

Inovasi Dakwah Digital Melalui Instragram Dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai Islam Asrama I Pondok Pesantren Ngalah

Ainul Rofiqo
Universitas Yudharta Pasuruan
Email: *Rofiqoainur76@Gmail.Com*

Abstract

This study aims to examine how digital da'wah innovation through Instagram can improve the understanding of Islamic values among students at Dormitory I of Ngalah Islamic Boarding School. This study employed a descriptive qualitative method with a case study approach, allowing the researcher to explore the phenomenon in depth and context. The primary focus is on how social media, particularly Instagram, can be used as an effective means of conveying Islamic da'wah messages. The results show that digital da'wah, packaged creatively, communicatively, and relevant to the lifestyles of Generation Z, is able to attract the attention of students. Through visual content such as infographics, short videos, hadith quotations, and short studies, Instagram becomes a da'wah medium that is not only informative but also interactive and easily accessible. This approach has proven effective in instilling values of faith, worship, and noble morals in students in their daily lives. Factors supporting the success of this digital da'wah include easy access to media, creativity in developing da'wah content, and the active involvement of students in producing and disseminating that content. However, there are also a number of obstacles, such as low digital literacy among some preachers and limited control over circulating content. Overall, digital preaching through Instagram is considered a relevant and adaptive strategy to support modern Islamic boarding school education that is responsive to current developments.

Keywords: *Da'wah, digital, Instagram, Islamic Values.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana inovasi dakwah digital melalui media sosial Instagram dapat meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan mahasantri Asrama I Pondok Pesantren Ngalah. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena secara mendalam dan kontekstual. Fokus utama terletak pada bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat dijadikan sarana yang efektif dalam penyampaian pesan-pesan dakwah Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital yang dikemas secara kreatif, komunikatif, dan relevan dengan gaya hidup generasi Z mampu menarik perhatian mahasantri. Melalui konten visual seperti infografis, video pendek, kutipan hadits, dan kajian singkat, Instagram menjadi media dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga interaktif dan mudah diakses. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menanamkan nilai-nilai keimanan, ibadah, serta akhlak mulia kepada para mahasantri dalam keseharian mereka. Adapun faktor pendukung keberhasilan dakwah digital ini mencakup kemudahan akses terhadap media, kreativitas dalam menyusun konten dakwah, serta keterlibatan aktif mahasantri dalam memproduksi dan menyebarkan konten tersebut. Namun demikian, terdapat pula sejumlah hambatan seperti masih rendahnya literasi digital di kalangan sebagian da'i dan keterbatasan kontrol terhadap konten yang beredar. Secara keseluruhan, dakwah digital melalui Instagram dinilai sebagai strategi yang relevan dan adaptif dalam mendukung pendidikan pesantren yang modern dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Kata Kunci: *Dakwah, digital, instagram, Nilai Islam.*

Pendahuluan

Pada beberapa tahun terakhir saat ini, penggunaan media sosial mengalami peningkatan yang sangat pesat, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu platform yang paling populer saat ini adalah Instragram, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang banyak digemari oleh Generasi Z. Generasi ini, yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi *digital-native* yang kehidupannya sangat dekat dengan teknologi, khususnya smartphone. Hampir seluruh aktivitas harian mereka tidak lepas dari layar ponsel, termasuk dalam mengakses informasi, hiburan, hingga konten keagamaan. Menurut Mohammad Nurfatoni Instagram menjadi media sosial terfavorit di dunia tahun 2025, mengungguli WhatsApp dan Facebook.¹ Data terbaru dari GWI yang dirilis dalam laporan Special Report Digital 2025 yang dirilis Wa Are Social dan Meltwater pada 5 Februari 2025, mengungkapkan bahwa Instagram menjadi platform media sosial favorit di dunia. Sebanyak 16,6 persen pengguna media sosial aktif berusia 16 tahun ke atas menyebut Instagram sebagai platform pilihan mereka.

WhatsApp menempati posisi kedua dengan, mengamankan 16 persen suara, disusul Facebook dengan 13,1 persen. WeChat berada di urutan keempat dengan 12 persen, meskipun popularitasnya sebagian besar terkonsentrasi di Cina. Faktanya, data menunjukkan bahwa hanya 0,2 persen pengguna media sosial di luar China yang menyebut WeChat sebagai platform favorit mereka. Instagram menempati posisi kelima dengan 8,1 persen pengguna dewasa yang mengaku menjadikannya sebagai media sosial pilihan mereka. Douyin, versi Instagram untuk Cina, mendapatkan angka 7,3 persen. Di kalangan perempuan, Instagram dipilih oleh 24,8 persen pengguna usia 16-24 tahun dan 20,8 persen di usia 25-34 tahun. Di kalangan laki-laki, Instagram bahkan lebih dominan dengan 26,6 persen di kelompok usia 16-24 tahun dan 18,4 persen di usia 25-34 tahun. Di kalangan wanita, WhatsApp menjadi pilihan utama bagi 17,3 persen pengguna usia 45-54 tahun dan 21,1 persen pada usia 55-64 tahun.

Fenomena ini menunjukkan bahwa Instragram telah menjadi ruang interaksi digital yang sangat potensial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih populer, cepat, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Hal ini adalah salah satu data empiris yang menunjukkan bahwa pola konsumsi media di kalangan generasi muda telah bergeser secara signifikan ke arah digital. Fakta ini memperkuat bahwa Instragram bukan sekadar platform hiburan, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai media penyampaian pesan keagamaan, termasuk dakwah Islam, terutama bagi kalangan muda seperti mahasiswa asrama i.

