



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 9067-9076

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Konsep Tabayyun Terhadap Pemberitaan Melalui Media Sosial Youtube Sebagai Media Dakwah Di Masyarakat

Erwan Effendy^{1✉}, Sovi Arnovita Sari², Sinta Ritonga³, Sarmo Maulina Bako⁴

Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: erwanefendi@uinsu.ac.id^{1✉}

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai konsep tabayyun terhadap pemberitaan melalui media sosial youtube sebagai media dakwah di masyarakat. Besarnya pengaruh media sosial membuat dakwah semakin mudah disebarkan melalui media sosial khususnya YouTube dan masyarakat dengan mudahnya menerima dan menyebarkan informasi dari berbagai platform yang ada di media sosial, ini membuat masyarakat harus lebih pintar dan teliti dalam menerima informasi yang di dapatkan yaitu dengan menerapkan konsep tabayyun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif studi pustaka yaitu penelitian yang menggunakan bahan-bahan tertulis seperti buku dan sumber lainnya yang bersangkutan dan relavan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep tabayyun sangat penting di terapkan masyarakat dalam pemberitaan media sosial sebagai media dakwah yang sedang trending, ini menunjukkan bahwa apabila konsep tabayyun ini diterapkan dengan benar dalam kehidupan membantu mengurangi penyebaran informasi palsu, menghindarkan fitnah, dan menciptakan lingkungan digital yang lebih jujur dan akurat.

Kata Kunci: *Konsep tabayyun, Media sosial YouTube, Media dakwah.*

Abstract

This article discusses the concept of "tabayyun" in the context of reporting through the social media platform YouTube as a means of religious outreach in society. The significant influence of social media has made spreading religious messages easier, particularly on YouTube, where people readily accept and disseminate information from various social media platforms. This necessitates that individuals become more discerning and thorough in receiving information, achieved through the application of the concept of "tabayyun." This research utilizes a qualitative approach with a descriptive literature review method, involving written materials such as books and relevant sources. The research results indicate that the concept of "tabayyun" is crucial for society in the context of social media reporting as a trending platform for religious outreach. Properly applied, this concept helps reduce the spread of false information, prevent slander, and create a more honest and accurate digital environment.

Keyword: Tabayyun concept, YouTube social media, Religious outreach media

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini bukan rahasia publik lagi bahwa media merupakan salah satu sistem informasi dan komunikasi paling tepat yang digunakan oleh masyarakat dalam tingkatan apapun. Berbagai informasi dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat menggunakan mesin pencari yang disebut jaringan internet atau media sosial.

Masyarakat juga dimudahkan dalam berkomunikasi dengan akses jaringan internet tersebut. Jaringan internet tersebut juga biasa disebut dengan dunia maya yang diisi oleh berbagai informasi dan sumbernya juga sarana komunikasi antar manusia. Selain jaringan internet yang berbasis software juga masih ada beberapa media yang berbentuk hardware diantaranya ada koran, majalah, poster dan lain sebagainya. Yang biasa disebut dengan media cetak.

Perbedaan yang dapat diketahui antara media sosial dan media cetak adalah penyunting yang dapat mengaksesnya, media sosial dapat disunting oleh siapapun dengan menggunakan akun, atau dapat dikatakan siapapun bebas berpendapat dalam dunia maya. Sedangkan dalam media cetak harus melalui tahapan-tahapan sehingga layak untuk diterbitkan. Tergantung juga pada pengelola media cetak yang ada. Begitu pula halnya media dakwah, tidak cukup hanya mengandalkan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau tutur.

Dalam mengembangkan dakwah agar tersebar luas dibutuhkan media sosial YouTube sebagai media dakwa untuk mempermudah dakwah tersebar luaskan. YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Salah satu layanan dari Google ini,

memfasilitasi penggunaannya untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. (F.faiqah,dkk. 2016: 259)

Dengan kepopuleran dan kemudahan dalam mengakses video dari youtube ini membuat masyarakat dengan mudahnya menerima informasi dakwah yang disampaikan dari berbagai da'i. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan tarap perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak ketinggalan jauh dari perkembangan zaman. Diantara media-media contemporary adalah media seluler. Media celluler merupakan media informasi yang cukup canggih dan gaul. Hal ini nampak dari begitu banyaknya pemakai celluler, mulai dari pengusaha kelas atas hingga pengusaha kelas bawah. Bahkan tidak sedikit para remaja dan pengangguranpun menggunakannya. Melihat begitu semaraknya media sosial yang berkembang, alangkah besar manfaatnya jika media sosial dimanfaatkan sebagai media dakwah.

