, and Dliya' Ulami', "Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik," *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37, <https://156.67.218.228/index.php/jdsb/article/download/3484/2032>.

⁴³Husnul Khatimah et al., "Penggunaan Media Instagram Sebagai Media Dakwah Dan Wirausaha Mahasiswi Prodi KPI STIBA Ar Raayah," *Jurnal Keislaman* 7, no. 1 (2024): 237–52, <https://doi.org/10.54298/jk.v7i1.4035>.

⁴⁴Sahril Halim, Baiq Asmiati Adawiyah, and Lalu Abdul Gafar, "Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Dakwah 'Tantangan Dan Manfaat,'" *Jurnal Manajemen Dakwah*, 2020, 70.

⁴⁵Siti Alfiah Solihat and Komarudin Shaleh, "Analisis Strategi Dakwah Ustadz Syam Tentang Do'a Dan Takdir Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Para Followers," *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 2, no. 2 (2022): 62–65, <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v2i2.3369>.

atau diskusi langsung sebagai streaming langsung atau webinar.⁴⁶ Ini memungkinkan audiens untuk berpartisipasi, mengajukan pertanyaan, dan berinteraksi dengan pengkhotbah atau pembicara secara real time.⁴⁷ Pemberi pengaruh dakwah: Berkolaborasi dengan influencer media sosial atau tokoh Islam untuk menyebarkan pesan dakwah kepada pengikutnya.⁴⁸ Influencer ini bisa jadi pendakwah, ulama atau orang yang aktif dalam kegiatan dakwah.⁴⁹

Personalisasi dan Penargetan: Manfaatkan data dan analitik pengguna untuk menyesuaikan konten dakwah dan audiens target secara lebih efektif.⁵⁰ Strategi-strategi tersebut dapat digunakan secara terpadu atau dipilih sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dakwah.⁵¹ Penting untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren komunikasi di era digital agar pesan-pesan keagamaan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan bermakna.⁵²

D. Komik Sebagai Media Dakwah

Media Dakwah adalah segala sesuatu yang berupa alat perantara dan sarana yang digunakan dalam kegiatan dakwah yang menjadi penunjang dalam kelangsungan proses penyampaian pesan dari komunikator (da'i) kepada mad'u (komunikan) secara efektif. Banyak media dakwah yang digunakan memiliki kelemahan dan kekurangan. Tentunya penggunaan media tersebut haruslah memiliki metode yang tepat yang dilihat dari

⁴⁶Sigit Haryanto, Rini Fatmawati, and Titis Setyabudi, "Dakwah Berkemajuan : Pendampingan Manajemen YouTube Sebagai Media Dakwah Online PRM Ngadirejo , Kartasura," n.d., 1-11.

⁴⁷Novianto Puji Raharjo, "Dakwah Dengan Media Sosial Di Era Keterbukaan Informasi Publik," *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2020): 51-67, <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v3i2.370>.

⁴⁸Mita Purnamasari and Arief Mulyawan Thoriq, "Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, no. 2 (2021): 87-99, <https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01>.

⁴⁹Praditya Mer Hananto, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Berdakwah," *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam* 23, no. 2 (2021): 41-51, <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v23i2.23114>.

⁵⁰Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54-78.

⁵¹Hariyanto, "Relasi Kredibilitas Da ' I Dan Kebutuhan Mad ' U," *Journal Tasâmuh* 16, no. 2 (2018): 61-82.

⁵²Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah*.

keadaan mad'u (khalayak) dengan memperhatikan faktor usia, pengetahuan, status sosial, dan sebagainya.⁵³

Komik adalah salah satu sarana yang membuat orang lain menyukai dikarenakan terdapat didalam komik gambar sehingga sipembaca dapat mengolah apa yang dia baca. Cerita komik mengisahkan diri pribadi, sehingga pembaca dapat segera mengidentifikasi dirinya melalui perasaan dan tindakan dari perwatakan-perwatakan tokoh utamanya. Ceritanya ringkas dan menarik perhatian, dilengkapi dengan aksi, bahkan dalam lembaran surat kabar dan buku-buku, komik dibuat lebih hidup serta diolah dengan pemakaian warna-warna utama secara bebas.⁵⁴

