

**STRATEGI KOMUNIKASI SOSIAL BERBASIS NILAI ISLAM DALAM
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN: STUDI KASUS PIMPINAN WILAYAH WANITA
ISLAM (PWWI) PROVINSI LAMPUNG**

Ilah Holilah¹, Eneng Purwanti².

¹UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, ilah.holilah@uinbanten.ac.id

² UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, eneng.purwanti@uinbanten.ac.id

Corresponding author:

E-mail : ilah.holilah@uinbanten.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the social communication strategies implemented by the Lampung Province Women's Islamic Leadership (PWWI) in empowering women based on Islamic values. Amidst the challenges of modernization and shifting patterns of social interaction, religious-based women's organizations face demands to not only be a forum for religious study, but also a driving force for socio-economic independence. Using descriptive qualitative methods, this study collected data through in-depth interviews, participatory observation, and documentation of organizational activities. The results show that social communication in PWWI Lampung functions as a mechanism for social cohesion, which is operationalized through three main strategies: (1) Internalization of transformative Islamic values in da'wah activities, (2) Strengthening socioeconomic capital through MSME networks and halal certification, and (3) Adaptation of digital communication to expand the reach of public advocacy. This study concludes that the integration of spiritual values in social communication has proven effective in increasing member participation and shaping the collective identity of women who are empowered, independent, and responsive to contemporary social issues.

Keywords: *Social Communication, Women's Empowerment, Social Capital, Islamic Values, PWWI Lampung.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dan membangun jejaring sosial. Komunikasi sosial kini tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan juga meluas ke ruang digital yang memungkinkan penyebaran informasi dan nilai-nilai secara cepat dan masif. Dalam konteks pengembangan masyarakat, komunikasi sosial menjadi instrumen penting untuk memperkuat kohesi sosial, meningkatkan partisipasi warga, serta mendorong perubahan sosial yang positif. Bagi organisasi perempuan berbasis Islam, komunikasi sosial memiliki peran strategis dalam menjalankan fungsi dakwah, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat (Pratama et al., 2024).

Di Indonesia, transformasi komunikasi ini turut memengaruhi organisasi keagamaan perempuan, salah satunya Wanita Islam (WI) yang telah berdiri sejak tahun 1962 dan berkiprah selama lebih dari enam dekade dalam bidang dakwah, sosial, pendidikan, dan ekonomi umat. Dengan jaringan struktural yang mencakup 34 pimpinan wilayah, 360 pimpinan daerah, 2.300 pimpinan cabang, dan 9.600 pimpinan ranting di seluruh Indonesia, WI memiliki potensi besar dalam pengembangan masyarakat berbasis nilai keislaman (Rahmah Dwi Nopryana & Akhmad Syahid, 2020). Melalui kegiatan keagamaan dan sosial, WI secara aktif memanfaatkan media digital untuk memperkuat solidaritas internal, memperluas jangkauan dakwah, serta mempertahankan identitas keislaman di tengah arus modernisasi.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas peran komunikasi sosial dalam konteks dakwah dan pemberdayaan. Rahmawati et al. (2024) menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah mengalami pergeseran dari pola konvensional menuju pemanfaatan media sosial yang lebih interaktif dan partisipatif. Temuan ini diperkuat

oleh Maulidin dan Muamalah yang menegaskan bahwa media digital menjadi sarana strategis bagi organisasi keagamaan untuk memperluas jangkauan pesan dan membangun solidaritas komunitas. Namun, kajian yang secara khusus menyoroti bagaimana komunikasi sosial berbasis nilai Islam dijalankan oleh organisasi perempuan, terutama Pimpinan Pusat Wanita Islam (PPWI), masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis strategi komunikasi sosial yang digunakan oleh PPWI dalam melaksanakan program-program pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui bidang dakwah, pendidikan, ekonomi, dan sosial berbasis nilai-nilai Islam.