Dengan kemudahan teknologi di zaman sekarang kita harus pintar dalam menerima dan menyampaikan informasi yang kita dapatkan, ketelitian dan kehati-hatian ini disebut dengan tabayyun. Tabayyun merupakan proses pencarian kejelasan hakekat sesuatu atau kebenaran suatu fakta dengan teliti, seksama dan hati-hati. Upaya tabayyun penting dan dibutuhkan untuk mengonfirmasi kebenaran suatu berita. Terlebih di era sekarang masyarakat dibanjiri dengan informasi dari berbagai sumber.

Dengan menerapkan konsep tabayyun maka masyarakat akan lebih bijak lagi dalam menerima dan menyebarkan informasi yang mereka dapatkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif studi pustaka yaitu penelitian yang menggunakan bahan-bahan tertulis seperti buku dan sumber lainnya yang bersangkutan dan relavan.

Kumpulan tindakan yang berkaitan dengan cara mengumpulkan data, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian dikenal sebagai penelitian kepustakaan, disebut juga studi literatur.

Jelas dari uraian tersebut bahwa melakukan penelitian kepustakaan melibatkan lebih dari sekedar membaca dan mencatat informasi yang dikumpulkan. Peneliti juga harus mampu mengolah informasi yang telah dikumpulkan dengan memanfaatkan berbagai tahapan penelitian kepustakaan. sehingga dari temuan penyelidikan menjadi sebuah karya

ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Tabayyun

Kata tabayyun dalam bahasa Arab yang diderivasi dari akar kata tabayyana – yatabayyanu – tabayyunan. Artinya adalah mencari kejelasan hakekat suatu fakta dan informasi atau kebenaran suatu fakta dan informasi dengan teliti, seksama dan hati-hati, sehingga jelas benar keadaannya. (Mawardi Siregar 2017: 111)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, tabayyun diartikan sebagai pemahaman atau penjelasan. Dengan demikian, tabayyun adalah usaha untuk memastikan dan mencari kebenaran dari sebuah informasi, sehingga informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Konkritnya, tabayyun dipahami sebagai sikap ketelitian dan selektifitas dalam menerima suatu berita, tidak tergesa-gesa dalam menilai dan memutuskannya sampai jelas kebenarannya. Dengan demikian, tabayyun adalah salah satu akhlak mulia yang merupakan prinsip penting dalam menata keharmonisan pergaulan dalam kehidupan sehari-hari. Tabayyun berasal dari kata tabayyana, yatabayyanu yang berarti jelas, terang, atau tampak. Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir al-Misbah beliau berpendapat bahwa kata fatabayyanu artinya telitilah dan bersungguh-sungguh.(M.Quraish Shihab,2002:678)

Mawardi siregar dalam jurnalnya yang berjudul tafsir tematik tentang seleksi informasi menuliskan dalam kutipan Kata tabayyan menurut al-Syawkani, berarti at-ta'arruf wa tafahuhus (mengidentifikasi dan memeriksa) atau mencermati sesuatu yang terjadi dan berita yang disampaikan. . (Mawardi Siregar 2017: 111)

Menurut beberapa Ulama, istilah tabayyun dikenal sebagai klarifikasi, yang merujuk kepada arti penjelasan, pemeriksaan kualitas informasi atau selektif dalam menerima berita.(B.Prasetyo,dkk. 2020:87)

Konsep tabayyun juga sudah ada di jelaskan dalam Qs. Al-hujurat : 6 yang dimana al-qur'an mengajarkan muslim untuk cerdas dalam memahami dan merespon sebuah kabar atau berita:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu dengan membawa berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan) yang akhirnya kamu menyesali perbuatan itu” (Q.S. al Hujurat/49: 6).(Kementrian Agama RI: 2012)

Ada 2 hal yg wajib diperhatikan oleh pesan ayat di atas yaitu pembawa informasi

serta isi berita. Pembawa berita yang perlu tabayun dalam pemberitaannya ialah si fasik yakni yang aktivitasnya diwarnai oleh pelanggaran agama; dia melakukan dosa besar dan atau tak jarang kali melakukan dosa-dosa kecil serta pelanggaran budaya positif masyarakat.