Inovasi dakwah digital merupakan suatu pendekatan baru dalam menyampaikan ajaran Islam dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media utama. Inovasi ini muncul sebagai respon terhadap dinamika sosial dan perubahan zaman, yang ditandai oleh kemajuan teknologi digital, terutama di kalangan generasi muda yang semakin dekat dengan dunia maya.² Dalam pembahasan ini, dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah, pengajian, atau khutbah secara langsung, tetapi juga melalui berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi dakwah, podcast dan video edukatif. Secara kontekstual, inovasi dakwah digital mencerminkan upaya kreatif

¹ Mohammad Nurfatoni, "Data Terbaru Dari GWI Yang Dirilis Dalam Laporan Special Report Digital 2025 Yang Dirilis Wa Are Social Dan Meltwater," 2025.

² Rini Fitria and Rafinita Aditia, "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0," *Dawuh* 1 (2020): 1–8.

dan adaptif untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara efektif kepada masyarakat modern, khususnya generasi digital yang memiliki karakteristik unik dalam menerima dan memproses informasi. Inovasi ini tidak hanya melibatkan pemilihan media, tetapi juga mencakup strategi komunikasi, desain pesan dakwah, serta pemanfaatan data dan teknologi untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas dakwah.

Inovasi dakwah digital bukan sekadar tentang pemanfaatan teknologi, melainkan juga merupakan suatu transformasi menyeluruh dalam dakwah. Hal ini mencakup perubahan dalam pendekatan, cara penyampaian pesan, serta penyesuaian target audiens agar sesuai dengan perkembangan budaya digital saat ini. Di lingkungan pendidikan pesantren, khususnya di Pondok Pesantren Ngalah, inovasi dakwah digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan mahasantri terutama asrama i. Dengan demikian, dakwah yang dihadirkan akan lebih kontekstual, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pemanfaatan teknologi dalam dakwah bukan tanpa tantangan. Salah satu isu utama adalah bagaimana para da'i dapat menggunakan teknologi ini secara optimal tanpa melenceng dari tujuan utama dakwah, yaitu menyebarkan ajaran Islam dengan cara yang hikmah, bijaksana, dan sesuai dengan kaidah agama. Selain itu, masih terdapat disparitas dalam tingkat literasi teknologi di kalangan da'i, di mana sebagian besar da'i masih menggunakan metode konvensional dalam berdakwah. Di sisi lain, terdapat pula da'i yang sudah cukup mahir menggunakan teknologi, tetapi belum sepenuhnya memahami cara menggunakannya sebagai media dakwah yang efektif dan beretika.³

Kehadiran dakwah digital juga membuka peluang strategi untuk menghadapi tantangan dakwah di era digital, khususnya dalam menarik perhatian generasi muda yang akrab dengan teknologi, termasuk mahasantri asrama i di lingkungan Pondok Pesantren. Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan akan pendekatan dakwah yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman, khususnya dalam menghadapi tantangan dakwah di era digital. Maraknya penggunaan Instagram di kalangan generasi muda, terutama Mahasantri asrama i, menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga telah bertransformasi menjadi sarana penyebaran informasi dan pembentukan nilai-nilai. Mahasantri, yang notabene merupakan kelompok usia produktif dan sangat aktif di dunia digital, menjadi sasaran strategis dalam penyampaian dakwah Islam agar nilai-nilai keislaman dapat tertanam sejak dini secara kontekstual dan menarik.

Namun demikian, masih terbatasnya penelitian yang secara spesifik mengkaji penggunaan Instagram sebagai media dakwah di lingkungan pesantren, terutama dalam konteks peningkatan pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan mahasantri asrama i-, menjadi celah yang perlu diisi melalui kajian akademik. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengungkap sejauh mana Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah digital yang efektif, serta bagaimana pengaruhnya terhadap pemahaman keislaman mahasantri asrama i Pondok Pesantren Ngalah. Dengan begitu, para pendakwah harus lebih selektif dalam memilih konten yang akan disebar di media sosial, serta memastikan bahwa informasi yang dibagikan berkualitas dan berasal dari sumber yang terpercaya. Oleh karena itu, peran pendakwah yang memiliki pengetahuan agama mendalam

³ ELSA FEBY SAFITRI, "ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI SEBAGAI MEDIA LITERASI DAKWAH PADA DA'I GERAKAN MUBALLIGH ISLAM KOTA BANDAR LAMPUNG," 2024.

sangatlah penting, sehingga media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyebarkan kebaikan dan pemahaman agama yang benar.⁴

Terdapat beberapa dasar atau aspek nilai-nilai pendidikan agama yang dapat Penanaman Nilai-nilai Islam yang ditanamkan pada mahasantri asrama i menurut pandangan Islam.⁵ Nilai-Nilai ini adalah sebagai berikut : Nilai keimanan, Nilai ibadah, dan Nilai akhlak, Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai cara generasi muda, khususnya para pelajar, dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk dakwah yang mengacu pada ajaran Islam. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana pendidikan dan pengembangan karakter agama dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial.⁶

Nilai-nilai agama Islam pada hakekatnya adalah kumpulan dari prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya, yang satu prinsip dengan lainnya saling terkait membentuk satu kesatuan yang utuh tidak dapat dipisahkan. Pada dasarnya Islam merupakan satu sistem, satu paket, paket nilai yang saling terkait satu sama lain, membentuk apa yang disebut sebagai teori-teori Islam baku. Dalam Islam segala hal telah diatur, bagaimana cara kita bersikap dan menjalankan kehidupan di dunia, yang masing-masing memiliki keterikatan satu sama lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana media sosial, khususnya Instragram, dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang inovatif dalam menanamkan nilai-nilai Islam kepada mahasantri asrama i. Melalui penelitian ini, diharapkan ditemukan metode yang efektif dalam penyampaian pesan dakwah yang sesuai dengan karakteristik generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis berbagai tantangan yang muncul dalam proses penyebaran dakwah melalui media sosial, serta memberikan rekomendasi strategis dalam mengoptimalkan penggunaan Instragram sebagai media dakwah yang tetap selaras dengan ajaran Islam dan mudah diterima oleh audiens secara luas.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengungkap secara mendalam fenomena dakwah digital yang berkembang di kalangan santri, khususnya di Asrama I Pondok Pesantren Ngalah, yang telah mengadopsi media sosial Instagram sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada konten dakwah, tetapi juga proses kreatif, respon santri, serta dampak dari penggunaan Instagram dalam memperkuat pemahaman keislaman.