B. Tinjauan Pustaka

Komunikasi sosial merupakan salah satu unsur penting dalam membangun struktur kehidupan masyarakat. Menurut (Littlejohn & Foss, 2010) komunikasi sosial dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, makna, dan nilai yang terjadi dalam interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui media. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan realitas sosial, identitas kolektif, serta penguatan kohesi masyarakat. Dalam konteks keagamaan, komunikasi sosial memiliki peran strategis untuk menginternalisasi nilai-nilai spiritual dan sosial melalui proses dakwah dan pemberdayaan (Ichwan et al., 2024)

Pemberdayaan masyarakat dalam pandangan Islam dipahami sebagai upaya meningkatkan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengelola sumber daya secara mandiri untuk mencapai kesejahteraan lahir dan batin (Ife & Tesoriero, 2008). Nilai-nilai Islam seperti keadilan ('adl), tolong-menolong (ta'awun), dan kemaslahatan (masalah) menjadi landasan moral dalam setiap proses pemberdayaan. Menurut Fahrudin (2021), pemberdayaan berbasis nilai keislaman tidak hanya menekankan

aspek ekonomi, tetapi juga penguatan spiritual, sosial, dan pendidikan. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi sosial yang berlandaskan nilai Islam dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun kesadaran kolektif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta menumbuhkan kemandirian sosial.

Pimpinan Wilayah Wanita Islam (PWWI) sebagai bagian dari organisasi nasional Wanita Islam memiliki peran penting dalam mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam berbagai program dakwah, pendidikan, ekonomi, dan sosial. Berdiri sejak tahun 1962, organisasi ini berkomitmen membangun jaringan perempuan berdaya yang religius, produktif, dan berkontribusi bagi kemaslahatan umat (Rahmah Dwi Nopryana & Akhmad Syahid, 2020). Melalui strategi komunikasi sosial yang terencana, PWWI berhasil memperkuat kohesi antaranggota, memperluas jangkauan dakwah melalui media digital, dan menciptakan model pemberdayaan perempuan berbasis iman dan sosial.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi dan pola pemberdayaan yang dilakukan oleh PWWI Provinsi Lampung. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna di balik interaksi sosial dan dinamika organisasi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Subjek penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling, yang terdiri dari pengurus inti PWWI Lampung (Ketua, Sekretaris, Ketua Bidang Dakwah dan Ekonomi) serta anggota penerima manfaat program pemberdayaan. Teknik pengumpulan data meliputi: (1) Wawancara Mendalam, untuk menggali filosofi dan strategi komunikasi organisasi; (2) Observasi Partisipatif, dilakukan dengan mengamati langsung interaksi dalam kegiatan strategis seperti Musyawarah Wilayah, Bazaar

UMKM, dan majelis taklim; serta (3) Studi Dokumentasi, terhadap arsip kegiatan, materi dakwah, dan publikasi media sosial organisasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data (memilah data relevan), penyajian data (menyusun narasi tematik), dan penarikan kesimpulan. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber, yakni membandingkan pernyataan pengurus dengan realitas di lapangan serta dokumen pendukung

D. Hasil Temuan

Transformasi Dakwah: Dari Tekstual menuju Kontekstual dan Dialogis

Komunikasi sosial dalam tubuh PWWI Lampung beroperasi secara intensif melalui transformasi kegiatan dakwah yang tidak lagi bersifat satu arah, melainkan dialogis dan partisipatif. Berdasarkan observasi lapangan, kegiatan-kegiatan seremonial keagamaan seperti Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) termasuk Isra Mi'raj, Maulid Nabi Muhammad SAW, dan Nuzulul Qur'an difungsikan lebih dari sekadar ritual tahunan. Kegiatan ini direkayasa menjadi ruang interaksi sosial (*social interaction space*) yang mempertemukan anggota dari berbagai latar belakang sosial-ekonomi. Dalam forum-forum ini, terjadi pertukaran informasi informal yang mempererat ikatan emosional antaranggota, menciptakan rasa senasib sepenanggungan yang menjadi fondasi soliditas organisasi. Lebih mendalam lagi, strategi komunikasi dakwah PWWI telah bergeser dari pendekatan tekstual menuju kontekstual. Para muballighah dan kader dakwah didorong untuk tidak hanya menyampaikan ayat-ayat suci secara harfiah, tetapi mengaitkannya dengan problematika riil perempuan modern. Isu-isu seperti ketahanan keluarga di era digital, manajemen konflik rumah tangga, hingga kesehatan mental ibu, menjadi materi sentral dalam pengajian rutin dan majelis taklim. Pendekatan ini menjadikan pesan dakwah terasa relevan dan solutif. Komunikasi yang terbangun

bersifat empatik, di mana anggota merasa didengar dan dimengerti persoalannya, sehingga meningkatkan kepercayaan (trust) mereka terhadap organisasi sebagai tempat bernaung yang aman.

