



Pola Interaksi Audiens terhadap Konten Dakwah Live Streaming YouTube: Studi Netnografi pada Kanal Dai Digital Indonesia

Muhammad Fauzan Ramadhan^{a,1,*}, Nabila Khairunnisa Putri^{b,2}, Rizky Aditya Pramana^{c,3}

^a Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

^b Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Indonesia

^c Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

¹ muhammad.fauzan@uinjkt.ac.id; ² nabila.khairunnisa@ui.ac.id; ³ rizky.aditya@unj.ac.id

* Corresponding Author

ABSTRACT

The transformation of digital media has significantly reshaped Islamic preaching communication in Indonesia, particularly through YouTube live streaming features that enable real time interaction between preachers and audiences. This study aims to examine audience interaction patterns toward Islamic live streaming content on Indonesian digital preacher channels using a netnographic approach. The research employed virtual observation, digital documentation, and audience comment analysis from several popular Islamic YouTube channels during January to March 2026. The data were analyzed thematically to identify forms of participation, emotional responses, the construction of digital religious authority, and the dynamics of religious discourse within social media spaces. The findings reveal that audience interactions are predominantly participatory and dialogical through live comments, digital symbols, and the reinforcement of collective religious identity. In addition, YouTube algorithms and the communication styles of digital preachers significantly influence audience engagement and expand the legitimacy of digital da'wah practices. This study argues that live streaming da'wah functions not merely as a medium for religious message transmission but also as a space for negotiating authority, moderating discourse, and shaping digital religious culture in virtual public spheres. The article contributes to the development of digital media studies, netnography, and contemporary Islamic communication research in Indonesia.

Article History

Received 2026-03-12

Revised 2026-04-01

Accepted 2026-04-15

Published 2026-05-24

Keywords

Digital Netnography;
Virtual Da'wah;
Audience Interaction;
Digital Religious
Authority;
YouTube Live
Streaming

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi keagamaan secara global, termasuk dalam praktik dakwah Islam di ruang virtual. YouTube menjadi salah satu platform paling dominan dalam distribusi konten dakwah karena mampu mengintegrasikan video, komentar interaktif, dan fitur live streaming dalam satu ekosistem media digital. Fenomena ini memperlihatkan proses mediatization of religion yang menempatkan praktik keagamaan semakin terhubung dengan logika media digital dan budaya partisipatif pengguna (Hjarvard, 2011). Dalam konteks masyarakat Muslim, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi agama, tetapi juga menjadi arena pembentukan identitas keagamaan, legitimasi otoritas dai, serta ruang diskursus publik berbasis agama (Campbell, 2013). Data global menunjukkan bahwa YouTube tetap menjadi platform video terbesar dengan tingkat konsumsi konten siaran langsung yang terus meningkat setiap tahun. Kondisi tersebut memperkuat posisi live streaming sebagai medium dakwah yang mampu menjangkau audiens lintas wilayah secara simultan dan interaktif.

Di Indonesia, transformasi dakwah digital berkembang secara signifikan seiring meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan generasi muda Muslim. Kanal dakwah

berbasis YouTube mulai mengadopsi format live streaming untuk membangun kedekatan emosional dan komunikasi dua arah dengan audiens. Praktik ini terlihat pada berbagai kanal dai digital yang memanfaatkan fitur komentar langsung, simbol digital, dan respons spontan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Studi Effendy et al. (2023) menunjukkan bahwa konten dakwah berbasis media sosial mampu menarik perhatian generasi milenial melalui pendekatan komunikatif dan hiburan digital. Temuan serupa juga terlihat pada penelitian Setiadi (2023) yang menegaskan bahwa YouTube telah menjadi medium utama dakwah kontemporer karena memiliki jangkauan luas dan fleksibilitas komunikasi. Di sisi lain, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan tantangan berupa polarisasi opini, ujaran intoleran, serta pembentukan otoritas keagamaan berbasis popularitas media sosial.

