Aimmah: Social Sciences Journal
https://aimmah.kjii.org

E-ISSN: 3089-1450
Vol. 3 No. 1, 2026

Research Article

Integration of Short-Form Video: A Strategic Analysis of Fatwa No. 24 of 2017 (MUI) on Da'wah in the Digital Era

Solahudin Al Ayyubi
Universitas Muhammadiyah Jakarta
E-mail: ayubizero0@gmail.com

Muhammad Iqbal Badrudin
Universitas Islam Jakarta
E-mail: iqbalbadrudin07@gmail.com

Ahmad Mubarok
Universitas Muhammadiyah Jakarta
E-mail: mubarokzulva@gmail.com

Siti Nuri Nurhaida
Universitas Islam As-syafi'iyah Jakarta
E-mail: sitinurinurhaidah.fai@uia.ac.id

Ahmad Irfan
Universitas Muhammadiyah Jakarta
E-mail: muhammadirfan.fai@umj.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Aimmah: Social Sciences Journal. This is an open access article under the CC BY License: (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

Received : August 11, 2026
Revised : September 17, 2026
Accepted : October 19, 2026
Available online : November 3, 2026

How to Cite: Solahudin Al Ayyubi, Muhammad Iqbal Badrudin, Ahmad Mubarok, Siti Nuri Nurhaida, & Ahmad Irfan. (2026). Integration of Short-Form Video: A Strategic Analysis of Fatwa No. 24 of 2017 (MUI) on Da'wah in the Digital Era. Aimmah: Social Sciences Journal, 3(1), 12–24. https://doi.org/10.63738/aimmah.v3i1.53

Abstract
The emergence of short-video platforms such as TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts has fundamentally transformed the landscape of Islamic religious communication (dakwah) in Indonesia (Nurjamilah et al., 2025). The short-duration video format, which relies on recommendation algorithms and user engagement, offers wide audience reach while simultaneously carrying risks of ethical deviation in social interaction (muamalah), such as the dissemination of unverified religious information, context-stripping of sermons, and an orientation toward virality alone (Majelis Ulama Indonesia [MUI], 2017; Syihab et al., 2026). This study aims to examine how the principles contained in Fatwa of the Indonesian Council of Ulama (MUI) Number 24 of 2017 concerning the Law and Guidelines for Social Media Interaction (MUI, 2017) can be integrated as a strategic framework in short-video-based da'wah practice. This study employs a qualitative descriptive method with a library research approach, examining the text of MUI Fatwa No. 24 of 2017 (MUI, 2017), literature on the paradigm and epistemology of da'wah (Abdullah, 2019), and studies on language dynamics and user behavior on social media (Nurjamilah et al., 2025). The findings indicate that the four core guidelines within the fatwa (MUI, 2017)—general guidelines, content verification guidelines, content production guidelines, and content dissemination guidelines—can be operationalized into five integration strategies for digital preachers: (1) layered tabayun (verification) prior to content production, (2) script design

that preserves the integrity of meaning (anti-fragmentation), (3) the application of creative ethics in the use of trends, music, and visuals, (4) moderation of comment sections as a digital public space, and (5) continuous evaluation of content impact. This study recommends that da'wah institutions, Muslim content creators, and platform regulators collaborate to formulate technical guidelines derived from MUI Fatwa No. 24 of 2017 (MUI, 2017) that specifically accommodate the characteristics of short video as a contemporary da'wah medium.

Keywords: Short Video, Digital Da'wah, MUI Fatwa, Tabayun, Epistemology of Da'wah.

Integrasi Video Singkat: Kajian Strategi Fatwa No. 24 Tahun 2017 (MUI) Tentang Dakwah Era Digital

Abstrak
Kehadiran platform video singkat seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts telah mengubah lanskap komunikasi dakwah di Indonesia secara mendasar (Nurjamilah et al., 2025). Format video berdurasi pendek, yang mengandalkan algoritma rekomendasi dan keterlibatan (engagement) pengguna, menawarkan jangkauan audiens yang luas sekaligus membawa risiko penyimpangan etika bermuamalah, seperti penyebaran informasi keagamaan yang tidak terverifikasi, pemotongan konteks ceramah (context-stripping), dan orientasi pada viralitas semata (Majelis Ulama Indonesia [MUI], 2017; Syihab et al., 2026). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip yang termuat dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial (MUI, 2017) dapat diintegrasikan sebagai kerangka strategi dalam praktik dakwah berbasis video singkat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan kepustakaan (library research), yang menelaah teks Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017), literatur paradigma dan epistemologi dakwah (Abdullah, 2019), serta kajian dinamika bahasa dan perilaku pengguna di media sosial (Nurjamilah et al., 2025). Hasil kajian menunjukkan bahwa empat pedoman inti dalam fatwa tersebut (MUI, 2017)—pedoman umum, pedoman verifikasi konten, pedoman pembuatan konten, dan pedoman penyebaran konten—dapat dioperasionalkan menjadi lima strategi integrasi bagi dai digital, yaitu: (1) tabayun berlapis sebelum produksi konten, (2) desain naskah video yang menjaga keutuhan makna (anti-fragmentasi), (3) penerapan etika kreatif dalam penggunaan tren, musik, dan visual, (4) moderasi kolom komentar sebagai ruang publik digital, dan (5) evaluasi dampak konten secara berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan agar lembaga dakwah, content creator muslim, dan regulator platform bersinergi merumuskan panduan teknis (juknis) turunan dari Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017) yang secara khusus mengakomodasi karakteristik video singkat sebagai medium dakwah kontemporer.

Kata Kunci: Video Singkat, Dakwah Digital, Fatwa MUI, Tabayun, Epistemologi Dakwah.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah wajah dakwah Islam secara signifikan dalam dua dekade terakhir (Abdullah, 2019). Jika pada era 1990-an dan awal 2000-an dakwah masih sangat identik dengan mimbar, majelis taklim, dan media cetak, maka pada dekade kedua abad ke-21 dakwah bertransformasi menuju ruang digital yang serba cepat, visual, dan algoritmik (Abdullah, 2019; Nurjamilah et al., 2025). Salah satu wujud paling menonjol dari transformasi ini adalah menjamurnya konten video berdurasi pendek—umumnya di bawah tiga menit—yang disebarkan melalui platform seperti TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, dan fitur serupa di berbagai aplikasi perpesanan (Nurjamilah et al., 2025).

