

DIGITAL DA'WAH TRANSFORMATION: ANALISIS SENTIMEN LEKSIKON TERHADAP RESEPSI WARGANET ATAS PERUBAHAN GAYA KOMUNIKASI KADAM SIDIK

Wifda Muna Fatihia^{*1}, Risqiatul Hasanah²

^{*1}*Teknologi Informasi, UIN Antasari Banjarmasin*

²*Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin*

wifdamunafatihia@uin-antasari.ac.id

Abstrak

Perkembangan media digital telah mendorong pendakwah untuk mengubah strategi komunikasi agar tetap relevan dengan karakteristik audiens, khususnya Generasi Z. Salah satu fenomena yang menarik adalah perubahan gaya komunikasi Kadam Sidik dari pendekatan yang cenderung konfrontatif menjadi lebih edukatif dan persuasif. Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi warganet terhadap transformasi tersebut menggunakan metode Lexicon-Based Sentiment Analysis pada komentar video YouTube "*Kenapa Kadam Udah Ga Banyak Nyenggol?!"*. Data komentar dianalisis melalui tahapan *preprocessing*, pelabelan sentimen berdasarkan kamus leksikon bahasa Indonesia, serta visualisasi distribusi sentimen dan kata dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 78% komentar memiliki sentimen positif, yang mengindikasikan bahwa perubahan gaya komunikasi Kadam Sidik diterima dengan baik oleh warganet. Kata-kata dominan seperti *belajar*, *ilmu*, *logis*, dan *Mata Naqra* mencerminkan apresiasi audiens terhadap penyampaian dakwah yang lebih santun, argumentatif, dan berbasis literatur keislaman. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi gaya komunikasi tidak hanya meningkatkan penerimaan publik terhadap konten dakwah, tetapi juga memperkuat peran media digital sebagai sarana edukasi keagamaan yang efektif. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris mengenai pentingnya adaptasi strategi komunikasi dakwah dalam membangun keterlibatan dan kepercayaan audiens di era digital.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Dakwah Digital, Gaya Komunikasi, Kadam Sidik, YouTube

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya inovasi teknologi digital, peran dai mengalami transformasi yang semakin signifikan. Dalam perspektif Teori Difusi Inovasi, dai yang mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dapat dikategorikan sebagai *early adopters* atau pengadopsi awal (Saleh et al., 2022). Mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan dakwah, tetapi juga sebagai pengelola konten digital yang memiliki pengaruh dalam mempercepat penyebaran inovasi kepada masyarakat yang lebih luas melalui berbagai platform media digital (Hidayat & Nuri, 2024). Transformasi digital telah mengubah lanskap penyiaran Islam. Dakwah digital dan konvensional memiliki peran penting dalam pemahaman nilai-nilai Islam dan meningkatkan kesejahteraan sosial (Purwatiningsih et al., 2024).

Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah pergeseran gaya komunikasi para pendakwah digital dalam menjaga relevansi dan adab di ruang siber. Kadam Sidik (Husein) merupakan salah satu figur pendakwah yang mengalami transformasi gaya komunikasi yang signifikan, yang kemudian memicu berbagai bentuk resepsi dari khalayak digitalnya.

Pada awal kemunculannya, Kadam Sidik banyak menyampaikan pesan dakwahnya dengan pendekatan yang lugas dan *relateable*, menggunakan media sosial, utamanya TikTok dan YouTube (Ika et al., 2025). YouTube menjadi salah satu media sosial yang menjadi saluran dakwah bagi para dai atau pendakwah generasi muda (Bari et al., 2025).

Dalam konteks komunikasi dakwah, gaya komunikasi menjadi elemen penting yang menentukan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Gaya tersebut tercermin melalui penggunaan bahasa yang sesuai, pemilihan diksi, cara menyampaikan materi, serta pemanfaatan komunikasi nonverbal. Gaya komunikasi yang tepat tidak hanya meningkatkan pemahaman terhadap pesan dakwah, tetapi juga membangun citra positif pendakwah di mata masyarakat, khususnya di ruang digital (Bashori, 2022). Gaya komunikasi Kadam Sidik cenderung konfrontatif, sering melakukan *stitch* video orang lain dan memberikan komentar yang dianggap menyinggung. Namun, seiring berjalannya waktu, terdapat perubahan paradigma komunikasi yang dilakukan oleh subjek penelitian. Warganet mencatat bahwa Kadam Sidik kini lebih "fokus mencari dan membagikan ilmu" serta menampilkan aura yang lebih "tenang dan damai". Transformasi ini ditandai dengan hadirnya program-program edukatif seperti "Mata Naqra" dan kajian kitab (seperti Al-Ibanah) yang dinilai sangat membantu masyarakat awam dalam memahami agama secara mendalam. Meskipun perubahan gaya komunikasi ini dirasakan secara luas, belum ada kajian berbasis data yang secara kuantitatif memetakan pergeseran sentimen tersebut.