Data lapangan menunjukkan keberhasilan strategi ini melalui tingginya partisipasi dalam program-program edukasi keagamaan yang bersifat praktis. Salah satu contoh konkret adalah "Pelatihan Pengurusan Jenazah" yang diikuti oleh 200 peserta. Dalam kegiatan ini, komunikasi sosial tidak hanya mentransfer pengetahuan teknis fiqih, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kepedulian sosial (fardhu kifayah) dan tanggung jawab moral komunitas. Interaksi langsung antara instruktur dan peserta menciptakan pengalaman belajar kolektif yang mendalam, mengubah pengetahuan agama yang abstrak menjadi keterampilan sosial yang bermanfaat langsung bagi masyarakat sekitar. Selain aspek religius, PWWI juga memperkuat kohesi sosial melalui komunikasi organisasi yang terstruktur dalam forum-forum resmi seperti Musyawarah Wilayah IV, Rapat Kerja Wilayah, dan pelantikan pengurus periode 2023–2028. Kegiatan yang melibatkan lebih dari 250 peserta dari 15 kabupaten/kota ini bukan sekadar prosedur administratif, melainkan ritual komunikasi untuk menyamakan frekuensi visi dan misi. Di sinilah identitas kolektif (collective identity) sebagai "kader Wanita Islam" dikonstruksi dan dikukuhkan. Melalui simbol-simbol organisasi, lagu mars, dan narasi perjuangan yang diulang-ulang, anggota diinternalisasi untuk memiliki loyalitas dan semangat pengabdian yang tinggi. Pendidikan dan pelatihan kapasitas juga menjadi medium vital dalam strategi komunikasi sosial PWWI. Program seperti pelatihan manajemen organisasi dan seminar parenting Islami dirancang untuk meningkatkan kualitas intelektual anggota. Dalam sesi-sesi ini, terjadi komunikasi dialogis di mana peserta diajak bertukar pengalaman dan memecahkan masalah bersama. Proses ini membangun kesadaran kritis (critical consciousness) bahwa perempuan Muslim tidak

hanya bertugas di ranah domestik, tetapi memiliki kapasitas untuk berkontribusi di ranah publik. PWWI secara efektif menggunakan komunikasi pendidikan untuk mendekonstruksi pemahaman konservatif yang membatasi peran perempuan, menggantinya dengan narasi perempuan berdaya yang tetap teguh pada nilai Islam. Kerja sama lintas sektoral yang dilakukan bidang pendidikan dengan pesantren, sekolah Islam, dan universitas semakin memperluas jejaring komunikasi organisasi. PWWI memposisikan diri sebagai jembatan komunikator yang menghubungkan sumber daya akademik dengan kebutuhan masyarakat akar rumput. Kolaborasi ini menghasilkan program-program yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, seperti pelatihan kepemimpinan bagi perempuan muda. Hal ini menunjukkan kematangan komunikasi eksternal organisasi yang mampu bernegosiasi dan bersinergi dengan pihak luar demi kemaslahatan umat.

Analisis teoretis menggunakan perspektif Littlejohn dan Foss (2010) mengonfirmasi bahwa praktik komunikasi di PWWI adalah proses penciptaan makna bersama (*shared meaning*). Melalui interaksi yang intensif dalam berbagai forum dakwah dan pendidikan tersebut, terbentuklah budaya organisasi yang khas. Nilai-nilai seperti ukhuwah (persaudaraan), *ta'awun* (tolong-menolong), dan keikhlasan tidak lagi sekadar jargon, tetapi mewujudkan dalam perilaku organisasi. Komunikasi sosial menjadi mekanisme kontrol sekaligus perekat yang menjaga agar ribuan anggota tetap bergerak dalam satu komando moral yang sama. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pada sub-sektor ini berhasil membentuk modal sosial internal (*bonding social capital*) yang kuat. Anggota PWWI Lampung memiliki tingkat solidaritas yang tinggi karena mereka disatukan oleh narasi keagamaan yang kuat dan pengalaman interaksi sosial yang positif. Identitas sebagai bagian dari Wanita Islam menjadi kebanggaan yang mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif, bukan karena insentif materi, melainkan

karena kepuasan spiritual dan sosial yang diperoleh dari proses komunikasi yang memberdayakan tersebut.