Sedang yang ke 2 ialah yang menyangkut isi informasi, yakni bahwa informasi yang dibawa pada istilah ayat di atas adalah informasi yang penting "naba". Ini sebab jika semua informasi yang penting dan yang tidak penting harus diselidki kebenarannya, maka akan tersita banyak sekali waktu untuk itu dan yang akan terjadi yang ditemukan pun tidak banyak kegunaannya. Dari sini perlunya menyeleksi berita, penyeleksian yang wajib dilakukan oleh penyebarannya maupun penerimanya, itu bertujuan supaya tidak terjadi akibat buruk bagi siapa pun.(Zainal Aqli, 2021:175)

Media Sosial

Media sosial dewasa ini banyak digunakan dan sangat populer hampir semua orang menggunakan media sosial. Selain media sosial digunakan sebagai media untuk berinteraksi namun sekarang ini media sosial juga banyak digunakan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. Berdasarkan Nabila et al. (2020) media sosial merupakan sebuah media online yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis web yang membuat perubahan dalam hal komunikasi yang dahulu hanya dapat satu arah dan berubah menjadi dua arah atau dapat disebut sebagai dialoginteraktif. Media sosial merupakan tempat, layanan, dan alat bantu yang memungkinkan setiap orang terhubung sehingga dapat mengekspresikan dan berbagi dengan individu lainnya dengan bantuan internet.

Menurut Ardiansah dan Maharani media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran.

Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung danperangkat peliputan yang lain.

YouTube

Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan

pada bulan februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Fatty Faiqah, dkk.2016: 259). Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi penggunanya untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan Youtube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya Youtube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil.(Rulli Nasrillah,2017: 17)

Media sosial YouTube sebagai Media dakwah

Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian- pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube.

Youtube saat ini banyak dimanfaatkan seseorang untuk berbagai tujuan. Ada beberapa ustaz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. Social Blade memberi informasi setidaknya 4 ustaz kondang yang menggunakan media Youtube, yakni: (We online <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita257504/dakwah-lewat-Youtube-4-ustad-kondangini-dapat-penghasilan-sebesar/2> , akses 1 november 2023).

- a. Aa Gym; nama penceramah Aa Gym memang sudah terkenal cukup lama. Di media sosial, Aa Gym memiliki banyak pengikut. Di akun Instagramnya mencapai 5 juta dan 211 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya. Aagym Official. Sudah bergabung sejak tahun 2016.
- b. Adi Hidayat (UAH); juga menjadi salah satu dai kondang di Indonesia. Tausiah ustaz yang dijuluki ilmu Alquran ini juga banyak beredar di Instagram dan Youtube. Selain memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram, UAH juga sudah memiliki 369 ribu berlangganan di kanal Youtube milinya, Adi Hidayat Official.

- c. Hanan Attaki; nama Ustadz Hanan Attaki tentu sudah tak asing lagi di telinga banyak orang, terutama para anak muda. Gaya ceramahnya yang mudah dicerna dan kerap membahas mengenai kehidupan para anak muda membuat Hanan Attaki semakin digemari banyak orang. Termasuk di Instagram, Ustadz lulusan Al-Azhar, Kairo ini sudah memiliki 7,8 juta pengikut. Bukan cuma di Instagram, dia juga terkenal di Youtube dan sudah memiliki 823 berlangganan.
- d. Abdul Somad; nama lengkap Abdul Somad Batubara atau yang lebih dikenal dengan Ustadz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu penceramah yang digemari banyak orang. Cara berceramahnya yang sederhana dan kerap diselingi lawakan itu membuat namanya semakin terkenal. Ustadz Abdul Somad juga sangat populer di Instagram, dan Youtube. UAS berhasil meraih penghargaan Gold Play Button karena mendapatkan 1 juta berlangganan lewat kanal Youtube Tafaqah Video. Tapi, kini dia ini memiliki kanal Youtube sendiri yang bernama "Ustadz Abdul Somad Official" dan sudah memiliki 310 ribu mengikuti.