Peneliti memandang perlu untuk melakukan Analisis Sentimen Leksikon terhadap komentar-komentar warganet. Hal ini penting untuk membuktikan secara empiris bagaimana sebuah transformasi gaya komunikasi digital dapat memperbaiki hubungan antara pendakwah dan audiensnya, sekaligus meningkatkan efektivitas media penyiaran Islam sebagai instrumen edukasi dan pemberdayaan umat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis klasifikasi sentimen warganet terhadap transformasi gaya komunikasi Kadam Sidik dan mengidentifikasi kata kunci dominan yang mencerminkan resepsi audiens terhadap perubahan karakter dakwah tersebut dari masa lalu hingga saat ini.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis sentimen berbasis leksikon (*lexicon-based sentiment analysis*). Metode ini dipilih untuk memetakan secara sistematis resepsi warganet terhadap fenomena *Digital Da'wah Transformation* yang dialami oleh Kadam Sidik. Penelitian difokuskan pada analisis teks komentar untuk mengekstraksi opini, emosi, dan persepsi audiens terhadap perubahan gaya komunikasi subjek penelitian.



Gambar 1. Metode Penelitian

1. Pengumpulan Data

Tahapan awal dalam penelitian ini adalah melakukan pengumpulan data. Data primer penelitian ini berupa komentar publik yang diambil dari unggahan video di kanal YouTube Kadam Sidik, yang berjudul “Kenapa Kadam Udah Ga Banyak Nyenggol?!| Fawaid #22”. Video tersebut dipilih karena secara khusus membahas perubahan gaya komunikasi Kadam Sidik dalam menyampaikan dakwahnya melalui media digital. Kolom komentar yang ada pada video tersebut memuat berbagai reaksi dan tanggapan dari warganet terkait hal tersebut.

Dataset terdiri dari beragam interaksi warganet yang mencakup penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Inggris, serta ekspresi religius dalam bahasa Arab (Aji & Yaqin, 2025). Terdapat 104 komentar dari warganet saat penelitian ini dilakukan. Total data yang dianalisis mencerminkan berbagai respons audiens, mulai dari pengikut lama hingga audiens baru. Data yang diambil dari kolom komentar menggunakan pustaka “youtube-comment-downloader” dengan pemrograman python. Komentar yang telah didapat

kemudian disimpan ke dalam file .csv (*comma seperated value*) untuk kemudian dilanjutkan ke tahap pra-pemrosesan data.

2. Pra-pemrosesan Data (*data pre-processing*)

Tahapan pra-pemrosesan data melibatkan *case folding*, *cleaning*, *tokenizing*, *stopword removal*, dan *stemming* (Sallam et al., 2022). Pra-pemrosesan data bertujuan untuk membersihkan data dari data yang banyak mengandung *noise*, contohnya simbol-simbol, emoji, *hashtag*, dan tanda baca. Pada tahapan ini dilakukan pemecahan kalimat menjadi kata, penghapusan kata yang tidak membawa makna sentimen, serta pengubahan kata menjadi bentuk dasar (Wijaya et al., 2025).

3. Lexicon-Based Sentiment Analysis

Metode Lexicon-Based Sentiment Analysis merupakan salah satu metode analisis sentimen yang paling sederhana karena tidak memerlukan proses pelatihan (*training*) model (Sadia et al., 2018). Leksikon sentimen adalah daftar fitur leksikal yang umumnya diberi label berdasarkan orientasi semantiknya sebagai positif atau negatif. Peneliti terlebih dahulu menyusun leksikon sentimen dengan mengumpulkan daftar kata sentimen—menggunakan metode seperti pendekatan manual, pendekatan leksikal, dan pendekatan berbasis korpus—kemudian menentukan skor polaritas dari suatu ulasan berdasarkan indikator positif dan negatif yang teridentifikasi dalam leksikon tersebut (Bonta et al., 2019). Pada tahap ini juga dilakukan klasifikasi, yaitu memberikan skor pada setiap komentar untuk menentukan apakah masuk dalam kategori sentimen Positif, Negatif, atau Netral.