Fenomena video singkat bukan sekadar pergeseran format, melainkan pergeseran paradigma komunikasi secara menyeluruh (Nurjamilah et al., 2025). Video singkat mengandalkan algoritma rekomendasi yang memprioritaskan durasi tonton (watch time), tingkat keterlibatan (likes, comments, shares), dan kecepatan penyampaian pesan dalam hitungan detik pertama (Nurjamilah et al., 2025). Struktur ini memaksa kreator, termasuk dai dan pendakwah, untuk mengemas pesan keagamaan secara padat, menarik perhatian secara instan, dan seringkali mengorbankan konteks demi efisiensi durasi. Di satu sisi, pendekatan ini membuka peluang dakwah menjangkau audiens yang jauh lebih luas dan

lintas generasi, khususnya generasi muda yang mayoritas waktunya dihabiskan di platform-platform tersebut (Nurjamilah et al., 2025). Di sisi lain, karakteristik video singkat—cepat, terpotong-potong, dan berorientasi pada viralitas—berpotensi menimbulkan sejumlah persoalan etis dan syar'i yang serius (MUI, 2017).

Persoalan tersebut antara lain: pertama, fenomena pemotongan ceramah (clip culture) yang mengambil sepenggal kalimat ustaz atau ustazah tanpa konteks utuh, sehingga berpotensi mengubah makna asli pesan bahkan menimbulkan fitnah (MUI, 2017). Kedua, dorongan algoritmik untuk membuat konten yang provokatif atau kontroversial demi meningkatkan engagement, yang secara tidak langsung mendorong dai digital untuk mengorbankan kehati-hatian (tabayun) demi kecepatan unggah (MUI, 2017; Syihab et al., 2026). Ketiga, munculnya buzzer atau akun-akun yang memanfaatkan simbol keagamaan untuk kepentingan ekonomi maupun politik tertentu, sebagaimana telah dikaji secara khusus dalam berbagai penelitian mengenai buzzer politik di media sosial (Syihab et al., 2026; Kurniawan et al., 2021). Keempat, pergeseran gaya bahasa yang semakin informal, penuh slang, dan multimodal, yang menuntut penyesuaian cara berdakwah tanpa mengorbankan kaidah keilmuan (Nurjamilah et al., 2025).

Dalam merespons berbagai persoalan etika bermuamalah di media sosial secara umum, Majelis Ulama Indonesia (MUI, 2017) telah menerbitkan Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial. Fatwa ini disusun sebagai respons atas maraknya penyalahgunaan media digital untuk menyebarkan hoaks, fitnah, ghibah, namimah, ujaran kebencian, dan konten-konten yang merusak tatanan sosial (MUI, 2017). Fatwa tersebut memuat empat kerangka pedoman utama, yaitu pedoman umum, pedoman verifikasi konten/informasi, pedoman pembuatan konten/informasi, dan pedoman penyebaran konten/informasi, yang kesemuanya bertumpu pada prinsip tabayun, kejujuran, kemanfaatan, dan kepatutan ranah publik (MUI, 2017).

Meskipun Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dirumuskan pada tahun 2017—ketika platform video singkat semacam TikTok belum sepopuler saat ini di Indonesia—prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya bersifat lintas-platform dan lintas-format, karena berangkat dari kaidah fikih yang universal seperti sadd al-dzari'ah (menutup jalan kepada kerusakan) dan kaidah "al-ashlu fi al-mu'amalat al-ibahah illa an yadulla dalilun 'ala tahrimihi" (hukum asal muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya) (MUI, 2017; Syihab et al., 2026). Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengkaji secara khusus bagaimana pedoman-pedoman tersebut dapat diintegrasikan secara operasional ke dalam praktik dakwah berbasis video singkat, mengingat karakteristik format ini memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan unggahan teks panjang, foto, maupun siaran langsung (Nurjamilah et al., 2025).

Kajian tentang paradigma dan epistemologi dakwah juga menjadi relevan dalam konteks ini (Abdullah, 2019). Perkembangan Ilmu Dakwah menunjukkan pergeseran dari paradigma tablig semata menuju paradigma dakwah integratif yang mencakup dakwah bil lisan, bil kitabah, dan bil hal, serta pergeseran epistemologis dari pendekatan normatif-deduktif menuju pendekatan yang juga mengakomodasi realitas empiris-induktif masyarakat penerima dakwah/mad'u (Abdullah, 2019). Video singkat, sebagai salah satu wujud kontemporer dari dakwah bil lisan yang dimediasi teknologi, menuntut kerangka epistemologis baru yang mempertemukan kaidah normatif fikih komunikasi (MUI, 2017) dengan realitas empiris perilaku pengguna media sosial, termasuk perubahan gaya bahasa, budaya visual, dan pola konsumsi informasi generasi digital (Nurjamilah et al., 2025).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan pokok: pertama, bagaimana karakteristik video singkat sebagai medium dakwah

dan potensi risikonya ditinjau dari perspektif etika bermuamalah dalam Islam (MUI, 2017); kedua, bagaimana relevansi dan keterterapan pedoman-pedoman dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 terhadap praktik produksi dan distribusi konten dakwah berbasis video singkat (MUI, 2017); dan ketiga, strategi integrasi apa yang dapat dirumuskan agar dai digital, lembaga dakwah, dan content creator muslim dapat memanfaatkan video singkat secara maksimal tanpa melanggar prinsip-prinsip syariat dan etika bermedia sosial yang telah digariskan MUI (MUI, 2017; Abdullah, 2019).