Dakwah sebuah proses yang bersifat terus menerus, dalam upaya untuk mengubah dan mengajak objek dakwah supaya bersedia menerima ajaran Allah ﷻ dengan berbagai strategi komunikasi dakwah yang dilakukan.⁵⁵ Dengan berbagai macam cara dan dengan macam-macam mad'u yang akan dihadapi oleh da'i untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pada saat ini melakukan dakwah bukanlah lagi sulit hal yang sulit, kemajuan teknologi memudahkan dakwah tersampaikan dari berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan elektronik yang tersedia di zaman sekarang ini untuk hal yang baik seperti halnya berdakwah melalui ini media sosial majalah atau media baca dan lain-lain salah satunya yang populer dikalangan anak-anak remaja dan orang dewasa yaitu komik digemari karena gambar-gambar yang menarik terhadap menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.⁵⁶

Contoh komik sebagai media dakwah di antaranya: Materi dakwah telah digambar oleh komikus, memiliki pola yang berlandaskan Al-Quran dan hadis. Setelah materi sudah terbentuk maka komikus yaitu Achmad Deptian merepresentasikan melalui gambar-gambar yang lebih menarik perhatian anak-anak muda, menggunakan bahasa yang sederhana, materi yang ringan. Metode yang digunakan pada Black Metal Istiqomah dalam menyampaikan pesan islam menggunakan tiga metode yaitu bil hikmah, Al-Mauidzha Alh-Hasanah, Bit- Tadwin.⁵⁷

⁵³Erwan Efendi, Ramadesi Purba, and Tira Dwi Fitri Br Naibaho, "Media Dakwah Di Era Globalisasi," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 27, no. 2 (2023): 80-89.

⁵⁴Saputro, "Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran Dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah." "

⁵⁵Strategi Komunikasi Dakwah, "Pembinaan Mental Di Lembaga Pemasarakatan: Tinjauan Strategi Komunikasi Dakwah" 1, no. 2 (2019).

⁵⁶M Z Elma, "Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik Pada Postingan Komunitas Facebook" Meme Dakwah Islam)," 2022.

⁵⁷Faza Adilah, Ridwan, and Solahudin, "Komik Sebagai Media Dakwah."

Metode dakwah yang digunakan pada akun instagram Black Metal Istiwomah ini menggunakan konsep bil hikmah atau dengan hikmah. Konsep ini dapat menarik orang dalam memahami hukum islam tanpa kesan memaksa dan setiap orang mampu membaca komik tersebut berulang kali tanpa memiliki batasan waktu. Dengan begitu orang-orang akan tertarik dengan sendirinya, dan pesan dakwah bisa tersampaikan. Dengan fitur instagram yang mampu mengarsipkan data, dan konten yang bisa di unggah ulang oleh para pengguna instagram lainnya, komik unggahan Achmad Deptian bisa dinikmati oleh siapapun. Lalu metode Al-Mauidzha Alh-Hasanah, merupakan metode dengan cara pelajaran dan nasihat yang baik, menggunakan tutur kata yang baik, lembut dan mampu menyentuh orang yang sedang di dakwahnya. Tidak ada kesan menggurui disetiap unggahan karya Achmad Deptian. Setiap kalimat disusun dengan baik sehingga setiap orang yang membacanya bisa lebih paham. Berikutnya metode dakwah komik adalah dengan metode Bit-tadwin yaitu metode dakwah melalui tulisan, setiap unggahan memiliki keterangan gambar atau caption, dengan keterangan rinci pada gambar para pengikut di akun instagram komik black metal istiqomah bisa mendapat kejelasan lebih dari setiap komik yang di unggah oleh Achmad Deptian dan tidak terjadi salah paham.⁵⁸