4. Analisis & Pembahasan

Proses analisis dilakukan melalui mekanisme *scoring*, di mana setiap komentar diberikan nilai berdasarkan kemunculan kata-kata dalam kamus leksikon. Komentar dengan skor total lebih dari nol dikategorikan sebagai Sentimen Positif, skor kurang dari nol sebagai Sentimen Negatif, dan skor nol sebagai Sentimen Netral (Giri et al., 2024). Hasil perhitungan ini kemudian divisualisasikan menggunakan Word Cloud untuk menonjolkan kata-kata yang paling dominan dalam membentuk citra baru Kadam Sidik di mata warganet.

HASIL

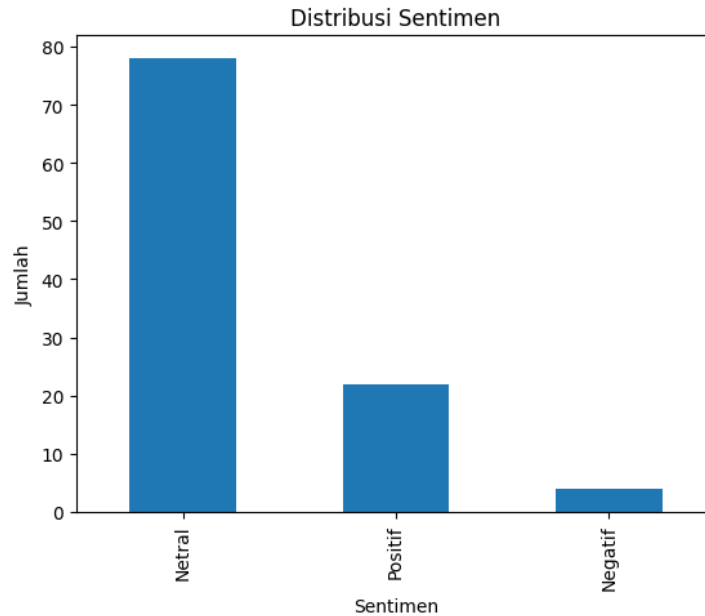
Inovasi yang dikembangkan oleh para pendakwah di era kemajuan teknologi semakin beragam. Para pendakwah milenial dan Gen Z menyebarkan konten dakwahnya melalui media digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan media sosial sejenis. Dakwah

melalui media sosial memiliki potensi besar dalam membangun pemahaman ajaran agama Islam terhadap generasi muslim (Hidayat & Nuri, 2024). Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah masa kini untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi serta media digital agar konten dakwah dapat tersampaikan dengan optimal (Ika et al., 2025).

Penelitian ini menggunakan metode *Lexicon-based* untuk melakukan analisis sentimen komentar video YouTube. Analisis dilakukan dengan membandingkan teks komentar terhadap dua kelompok leksikon yang dikembangkan secara mandiri berdasarkan observasi pada dataset. Leksikon Positif mencakup kata-kata yang mencerminkan apresiasi dan keberhasilan dakwah, sedangkan leksikon negatif mencakup kata-kata yang mencerminkan kritik terhadap gaya komunikasi masa lalu Kadam Sidik.

Komentar-komentar publik dikumpulkan ke dalam dataset bernama “komentar.csv”, kemudian melalui tahapan pra-pemrosesan data sebagai berikut.