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian epistemologi dakwah kontemporer dengan menghadirkan kerangka analisis yang menjembatani fikih muamalah digital (MUI, 2017) dan ilmu komunikasi media baru/new media (Nurjamilah et al., 2025). Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi dai digital, lembaga dakwah, akademisi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta pengelola platform dalam merumuskan pedoman teknis produksi konten dakwah video singkat yang tetap berpijak pada nilai-nilai Islam (Abdullah, 2019; MUI, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (library research). Data yang digunakan bersumber dari tiga kategori utama. Kategori pertama adalah dokumen normatif, yaitu teks resmi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial (MUI, 2017), yang menjadi objek kajian utama sekaligus kerangka analisis (analytical framework) penelitian ini. Kategori kedua adalah literatur akademik mengenai paradigma dan epistemologi dakwah (Abdullah, 2019), yang digunakan untuk memahami posisi video singkat dalam struktur keilmuan dakwah kontemporer. Kategori ketiga adalah kajian mengenai dinamika bahasa dan perilaku pengguna di media sosial (Nurjamilah et al., 2025), termasuk karakteristik platform seperti TikTok, Instagram, Twitter/X, dan WhatsApp, yang digunakan untuk memetakan kekhasan komunikasi pada video singkat dibandingkan format media sosial lainnya. Sebagai pelengkap, penelitian ini juga merujuk pada kajian mengenai fenomena buzzer di media sosial (Syihab et al., 2026; Kurniawan et al., 2021) untuk memetakan batas etis antara strategi jangkauan dakwah yang sah dan praktik manipulasi opini yang dilarang.

Penelitian ini menempuh tiga tahap analisis. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu mengidentifikasi poin-poin normatif dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017) yang relevan dengan praktik produksi dan distribusi konten audiovisual singkat, khususnya pada bagian Ketentuan Hukum dan Pedoman Bermuamalah (poin Ketiga: Pedoman Umum, Pedoman Verifikasi, Pedoman Pembuatan, dan Pedoman Penyebaran Konten/Informasi). Tahap kedua adalah kategorisasi silang (cross-tabulation), yaitu memetakan setiap poin pedoman fatwa (MUI, 2017) terhadap tahapan produksi video singkat (Nurjamilah et al., 2025)—mulai dari riset topik, penulisan naskah (script), pengambilan gambar (shooting), penyuntingan (editing), hingga distribusi dan interaksi pascaunggah (comment moderation). Tahap ketiga adalah sintesis strategi, yaitu merumuskan langkah-langkah operasional yang dapat diterapkan oleh dai digital berdasarkan hasil pemetaan tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis data bersifat multidisiplin, meliputi pendekatan yuridis-normatif (menelaah fatwa sebagai produk hukum Islam) (MUI, 2017), pendekatan komunikasi (menelaah karakteristik teknis dan algoritmik platform video singkat) (Nurjamilah et al., 2025), serta pendekatan sosiolinguistik (menelaah pergeseran

gaya bahasa pengguna media sosial yang memengaruhi cara dakwah dikemas) (Nurjamilah et al., 2025). Ketiga pendekatan ini digunakan secara terintegrasi untuk menghasilkan kerangka strategi yang komprehensif, tidak semata bersifat normatif teologis (Abdullah, 2019), tetapi juga aplikatif secara teknis komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Video Singkat sebagai Medium Dakwah Kontemporer

Video singkat memiliki sejumlah karakteristik teknis yang membedakannya secara fundamental dari format dakwah konvensional maupun format media sosial berbasis teks (Nurjamilah et al., 2025). Pertama, keterbatasan durasi memaksa penyederhanaan pesan. Sebuah ceramah yang di mimbar dapat disampaikan selama tiga puluh menit hingga satu jam, dalam format video singkat harus dipadatkan menjadi lima belas hingga enam puluh detik, atau paling lama tiga menit (Nurjamilah et al., 2025). Pemadatan ini menuntut keterampilan penyusunan pesan yang efisien, namun pada saat yang sama membawa risiko penyederhanaan berlebihan (oversimplification) yang dapat mengaburkan nuansa hukum fikih yang sesungguhnya memerlukan penjelasan rinci, termasuk perbedaan pendapat ulama/khilafiyah (Abdullah, 2019).

Kedua, algoritma rekomendasi video singkat bekerja berdasarkan sinyal keterlibatan pengguna dalam hitungan detik pertama tayangan (Nurjamilah et al., 2025). Jika penonton tidak tertarik pada tiga hingga lima detik awal, sistem akan mengurangi distribusi video tersebut ke pengguna lain (Nurjamilah et al., 2025). Kondisi ini mendorong kreator, termasuk dai digital, untuk menyusun pembuka (hook) yang sensasional, mengejutkan, atau kontroversial agar video tidak "tenggelam" oleh algoritma. Dorongan struktural inilah yang berpotensi menggeser orientasi dakwah dari penyampaian kebenaran (al-haqq) menuju pengejaran viralitas semata, sebuah pergeseran yang jika dibiarkan dapat bertentangan dengan semangat dakwah itu sendiri sebagai upaya rekonstruksi masyarakat menuju kebaikan, bukan sekadar mengejar perhatian (Abdullah, 2019; MUI, 2017).

Ketiga, video singkat bersifat sangat mudah dipotong, disunting ulang, diberi teks tambahan (overlay text), digabungkan dengan audio tren (trending sound), bahkan diunggah ulang oleh pihak lain di luar kendali kreator asli (Nurjamilah et al., 2025). Karakteristik inilah yang melahirkan fenomena "klip ceramah" yang beredar tanpa konteks utuh, di mana sepenggal kalimat seorang dai dapat diambil dari pembahasan panjang, kemudian disebarluaskan dengan judul yang provokatif dan menyesatkan makna aslinya (Syihab et al., 2026). Fenomena ini sangat relevan dengan larangan menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan/atau waktunya sebagaimana disebutkan dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017), sekaligus berkaitan dengan prinsip bahwa informasi yang terkait konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya (MUI, 2017).