Selain keempat dai kondang tersebut, juga ada pimpinan Pesantren Kreatif iHAQI, Ustadz Erick Yusuf atau yang akrab dipanggil Kang Erick membuat kanal dakwah lewat Youtube yang diberi nama Ustadz Erick Yusuf. Strategi dakwah kreatif yang dilakukannya ini menyasar kalangan milenial yang haus akan ajaran-ajaran Islam. Kanal Youtube miliknya tersebut dibuat karena banyaknya permintaan dari jamaah yang tidak memiliki waktu untuk menghadiri tausiahnya di forum pengajian. Selain itu, menurut dia, saat ini kalangan milenial atau bahkan ibu-ibu kekinian juga sudah mulai banyak yang mengakses Youtube. (Abdan Syakur, <https://republika.co.id/berita/q1i0tg370/sasar-millennial-kang-erick-dakwah-lewatemchannel-Youtubeem> akses pada 1 november 2023).

Beberapa Model Dakwah di Youtube

Dalam menjalankan dakwah di zaman teknologi modern saat ini, tentunya juru dakwah dan umumnya umat Islam dituntut mampu mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi melalui dakwah Islamiah. Untuk itu diperlukan upaya kreatif untuk menyinergikan dakwah dengan teknologi, guna mendorong tumbuh-kembangnya media dakwah berbasis teknologi. Aktivitas dakwah pun harus senantiasa berkembang maju seiring dengan lajunya arus informasi dan komunikasi. Menurut penulis, ada beberapa model yang dapat ditemukan atau digunakan dalam berdakwah melalui Youtube. Beberapa model tersebut adalah sebagai berikut;

- a. Video Ceramah Serial; yakni membuat suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang

diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian. Misalnya, dimulai dari tema thaharah 10 seri, salat 10 seri, puasa 10 seri, dan seluruh yang terkait dengan ibadah. Juga tema sains dalam jumlah seri tertentu, tema lingkungan, dan lain-lain.

- b. Video Ceramah Singkat; yakni video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi- kondisi aktual.
- c. Video Potongan Ceramah; yakni potongan video singkat saat dai melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu. Video rekaman ceramah yang panjang, dapat dipotong-potong menjadi suatu pesan pendek sehingga penonton tidak menunggu lama
- d. Video Musik/lagu; yakni pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun cover.
- e. Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki "jalan cerita" layaknya film. Dalam hal ini juga bisa termasuk film pendek.
- f. Aliran Langsung; yakni melakukan siaran langsung untuk setiap ceramah seorang dai di suatu tempat. Misalnya, ceramah saat acara peringatan Isra' Mi'raj di Masjid al-Markaz al-Islami Makassar.
- g. Video Komunitas; yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada scop dan fokus komunitas tersebut. Sesungguhnya model-model dakwah di media Youtube ini masih dapat dikembangkan dengan beberapa varian lagi, disesuaikan dengan segmentasi atau sasaran mad'u-nya. Misalnya, dengan menggunakan salah satu model di atas, tetapi lebih khusus atau fokus pada sasaran anak-anak, perempuan, remaja, ibu-ibu, dan lain sebagainya.

Tabayyun terhadap pemberitaan media sosial youtube sebagai media dakwah

Tabayyun adalah istilah dalam bahasa Arab yang berarti memverifikasi atau mengklarifikasi informasi sebelum menerimanya atau menyebarkannya. Dalam konteks media sosial, khususnya YouTube, tabayyun penting untuk memastikan bahwa informasi yang dibagikan akurat dan dapat dipercaya. YouTube adalah platform berbagi video yang populer yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk sebagai media untuk dakwah atau menyebarkan ajaran Islam. Dakwah melalui YouTube memiliki beberapa keuntungan, seperti mudah diakses dan memiliki beragam konten.