1. Case Folding: pada tahap ini semua huruf dalam teks komentar yang ada pada dataset diubah menjadi huruf kecil untuk standarisasi pemrosesan.
2. Cleaning: Penghapusan *noise* data (URL, tautan spam, karakter non-alfanumerik) dengan tetap mempertahankan emoji yang memiliki bobot sentimen.
3. Tokenizing: Pemecahan teks menjadi unit token, dengan penanganan khusus pada istilah bahasa Arab yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia.
4. Stopword Removal: Penghapusan kata tugas. Namun, kata-kata yang memiliki signifikansi teologis dalam konteks tertentu dikecualikan dari daftar stopwords agar tidak kehilangan makna.
5. Stemming: Penggunaan algoritma Nazief & Adriani yang dimodifikasi (Wahyudi et al., 2017). Peneliti memastikan bahwa *root word* (kata dasar) dari istilah seperti "bertaubat" (taubat) atau "mencegah" (cegah) tidak mereduksi kedalaman makna teologisnya dalam analisis.



Gambar 2. Grafik Distribusi Sentimen

Berdasarkan hasil analisis sentimen menggunakan metode Lexicon-Based terhadap komentar warganet pada konten dakwah Kadam Sidik, diperoleh distribusi sentimen sebesar 78 positif, 22 netral, dan 4 negatif sebagaimana yang ditunjukkan oleh Gambar 2.



Gambar 3. Word Cloud Hasil Analisis Sentimen

Hasil analisis distribusi sentimen menunjukkan tingkat penerimaan positif yang jauh melampaui sentimen negatif. Hal ini diperkuat oleh temuan pada Word Cloud seperti yang ada pada Gambar 3, di mana narasi audiens berpusat pada aspek edukasi dan pengakuan atas perubahan gaya komunikasi (dulu, sekarang). Kombinasi data ini membuktikan bahwa transformasi gaya komunikasi dari

konfrontasi ke edukasi tidak hanya meningkatkan kredibilitas pendakwah, tetapi juga memperkuat fungsi media sosial sebagai saluran penyiaran Islam yang memberdayakan intelektualitas umat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan penerapan kamus leksikon, setiap komentar diberikan skor polaritas (positif, negatif, atau netral). Hasil analisis menunjukkan sebaran sebagai berikut:

1. Sentimen Positif (Dominan): Mencapai presentase yang paling tinggi (78 komentar), ditandai dengan munculnya kata-kata seperti "ilmu", "bijaksana", "logis", dan "bermanfaat". Hal ini menunjukkan keberhasilan transformasi gaya komunikasi subjek dalam menarik simpati publik.
2. Sentimen Negatif (Resepsi Masa Lalu): Muncul pada komentar yang merefleksikan gaya komunikasi lama yang dianggap "kurang adab", "nyenggol", atau "sok iye".

Hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi transformasi dakwah digital yang cukup signifikan pada gaya komunikasi Kadam Sidik. Perubahan tersebut ditandai dengan pergeseran pola penyampaian konten, dari yang sebelumnya cenderung bersifat konfrontatif melalui video respons (*stitch*) atau kritik terhadap pihak lain, menjadi pendekatan yang lebih edukatif dengan berlandaskan pada rujukan kitab-kitab klasik, seperti Al-Ibanah. Transformasi ini mencerminkan upaya adaptasi terhadap prinsip komunikasi Islam yang menekankan penyampaian pesan secara santun, bijaksana, dan penuh kelembutan (*qaulan layyina*). Selain itu, keberhasilan perubahan gaya komunikasi tersebut juga didukung oleh pendekatan psikologis dan komunikatif yang mengedepankan empati, kelembutan dalam bertutur, serta penggunaan bahasa yang sederhana sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas (Rosdiyyah et al., 2026). Perubahan tersebut turut memengaruhi persepsi warganet, di mana Kadam Sidik tidak lagi dipandang semata sebagai figur yang memiliki otoritas dalam menyampaikan ajaran agama, tetapi juga sebagai fasilitator dakwah yang rendah hati, terbuka, dan tulus dalam membimbing audiens (Prasetyo et al., 2023).

Resepsi atau penerimaan warganet terhadap perubahan ini menunjukkan pola yang sangat positif dalam aspek pemberdayaan masyarakat. Banyak audiens yang tidak mengenyam pendidikan pesantren merasa "sangat terbantu" karena penjelasan yang diberikan dianggap "selengkap dan sejelas" pembelajaran formal. Transformasi dari sekadar "*ngestitch*" video menjadi fokus pada substansi keilmuan telah mengubah persepsi warganet; mereka yang awalnya membenci atau merasa tidak suka kini menjadi pengikut

setia yang merasa "mencerdaskan" dan mendapatkan "pelajaran berharga".