Keempat, video singkat bersifat multimodal, menggabungkan unsur visual, audio, teks overlay, dan ekspresi tubuh secara simultan (Nurjamilah et al., 2025). Multimodalitas ini memberikan kekayaan ekspresi dakwah yang tidak dimiliki oleh dakwah bil kitabah semata (Abdullah, 2019), namun juga membuka celah penyalahgunaan, misalnya penggunaan musik yang tidak sesuai kaidah syar'i, visual yang tidak menutup aurat, atau efek dramatisasi berlebihan yang mengaburkan substansi pesan keagamaan (MUI, 2017).

Kelima, ruang komentar pada video singkat menjadi arena interaksi publik yang sangat terbuka dan cepat, di mana perdebatan, ejekan, hingga ujaran kebencian antarpengguna dapat muncul dalam hitungan menit setelah video diunggah (Nurjamilah et al., 2025; Syihab et al., 2026). Kolom komentar inilah yang menjadi salah satu titik kritis

penerapan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017), sebab pengelolaan ruang publik digital tersebut turut menjadi tanggung jawab moral kreator konten sebagai pihak yang membuka ruang interaksi.

Kelima karakteristik di atas menegaskan bahwa video singkat bukan sekadar "ceramah yang diperpendek", melainkan bentuk komunikasi baru dengan logika produksi, distribusi, dan resepsi yang berbeda secara struktural (Nurjamilah et al., 2025). Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip bermuamalah digital sebagaimana diatur dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017) memerlukan penyesuaian teknis yang spesifik terhadap kekhasan format ini, bukan sekadar penerapan literal tanpa kontekstualisasi.

Pergeseran Paradigma dan Epistemologi Dakwah dalam Konteks Video Singkat

Sebagaimana ditegaskan dalam kajian keilmuan dakwah, paradigma dakwah telah mengalami pergeseran dari sekadar tablig menuju dakwah integratif yang mencakup tiga bentuk: bil lisan, bil kitabah, dan bil hal (Abdullah, 2019). Video singkat, dalam kerangka ini, dapat dipahami sebagai bentuk hibrida yang menggabungkan ketiga unsur tersebut sekaligus: unsur lisan melalui narasi verbal, unsur kitabah melalui teks overlay dan caption, serta unsur hal melalui visualisasi tindakan, ekspresi, dan keteladanan yang ditampilkan secara audiovisual (Abdullah, 2019; Nurjamilah et al., 2025). Konvergensi ketiga bentuk dakwah dalam satu format inilah yang menjadikan video singkat sebagai medium dakwah yang secara epistemologis unik, karena tidak dapat sepenuhnya didekati dengan kerangka analisis dakwah bil lisan konvensional (retorika mimbar) maupun dakwah bil kitabah konvensional (jurnalisme dakwah cetak) (Abdullah, 2019).

Epistemologi dakwah, sebagaimana dijelaskan dalam berbagai kajian keilmuan dakwah, merupakan cabang pemikiran yang membicarakan hakikat, batasan, dan prosedur keilmuan yang ditempuh untuk menghasilkan pengetahuan dan praktik dakwah yang sahih (Abdullah, 2019; Suriasumantri, 1983, sebagaimana dikutip dalam Abdullah, 2019). Ilmu dakwah, sebagai disiplin ilmu, merupakan hasil sintesis antara sumber normatif (Al-Qur'an dan Hadis) dengan pengalaman empiris mengenai perilaku manusia dalam menerima dan mengamalkan ajaran agama (Abdullah, 2019). Video singkat, sebagai objek kajian dakwah kontemporer, menuntut sintesis serupa: di satu sisi harus tetap berpijak pada sumber normatif keagamaan dan kaidah fikih muamalah digital yang telah dirumuskan MUI (MUI, 2017), namun di sisi lain juga harus memperhitungkan realitas empiris perilaku pengguna platform video singkat, termasuk pola konsumsi konten yang cepat, preferensi terhadap konten visual dibandingkan tekstual, serta kecenderungan generasi digital untuk mengonsumsi informasi keagamaan secara terfragmentasi (Nurjamilah et al., 2025).

Pendekatan reflektif dalam metode pengembangan ilmu dakwah—yang bertitik tolak dari verifikasi prinsip dan konsep dasar dakwah terhadap fakta empiris di lapangan—sangat relevan diterapkan dalam mengkaji video singkat (Abdullah, 2019). Melalui pendekatan ini, dai digital dan lembaga dakwah dapat melakukan evaluasi berkelanjutan (das sollen versus das sein) antara idealitas pesan dakwah yang ingin disampaikan dengan realitas resepsi audiens di platform video singkat, termasuk potensi kesalahpahaman, misinterpretasi, atau bahkan penyalahgunaan konten oleh pihak ketiga (Abdullah, 2019; Syihab et al., 2026).

Selain itu, pendekatan riset dakwah partisipatif juga relevan diterapkan, mengingat dakwah melalui video singkat merupakan fenomena aktual yang berinteraksi dengan aneka ragam sistem kemasyarakatan, ilmu, dan teknologi (Abdullah, 2019). Masalah dakwah video singkat tidak dapat dikaji secara parsial, melainkan harus mempertimbangkan aspek teknologi (algoritma platform) (Nurjamilah et al., 2025), aspek sosiologis (perilaku dan

preferensi audiens) (Nurjamilah et al., 2025), serta aspek syar'i (kaidah fikih komunikasi) (MUI, 2017) secara simultan.

Dalam kerangka epistemologis ini, Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dapat diposisikan sebagai jembatan metodologis antara pendekatan normatif-deduktif (yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, kaidah fikih, dan pendapat ulama) dengan pendekatan empiris-induktif (yang mempertimbangkan realitas praktik bermedia sosial masyarakat kontemporer, termasuk fenomena buzzer, penyebaran hoaks, dan pergeseran gaya bahasa digital) (MUI, 2017; Abdullah, 2019; Syihab et al., 2026; Nurjamilah et al., 2025). Dengan demikian, integrasi fatwa ke dalam praktik video singkat bukan sekadar penerapan hukum secara kaku, melainkan proses dialektika berkelanjutan antara idealitas syariat dan realitas medium.

