

Optimalisasi Media Sosial melalui Pelatihan Terintegrasi untuk Peningkatan Efektivitas dan Literasi Dakwah Digital

Abdul Majir¹, Fransiskus Marianus Hawi², Ismail Nasar³, Heronimus E.A. Wejang⁴
^{1,2,3,4}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Unika Santu Paulus Ruteng

Article Info

Article history

Received : Jul 30, 2025

Revised : Aug 20, 2025

Accepted : Aug 26, 2025

Kata Kunci:

Dakwah digital;
Literasi digital;
Media sosial;
elatihan terintegrasi;
Pendampingan.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan *Model Pelatihan Terintegrasi* berbasis media sosial untuk meningkatkan efektivitas dan literasi dakwah digital. Sasaran kegiatan adalah 30 penyuluh agama Islam di bawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Manggarai, Seksi Bimbingan Masyarakat Islam (BIMAIS), yang dilaksanakan di Kota Ruteng. Program memadukan pelatihan literasi digital, *workshop* pembuatan konten kreatif berbasis analisis audiens, serta pendampingan berkelanjutan secara luring dan daring. Materi pelatihan mencakup perancangan strategi konten, pengelolaan akun media sosial dakwah, dan pemanfaatan *audience insight* untuk pengembangan strategi dakwah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta mengelola media sosial secara profesional, menghasilkan akun dakwah aktif, modul literasi dakwah digital, dan portofolio konten kreatif (video pendek, poster digital, artikel). Model ini terbukti efektif memperkuat dakwah digital yang inklusif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta berkontribusi pada pencapaian SDGs 4 (pendidikan berkualitas), 10 (pengurangan kesenjangan), dan 16 (perdamaian dan keadilan).

Abstract

This community service activity aims to develop an integrated social media-based training model to improve the effectiveness and digital da'wah literacy. The target of the activity is 30 Islamic religious counselors under the auspices of the Ministry of Religious Affairs of Manggarai Regency, the Islamic Community Guidance Section (BIMAIS), which will be held in Ruteng City. The program combines digital literacy training, creative content creation workshops based on audience analysis, and ongoing in-person and online mentoring. Training materials cover content strategy design, management of da'wah social media accounts, and utilization of audience insights for da'wah strategy development. The results of the activity show a significant improvement in participants' skills in managing social media professionally, resulting in active da'wah accounts, digital da'wah literacy modules, and creative content portfolios (short videos, digital posters, articles). This model has proven effective in strengthening inclusive digital da'wah, adapting to technological developments, and contributing to the achievement of SDGs 4 (quality education), 10 (reduced inequalities), and 16 (peace and justice).

Corresponding Author:

Abdul Majir
^{1,2,3,4} FKIP, Unika Santu Paulus Ruteng
Jalan Ahmad Yani, No. 10, Ruteng, NTT, Indonesia, 86518
Email : abdulmajir@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-NC license.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah secara mendasar pola interaksi sosial dan distribusi informasi. Media sosial, sebagai salah satu produk utama revolusi digital, kini menjadi kanal strategis penyampaian pesan keagamaan karena bersifat interaktif, memiliki

jangkauan audiens yang luas, dan mampu menyebarkan informasi secara cepat (Hakim & Dahri, 2025; Khoirunnisa & Roiehana Shofa, 2023). Indonesia, dengan jumlah pengguna internet mencapai 212 juta orang atau 74,6% dari populasi, dan 143 juta di antaranya aktif di media sosial (We Are Social, 2025), memiliki potensi besar untuk pengembangan dakwah digital lintas wilayah, generasi, dan budaya.

Namun, pemanfaatan media sosial dalam dakwah menghadapi berbagai tantangan. Rendahnya literasi digital di kalangan dai dan pengelola organisasi dakwah kerap menyebabkan pesan keagamaan kurang efektif, tidak kontekstual, bahkan berisiko menimbulkan disinformasi atau konflik interpretatif (Akbar & Fahlevi, 2024). Di sisi lain, maraknya penyebaran ujaran kebencian, hoaks, dan konten provokatif bertentangan dengan prinsip Islam rahmatan lil 'alamin. Hal ini berdampak negatif terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya: SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 10 (Pengurangan Kesenjangan), dan SDG 16 (Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Tangguh). Dalam konteks SDG 4, khususnya target 4.7, dakwah digital dapat berkontribusi terhadap penyebaran pendidikan yang mendorong pembangunan berkelanjutan, hak asasi manusia, kesetaraan gender, serta promosi budaya damai dan toleransi antar umat beragama, jika dikelola dengan pendekatan yang inklusif dan terstandarisasi.