Implementasi Komunikasi Pemberdayaan melalui Kemandirian Ekonomi dan Advokasi Publik

Dimensi kedua dari temuan penelitian ini menyoroti bagaimana komunikasi sosial ditransformasikan menjadi aksi pemberdayaan ekonomi dan advokasi publik yang berdampak nyata. PWWI Lampung menyadari bahwa dakwah bil lisan (ucapan) harus disempurnakan dengan dakwah bil hal (tindakan nyata). Dalam bidang ekonomi, strategi komunikasi difokuskan pada pembangunan kemandirian umat melalui fasilitasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Data lapangan mencatat penyelenggaraan "Bazaar UMKM PWWI" secara berkala pada tahun 2024–2025 di lokasi strategis seperti Balai Keratun dan Masjid Al Muhajirin. Bazaar ini bukan sekadar pasar tumpah, melainkan arena komunikasi ekonomi di mana terjadi pertukaran informasi pasar, perluasan jejaring pemasaran, dan edukasi produk antaranggota.

Lebih strategis lagi, PWWI melakukan pendampingan sertifikasi halal bagi ribuan pelaku usaha di lingkungannya. Komunikasi yang dilakukan dalam program ini bersifat persuasif dan edukatif. Pengurus PWWI secara intensif meyakinkan anggotanya tentang urgensi sertifikasi halal bukan hanya sebagai kewajiban syariat, tetapi sebagai nilai tambah ekonomi yang meningkatkan daya saing produk. Proses pendampingan ini menciptakan pola komunikasi intensif yang membangun kepercayaan (trust) antara organisasi dan anggotanya. PWWI hadir bukan sebagai birokrat yang menyulitkan, tetapi sebagai mitra yang memfasilitasi pertumbuhan ekonomi keluarga, sehingga memperkuat legitimasi organisasi di mata anggotanya.

Selain ekonomi, komunikasi sosial PWWI juga merambah wilayah advokasi hukum dan perlindungan perempuan. Temuan penting dalam riset ini adalah penyelenggaraan

"Seminar Pencegahan dan Penanggulangan Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT)" pada 20 Juli 2024, yang berhasil menghimpun 250 peserta. Dengan menggandeng narasumber otoritatif dari Dinas PPPA, Polda Lampung, dan akademisi UIN Raden Intan, PWWI menjalankan fungsi komunikasi advokasi. Organisasi ini menerjemahkan bahasa hukum yang rumit menjadi bahasa sosial-keagamaan yang mudah dipahami oleh kaum ibu. Komunikasi ini bertujuan untuk mematahkan budaya diam (*culture of silence*) terhadap kekerasan, memberikan keberanian bagi korban untuk bersuara, dan membangun kesadaran kolektif untuk saling melindungi. Dalam ranah sosial-kesehatan, PWWI menerapkan komunikasi empatik melalui aksi-aksi kemanusiaan. Program seperti donor darah, bantuan korban banjir, pemeriksaan kesehatan gratis, dan edukasi stunting merupakan bentuk pesan non-verbal yang sangat kuat. Melalui kegiatan ini, PWWI mengomunikasikan nilai kepedulian Islam secara nyata. Ketika organisasi turun langsung memberikan santunan anak yatim atau membantu korban bencana, terjadi komunikasi hati ke hati yang menyentuh sisi emosional masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori Mulyana (2018) bahwa komunikasi sosial yang efektif adalah yang mampu menumbuhkan empati. Tindakan nyata ini jauh lebih efektif dalam membangun citra positif organisasi dibandingkan sekadar retorika dakwah di atas mimbar. Adaptasi terhadap teknologi komunikasi juga menjadi temuan krusial. Bidang Humas PWWI secara aktif memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook) dan platform pesan instan (WhatsApp Group) untuk publikasi dan konsolidasi. Strategi komunikasi digital ini memungkinkan pesan-pesan pemberdayaan—baik materi dakwah, info bazaar, maupun kampanye anti-KDRT—tersebar luas melampaui batas geografis. Media digital menjadikan komunikasi organisasi lebih egaliter dan responsif, di mana anggota dapat memberikan umpan balik secara langsung. Ini membuktikan bahwa PWWI mampu

melakukan hibriditas komunikasi, memadukan kekuatan interaksi tatap muka yang hangat dengan kecepatan dan jangkauan teknologi digital yang luas.

Secara analisis, seluruh rangkaian kegiatan ekonomi dan sosial ini merupakan manifestasi dari "Komunikasi Pemberdayaan" (Communication for Empowerment). Seperti ditegaskan Effendy (2019), komunikasi pemberdayaan bertujuan untuk memandirikan khalayak. Dalam kasus PWWI, komunikasi tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi berlanjut pada perubahan perilaku: dari yang sebelumnya usaha tanpa izin menjadi bersertifikat halal, dari yang tidak paham hukum KDRT menjadi sadar hukum, dari yang pasif menjadi aktif berdonasi. Sinergi antara pesan verbal dan tindakan nyata ini menciptakan dampak sosial yang signifikan.