Struktur Normatif Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 sebagai Kerangka Analisis

Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 disusun dengan struktur yang sistematis, terdiri atas ketentuan umum, ketentuan hukum, pedoman bermuamalah, rekomendasi, dan ketentuan penutup (MUI, 2017). Bagian yang paling relevan untuk dijadikan kerangka analisis integrasi video singkat adalah bagian Ketiga tentang Pedoman Bermuamalah, yang terbagi menjadi empat sub-pedoman: Pedoman Umum, Pedoman Verifikasi Konten/Informasi, Pedoman Pembuatan Konten/Informasi, dan Pedoman Penyebaran Konten/Informasi (MUI, 2017).

Pedoman Umum menegaskan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana silaturahmi, penyebaran informasi, dakwah, pendidikan, rekreasi, dan berbagai kegiatan positif lainnya, dengan syarat tidak melanggar ketentuan agama dan peraturan perundang-undangan (MUI, 2017). Pedoman ini juga menegaskan lima proposisi epistemologis penting: bahwa konten yang berasal dari media sosial memiliki kemungkinan benar dan salah; konten yang baik belum tentu benar; konten yang benar belum tentu bermanfaat; konten yang bermanfaat belum tentu cocok disampaikan ke ranah publik; dan tidak semua konten yang benar itu boleh dan pantas disebar ke ranah publik (MUI, 2017). Kelima proposisi ini menjadi fondasi filosofis yang sangat relevan bagi dai digital dalam menyaring materi dakwah sebelum diproduksi menjadi video singkat, khususnya dalam menghindari godaan untuk mengangkat topik-topik sensasional yang secara faktual mungkin benar namun tidak patut atau tidak bermanfaat untuk disebarluaskan secara masif (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025).

Pedoman Verifikasi Konten/Informasi menekankan pentingnya proses tabayun sebelum menyebarkan informasi apa pun, baik yang bersifat positif maupun negatif, dengan memastikan aspek sumber (sanad), aspek kebenaran isi (matan), serta konteks tempat dan waktu penyampaian informasi (MUI, 2017). Fatwa ini juga menegaskan bahwa upaya tabayun harus dilakukan secara tertutup kepada pihak terkait, bukan secara terbuka di ranah publik, serta menegaskan bahwa konten yang berisi pujian dan hal-hal positif pun tetap harus melalui proses tabayun (MUI, 2017). Prinsip ini sangat relevan bagi dai digital ketika mengangkat isu-isu aktual, viral, atau kontroversial sebagai bahan konten video singkat, sebab kecepatan tren di platform video singkat kerap mendorong kreator untuk segera merespons suatu isu tanpa melalui proses verifikasi yang memadai (Nurjamilah et al., 2025; Syihab et al., 2026).

Pedoman Pembuatan Konten/Informasi menetapkan sembilan kriteria yang harus dipenuhi dalam memproduksi konten untuk ranah publik: penggunaan kalimat, grafis, gambar, dan suara yang simpel, mudah dipahami, tidak multitafsir, dan tidak menyakiti orang lain; konten harus benar dan terverifikasi; konten menyajikan informasi yang

bermanfaat; konten menjadi sarana amar makruf nahi mungkar dalam pengertian luas; konten berdampak baik bagi penerima; diksi yang dipilih tidak provokatif; konten tidak berisi hoaks, fitnah, ghibah, namimah, bullying, gosip, atau ujaran kebencian; konten tidak mendorong perbuatan terlarang secara syar'i; dan konten tidak berisi hal-hal pribadi yang tidak layak disebarkan ke ranah publik (MUI, 2017). Sembilan kriteria ini merupakan poin paling operasional yang dapat langsung diterjemahkan menjadi standar produksi (production standard) bagi tim kreator konten dakwah video singkat (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025).

Pedoman Penyebaran Konten/Informasi menambahkan enam kriteria tambahan yang harus dipenuhi konten sebelum disebarkan kepada khalayak umum: konten harus benar dari sisi isi, sumber, waktu, tempat, latar belakang, dan konteks; bermanfaat baik bagi penyebar maupun penerima; bersifat umum dan layak diketahui oleh masyarakat luas; tepat waktu dan tempat (muqtadlal hal); tepat konteks; serta memiliki hak, artinya tidak melanggar hak kekayaan intelektual maupun privasi orang lain (MUI, 2017). Kriteria "tepat waktu dan tempat" serta "tepat konteks" menjadi sangat relevan mengingat karakteristik algoritma video singkat yang dapat menampilkan kembali (resurface) suatu video kapan saja setelah diunggah, bahkan bertahun-tahun kemudian, tanpa mempertimbangkan apakah konteks sosial-politik-keagamaan saat video tersebut ditonton kembali masih relevan dengan konteks saat video pertama kali dibuat (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025).

Pemetaan Silang: Tahapan Produksi Video Singkat dan Pedoman Fatwa MUI

Untuk mengoperasionalkan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 ke dalam praktik video singkat, penelitian ini melakukan pemetaan silang antara tahapan produksi konten video singkat (Nurjamilah et al., 2025) dengan pedoman-pedoman yang relevan dalam fatwa tersebut (MUI, 2017).

Tahap pertama adalah riset dan pemilihan topik. Pada tahap ini, dai digital perlu menerapkan lima proposisi epistemologis dalam Pedoman Umum fatwa (MUI, 2017), yakni mempertanyakan apakah topik yang hendak diangkat benar secara faktual, apakah bermanfaat bagi audiens, dan apakah pantas disampaikan ke ranah publik yang sangat luas dan heterogen. Sebagai contoh, topik-topik yang berpotensi menimbulkan perpecahan antarmazhab atau antarkelompok umat, meskipun secara akademis benar, perlu dipertimbangkan kembali kepatutannya untuk dijadikan konten video singkat yang akan dikonsumsi oleh audiens lintas latar belakang keilmuan secara sangat cepat dan tanpa konteks penjelasan yang memadai (MUI, 2017; Abdullah, 2019).