Penelitian ini dilaksanakan di Asrama I Pondok Pesantren Ngalah Purwosari, Pasuruan, dengan alasan bahwa asrama ini menjadi salah satu pusat kegiatan santri yang aktif menggunakan teknologi digital sebagai media pembelajaran agama. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu mereka yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam proses dakwah digital,

⁴ Ali Syahbana Siregar, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2023, <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i4.747>.

⁵ Nur Hudah, "PENANAMAN NILAI-NILAI ISLAM DALAM MEMBENTUK AKHLAK MULIA MELALUI KEGIATAN MENDONGENG DI," 2019, 113–29.

⁶Shodikun Shodikun, Muhammad Hufron, and Muhamad Rifa'i Subhi, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Strategis Dalam Pendidikan Agama Islam," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 524–35, <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3982..>

seperti pengelola akun Instagram dakwah, ustadz pembina, serta santri yang menjadi pengguna aktif platform tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama observasi langsung, untuk mengamati aktivitas dakwah digital dan bagaimana santri mengakses serta merespons konten dakwah melalui Instagram. Kedua wawancara mendalam, dilakukan terhadap narasumber kunci seperti pengelola konten Instagram, pembimbing keagamaan, dan beberapa santri dari berbagai jenjang. Ketiga studi dokumentasi, dengan menelusuri arsip unggahan Instagram, data interaksi media, serta panduan internal yang berkaitan dengan kebijakan dakwah digital di pesantren. Keabsahan data dijaga dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta member check, yakni mengonfirmasi kembali informasi yang diperoleh kepada informan untuk menjaga objektivitas dan keabsahan isi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang strategi, bentuk inovasi, efektivitas, serta tantangan dakwah digital melalui Instagram dalam meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan santri Asrama I, serta kontribusinya terhadap pengembangan pendidikan keagamaan berbasis teknologi di pesantren modern.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian Inovasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), inovasi merupakan proses memasukkan atau mengenalkan sesuatu yang baru, serta penemuan yang berbeda dari apa yang telah ada atau dikenal sebelumnya.⁷ Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002, inovasi merupakan kegiatan yang mencakup penelitian, pengembangan, dan perekayasa dengan tujuan untuk mengembangkan penerapan praktis dari nilai serta konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau menemukan cara baru dalam penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk maupun proses produksi.⁸ Stephen Robbins (1994) mendefinisikan inovasi sebagai ide baru yang diterapkan untuk memulai atau menyempurnakan suatu produk, proses, maupun layanan.

Menurut Suryana (2003), inovasi merupakan kemampuan dalam memanfaatkan kreativitas guna menyelesaikan masalah serta meningkatkan dan memperluas peluang dalam kehidupan.⁹ Menurut Santoso S. Hamidjojo yang dikutip oleh Abdulhak, inovasi pendidikan adalah suatu perubahan yang bersifat baru dan bersifat kualitatif, berbeda dari kondisi sebelumnya, serta secara sengaja diupayakan untuk menciptakan kemampuan dalam mencapai tujuan tertentu, termasuk dalam konteks pendidikan.¹⁰ Sedangkan dalam dunia dakwa inovasi memberikan arti suatu bentuk pembaruan dalam metode, media, dan pendekatan pendekatan pengajaran Islam yang dilakukan secara kreatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan daya jangkauan pesan dakwah, agar dapat diterima dengan lebih baik oleh masyarakat, khususnya dalam konteks sosial, budaya, dan teknologi yang terus berubah. Inovasi dalam lembaga dakwah tidak semata-mata berkaitan dengan pemanfaatan teknologi terbaru, tetapi juga mencakup

⁷ Lutfi Arifuddin, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Remaja," *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, (2020).

⁸ Maria Ulfa Batoebara, "INOVASI DAN KOLABORASI DALAM ERA KOMUNIKASI," *Publik Reform UNDHAR MEDAN 2* (2021): 32.

⁹ Sunarto Ading, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Berbasis Inovasi Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 397–407.

¹⁰ Ading.

pendekatan dan metode penyampaian pesan yang lebih efektif. Keberadaan visi jelas berperan penting dalam mengarahkan inovasi agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat. Misalnya, jika visi lembaga dakwah menjangkau kalangan generasi muda, maka bentuk inovasi yang dapat dikembangkan meliputi pembuatan konten dakwah di media sosial, penyelenggaraan webinar, atau pengembangan aplikasi mobile untuk mempermudah akses terhadap informasi keislaman.