Keseluruhan strategi ini menempatkan PWWI Lampung sebagai model organisasi perempuan berbasis iman (faith-based organization) yang progresif. Komunikasi sosial digunakan sebagai instrumen untuk menyeimbangkan kesalehan individual dan kesalehan sosial. Melalui penguatan ekonomi dan advokasi publik, PWWI membuktikan bahwa nilai-nilai Islam dapat diterjemahkan menjadi solusi konkret atas permasalahan kemiskinan dan ketidakadilan sosial. Hal ini memperkuat posisi tawar organisasi di ruang publik dan menjadikannya mitra strategis pemerintah dalam pembangunan daerah. Akhirnya, integrasi antara pemberdayaan ekonomi, advokasi sosial, dan adaptasi digital ini membentuk sebuah ekosistem komunikasi yang tangguh. Anggota PWWI tidak hanya terikat karena kesamaan keyakinan agama, tetapi juga karena adanya kemanfaatan pragmatis yang mereka rasakan. Modal sosial yang terbangun melalui bazaar dan advokasi menjadi jaring pengaman sosial (social safety net) bagi anggota di masa krisis. Dengan demikian, komunikasi sosial di PWWI Lampung telah berhasil melampaui fungsi tradisionalnya, menjadi motor penggerak transformasi sosial yang berkelanjutan menuju masyarakat yang madani.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi sosial yang diterapkan oleh Pimpinan Wilayah Wanita Islam (PWWI) Provinsi Lampung memegang peran sentral dalam mentransformasikan organisasi perempuan berbasis agama menjadi agen pemberdayaan yang progresif. Temuan studi menunjukkan bahwa komunikasi sosial di PWWI tidak sekadar berfungsi sebagai alat penyampaian informasi administratif, melainkan beroperasi sebagai mekanisme kohesi sosial (*social cohesion mechanism*) dan instrumen pemberdayaan ekonomi-politik.

Secara spesifik, keberhasilan PWWI Lampung terletak pada kemampuannya mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam aksi pragmatis melalui dua pendekatan strategis. Pertama, dalam ranah internal, komunikasi sosial digunakan untuk membangun identitas kolektif dan soliditas anggota. Transformasi metode dakwah dari tekstual menjadi kontekstual-dialogis telah berhasil menanamkan rasa memiliki (*sense of belonging*) dan mengubah kerumunan anggota menjadi komunitas yang terorganisir (*organized community*). Kedua, dalam ranah eksternal, PWWI menerapkan "komunikasi pemberdayaan" yang mewujud dalam fasilitasi kemandirian ekonomi (UMKM halal) dan advokasi publik (pencegahan KDRT dan stunting). Sinergi antara dakwah bil lisan (*lisan*) dan bil hal (*tindakan nyata*) ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan publik (*public trust*) dan modal sosial (*social capital*) yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyana, P., & Andrian, B. (2024). *Agama , Media , Dan Masyarakat Di Era Digital*. 4(2), 85–95.
- Aslam, A. P. (2023). *Metodologi Penelitian*. 35.
- Aziz, M. A. (2019). *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis dalam Aktivitas Dakwah Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Boston: Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahrudin, M. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ichwan, M. N., Amin, F., Khusairi, A., & Andrian, B. (2024). *Digitalization and the shifting religious literature of Indonesian Muslims in the Era of Society 5 . 0*. 9(2), 245–265.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community Development: Community-based Alternatives in an Age of Globalisation* (3rd ed.). Frenchs Forest: Pearson Education.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of Human Communication*. Waveland Press, Inc.
- Maulidin, S., & Muamalah, H. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar*.
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Pratama, A. R., Aprison, W., & Syafruddin, N. L. (2024). *Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam*. 5(1), 45–53.
- Rahmah Dwi Nopryana, Akhmad Syahid, R. (2020). *Peran Kepemimpinan Wanita Islam Dan Perubahan Sosial*. 04(02), 264–279.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). *Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital : Kajian Literatur Universitas Pembangunan Nasional Veteran , Jakarta* 3(1).

- Yusuf, A., & Nur, M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Islam*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 45–60
- Putri, A. (2022). *Komunikasi Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat: Sebuah Kajian Literatur*. *Jurnal Sosial dan Dakwah*, 8(2), 201–218