Tahap kedua adalah verifikasi materi. Sebelum menuliskan naskah, dai digital wajib melakukan tabayun terhadap dalil, riwayat, data, maupun peristiwa aktual yang hendak dijadikan bahan konten, dengan memastikan aspek sanad (kredibilitas sumber rujukan, baik kitab, ulama, maupun lembaga fatwa), aspek matan (kesesuaian isi dengan maksud aslinya, tidak dipotong atau ditafsirkan sepihak), dan aspek konteks (latar belakang waktu dan tempat suatu dalil atau peristiwa) (MUI, 2017). Pada tahap ini, dai digital idealnya melibatkan proses tashih (pemeriksaan) oleh pihak yang lebih berkompeten sebelum materi difinalisasi menjadi naskah video, khususnya untuk topik-topik fikih yang memiliki kompleksitas khilafiyah (Abdullah, 2019; MUI, 2017).

Tahap ketiga adalah penulisan naskah (scripting). Pada tahap ini, sembilan kriteria dalam Pedoman Pembuatan Konten menjadi acuan utama (MUI, 2017). Naskah video singkat harus disusun dengan kalimat yang sederhana namun tidak multitafsir, menghindari diksi provokatif yang biasa digunakan untuk memancing engagement algoritmik (Nurjamilah et al., 2025), serta memastikan bahwa pemadatan durasi tidak menghilangkan

nuansa penting dari pesan aslinya (MUI, 2017). Pada tahap ini pula, dai digital perlu secara sadar menghindari taktik "clickbait" yang menyesatkan, seperti judul atau pembuka video yang mengesankan suatu hukum bersifat mutlak padahal sesungguhnya memiliki nuansa perbedaan pendapat ulama (Syihab et al., 2026).

Tahap keempat adalah pengambilan gambar dan penyuntingan (shooting dan editing). Pada tahap ini, aspek visual dan audio turut menjadi perhatian, termasuk kepatutan busana, latar tempat pengambilan gambar, pemilihan musik latar (backsound) yang sesuai kaidah syar'i, serta penggunaan efek visual dan teks overlay yang tidak menyesatkan makna (MUI, 2017). Prinsip "al-kitabu ka al-khitab" (tulisan memiliki kedudukan hukum seperti ucapan) yang menjadi salah satu kaidah fikih rujukan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017) sangat relevan diterapkan di sini, mengingat teks overlay dalam video singkat memiliki daya sebar dan daya ingat yang setara bahkan kadang melebihi narasi lisan itu sendiri, karena teks overlay dapat ditangkap layar (screenshot) dan disebarluaskan secara terpisah dari video aslinya (Nurjamilah et al., 2025).

Tahap kelima adalah publikasi dan distribusi. Pada tahap ini, enam kriteria dalam Pedoman Penyebaran Konten menjadi acuan (MUI, 2017), khususnya kriteria ketepatan waktu, tempat, dan konteks. Dai digital perlu mempertimbangkan momentum pengunggahan konten, misalnya menghindari pengunggahan konten yang berpotensi menyinggung kelompok tertentu pada momentum sosial-politik yang sedang sensitif, sekalipun konten tersebut secara substansi benar dan telah terverifikasi (MUI, 2017; Syihab et al., 2026).

Tahap keenam, yang seringkali luput dari perhatian dai digital, adalah moderasi interaksi pascaunggah, khususnya pengelolaan kolom komentar. Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 menegaskan bahwa setiap orang yang mengetahui adanya penyebaran informasi tentang aib, kesalahan, atau hal yang tidak disukai orang lain harus melakukan pencegahan, dengan cara mengingatkan penyebar secara tertutup, menghapus informasi, serta mengingkari tindakan yang tidak benar tersebut (MUI, 2017). Prinsip ini dapat diadaptasi menjadi kewajiban moral bagi pemilik akun dakwah untuk memoderasi kolom komentar dari ujaran kebencian, ghibah, fitnah, maupun perundungan (bullying) yang muncul di antara sesama penonton, mengingat kolom komentar tersebut merupakan ranah publik yang berada di bawah tanggung jawab pengelolaan pemilik akun (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025).

Lima Strategi Integrasi Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dalam Praktik Video Singkat

Berdasarkan pemetaan silang di atas, penelitian ini merumuskan lima strategi integrasi yang dapat diterapkan secara operasional oleh dai digital, lembaga dakwah, maupun content creator muslim yang bergerak di ranah video singkat (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025).

Strategi Pertama: Tabayun Berlapis (Multi-Layer Verification). Strategi ini mengharuskan dai digital menerapkan verifikasi tidak hanya sekali di awal proses produksi, melainkan pada setiap tahapan: verifikasi sumber dalil sebelum penulisan naskah, verifikasi kesesuaian naskah dengan maksud dalil asli sebelum pengambilan gambar, serta verifikasi ulang terhadap konteks aktual sesaat sebelum konten dipublikasikan, mengingat rentang waktu antara produksi dan publikasi video terkadang cukup panjang sehingga konteks sosial dapat berubah (MUI, 2017). Tabayun berlapis ini merupakan penerjemahan operasional dari prinsip tabayun yang termaktub dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6 sekaligus Pedoman Verifikasi Konten dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017).

Strategi Kedua: Desain Naskah Anti-Fragmentasi. Mengingat risiko pemotongan

(clipping) konten oleh pihak ketiga yang dapat mengubah makna asli pesan (Syihab et al., 2026), dai digital perlu menyusun naskah video dengan struktur yang secara mandiri tetap utuh maknanya meskipun ditonton sepotong-sepotong. Teknik ini dapat dilakukan dengan cara menghindari pernyataan hukum yang bersifat mutlak tanpa disertai konteks dalam kalimat yang sama, mencantumkan rujukan sumber secara eksplisit dalam teks overlay (bukan hanya disebutkan secara lisan), serta menghindari kalimat pembuka yang provokatif namun baru dijelaskan konteksnya di akhir video—sebuah teknik yang lazim digunakan demi menahan penonton (retention), namun berisiko tinggi disalahpahami apabila video ditonton hanya sebagian (Nurjamilah et al., 2025; MUI, 2017).