Dengan demikian, visi yang terarah menjadi faktor pendorong bagi lembaga dakwah dalam melakukan adaptasi dan inovasi. Ketika lembaga memiliki tujuan yang dirumuskan secara jelas, setiap kebijakan dan langkah strategi yang diambil akan menjadi lebih fokus dan terarah. Hal ini memungkinkan lembaga dakwah untuk merespons perubahan zaman serta kebutuhan audiens dengan lebih optimal. Di era globalisasi saat ini, media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seiring dengan kemajuan zaman, media sosial bahkan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia. Beragam fitur serta kemudahan akses yang ditawarkan oleh media sosial memberikan berbagai manfaat, salah satunya adalah kemudahan dalam berkomunikasi dengan teman maupun keluarga. Namun demikian, media sosial juga memiliki sisi negatif, seperti menimbulkan ketergantungan, menurunkan daya berpikir kritis, serta berpotensi digunakan sebagai sarana untuk melakukan kejahatan di dunia maya. Oleh karena itu, kemampuan serta kesadaran dalam menggunakan media sosial secara bijak menjadi aspek yang sangat penting untuk dimiliki oleh setiap individu.¹¹

Seiring dengan perkembangan zaman, media dakwah mengalami berbagai dinamika agar eksistensinya tetap terjaga.¹² Di era modern, dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga melalui berbagai media seperti media cetak, radio, audio, televisi, audio visual, hingga memanfaatkan teknologi internet. Internet berperan sebagai sarana dalam menyebarkan informasi, termasuk informasi keagamaan. Keberadaan internet telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, yang tercermin dari perilaku generasi masa kini dalam mengakses informasi. Media Generasi Milenial merupakan salah satu generasi yang hidup dalam masa transisi komunikasi dan teknologi internet. Generasi ini erat kaitannya dengan berbagai platform digital, terutama media sosial (*media sosial*).¹³ Kehadiran media sosial merupakan bagian dari *media barubaru*, yang memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, serta membuat konten. Beragam jenis media sosial kini tersedia sebagai pilihan, seperti Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Telegram, dan lainnya. Di antara semuanya, Facebook, Instagram, dan Twitter merupakan media sosial yang paling populer, khususnya di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, platform ketiga tersebut dinilai paling strategis untuk dimanfaatkan sebagai media dalam kegiatan dakwah.¹⁴

B. Dakwah Digital

¹¹ Muhammad Natsir, *Fiqhul Da'wah* (Jakarta: Media Dakwah, 2000).

¹² Agusman Madeni et al., "The Role of Da'Wah in Overcoming Social Problems," *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 6, no. 1 (2023): 101–11.

¹³ Muhamad Afdoli Ramadoni, Rasmillah, and Abdur Razzaq, "Pengaruh Milenial Branding Erick Thohir Terhadap Perilaku Pemilih Di Pilpres 2019," *Mediakita*, 2022, <https://doi.org/10.30762/mediakita.v6i2.466>.

¹⁴ Hamidah Mohammad Kurjum, "EKSPLORESI PENDIDIKAN ISLAM: STRATEGI DAKWAH MASA RASULULLAH SAW DAN INOVASI DAKWAH MASA KINI TINJAUAN TAFSIR HADITS," *Sunan Kalijaga International Journal on Islamic Educational Research* 8, no. 2 (2024).

Secara KBBI, dakwah diartikan sebagai ajakan atau seruan yang berkaitan dengan penyiaran serta pengembangan agama di tengah masyarakat; meliputi ajakan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran serta nilai-nilai agama.¹⁵ Secara istilah, dakwah dipahami sebagai proses penyampaian ajaran serta nilai-nilai Islam kepada masyarakat secara luas. Proses ini dilakukan dengan memberikan penjelasan yang sistematis dan mudah dipahami, sehingga dakwah pesan dapat diterima, diyakini, dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan utama dakwah adalah mengarahkan masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik, seimbang, dan dinamis, dengan menumbuhkan serta membentuk kepribadian yang berlandaskan pada akhlak mulia (akhlakul karimah).¹⁶ Menurut Mulkhan dalam Farihah, dakwah dipahami sebagai suatu kegiatan sosialisasi Islam yang memiliki berbagai pengertian sebagai berikut:¹⁷

1. Mendorong manusia agar melakukan ciptaan dan mengikuti petunjuk Allah, mendorong berbuat kebaikan serta meninggalkan kemungkaran, dengan tujuan meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
2. Menyerukan seluruh manusia untuk kembali dan hidup sesuai dengan ajaran Allah yang benar, yang dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik
3. Mengupayakan perubahan umat dari satu kondisi kondisi yang lebih baik dalam segala aspek menuju kehidupan, demi mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan sehari-hari, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat secara menyeluruh sebagai bagian dari tatanan hidup manusia.
4. Menyampaikan panggilan Allah dan Rasul-Nya kepada setiap individu manusia agar hidup sesuai dengan martabat, fungsi, dan tujuan hidup yang telah ditetapkan.

Sementara itu, menurut Ahmad, dakwah dipahami sebagai sebuah upaya untuk memberikan solusi atas berbagai permasalahan dalam kehidupan. Oleh karena itu, dakwah perlu dikemas secara menarik dan ditampilkan dengan pendekatan yang aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual berarti mampu menjawab persoalan-persoalan kekinian yang tengah berkembang di tengah masyarakat. Faktual berarti konkrit dan nyata, sedangkan kontekstual berarti sesuai dan relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki peran yang sangat mendasar dalam membimbing manusia menuju kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah tidak hanya sebatas ajakan untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan kemungkaran, tetapi juga merupakan bentuk usaha menyeluruh untuk mengarahkan umat manusia agar menjalani hidup sesuai dengan petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Dakwah bertujuan membentuk tatanan masyarakat yang berkepribadian Islami, yang tercermin dalam perilaku pribadi, keluarga, maupun kehidupan sosial secara umum.

Dakwah yang efektif adalah dakwah yang dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan disertai nasehat yang baik, serta mampu mendorong terjadinya transformasi umat dari kondisi yang kurang

¹⁵ Alwi Hasan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia," in Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008.