Dominasi sentimen positif menunjukkan bahwa transformasi dakwah digital yang mengusung gaya komunikasi lebih interaktif, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan generasi muda diterima secara baik oleh mayoritas audiens. Komentar positif banyak memuat apresiasi terhadap cara penyampaian yang ringan, mudah dipahami, serta relevan dengan permasalahan sehari-hari. Sementara itu, sentimen negatif umumnya berkaitan dengan perbedaan pandangan terhadap gaya penyampaian yang dinilai terlalu santai atau kurang sesuai dengan ekspektasi sebagian audiens. Adapun komentar netral lebih banyak berupa tanggapan informatif atau diskusi tanpa menunjukkan kecenderungan emosi tertentu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah memiliki efektivitas yang tinggi dalam membangun keterlibatan audiens, sekaligus menegaskan bahwa perubahan gaya komunikasi pendakwah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap pesan dakwah di era digital.

Meskipun sentimen positif mendominasi, keberadaan komentar yang bernilai negatif dan netral menunjukkan bahwa perubahan gaya komunikasi dakwah masih memunculkan beragam respons dari masyarakat. Sebagian komentar negatif mengindikasikan adanya perbedaan pandangan mengenai penggunaan bahasa yang lebih santai, humor, maupun penyederhanaan materi keagamaan dalam konten dakwah digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa preferensi audiens terhadap metode penyampaian dakwah tidak bersifat homogen. Di sisi lain, komentar netral umumnya berisi tanggapan informatif, pertanyaan, atau diskusi yang tidak menunjukkan kecenderungan emosi tertentu. Temuan ini mengindikasikan bahwa resepsi warganet terhadap transformasi dakwah dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan, pengalaman keagamaan, serta ekspektasi masing-masing individu terhadap sosok pendakwah. Oleh karena itu, pendakwah perlu menjaga keseimbangan antara kreativitas dalam memanfaatkan media digital dan konsistensi terhadap nilai-nilai dakwah agar pesan yang disampaikan tetap kredibel dan dapat diterima oleh berbagai kelompok masyarakat.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa analisis sentimen berbasis leksikon mampu memberikan gambaran mengenai kecenderungan opini publik terhadap transformasi dakwah digital. Distribusi sentimen yang diperoleh dapat dijadikan indikator awal untuk mengevaluasi penerimaan masyarakat terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh pendakwah. Namun demikian, metode Lexicon-Based memiliki keterbatasan dalam memahami konteks bahasa, seperti ironi, sarkasme, makna ganda, maupun penggunaan bahasa gaul yang sering dijumpai pada komentar media sosial. Oleh

sebab itu, hasil analisis sentimen perlu diinterpretasikan bersama analisis isi komentar secara kualitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai alasan di balik munculnya sentimen positif, negatif, maupun netral. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan distribusi sentimen warganet, tetapi juga memberikan kontribusi dalam memahami dinamika penerimaan masyarakat terhadap perubahan gaya komunikasi dakwah pada era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis sentimen dan pembahasan mengenai fenomena *Digital Da'wah Transformation* pada sosok Kadam Sidik, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama:

1. Efektivitas Perubahan Gaya Komunikasi: Terjadi transformasi signifikan dari pola konten konfrontatif yang sering memicu hambatan komunikasi (*noise*) menjadi pola edukatif yang lebih tertata. Analisis leksikon membuktikan bahwa warganet jauh lebih reseptif terhadap gaya dakwah yang mengedepankan kelembutan, empati, dan rujukan keilmuan yang jelas (seperti Kitab *Al-Ibanah*) dibandingkan gaya kritik langsung terhadap pihak lain.
2. Keberhasilan Pemberdayaan Umat: Dominasi sentimen positif dan kemunculan kata kunci "ilmu" pada *word cloud* menunjukkan bahwa saluran komunikasi ini telah menjalankan fungsi pemberdayaan masyarakat. Audiens non-pesantren merasa sangat terbantu memahami ajaran agama secara mendalam, yang membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen edukasi spiritual yang efektif jika dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat.
3. Validitas Metode Informatika: Penggunaan analisis sentimen berbasis leksikon terbukti mampu memetakan dinamika emosi warganet secara otomatis dan terarah. Meskipun data media sosial memiliki *noise* yang tinggi, tahapan *preprocessing* yang sistematis mampu menghasilkan gambaran objektif mengenai pergeseran persepsi publik dari "ngefans jalur ilfeel" menjadi apresiasi terhadap kedewasaan karakter pendakwah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa konsistensi antara adab komunikasi dan kedalaman substansi keilmuan adalah pondasi utama dalam membangun hubungan positif dengan audiens digital serta memperkuat fungsi penyiaran Islam sebagai media perubahan sosial yang konstruktif.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi peluang bagi