Strategi Ketiga: Etika Kreatif Dalam Penggunaan Tren. Video singkat sangat identik dengan pemanfaatan tren, baik berupa musik populer, tantangan (challenge), maupun format editing tertentu (Nurjamilah et al., 2025). Dai digital perlu menyeleksi tren yang digunakan agar tidak bertentangan dengan kaidah syar'i, misalnya menghindari musik dengan lirik yang tidak pantas, menghindari format tren yang bersifat menghina atau merendahkan kelompok tertentu, serta memastikan penggunaan tren tidak mereduksi kedalaman pesan dakwah menjadi sekadar hiburan tanpa substansi (MUI, 2017). Etika kreatif ini merupakan penerapan dari kriteria "kontennya tidak menyebabkan dorongan untuk berbuat hal-hal yang terlarang secara syar'i" dalam Pedoman Pembuatan Konten Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017).

Strategi Keempat: Moderasi Kolom Komentar Sebagai Ruang Publik Digital. Sebagaimana telah diuraikan, kolom komentar pada video singkat merupakan ranah publik yang menjadi tanggung jawab moral pemilik akun (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025). Dai digital dan lembaga dakwah perlu menetapkan kebijakan moderasi yang jelas, misalnya dengan menyematkan (pin) komentar yang berisi klarifikasi atau penjelasan tambahan, menyembunyikan atau menghapus komentar yang mengandung ujaran kebencian dan fitnah, serta secara proaktif mengingatkan pengikut akun untuk berdiskusi dengan santun. Strategi ini merupakan penerapan kewajiban pencegahan sebagaimana disebutkan dalam Ketentuan Hukum poin ketujuh dan kedelapan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017).

Strategi Kelima: Evaluasi Dampak Konten Secara Berkelanjutan. Dai digital dan lembaga dakwah perlu membangun mekanisme evaluasi pascaunggah, misalnya dengan memantau bagaimana konten tersebut direspons, dipahami, atau bahkan disalahgunakan oleh pengguna lain, serta memiliki prosedur baku untuk memberikan klarifikasi publik apabila ditemukan kesalahpahaman atau distorsi makna atas konten yang telah diunggah (Abdullah, 2019; MUI, 2017). Strategi ini sejalan dengan Ketentuan Hukum poin kesembilan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017), yang mengatur bahwa pihak yang telah menyebarkan informasi yang keliru, baik sengaja maupun tidak, wajib bertaubat, meminta maaf, menyesali perbuatannya, dan berkomitmen untuk tidak mengulanginya—prinsip yang dapat diterjemahkan secara institusional menjadi kebijakan koreksi dan transparansi konten (content correction policy) bagi akun-akun dakwah.

Dakwah Video Singkat dan Fenomena Buzzer: Sebuah Batas Etis yang Perlu Ditegaskan

Kajian mengenai buzzer politik dalam perspektif Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 menegaskan bahwa aktivitas penyediaan konten yang berisi hoaks, ghibah, fitnah, namimah, bullying, aib, dan gosip sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan ekonomi maupun non-ekonomi hukumnya haram, sebagaimana termuat dalam Ketentuan Hukum poin kesembilan fatwa tersebut (MUI, 2017; Syihab et al., 2026). Ketentuan ini tidak hanya

berlaku bagi pelaku utama, tetapi juga mencakup siapa saja yang menyuruh, mendukung, membantu, memanfaatkan jasa, atau memfasilitasi aktivitas tersebut (MUI, 2017).

Fenomena ini relevan untuk diwaspadai dalam ranah dakwah video singkat, mengingat logika algoritmik dan model monetisasi platform video singkat pada dasarnya memiliki kemiripan struktural dengan logika kerja buzzer, yaitu sama-sama berorientasi pada maksimalisasi engagement dan jangkauan/reach (Syihab et al., 2026; Kurniawan et al., 2021; Nurjamilah et al., 2025). Perbedaannya terletak pada niat dan substansi konten: jika buzzer secara sadar memproduksi disinformasi dan provokasi demi kepentingan kelompok tertentu (Syihab et al., 2026), maka dai digital yang beretika harus secara sadar menolak godaan algoritmik yang serupa demi menjaga substansi dan kebenaran pesan dakwah (MUI, 2017; Abdullah, 2019). Batas etis inilah yang perlu terus ditegaskan, agar semangat memaksimalkan jangkauan dakwah tidak secara tidak sadar bergeser menjadi praktik yang menyerupai pola kerja buzzer, misalnya melalui judul-judul sensasional yang menyesatkan, konten yang sengaja menyerang tokoh atau kelompok lain untuk mendulang engagement, atau kerja sama dengan pihak-pihak yang memanfaatkan simbol keagamaan semata untuk tujuan ekonomi maupun politik tanpa mempertimbangkan kemaslahatan umat secara luas (Syihab et al., 2026; MUI, 2017).

Kaidah fikih sadd al-dzari'ah, yang menjadi salah satu landasan Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017, sangat relevan diterapkan pada konteks ini: aktivitas bermedia sosial, termasuk aktivitas dakwah video singkat, yang tampak netral atau bahkan bertujuan baik pada permukaannya, dapat menjadi haram apabila terbukti secara masif membuka jalan pada praktik-praktik yang menyerupai penyebaran fitnah, hoaks, atau eksploitasi konten keagamaan demi keuntungan semata (MUI, 2017; Syihab et al., 2026).

Peluang Strategis Video Singkat bagi Dakwah Islam

Terlepas dari berbagai tantangan yang telah diuraikan, video singkat tetap menyimpan peluang strategis yang besar bagi perkembangan dakwah Islam di Indonesia apabila dikelola dengan berpedoman pada Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017; Abdullah, 2019). Pertama, jangkauan audiens video singkat jauh melampaui jangkauan dakwah konvensional, memungkinkan pesan-pesan keagamaan menjangkau generasi muda yang jarang menghadiri majelis taklim secara fisik namun aktif mengonsumsi konten digital setiap hari (Nurjamilah et al., 2025). Kedua, format video singkat memungkinkan penyampaian dakwah bil hal secara lebih hidup, misalnya melalui dokumentasi kegiatan sosial, kisah inspiratif mualaf, atau simulasi praktik ibadah, yang secara visual lebih mudah dipahami dibandingkan penjelasan tekstual semata (Abdullah, 2019).