¹⁶ Masfi Sya'fiatul Ummah, "Optimalisasi Manajemen Dakwah Pada Era Digital Oleh Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama," *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

¹⁷ Risris Hari Nugraha, Muhamad Parhan, and Aghnia Aghnia, "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 02 (2020): 175–94, <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>.

baik menuju kondisi yang lebih baik dalam seluruh aspek kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah bukan hanya sebatas aktivitas verbal, melainkan sebuah proses transformatif yang bertujuan merealisasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata. Sejalan dengan pendapat Ahmad, dakwah juga harus dikemas secara menarik dan ditampilkan melalui pendekatan yang aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual berarti mampu menjawab berbagai tantangan dan permasalahan kekinian, faktual berarti dakwah tersebut bersifat konkrit dan dapat dirasakan dampaknya, sedangkan kontekstual berarti dakwah tersebut relevan dan sesuai dengan situasi serta kondisi masyarakat yang dihadapi. Dengan demikian, dakwah menjadi instrumen strategi dalam memberikan solusi atas berbagai permasalahan kehidupan masyarakat secara menyeluruh.

Macam-macam dakwah digital meliputi berbagai bentuk komunikasi keagamaan yang memanfaatkan teknologi dan media digital, seperti dakwah melalui website, blog, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), video streaming (YouTube, Vimeo), podcast, serta aplikasi pesan instan (WhatsApp, Telegram). Selain itu, dakwah juga berkembang di platform-platform baru seperti Instragram yang menawarkan format video pendek dengan daya jangkauan luas dan interaksi tinggi. Aplikasi Instragram adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan penggunaanya membuat, menonton, dan membagikan konten kreatif dalam waktu singkat. Instragram terkenal dengan fitur-fitur seperti musik latar, filter, efek visual, dan algoritma rekomendasi yang sangat efektif dalam menjangkau audiens luas secara cepat. Karena kemudahan penggunaan dan daya tariknya yang tinggi, Instragram menjadi media yang potensial untuk dakwah digital, terutama dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada generasi muda secara interaktif dan menarik. Secara khusus, dakwah melalui aplikasi Instragram adalah penyebaran pesan-pesan keislaman dalam bentuk video pendek yang kreatif dan menarik, yang memanfaatkan fitur-fitur unik Instragram seperti musik, filter, dan algoritma rekomendasi untuk menjangkau audiens muda secara efektif. Dakwah di Instragram fokus pada penyampaian nilai-nilai Islam dengan cara yang mudah dipahami dan relevan dengan gaya hidup Mahasantri dan milenial, sehingga meningkatkan daya tarik dan pemahaman keagamaan melalui konten yang viral dan interaktif.

Dengan mempertimbangkan berbagai fungsi strategi dakwah digital sebagaimana telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital dalam kegiatan dakwah merupakan langkah adaptif yang relevan dengan perkembangan zaman. Dakwah digital tidak hanya memperluas jangkauan pelayanan pesan keislaman, tetapi juga meningkatkan efektivitas dan daya tarik dakwah, khususnya bagi generasi muda yang hidup di era digital. Oleh karena itu, integrasi dakwah dengan informasi teknologi menjadi kebutuhan yang mendesak agar pesan-pesan Islam dapat tersampaikan secara lebih kontekstual, komunikatif, dan transformatif dalam menjawab dinamika sosial masyarakat modern. Dengan demikian, dakwah digital diharapkan dapat menjadi sarana strategi dalam membentuk masyarakat yang religius, berakhlak mulia, dan memiliki literasi keislaman yang mumpuni di era digital saat ini.¹⁸ Di sisi lain, kehadiran metode dakwah yang inovatif dan adaptif melalui media digital menjadi sarana penting dalam menjawab tantangan zaman serta dalam memperkuat posisi dakwah sebagai instrumen pembinaan umat di era globalisasi. Dengan demikian,

¹⁸ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *Komunike* 12, no. 2 (2020): 211, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.

dakwah digital tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan keislaman, tetapi juga sebagai media transformatif dalam membentuk masyarakat yang religius dan berakhlak mulia.

C. Nilai islam

Nilai-nilai agama Islam pada hakekatnya adalah kumpulan dari prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya, yang satu prinsip dengan lainnya saling terkait membentuk satu kesatuan yang utuh tidak dapat dipisahkan. Pada dasarnya Islam merupakan satu sistem, satu paket, paket nilai yang saling terkait satu sama lain, membentuk apa yang disebut sebagai teori-teori Islam baku. Dalam Islam segala hal telah diatur, bagaimana cara kita bersikap dan menjalankan kehidupan di dunia, yang masing-masing memiliki keterikatan satu sama lain. Terdapat beberapa dasar atau aspek nilai-nilai pendidikan agama yang dapat ditanamkan pada anak usia dini menurut pandangan Islam. Penerapan Nilai Islam Untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasantri Asrama I Di Ponpes Ngalah.¹⁹

Penerapan nilai-nilai Islam merupakan proses internalisasi ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari yang meliputi aspek ibadah, dan akhlak. Nilai-nilai ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam membentuk karakter dan perilaku seseorang. Di lingkungan pesantren, penerapan nilai Islam menjadi bagian integral dalam proses pendidikan dan pembinaan kepribadian santri. Menurut A. Muis Naharong nilai-nilai Islam yang diterapkan secara konsisten dalam lembaga pendidikan akan membentuk kultur keagamaan yang kuat, serta membentuk pemahaman keislaman yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks pesantren, nilai-nilai Islam tersebut ditanamkan melalui berbagai aktivitas, mulai dari kegiatan pembelajaran kitab kuning, bimbingan akhlak, hingga keteladanan dari para pengasuh dan ustaz. Penerapan nilai Islam juga tidak dapat dilepaskan dari peran lingkungan sosial pesantren yang mendukung terciptanya suasana religius dan kondusif. Melalui pendekatan pembiasaan, pembinaan spiritual, dan penguatan akhlak, nilai-nilai Islam menjadi bagian dari kebiasaan hidup mahasantri di pesantren.²⁰