Akun @iqomic, @iqomic sebagai representasi komik Islam yang hadir di Instagram memberikan corak baru dalam dunia komik di media sosial, yang biasanya dipenuhi oleh komik politik, komik romansa, dan komik komedi. @iqomic hadir dengan mengawinkan budaya populer komik dengan Islam, sehingga komiknya bernafaskan nilai-nilai Islam. Sandy Priya Utomo, pendiri @iqomic, menyebarkan dakwah melalui komik berdasarkan hadis “sampaikanlah walau satu ayat”. Menurut Nadirsyah Hosen, hadis ini diambil secara tidak lengkap dan maksud hadis ini bukan tentang dakwah dengan satu ayat. Melalui @iqomic, Utomo kemudian mengorganisir para komikus muslim dengan me-repost setiap unggahan tentang dakwah yang dibubuhi caption tentang dalil terkait. Materi komik ini berupa akidah, syariat, muamalah, akhlak, dan iklan. @iqomic selalu aktif menanggapi isu-isu yang viral di media sosial.⁵⁹

Isi pesan dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021 terdiri Pesan Aqidah di dalam komik digital pada postingan akun @Iqomic di Instagram meliputi topik tentang Illahiyat (Keimana kita kepada Allah), Nubuwat (tentang Nabi, Rasul dan kitab-kitab Allah), Sam’iyyat tentang (Takdir, kematian, alam kubur, akhirat, tanda kiamat, surga dan neraka) dan yang ke empat tentang Ruhaniyat (Malaikat). Adapun pesan Aqidah yang

⁵⁸Faza Adilah, Ridwan, and Solahudin.

⁵⁹Romario Romario and Lisda Aisyah, “Komik Islam Di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik,” *Islamuna: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2019): 98–119, <https://doi.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588>.

paling banyak di posting oleh akun @Iqomic di Instagram meliputi topik Sam'iyat yakni tentang takdir dan kematian. Pesan Akhlak di dalam komik digital pada postingan akun @Iqomic di Instagram meliputi akhlak kepada Allah dan Akhlak kepada manusia. Adapun, pesan Akhlak yang paling banyak di posting oleh akun @Iqomic yaitu topik akhlak kepada manusia seperti sabar, bersyukur dan berbakti kepada orang tua. Pesan Syariah di dalam komik digital pada postingan akun @Iqomic di Instagram meliputi topik tentang ibadah dan muamalah. Adapun, pesan Syariah yang paling banyak di posting oleh akun @Iqomic yaitu topik tentang ibadah. Seperti: Sholat, Puasa, Ikhtiar, dan Berdoa.⁶⁰

Dalam komik Real Masjid terdapat 3 konsep unsur pesan dakwah yang ditemukan dalam komik Real Masjid yaitu, akidah, syariah, dan akhlakul karimah. Kmik ini secara menyeluruh mengandung pesan-pesan dakwah yang mudah dan aman dipelajari anak-anak sampai usia remaja, karena secara garis besar cerita yang diangkat pada komik strip ini dari permasalahan sehari-hari yang cenderung dialami anak-anak. Pada karakter gambar terdapat ilustrasi yang mengandung makna, yang telah ditelaah yaitu ilustrasi style manga. Pada aspek desain shape lebih banyak menggunakan lengkung atau cruve artinya elemen garis lengkung lebih cenderung tepat kepada anak-anak.⁶¹

Komik Kaifa Haluka yang berunsurkan teknologi interaktif dengan gabungan dwi bahasa mempunyai kekuatannya untuk mempengaruhi pembaca terlibat secara tidak langsung dengan bahasa, kandungan dan ilustrasinya. Ciri-ciri. Komik Kaifa Haluka mampu membawa pesan berunsurkan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari seperti nilai kerohanian dan kemasyarakatan. Komik ini dilihat membawa konsep keislaman di samping alat pembelajaran bahasa Arab. Walaubagaimanapun, hasil pembikinan komik ini diharap sedikit sebanyak boleh dijadikan panduan untuk digunakan oleh pencipta komik dan industri berkaitan. Komik boleh dijadikan sebagai medium untuk berdakwah dengan menerapkan kandungan dan intipati serta nilai-nilai yang baik.⁶²

Komik strip di media sosial Instagram adalah sebuah wadah bagi para seniman untuk menyampaikan pesan, sindiran, maupun motivasi

⁶⁰Indah Siti Nurazizah and Nia Kurniati, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Iqomic Januari - Maret 2021," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2021, 43-49, <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.867>.