Ketiga, video singkat dapat menjadi sarana literasi digital keagamaan, di mana dai digital yang kredibel dapat secara aktif mengklarifikasi hoaks-hoaks keagamaan yang beredar, sejalan dengan semangat Pedoman Verifikasi Konten dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017), sekaligus menjadi teladan dalam praktik tabayun bagi audiens luas. Keempat, kolaborasi antara dai digital dengan lembaga fatwa dan akademisi Fakultas Dakwah dan Komunikasi dapat menghasilkan konten video singkat yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga terjamin akurasi keilmuannya (Abdullah, 2019), sehingga video singkat tidak lagi dipandang sebagai medium yang rentan dangkal, melainkan medium yang mampu menghadirkan kedalaman substansi dalam kemasan yang ringkas dan mudah diakses.

Peluang-peluang ini menegaskan bahwa persoalan utama dalam dakwah video singkat bukan terletak pada format itu sendiri, melainkan pada bagaimana format tersebut dikelola (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025). Sebagaimana ditegaskan dalam Pedoman

Umum Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017, media sosial pada dasarnya dapat digunakan sebagai sarana dakwah dan kegiatan positif, sepanjang pengelolaannya tidak melanggar ketentuan agama dan peraturan perundang-undangan yang berlaku (MUI, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, video singkat memiliki karakteristik teknis yang khas—keterbatasan durasi, dorongan algoritmik untuk sensasionalisme, kerentanan terhadap fragmentasi makna, sifat multimodal, serta ruang komentar yang terbuka secara publik—yang menjadikannya medium dakwah dengan potensi jangkauan besar sekaligus risiko penyimpangan etika bermuamalah yang tidak kecil (Nurjamilah et al., 2025; MUI, 2017).

Kedua, Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial (MUI, 2017), meskipun dirumuskan sebelum era kejayaan platform video singkat di Indonesia, tetap relevan dan aplikatif untuk dijadikan kerangka analisis dan pedoman praktis, karena berpijak pada kaidah fikih yang bersifat universal dan lintas-medium, khususnya prinsip tabayun, kejujuran, kemanfaatan, kepatutan ranah publik, serta kaidah sadd al-dzari'ah dan menghindarkan mafsadat (MUI, 2017).

Ketiga, integrasi Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 ke dalam praktik video singkat dapat dioperasionalkan melalui lima strategi utama, yaitu tabayun berlapis di setiap tahapan produksi, desain naskah yang tahan terhadap fragmentasi makna, penerapan etika kreatif dalam penggunaan tren dan elemen visual-audio, moderasi kolom komentar sebagai bentuk tanggung jawab atas ruang publik digital, serta evaluasi dan koreksi konten secara berkelanjutan pascapublikasi (MUI, 2017; Nurjamilah et al., 2025; Abdullah, 2019).

Keempat, dakwah video singkat perlu secara sadar menjaga batas etis agar tidak secara tidak disengaja bergeser menjadi praktik yang menyerupai pola kerja buzzer, yaitu memproduksi konten semata demi memaksimalkan engagement tanpa mempertimbangkan substansi kebenaran dan kemaslahatan umat (Syihab et al., 2026; MUI, 2017).

Penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah lanjutan. Bagi lembaga dakwah dan organisasi keagamaan, perlu disusun panduan teknis (juknis) turunan dari Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 (MUI, 2017) yang secara spesifik mengatur standar produksi konten video singkat, termasuk standar verifikasi materi, standar penulisan naskah, dan standar moderasi interaksi digital. Bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi di perguruan tinggi Islam, perlu dikembangkan kurikulum dan pelatihan literasi produksi video singkat yang mengintegrasikan kaidah fikih komunikasi dengan keterampilan teknis produksi konten digital (Abdullah, 2019; Nurjamilah et al., 2025). Bagi peneliti selanjutnya, diperlukan kajian empiris lanjutan, baik melalui pendekatan analisis isi (content analysis) terhadap konten dakwah video singkat yang beredar di berbagai platform, maupun melalui pendekatan resepsi audiens (audience reception study) untuk mengukur sejauh mana pesan dakwah video singkat dipahami secara utuh oleh penonton, mengingat penelitian ini masih bersifat kepustakaan dan konseptual, belum menjangkau data empiris lapangan secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. (2019). Paradigma dan epistemologi dakwah. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 7(1), 76–94.

Ahmad, A. (1996). Dakwah Islam sebagai ilmu [Makalah pada Pertemuan Dekan]. Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara.

Amin, S. M. (2009). Ilmu dakwah. Amzah.

Aziz, M. A. (2015). Ilmu dakwah. Prenada Media.

Ismail, A. I., & Hotman, P. (2011). Filsafat dakwah: Rekayasa membangun agama dan peradaban Islam. Prenada Media.

Kurniawan, R., Ependi, R., & Kartika, D. (2021). Buzzer media sosial dan pembentukan perspektif pemilih millenial dalam Pemilu 2019. Jurnal Politik Walisongo (JPW), 3(1), 54–72.

Majelis Ulama Indonesia. (2017). Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial. Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia.

Nurjamilah, Murny, Husniati, N., & Bik, M. T. N. (2025). Dinamika bahasa dalam media sosial: Pengaruh platform digital terhadap gaya berbahasa pengguna. Edusola: Journal Education, Sociology and Law, 1(1), 780–793.

Rahardjo, M. D. (1999). Intelektual inteligensia dan perilaku politik bangsa. Mizan.

Rais, M. A. (1987). Cakrawala Islam: Antara cita dan fakta. Mizan.

Subandi, A. (1994). Ilmu dakwah. Syahida.

Suriasumantri, J. S. (1983). Ilmu dalam perspektif. Yayasan Obor Indonesia.

Sulthon, M. (2003). Desain ilmu dakwah. Pustaka Pelajar.

Syihab, F. A., Djafri, M. T., & Saharuddin. (2026). Perspektif hukum Islam terhadap buzzer politik (studi analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017). AL-FIKRAH: Jurnal Kajian Islam, 3(1), 222–247. https://doi.org/10.36701/fikrah.v3i1.2502