Keislaman merupakan pengetahuan dan kesadaran yang mendalam terhadap ajaran-ajaran Islam, baik dari aspek teologis, ibadah, muamalah, maupun akhlak. Pemahaman ini tidak hanya berkuat pada aspek kognitif, tetapi juga menyangkut sikap dan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Menurut Syaiful Anwar, pemahaman keislaman dapat ditingkatkan melalui pendekatan yang kontekstual dan dialogis dalam proses pembelajaran, di mana santri tidak hanya dituntut memahami teks, tetapi juga mampu menghubungkannya dengan realitas sosial. Dengan demikian, proses internalisasi nilai Islam tidak bersifat dogmatis, melainkan reflektif dan aplikatif. Dalam konteks Pondok Pesantren Ngalah, penerapan nilai-nilai Islam diarahkan untuk membentuk mahasantri yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga matang secara spiritual dan sosial. Pemahaman keislaman dikembangkan melalui kurikulum terpadu antara pendidikan formal dan pembinaan keagamaan secara intensif.²¹

¹⁹ Mubadalah.id, "Moderasi Beragama Dalam Perspektif Perempuan," *Mubadalah .Id* 02, no. 02 (2021).

²⁰ Ginan Wibawa and Rizal Muttaqin, "Implikasi Filsafat Kritisisme Immanuel Kant Bagi Pengembangan Studi Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Ilmiah Humantech* 1, no. 1 (2021): 25–36.

²¹ Vina Rosalina, "PESAN DAKWAH DALAM KISAH ABU NAWAS (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)," *Jurnal Syntax Fusion* 1, no. 1 (2020): 74–84, <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i1.8>.

D. Inovasi Dakwah Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai Islam Asrama I Pondok Pesantren Ngalah

Mahasantri Asrama I, sebagai kelompok sasaran dalam penelitian ini merupakan representasi dari Mahasantri yang aktif mengakses konten digital dan memiliki potensi besar untuk menjadi agen penyebar nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram dalam dakwah tidak hanya dilihat dari sisi teknologinya, tetapi juga dari efektivitasnya dalam menyampaikan pesan-pesan Islam yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda pesantren. Bab ini akan mengulas secara mendalam bentuk, strategi, serta pengaruh konten dakwah di Instagram terhadap pemahaman keislaman Mahasantri, sekaligus mengevaluasi tantangan dan peluang yang muncul dalam pelaksanaan dakwah digital di lingkungan Pondok Pesantren Ngalah.²²

Penerapan ini tidak hanya mencakup teknis produksi konten, tetapi juga menyangkut strategi penyampaian pesan, gaya komunikasi, hingga daya tarik visual yang digunakan agar mampu menjangkau dan dipahami dengan baik oleh mahasantri sebagai sasaran dakwah. Teori dakwah yang disampaikan oleh Ahmad dalam skripsi ini menyebutkan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang dikemas secara aktual, faktual, dan kontekstual, serta mampu menjawab persoalan kehidupan umat. Teori ini menunjukkan bahwa dalam konteks digital, dakwah harus menggunakan pendekatan yang relevan dan mudah diterima oleh objek dakwah. Penerapan konten dakwah Instagram sejalan dengan teori ini, karena konten dirancang dengan gaya visual yang menarik, penggunaan bahasa yang ringan namun tetap substantif, dan penyesuaian dengan tren digital yang sudah akrab di kalangan mahasantri.²³

Temuan lapangan menunjukkan bahwa konten dakwah yang dibuat oleh tim Asrama I di Instagram disusun dengan konsep kreatif dan tematik. Mahasantri sebagai pengelola konten menyajikan materi dakwah dalam bentuk motivasi Islami, nasihat akhlak, cuplikan hadist dan ayat Al-Qur'an, serta konten edukatif seputar keislaman yang dikemas dalam bentuk video pendek, lipsync, serta narasi visual yang sederhana namun bermakna. Penyesuaian terhadap format video pendek Instagram menjadi salah satu strategi utama agar dakwah dapat diterima secara ringan dan cepat dipahami oleh sesama mahasantri. Penerapan ini menguatkan teori inovasi yang dikemukakan oleh Stephen Robbins (1994), bahwa inovasi merupakan penerapan dari ide-ide baru dalam rangka menyempurnakan proses dan produk yang telah ada. Dalam konteks ini, proses dakwah mengalami penyempurnaan melalui media Instagram dengan memadukan konten dakwah Islam dengan format digital interaktif. Mahasantri sebagai pengguna dan produsen konten dakwah Instagram tidak hanya menjadi objek penerima pesan, tetapi juga bertindak sebagai subjek aktif yang menyebarkan nilai-nilai Islam secara partisipatif.²⁴

Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat temuan Nurul Hidayati (2021) yang menyatakan bahwa dakwah melalui media sosial, khususnya Instagram, akan lebih efektif jika disampaikan

²² Athok Murtadlo, "Kharisma Pendakwah Sebagai Komunikator," *Jurnal Spektrum Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 3, <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.24>.

²³ Adi Fadli, "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia," *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana LAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14.