⁶¹Moh Cholisatur Rizaq et al., "Analisis Pesan Dakwah Pada Komik Dakwah 'Real Masjid' Karya Tony Trax," *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain* 4, no. 2 (2022): 114, <https://doi.org/10.51804/ijds.v4i2.1819>.

⁶²Muhammad Luqman Ibnul Hakim Mohd Saad et al., "Penerapan Nilai-Nilai Islam Melalui Kimik Interaktif 'Kaifa Haluka,'" *International Conference on Islam and Global Issue*, no. 2002 (2018): 765-71.

melalui komik. Komik strip yang bertujuan dakwah memiliki karakteristik sebagai karya fungsional sebagai penyampai pesan. Mulai dari keteraturan dalam presentasi, menjadi sumber kebutuhan dakwah, hingga bentuknya yang sama dari waktu ke waktu. Makna dan nilai yang terkandung dalam komik strip dakwah terdapat pada balon teks dari panel per panel, yang merujuk kepada nilai-nilai keagamaan dan kebaikan.⁶³

4. CONCLUSION

Tujuan dakwah untuk mempengaruhi dan memotivasi masyarakat untuk memahami dan menerima nilai-nilai agama dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa pendekatan dakwah dapat antara lain kelas, diskusi, ceramah, menulis, media sosial dan banyak media lainnya. Pendekatan yang digunakan dapat disesuaikan dengan konteks, kebutuhan dan preferensi kelompok sasaran. Cakupan lebih besar era digital membuka peluang baru untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui platform online seperti media sosial, website, dan aplikasi komik digital. Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan melalui komik dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat di seluruh dunia.

5. BIBLIOGRAPHY

- Abdul Salam, Muliaty A, and Kamaluddin Tajibu. "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." *Jurnal Washiyah* 1, no. 3 (2020): 653–65.
- Agus Nurasikin. "IHVB Agusnurasikin Jurnal Mahasiswa-1," n.d.
- Ayu, Sri, Cahya Pinatih, D B Kt, and Ngr Semara. "Pengembangan Media Komik Digital Berbasis Pendekatan Saintifik Pada Muatan IPA" 5, no. 1 (2021): 115–21.
- Budiantoro, Wahyu. "Dakwah Di Era Digital." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 263–81. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.
- Dakwah, Strategi Komunikasi. "Pembinaan Mental Di Lembaga Pemasyarakatan: Tinjauan Strategi Komunikasi Dakwah" 1, no. 2 (2019).
- Efendi, Erwan, Ramadesi Purba, and Tira Dwi Fitri Br Naibaho. "Media Dakwah Di Era Globalisasi." *Jurnal Ekonomi Manajemen* 27, no. 2 (2023): 80–89.
- Elma, M Z. "Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik Pada Postingan Komunitas Facebook" Meme Dakwah Islam")," 2022.
- Fahmi, Luai Ihsani. "Konsep Perancangan Desain Buku Komik Anak-Anak Kisah Dakwah Sunan Kalijaga." *IKONIK : Jurnal Seni Dan Desain* 4, no. 1 (2022): 56. <https://doi.org/10.51804/ijds.v4i1.1604>.

⁶³Kholik Hasan Wahyudi, "Komik Strip Sebagai Metode Dakwah Di Media Sosial Instagram" (Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2021).