penelitian selanjutnya. Pertama, analisis sentimen yang digunakan masih berbasis leksikon sehingga belum mampu mengidentifikasi makna kontekstual, seperti sarkasme, ironi, ambiguitas, maupun penggunaan bahasa gaul yang banyak ditemukan pada komentar media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat membandingkan metode Lexicon-Based dengan pendekatan berbasis *machine learning* atau *deep learning*, seperti Naive Bayes, Support Vector Machine (SVM), maupun IndoBERT, untuk memperoleh tingkat akurasi yang lebih tinggi. Kedua, objek penelitian ini hanya berfokus pada komentar pada satu video YouTube, sehingga penelitian mendatang dapat memperluas cakupan data dengan melibatkan beberapa video, berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, atau Facebook, serta membandingkan respons audiens pada masing-masing platform. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat mengombinasikan analisis sentimen dengan analisis topik (*topic modeling*) atau analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang memengaruhi persepsi warganet terhadap transformasi gaya komunikasi dakwah. Selain itu, kajian komparatif terhadap gaya komunikasi beberapa pendakwah digital juga penting dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas dakwah di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bari, A., Wazis, K., & Jannah, S. R. (2025). Pemanfaatan YouTube sebagai Media Dakwah Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 828. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4180>
- Bashori, A. H. (2022). Gaya Komunikasi Da'i dalam Kegiatan Dakwah. *Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam*, 1. <https://ejurnal.stidkis-almardliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih>
- Bonta, V., Kumares, N., & Janardhan, N. (2019). A Comprehensive Study on Lexicon Based Approaches for Sentiment Analysis. *Asian Journal of Computer Science and Technology*, 8(S2), 1–6. <https://doi.org/10.51983/ajcst-2019.8.s2.2037>
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of Da'wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da'wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Ika, Az-Zahra, J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Menyebarkan Nilai Islam di Kalangan Gen-Z (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital pada Akun Tiktok Kadam Sidik). *Naqfi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>
- Prasetyo, N. A. B., Erwin, Hasanah, N. A., Yazid Al Bustomi, A., & Ali Aziz, M. (2023). Utilization of Tik-Tok as A Da'wah Media of Kadam Sidik in The Contemporary Era. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, (2), 107.
- Purwatiningsih, A. P., Eric, M., Wibowo, S., Tyas, A., & Aryani, D. (2024). Transformation of Digital Da'wah as an Instrument for Enhancing Social Welfare. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 44(1), 149–162. <https://doi.org/10.2158/jid.44.1.22056>
- Rosdiyyah, S., Aqilah Boraa, A., Syafitri, N., Mariyah, S., Salamah, N., Nuraini, F., Mukarromah, R. S., Salsabila, S., Wardah, Z. N., Fadilah Pratama, I., Saputra, A. Z., Alfahira, P. N., Rahayu, I., Salsabila, R. S., Fuadi, A., & Al Kahfi, R. (2026). Pendekatan Psikologi dan Komunikatif Dalam Konten Dakwah Kadam Sidik. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4, 2026. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3898>
- Sadia, A., Khan, F., & Bashir, F. (2018, February). An Overview of Lexicon-Based Approach For Sentiment Analysis. *2018 3rd International Electrical Engineering Conference (IEEC 2018)*.
- Wahyudi, D., Susyanto, T., & Nugroho, D. (2017). Implementasi dan Analisis Algoritma Stemming Nazief & Adriani dan Porter pada Dokumen Berbahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah SINUS*.
- Wijaya, F., Ramadhani, R. A., & Setiawan, A. B. (2025). Analisis Sentimen Komentar Video Youtube Dengan Leksikon Textblob Menggunakan Algoritma SVM berdasarkan Rasio Data Uji. *Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)*.