²⁴ M Jafar, "Peluang Dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi Di Era 4.0," *Peluang Dan Tantangan Berdakwah UNIVERSAL GRACE JOURNAL* 1, no. 1 (2023): 138.

dengan gaya visual menarik, durasi singkat, serta menyentuh isu-isu yang dekat dengan kehidupan audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasantri lebih responsif terhadap konten dakwah yang dikemas secara ringan namun tetap menyentuh nilai-nilai spiritual seperti keikhlasan, kejujuran, amanah, hingga pentingnya menjaga adab. Lebih jauh lagi, penerapan dakwah Instagram oleh mahasantri ini juga berkaitan dengan teori motivasi Maslow (1970), yang menjelaskan bahwa pada tingkatan aktualisasi diri, individu terdorong untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan intelektualnya. Dalam hal ini, keterlibatan mahasantri dalam membuat dan mengonsumsi konten dakwah mencerminkan proses aktualisasi diri secara religius. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan keislaman, tetapi juga menemukan makna dalam menyampaikan kebaikan kepada orang lain melalui medium yang mereka kuasai.²⁵

Dengan demikian, penerapan konten dakwah Instagram oleh mahasantri Pondok Pesantren Ngalah menjadi wujud nyata dari dakwah kontekstual berbasis digital. Penelitian ini tidak hanya menguatkan teori yang telah ada, tetapi juga menambahkan bahwa mahasantri memiliki peran ganda sebagai objek sekaligus subjek dakwah digital. Inilah yang membedakan pendekatan dakwah di era digital: peran aktif mahasantri dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui media yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Rumusan masalah kedua dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan konten dakwah digital melalui Instagram dilakukan secara konkret di Pondok Pesantren Ngalah dalam rangka meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam bagi mahasantri khususnya santri asrama i. Penerapan ini tidak hanya mencakup teknis produksi konten, tetapi juga menyangkut strategi penyampaian pesan, gaya komunikasi, hingga daya tarik visual yang digunakan agar mampu menjangkau dan dipahami dengan baik oleh mahasantri sebagai sasaran dakwah.²⁶

Instagram sebagai media dakwah digital menjadi sarana yang cukup efektif dalam menjangkau generasi muda yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap teknologi dan media visual. Penyampaian konten dakwah yang singkat, padat, dan menarik secara visual menjadikan pesan-pesan keislaman lebih mudah dipahami dan diterima oleh para mahasantri. Selain itu, kehadiran media ini memungkinkan penyampaian dakwah secara fleksibel, interaktif, dan berkesinambungan, baik di dalam maupun di luar aktivitas pesantrenan formal. Dampak positif dari penggunaan Instagram sebagai media dakwah terlihat dari meningkatnya pemahaman mahasantri terhadap nilai-nilai Islam seperti keimanan, akhlak, ibadah, serta toleransi. Selain itu, terdapat perubahan pada cara berpikir, sikap, dan perilaku keagamaan yang lebih reflektif dan kontekstual. Mahasantri lebih aktif dalam mencari, menyimak, dan membagikan konten dakwah, serta menunjukkan partisipasi yang tinggi dalam kegiatan-kegiatan digital.²⁷

²⁵ Aditia M Yusup and Mariyanto Nur Shamsul, "Model Pendidikan Kaderisasi Da' i Di Wahdah Islamiyah Dalam Perspektif Pendidikan Islam," *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 14, no. 2 (2025): 190–207, <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v14i2.19760>.

²⁶ Izzaty Ulya Munirah Abd Aziz and Zainab Ismail, "Personaliti Pendakwah Dalam Menyantuni Masyarakat Non Muslim," *Al-Hikmah* 10, no. 1 (2018): 34.

²⁷ Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital," *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62, <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.

Namun demikian, dampak tersebut tidak muncul secara instan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti intensitas keterpaparan terhadap konten dakwah, kualitas konten yang disajikan, dan dukungan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital melalui Instagram tidak hanya ditentukan oleh platform itu sendiri, tetapi juga oleh sinergi antara pengelola dakwah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah membuka peluang besar dalam transformasi metode dakwah, salah satunya melalui media sosial. Instagram sebagai platform digital berbasis visual kini menjadi ruang baru dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara cepat, ringkas, dan menarik. Hal ini sangat relevan dengan karakteristik generasi muda.²⁸

Namun demikian, penerapan dakwah digital melalui Instagram tidak serta-merta terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai aspek pendukung, seperti tersedianya infrastruktur teknologi, kompetensi digital, kreativitas dalam pengemasan pesan dakwah, serta keterbukaan lingkungan pesantren terhadap inovasi dakwah. Faktor-faktor pendukung ini menjadi landasan penting dalam memaksimalkan peran media sosial sebagai alat dakwah yang efektif. Di sisi lain, terdapat pula sejumlah faktor penghambat yang menjadi tantangan dalam implementasi dakwah digital. Beberapa diantaranya adalah keterbatasan alat dan akses internet, rendahnya literasi digital sebagian mahasantri, keterbatasan waktu karena padatnya aktivitas pesantrenan, hingga kurangnya konsistensi dalam produksi konten.²⁹ Oleh karena itu, perencanaan terhadap faktor pendukung dan penghambat ini menjadi sangat penting untuk menyebarkan strategi dakwah digital yang telah berjalan. Hasil pemaparan ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi pengelola media dakwah di Pondok Pesantren Ngalah, khususnya dalam menyusun strategi dakwah digital yang lebih adaptif, tepat sasaran, dan berkelanjutan. Selanjutnya penjelasan mengenai faktor-faktor tersebut akan diuraikan dalam dua subbagian, yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan dakwah digital melalui Instagram.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Inovasi Dakwah Digital Melalui Instagram dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai Islam Mahasantri di Pondok Pesantren Ngalah, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform Instagram sebagai media dakwah digital terbukti menjadi salah satu strategi yang efektif dan relevan dalam menjawab tantangan dakwah di era digital yang serba cepat dan dinamis. Instagram, sebagai media sosial yang dominan digunakan oleh generasi muda, termasuk para mahasantri, memiliki karakteristik visual dan interaktif yang sangat mendukung penyampaian pesan-pesan keislaman secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Dalam praktiknya, dakwah melalui Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian materi keagamaan secara satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog dan interaksi antara da'i dan mad'u (audiens). Mahasantri dapat dengan mudah mengakses konten dakwah kapan saja dan di mana saja, serta terlibat langsung dalam proses diskusi, tanya jawab, bahkan menyebarluaskan nilai-nilai Islam kepada pengikut lainnya melalui fitur berbagi atau komentar. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital melalui Instagram memiliki jangkauan yang luas, respons

²⁸ Jafar, "Peluang Dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi Di Era 4.0."