- Fajrussalam, Hisny, Gaida Farhatunnisa, Rerey Realistiya, and Windy Aledya Rosyani. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam" 3 (2023): 2337-47.
- Faza Adilah, Siti Ulya, Aang Ridwan, and Dindin Solahudin. "Komik Sebagai Media Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 4 (2019): 363-81. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i4.1056>.
- Furqany, Syahril, and Abdullah. "Persepsi Dan Respons Mahasiswa Terhadap Berita Hoax Dan Ujaran Kebencian: Tinjauan Berdasarkan Qaulan Sadidan Dan Qaulan Balighan." *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2024): 1-20.
- Habibi, Muhammad. "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, no. 1 (2018): 101-16.
- Halim, Sahril, Baiq Asmiati Adawiyah, and Lalu Abdul Gafar. "Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Dakwah 'Tantangan Dan Manfaat.'" *Jurnal Manajemen Dakwah*, 2020, 70.
- Hananto, Praditya Mer. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Berdakwah." *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam* 23, no. 2 (2021): 41-51. <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v23i2.23114>.
- Hariyanto. "Relasi Kredibilitas Da ' I Dan Kebutuhan Mad ' U." *Journal Tasâmuh* 16, no. 2 (2018): 61-82.
- Haryanto, Sigit, Rini Fatmawati, and Titis Setyabudi. "Dakwah Berkemajuan: Pendampingan Manajemen YouTube Sebagai Media Dakwah Online PRM Ngadirejo , Kartasura," n.d., 1-11.
- Hidayat, Tatang, Junda Perdana, I Istianah, Adha Saputra, Lira Erlina, Saeed Abdullah Saeed Saket, and Ammar Mohammed Abdo Al-Gumaei. "Social Media Dakwah Strategy in Implementing Islamic Dakwah." *ASEAN Journal of Religion, Education and Society* 3, no. 1 (2024): 51-58.
- Husnul Khatimah, Windy Tiani, Tika Gusnita Sari, and Syifa Ulhana. "Penggunaan Media Instagram Sebagai Media Dakwah Dan Wirausaha Mahasiswi Prodi KPI STIBA Ar Raayah." *Jurnal Keislaman* 7, no. 1 (2024): 237-52. <https://doi.org/10.54298/jk.v7i1.4035>.
- Indah Siti Nurazizah, and Nia Kurniati. "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Iqomic Januari - Maret 2021." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2021, 43-49. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.867>.
- Johana, Maria, and Ari Widayanti. "Komik Sebagai Media Pengajaran Bahasa Yang Komunikatif Bagi Siswa SMP." *Lembaran Ilmu Kependidikan* 36, no. 1 (2007): 28-34.
- Kuncahyo, Tri. *Metode Dakwah Adam Musik Dengan Pop Religi Melalui Media Sosial Youtube*, 2022.
- Kusnawan, Aep. *Teknik Menulis Dakwah. Simbiosis Rekatama Media*, 2016.
- Kusuma Putra, Gede Lingga Ananta, and Gede Pasek Putra Adnyana Yasa. "Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial."

- Jurnal Nawala Visual* 1, no. 1 (2019): 1–8.
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>.
- Lestari, Annisa Fitriana, and Irwansyah. "Line Webtoon Sebagai Industri Komik Digital." *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 134–48.
- Markarma, Andi. "Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran." *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 127.
<https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.344.127-151>.
- Muhaimin, Muhamad Reizal, Nia Uzlifatun Ni'mah, and Danang Pratama Listryanto. "Peranan Media Pembelajaran Komik Terhadap Kemampuan Membaca Siswa Sekolah Dasar." *Jurnal Pendidikan Dasar Flobamorata* 4, no. 1 (2023): 399–405.
- Mustafa, Siti Ezaleila. "M Edia S OSial Di M AlaySia Dan i NdoneSia : P Enggunaaannya Sebagai a Lat K OMuniKaSi , K OlaboraSi Dan J Aringan d Igitai." *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 15, no. 2 (2013): 71–85.
- Nasrullah, Rulli, and Novita Intan Sari. "Komik Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Kepemimpinan Islam Dalam Komik 'Si Bujang.'" *Jurnal Ilmu Dakwah* 6, no. 19 (2012): 24.
<https://doi.org/10.15575/jid.v6i1.325>.
- Nugroho, Prista Ardi, and Grendi Hendrarastomo. "Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime Di Yogyakarta)." *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 3 (2017): 1–15.
- Payanti, Dewa Ayu Karina Dwi. "Peran Komik Digital Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Yang Inovatif." *Inovasi Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4, no. April (2022): 464–75.
- Perangkat, Pengembangan, Pembelajaran Ipa, and Terpadu Di. "Journal of Innovative Science Education." *Journal of Innovative Science Education* 1, no. 1 (2012): 1–9.
- Pratamanti, Enggar Dhian, Daryono, and Dliya' Ulami'. "Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik." *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37.
<https://156.67.218.228/index.php/jdsb/article/download/3484/2032>.
- Purnamasari, Mita, and Arief Mulyawan Thoriq. "Peran Media Dalam Pengembangan Dakwah Islam." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, no. 2 (2021): 87–99.
<https://doi.org/10.52593/mtq.02.2.01>.
- Raharjo, Novianto Puji. "Dakwah Dengan Media Sosial Di Era Keterbukaan Informasi Publik." *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2020): 51–67. <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v3i2.370>.
- Rahmawati, Rina Dian, and Devi Oktavianti. "Penggunaan Media Komik Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Belajar Bahasa Arab Kelas VII Di Madrasah Mu'alimin Mu'alimat Denanyar." *Akhlaqul Karimah: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 2 (2023): 94–102.