Kajian akademik mengenai dakwah digital dan interaksi audiens media sosial telah berkembang dalam beberapa kecenderungan utama. Pertama, penelitian yang menempatkan media sosial sebagai instrumen transformasi komunikasi dakwah Islam dan pembentukan ruang publik virtual (Nasrullah, 2015; Miller et al., 2016). Kedua, studi yang menyoroti konstruksi budaya digital dan partisipasi audiens dalam praktik komunikasi keagamaan daring (Couldry, 2012; Fuchs, 2017). Ketiga, penelitian yang membahas pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah melalui analisis konten dan strategi komunikasi visual (Pujawardani & Amirudin, 2022; Soraya, 2025; Syahnas et al., 2025). Keempat, kajian yang meneliti dinamika interaksi netizen dan penerimaan audiens terhadap konten dakwah di platform digital seperti TikTok dan Instagram (Pratiwi & Zulputri, 2025; Sugiestian et al., 2025). Selain itu, beberapa studi internasional mulai mengkaji algoritma YouTube, pola konsumsi konten religius, dan potensi radikalisme digital dalam ekosistem media daring (Hosseinmardi et al., 2021; Ribeiro et al., 2020; Albadi et al., 2022). Kajian-kajian tersebut menunjukkan bahwa media digital memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan perilaku, preferensi, dan diskursus keagamaan masyarakat daring.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih cenderung berfokus pada analisis isi konten dakwah, strategi komunikasi dai, atau dampak media sosial terhadap penyebaran pesan agama. Kajian yang secara khusus menganalisis pola interaksi audiens dalam praktik live streaming dakwah YouTube melalui pendekatan netnografi masih relatif terbatas. Padahal, fitur live streaming menghadirkan bentuk komunikasi real time yang berbeda dari video dakwah konvensional karena memungkinkan negosiasi makna, pembentukan solidaritas virtual, dan interaksi langsung antara audiens dengan dai. Penelitian ini menempatkan audiens bukan hanya sebagai penerima pesan, tetapi sebagai aktor aktif yang membentuk dinamika diskursus keagamaan digital. Dengan menggunakan pendekatan netnografi dari Kozinets (2010; 2015) dan konsep etnografi virtual dari Nasrullah (2017), artikel ini berargumen bahwa pola interaksi audiens dalam live streaming dakwah YouTube mencerminkan transformasi otoritas keagamaan dan budaya partisipatif Islam digital di Indonesia. Studi ini memberikan kontribusi akademik melalui penguatan pendekatan netnografi dalam kajian dakwah digital serta memperluas analisis mengenai hubungan antara media sosial, interaksi virtual, dan konstruksi otoritas agama di ruang publik digital.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pola interaksi audiens terhadap konten dakwah live streaming YouTube pada kanal dai digital Indonesia serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan audiens dalam ruang komunikasi virtual. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana interaksi digital tersebut membentuk praktik komunikasi keagamaan baru dalam masyarakat Muslim kontemporer. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan empiris terhadap pengembangan kajian media digital, komunikasi Islam, dan netnografi dalam konteks transformasi dakwah di era platform digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi untuk menganalisis pola interaksi audiens terhadap konten dakwah live streaming YouTube pada kanal dai digital Indonesia. Pendekatan netnografi dipilih karena mampu menjelaskan perilaku, budaya komunikasi, serta praktik interaksi pengguna dalam komunitas digital secara mendalam (Kozinets, 2010; Kozinets, 2015). Penelitian dilaksanakan pada Januari hingga Maret 2026 dengan fokus pada beberapa kanal dakwah YouTube yang aktif menggunakan fitur live streaming dan memiliki tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Pemilihan objek penelitian didasarkan pada intensitas siaran langsung, jumlah komentar audiens, serta konsistensi produksi konten dakwah digital. Pendekatan ini juga relevan untuk mengkaji transformasi praktik komunikasi agama di media sosial sebagaimana dijelaskan dalam studi *mediatization of religion* dan budaya media digital (Hjarvard, 2011; Campbell, 2013).