²⁹ Nurbaiti Bahrudin, Ahmad Irfan, and Rahmah Ningsih, "Distribusi Dana Filantropi Islam Sebagai Solusi Pengembangan Literasi Digital Dalam Bidang Dakwah," *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)* 2, no. 1 (2022): 125–39, <https://doi.org/10.21154/joipad.v2i1.3775>.

yang cepat, dan daya tarik yang tinggi bagi kalangan santri modern yang akrab dengan teknologi. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa keberhasilan inovasi dakwah digital ini dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, antara lain: kreativitas dalam penyajian konten, konsistensi dalam mengunggah materi dakwah, serta partisipasi aktif dari mahasiswa dalam merespons dan mendukung kegiatan dakwah digital. Konten yang dikemas dalam bentuk poster islami, video singkat motivasi keislaman, kutipan ayat atau hadits, hingga konten interaktif seperti polling dan tanya jawab, terbukti mampu menarik minat mahasiswa dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap nilai-nilai dasar Islam seperti keimanan, ibadah, akhlak, dan ukhuwah Islamiyah.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.
- Ading, Sunarto. "Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Berbasis Inovasi Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 397–407.
- Alwi Hasan. "Kamus Besar Bahasa Indonesia," in *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008.
- Arifuddin, Lutfi. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Remaja." *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2020.
- Aziz, Izzaty Ulya Munirah Abd, and Zainab Ismail. "Personaliti Pendakwah Dalam Menyantuni Masyarakat Non Muslim." *Al-Hikmah* 10, no. 1 (2018): 34.
- Bahrudin, Nurbaiti, Ahmad Irfan, and Rahmah Ningsih. "Distribusi Dana Filantropi Islam Sebagai Solusi Pengembangan Literasi Digital Dalam Bidang Dakwah." *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)* 2, no. 1 (2022): 125–39. <https://doi.org/10.21154/joipad.v2i1.3775>.
- Fadli, Adi. "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia." *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana LAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14.
- Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0." *Dawuh* 1 (2020): 1–8.
- Hudah, Nur. "PENANAMAN NILAI-NILAI ISLAM DALAM MEMBENTUK AKHLAK MULIA MELALUI KEGIATAN MENDONGENG DI," 2019, 113–29.
- Jafar, M. "Peluang Dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi Di Era 4.0." *Peluang Dan Tantangan Berdakwah UNIVERSAL GRACE JOURNAL* 1, no. 1 (2023): 138.
- Madeni, Agusman, Stid Mohammad, Natsir Stid, and Mohammad Natsir. "The Role of Da'Wah in Overcoming Social Problems." *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 6, no. 1 (2023): 101–11.
- Maria Ulfa Batoebara. "INOVASI DAN KOLABORASI DALAM ERA KOMUNIKASI." *Publik Reform UNDHLAR MEDAN* 2 (2021): 32.
- Mohammad Kurjum, Hamidah. "EKSPLOKORASI PENDIDIKAN ISLAM: STRATEGI DAKWAH MASA RASULULLAH SAW DAN INOVASI DAKWAH MASA KINI TINJAUAN TAFSIR HADITS." *Sunan Kalijaga International Journal on Islamic Educational Research* 8, no. 2 (2024).
- Mohammad Nurfatoni. "Data Terbaru Dari GWI Yang Dirilis Dalam Laporan Special Report Digital 2025 Yang Dirilis Wa Are Social Dan Meltwater," 2025.
- Mubadalah.id. "Moderasi Beragama Dalam Perspektif Perempuan." *Mubadalah .Id* 02, no. 02 (2021).
- Murtadlo, Athok. "Kharisma Pendakwah Sebagai Komunikator." *Jurnal Spektrum Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 3. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.24>.

- Natsir, Muhammad. *Fiqhud Da'wah*. Jakarta: Media Dakwah, 2000.
- Nugraha, Risoris Hari, Muhamad Parhan, and Aghnia Aghnia. "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3, no. 02 (2020): 175–94. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>.
- Ramadoni, Muhamad Afdoli, Rasmillah, and Abdur Razzaq. "Pengaruh Milenial Branding Erick Thohir Terhadap Perilaku Pemilih Di Pilpres 2019." *Mediakita*, 2022. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v6i2.466>.
- SAFITRI, ELSA FEBY. "ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI SEBAGAI MEDIA LITERASI DAKWAH PADA DA'I GERAKAN MUBALLIGH ISLAM KOTA BANDAR LAMPUNG," 2024.
- Shodikun, Shodikun, Muhammad Hufron, and Muhamad Rifa'i Subhi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Strategis Dalam Pendidikan Agama Islam." *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 524–35. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3982>.
- Siregar, Ali Syahbana. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2023. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i4.747>.
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan." *Komunike* 12, no. 2 (2020): 211. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. "Optimalisasi Manajemen Dakwah Pada Era Digital Oleh Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdatul Ulama." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.
- Vina Rosalina. "PESAN DAKWAH DALAM KISAH ABU NAWAS (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)." *Jurnal Syntax Fusion* 1, no. 1 (2020): 74–84. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i1.8>.
- Wibawa, Ginan, and Rizal Muttaqin. "Implikasi Filsafat Kritisisme Immanuel Kant Bagi Pengembangan Studi Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Ilmiah Humantech* 1, no. 1 (2021): 25–36.
- Yusup, Aditia M, and Mariyanto Nur Shamsul. "Model Pendidikan Kaderisasi Da' i Di Wahdah Islamiyah Dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Ta'dibuna : Jurnal Pendidikan Agama Islam* 14, no. 2 (2025): 190–207. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v14i2.19760>.