Namun, penting untuk memastikan bahwa informasi yang dibagikan melalui YouTube akurat dan dapat dipercaya. Inilah saatnya tabayyun menjadi penting, karena

mendorong individu untuk memverifikasi informasi sebelum menerimanya atau menyebarkannya. Kesimpulannya, meskipun YouTube dapat menjadi media yang berguna untuk dakwah, penting untuk mengamalkan tabayyun agar memastikan bahwa informasi yang dibagikan akurat dan dapat dipercaya.

Konsep tabayyun yang berarti mencari kebenaran dinilai sebagai pendekatan bijak dalam media sosial. Ini mendorong orang untuk memverifikasi keakuratan informasi sebelum membagikannya di internet. Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat, dan perilaku kita dalam menanggapi informasi yang kita terima di media sosial dapat menentukan apakah kita dipersepsikan secara positif atau negatif. Oleh karena itu, menurut ajaran Islam, hendaknya kita mencari kebenaran terlebih dahulu sebelum menerima suatu informasi, karena media sosial tidak selalu menyajikan informasi yang positif.

Konsep tabayyun diyakini akan memberikan dampak positif di media sosial dengan mengurangi penyebaran informasi palsu, menghindari fitnah, dan menciptakan lingkungan digital yang lebih jujur dan akurat. Informasi palsu dan konten menyesatkan seringkali menyebar dengan cepat di media sosial, sehingga dapat merusak reputasi individu atau kelompok dan memicu konflik di ruang digital.

SIMPULAN

Kesimpulan dari konsep "tabayyun" atau klarifikasi dalam konteks media dakwah adalah bahwa sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang disebarkan melalui media dakwah adalah akurat, benar, dan sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut. Hal ini penting agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman atau konflik.

Konsep tabayyun merujuk pada prinsip memastikan kebenaran informasi sebelum menarik kesimpulan atau bertindak. Dalam konteks pemberitaan melalui media sosial YouTube sebagai media dakwah, penting bagi pengguna untuk memastikan akurasi konten yang disebarkan sebelum mengambil tindakan atau menyebarkannya lebih lanjut. Hal ini mencegah penyebaran informasi yang tidak benar atau menyesatkan yang dapat memengaruhi persepsi dan keyakinan masyarakat. Dengan mempraktikkan konsep tabayyun, kita dapat memastikan bahwa pesan dakwah yang disebarkan melalui media sosial YouTube dapat memiliki dampak positif dan memberikan manfaat yang sebenarnya kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqli, Zainal, *HOAX MENJADI GANGGUAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT: PENTINGNYA IMPLENTASI TABAYYUN PADA MASA SEKARANG*, AL-IJTIMA`I-International Journal of Government and Social Science, Vol. 6, No. 2, April 2021
- B.prastyo,M.A ashari,M.marhan, *"Konsep Tabayyun menurut Buya HAMKA dan Implementasinya pada Praktikum Kimia di Rumah (Studi Kasus Berita Hoaks COVID-19)"*journal of educational chemistry volume 2, no 2, (2020)
- Fatty Faiqah, et all, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA , Vol. 5 No.2 Juli, Desember 2016.
- Kementerian Agama RI. Al Quran dan Tafsirnya. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Lentera Hati: Jakarta, 2002)
- Mawardi Siregar, *"Tafsir Tematik Tentang Seleksi Informasi"*, Jurnal At-Tibyan, Volume. 2, No. 1, (2017)
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)
- Syakura Abdan, *"Sasar Millenial, Kang Erick Dakwah Lewat Channel Youtube. Melalui channel Youtube, Erick Yusuf bisa lebih leluasa berdakwah"*, Berita, republika.co.id, diakses pada 1 November 2023., melalui; <https://republika.co.id/berita/q1i0tg370/sasar-millenial-kang-erick-dakwah-lewatemchannel-Youtubeem>
- WE Online, *"Dakwah Lewat Youtube, 4 Ustad Kondang Ini Dapat Penghasilan Sebesar."*, Berita, WE Online, Jakarta. Diakses pada tanggal 1 November 2023 melalui; <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita257504/dakwah-lewat-Youtube-4-ustad-kondangini-dapat-penghasilan-sebesar/2>