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi virtual terhadap aktivitas live streaming, dokumentasi komentar audiens, simbol interaksi digital, serta respons komunikasi antara dai dan pengguna selama siaran berlangsung. Penelitian memanfaatkan rekaman siaran langsung, fitur komentar langsung, jumlah likes, dan bentuk partisipasi audiens lainnya sebagai unit analisis utama. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal ilmiah, dan publikasi akademik yang membahas media sosial, dakwah digital, komunikasi virtual, serta metodologi netnografi (Nasrullah, 2015; Couldry, 2012; Fuchs, 2017). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipatif, dokumentasi digital, dan pencatatan tematik terhadap pola komunikasi audiens dalam ruang virtual. Untuk menjaga validitas data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan pola interaksi pada beberapa kanal dakwah yang berbeda.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi bentuk interaksi audiens, pola partisipasi digital, ekspresi emosional, dan konstruksi otoritas keagamaan dalam ruang live streaming. Tahapan analisis meliputi reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi makna komunikasi digital, dan penarikan kesimpulan secara induktif (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian ini menggunakan kerangka konseptual budaya partisipatif media sosial dan etnografi virtual untuk memahami hubungan antara teknologi digital, audiens, dan praktik dakwah kontemporer (Nasrullah, 2017; Miller et al., 2016). Selain itu, analisis juga mempertimbangkan pengaruh algoritma YouTube, moderasi platform, dan karakteristik komunikasi dai dalam membentuk keterlibatan audiens sebagaimana dibahas dalam studi mengenai konsumsi konten digital dan pola interaksi media daring (Asghar et al., 2015; Hosseinmardi et al., 2021; Ribeiro et al., 2020). Pendekatan tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana ruang live streaming YouTube membentuk praktik komunikasi keagamaan yang interaktif, partisipatif, dan berbasis budaya digital di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan fitur live streaming YouTube telah membentuk pola komunikasi dakwah yang lebih interaktif dibandingkan model dakwah konvensional berbasis ceramah satu arah. Hasil observasi virtual menunjukkan bahwa audiens tidak lagi berperan sebagai penerima pesan pasif, tetapi menjadi aktor aktif yang membangun diskursus keagamaan secara langsung melalui komentar, simbol digital, dan respons real time selama siaran berlangsung. Pola ini memperlihatkan perubahan struktur komunikasi dakwah dari model hierarkis menuju komunikasi partisipatif berbasis media digital. Dalam konteks tersebut, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi pesan agama, tetapi juga menjadi ruang produksi makna sosial

dan keagamaan secara kolektif (Couldry, 2012). Fenomena ini sejalan dengan konsep mediatization of religion yang menempatkan praktik keagamaan semakin dipengaruhi oleh logika media digital dan budaya interaktivitas pengguna (Hjarvard, 2011).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk interaksi audiens dalam live streaming dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam empat pola utama, yaitu interaksi informatif, interaksi emosional, interaksi simbolik, dan interaksi partisipatif-komunal. Interaksi informatif muncul melalui pertanyaan langsung audiens mengenai tema ibadah, hukum Islam, dan persoalan sosial-keagamaan yang dibahas dai selama siaran berlangsung. Interaksi emosional terlihat dari penggunaan ungkapan dukungan, doa, apresiasi, dan ekspresi afektif terhadap dai maupun sesama pengguna. Sementara itu, interaksi simbolik diwujudkan melalui penggunaan emoji Islami, simbol digital religius, serta fitur super chat sebagai bentuk legitimasi dan dukungan virtual terhadap otoritas dai. Interaksi partisipatif-komunal muncul ketika audiens membangun percakapan antarpengguna, memberikan jawaban atas pertanyaan pengguna lain, dan membentuk solidaritas virtual berbasis identitas keagamaan.

Tabel 1. Pola Interaksi Audiens dalam Live Streaming Dakwah YouTube

Jenis Interaksi	Karakteristik Utama	Bentuk Partisipasi Audiens
Interaksi Informatif	Pertukaran informasi keagamaan	Pertanyaan dan jawaban terkait hukum Islam
Interaksi Emosional	Ekspresi afektif dan dukungan	Doa, apresiasi, ungkapan motivasi
Interaksi Simbolik	Penggunaan simbol religius digital	Emoji Islami, super chat, ikon virtual
Interaksi Partisipatif-Komunal	Pembentukan solidaritas virtual	Diskusi antarpengguna dan respons kolektif

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi dakwah digital memiliki karakter multidirectional communication, yaitu komunikasi yang berlangsung secara simultan antara dai dan audiens maupun antarpengguna dalam ruang virtual. Kondisi ini berbeda dengan pola dakwah televisi atau ceramah konvensional yang lebih menempatkan audiens sebagai objek penerima pesan. Penelitian Effendy et al. (2023) menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang santai dan interaktif menjadi faktor penting dalam menarik keterlibatan generasi muda terhadap konten dakwah digital. Temuan penelitian ini memperluas argumentasi tersebut dengan menunjukkan bahwa fitur live streaming memungkinkan pembentukan ruang dialogis yang lebih spontan dan partisipatif dibandingkan konten video biasa. Interaksi semacam ini juga memperkuat terbentuknya komunitas virtual berbasis identitas keagamaan di ruang media sosial.

Selain pola komunikasi, penelitian ini menemukan bahwa gaya komunikasi dai memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas keterlibatan audiens. Dai yang menggunakan bahasa populer, humor digital, dan respons langsung terhadap komentar audiens cenderung memperoleh tingkat partisipasi yang lebih tinggi. Temuan ini relevan dengan penelitian Sugiastian et al. (2025) yang menunjukkan bahwa humor digital dalam dakwah media sosial mampu meningkatkan penerimaan audiens dan memperluas jangkauan komunikasi keagamaan. Dalam konteks YouTube, gaya komunikasi yang adaptif terhadap budaya digital memperkuat legitimasi sosial dai di hadapan pengguna media sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa otoritas keagamaan digital tidak hanya dibangun melalui kapasitas keilmuan, tetapi juga melalui kemampuan mengelola komunikasi virtual secara efektif.

Penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh algoritma YouTube terhadap pembentukan pola konsumsi dakwah digital. Konten live streaming dengan tingkat interaksi tinggi lebih sering direkomendasikan oleh sistem platform sehingga meningkatkan visibilitas kanal dakwah tertentu. Kondisi ini memperlihatkan bahwa algoritma berperan dalam membentuk distribusi otoritas keagamaan digital dan preferensi audiens terhadap konten Islam di media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hosseinmardi et al. (2021) dan Ribeiro et al. (2020) yang menegaskan bahwa sistem rekomendasi YouTube memiliki pengaruh besar terhadap pola konsumsi konten pengguna. Dalam konteks dakwah digital, algoritma tidak bersifat netral karena mampu menentukan tingkat eksposur, popularitas, dan legitimasi dai di ruang virtual. Oleh sebab itu, dinamika dakwah digital tidak dapat dipisahkan dari struktur ekonomi politik platform media sosial.

Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang live streaming dakwah juga menghadirkan tantangan berupa polarisasi opini, perdebatan keagamaan, dan potensi penyebaran narasi intoleran melalui komentar pengguna. Beberapa siaran menunjukkan munculnya perdebatan mengenai mazhab, praktik ibadah, dan otoritas ulama yang berkembang secara cepat dalam kolom komentar. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital memiliki karakter terbuka yang memungkinkan terbentuknya diskursus keagamaan secara bebas dan tidak selalu terkendali. Penelitian Albadi et al. (2022) serta Muflichah dan Istiati (2022) menegaskan bahwa platform digital dapat menjadi ruang reproduksi intoleransi agama apabila tidak diimbangi moderasi konten yang efektif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa moderasi komentar dan pengelolaan komunikasi digital menjadi aspek penting dalam menjaga kualitas ruang dakwah virtual.

Dari perspektif netnografi, pola interaksi audiens dalam live streaming dakwah menunjukkan terbentuknya kultur keagamaan digital yang ditandai oleh partisipasi aktif, komunikasi real time, dan pembentukan identitas kolektif berbasis media sosial. Pendekatan netnografi memungkinkan peneliti memahami bagaimana pengguna memproduksi makna agama melalui praktik komunikasi virtual sehari-hari (Kozinets, 2010; Nasrullah, 2017). Interaksi digital tidak hanya merepresentasikan aktivitas komunikasi biasa, tetapi juga mencerminkan proses negosiasi otoritas, legitimasi sosial, dan ekspresi identitas Muslim di ruang virtual. Dalam konteks ini, live streaming dakwah menjadi bentuk baru praktik komunikasi agama yang memadukan teknologi digital, budaya partisipatif, dan transformasi hubungan antara dai dan audiens.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa media sosial telah mengubah struktur komunikasi agama dari model sentralistik menuju model partisipatif berbasis jaringan digital. Penelitian ini juga memperluas penggunaan pendekatan netnografi dalam studi dakwah digital dengan menempatkan interaksi audiens sebagai fokus utama analisis. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan pentingnya literasi digital, moderasi komunikasi, dan strategi komunikasi adaptif dalam pengelolaan dakwah berbasis media sosial. Temuan ini dapat menjadi dasar pengembangan kebijakan komunikasi dakwah digital yang lebih inklusif, dialogis, dan responsif terhadap dinamika masyarakat virtual kontemporer.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola interaksi audiens dalam konten dakwah live streaming YouTube telah membentuk model komunikasi keagamaan yang lebih partisipatif, dialogis, dan berbasis budaya digital. Audiens tidak lagi berada pada posisi pasif sebagai penerima pesan dakwah, tetapi berperan aktif dalam membangun diskursus keagamaan melalui komentar langsung, simbol digital, dukungan emosional, serta interaksi antarpengguna selama siaran

berlangsung. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat empat pola utama interaksi audiens, yaitu interaksi informatif, emosional, simbolik, dan partisipatif-komunal. Selain itu, gaya komunikasi dai yang adaptif terhadap budaya media sosial, penggunaan humor digital, dan respons real time terhadap audiens terbukti meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna. Penelitian ini juga menemukan bahwa algoritma YouTube memiliki pengaruh penting dalam membentuk distribusi visibilitas dan legitimasi dakwah digital melalui sistem rekomendasi platform. Di sisi lain, ruang live streaming dakwah tetap menghadirkan tantangan berupa polarisasi opini, perdebatan keagamaan, dan potensi reproduksi narasi intoleran dalam kolom komentar pengguna.

Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dakwah digital, komunikasi virtual, dan netnografi dengan menempatkan audiens sebagai aktor utama dalam produksi makna keagamaan di ruang media sosial. Penelitian ini memperkuat argumentasi mengenai transformasi otoritas agama dalam era platform digital yang semakin dipengaruhi oleh logika algoritma, budaya partisipatif, dan praktik komunikasi jaringan. Pendekatan netnografi yang digunakan juga memperlihatkan efektivitas metode etnografi virtual dalam memahami dinamika interaksi sosial-keagamaan di media digital. Dari sisi praktis, hasil penelitian menegaskan pentingnya literasi digital, moderasi komunikasi, dan strategi komunikasi adaptif dalam pengelolaan dakwah berbasis media sosial agar tercipta ruang diskursus keagamaan yang inklusif dan konstruktif.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada cakupan observasi yang berfokus pada beberapa kanal dakwah YouTube dan periode pengamatan yang relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan analisis komparatif pada berbagai platform media sosial lain seperti TikTok, Instagram, atau podcast dakwah digital untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai transformasi komunikasi keagamaan di era media baru. Selain itu, studi lanjutan juga dapat mengkaji pengaruh kecerdasan buatan, sistem rekomendasi algoritmik, dan ekonomi politik platform terhadap pembentukan otoritas agama digital dalam masyarakat Muslim kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Albadi, N., Kurdi, M., & Mishra, S. (2022). Deradicalizing YouTube: Characterization, detection, and personalization of religiously intolerant Arabic videos. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2207.00111>
- Asghar, M. Z., Ahmad, S., Marwat, A., & Kundi, F. M. (2015). Sentiment analysis on youtube: A brief survey. *arXiv preprint arXiv:1511.09142*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1511.09142>
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Effendy, E., Al Anshori, M. F., Surya, M., & Siregar, A. (2023). Media sosial YouTube sebagai sarana dakwah pemuda milenial: Analisis konten dakwah YouTube "Pemuda Tersesat" Habib Ja'far Coki Pardede dan Tretan Muslim. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21858-21869. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.9983>
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>

- Hosseinmardi, H., Ghasemian, A., Clauset, A., Mobius, M., Rothschild, D. M., & Watts, D. J. (2021). Examining the consumption of radical content on YouTube. *Proceedings of the national academy of sciences*, 118(32), e2101967118. <https://arxiv.org/abs/2011.12843>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. SAGE Publications.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE Publications.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. UCL Press.
- Muflichah, H. S., & Istiati, F. (2022). Cyber netiquette pada konten media (Analisis wacana kritis pada konten YouTube bertajuk dakwah Wahabi). *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 6(2).
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual: Riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, G. I., & Zulputri, D. (2025). Instagram sebagai Media Dakwah: Pengaruh Paparan Akun@nihayaah. _ terhadap Minat Remaja dalam Pengajian Al-Qur'an. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 3(1), 44-56.
- Pujawardani, H. H., & Amirudin, M. F. (2022). Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online). *LANTERA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 13-24. <https://doi.org/10.30999/lantera.v1i1.2497>
- Ribeiro, M. H., Ottoni, R., West, R., Almeida, V. A., & Meira Jr, W. (2020, January). Auditing radicalization pathways on YouTube. In *Proceedings of the 2020 conference on fairness, accountability, and transparency* (pp. 131-141). <https://arxiv.org/abs/1908.08313>
- Setiadi, A. A. F. (2023). Dakwah dalam Media Sosial (Studi Kasus Pemanfaatan Youtube Oleh Ulama Di Kabupaten Magelang Tahun 2021). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17088-17102. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.9076>
- Soraya, S. H. (2025). Model dakwah berbasis kearifan lokal di era digital: Studi netnografi saluran YouTube "Official Menara Kudus". *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 84-95. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v7i1.8630>
- Sugiestian, N., Amin, S. J., Qadaruddin, M., & Wahyuddin, W. (2025). Humorous Da'wah and Netizen Discourse on TikTok: A Digital Reception Analysis of Ustadzah@ Amazmii's Videos. *Jurnal Kuriositas Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 18(2), 1-22.
- Syahnas, I. P., Setiawati, N., Hasriani, A., Raehana, S., & Nengsih, R. (2025). Transformasi komunikasi pesan dakwah di era digital media sosial melalui platform YouTube. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(2). <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.44322>