- Rizaq, Moh Cholisatur, Sunarmi Sunarmi, M. Alam Bekti, and Riska Rahma Amalia. "Analisis Pesan Dakwah Pada Komik Dakwah 'Real Masjid' Karya Tony Trax." *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain* 4, no. 2 (2022): 114. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i2.1819>.
- Romario, Romario, and Lisda Aisyah. "Komik Islam Di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik." *Islamuna: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2019): 98-119. <https://doi.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588>.
- Ronaydi, Muhammad. "Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah." *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2023): 96. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>.
- Saad, Muhammad Luqman Ibnul Hakim Mohd, Mohammed Iqbal Badaruddin, Muhammad Saiful Anuar Yusoff, Shahrizal Mahpol, Mohd Khairul Anuar Ismail, and Razimi Zakaria. "Penerapan Nilai-Nilai Islam Melalui Kimik Interaktif 'Kaifa Haluka.'" *International Conference on Islam and Global Issue*, no. 2002 (2018): 765-71.
- Saputri, Laeli, Program Studi, Komunikasi Dan, Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen, Komunikasi Islam, and Fakultas Dakwah. "Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah Di Akun Instagram @Iqomic." *Skripsi*, 2022.
- Saputro, Dwi, Anip. "Aplikasi Komik Sebagai Media." *Muaddib* 05, no. ISSN 2088-3390 (2015): 01.
- Saputro, Anip Dwi. "Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran Dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah." *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2016): 81. <https://doi.org/10.24269/ijpi.v1i2.169>.
- Sela, Aner. "Resource Allocations in the Best-of-k ($K = 2, 3$) Contests." *Journal of Economics/ Zeitschrift Fur Nationalokonomie*, 2023, 27-35. <https://doi.org/10.1007/s00712-023-00827-w>.
- Siregar, Helmi Fauzi, and Melani. "Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia." *JurTI (Jurnal Teknologi Informasi)* 2, no. 2 (2018): 113-21.
- Solihat, Siti Alfiah, and Komarudin Shaleh. "Analisis Strategi Dakwah Ustadz Syam Tentang Do'a Dan Takdir Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Para Followers." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 2, no. 2 (2022): 62-65. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v2i2.3369>.
- Taufikurrohman, Arif, Evi Khulwati, and Tatang Hidayat. "Optimalisasi Dakwah Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19." *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah* 7, no. 2 (2023): 75-87. <https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.7489>.
- Triyono, Agus, and Nifsya Khaira Marhuda. "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 50-67.

- <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.3944>.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmu* 18, no. 1 (2020): 54–78.
- Wahyudi, Kholik Hasan. "Komik Strip Sebagai Metode Dakwah Di Media Sosial Instagram." Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2021.
- Zaini, Ahmad. "Dakwah Melalui Media Cetak." *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014): 65.