Sejumlah penelitian menegaskan bahwa keberhasilan dakwah digital memerlukan sinergi antara kreativitas konten, konsistensi publikasi, dan pemanfaatan data analitik audiens untuk memastikan pesan sampai kepada kelompok sasaran yang tepat (Faridah et al., 2025; Marlenda & Bashori, 2025). Strategi ini juga harus mempertimbangkan karakteristik demografis audiens, terutama generasi muda, yang cenderung merespons format visual interaktif dan kolaborasi dengan *influencer* (Nasution et al., 2025). Namun, sebagian besar program literasi digital untuk dakwah saat ini bersifat insidental, minim keberlanjutan, dan kurang memfasilitasi interaksi dua arah (Lestari & Fauzi, 2023; Zafri et al., 2023).

Merespons permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merancang dan mengimplementasikan *Model Pelatihan Terintegrasi* berbasis media sosial. Model ini memadukan pelatihan literasi digital, *workshop* pembuatan konten kreatif berbasis analisis audiens, dan pendampingan berkelanjutan, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengelola media sosial dakwah secara profesional. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi strategi berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dan literasi dakwah digital, sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana dakwah yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan di era transformasi digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan *Model Pelatihan Terintegrasi* berbasis media sosial, yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas dan literasi dakwah digital di kalangan penyuluh agama Islam. Model ini memadukan tiga komponen utama, yaitu pelatihan literasi digital, *workshop* pembuatan konten kreatif berbasis analisis audiens, dan pendampingan berkelanjutan.

Sasaran Kegiatan

Program ini ditujukan kepada 30 penyuluh agama Islam di bawah koordinasi Kementerian Agama Kabupaten Manggarai, Seksi Bimbingan Masyarakat Islam (BIM AIS). Pemilihan peserta didasarkan pada peran strategis mereka sebagai penggerak dakwah di masyarakat dan keterlibatan aktif dalam kegiatan penyuluhan.

Tahapan Pelaksanaan

a. Pelatihan Literasi Digital

Tahap ini berfokus pada penyampaian materi teoritis mengenai konsep literasi digital, tren penggunaan media sosial di Indonesia, dan etika bermedia dalam konteks dakwah. Peserta diperkenalkan pada berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok) yang relevan untuk dakwah, serta teknik optimalisasi fitur untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

b. Workshop Pembuatan Konten Kreatif

Peserta dilatih untuk memproduksi konten dakwah berbasis analisis audiens (*audience insight*), meliputi pembuatan video pendek (<1 menit), poster digital, dan artikel singkat. Kegiatan dilaksanakan

dalam kelompok kecil, disertai umpan balik langsung dari fasilitator. Fokus workshop mencakup keterampilan teknis, seperti pengambilan gambar, penyuntingan video sederhana, desain grafis, dan penulisan narasi dakwah yang persuasif.

c. Pendampingan Berkelanjutan

Pendampingan dilakukan secara luring dan daring untuk memastikan implementasi materi pelatihan. Kegiatan mencakup bimbingan teknis terkait penjadwalan konten, strategi interaksi audiens, serta pemanfaatan data analitik media sosial untuk evaluasi performa konten. Pendampingan ini bertujuan menumbuhkan konsistensi publikasi dan memperluas jejaring dakwah digital melalui kolaborasi lintas sektor.

Peran Mitra dan Tim Pelaksana

a. Mitra (Kemenag Manggarai):

Memberikan dukungan logistik, memfasilitasi rekrutmen peserta, dan menyediakan sarana pelaksanaan kegiatan.

b. Tim Pelaksana:

Menyusun modul pelatihan, memberikan materi, memandu workshop, serta melakukan pendampingan teknis pasca kegiatan.

Produk yang Dihasilkan

Kegiatan ini menghasilkan: Akun media sosial dakwah aktif yang dikelola peserta, Modul literasi dakwah digital, Portofolio konten kreatif, termasuk video pendek, poster digital, dan artikel singkat. Produk ini dikembangkan dengan mengintegrasikan teknik *content creation* berbasis *audience insight* dan strategi *branding* dakwah yang efektif (Irawan, 2025; Khoeron et al., 2025; Mangifera et al., 2023; Marlenda & Bashori, 2025; Rizaki & Busro, 2025).



Gambar 1: Statistik penetrasi internet dan media sosial di Indonesia (We Are Social, 2025)



Gambar 2. Pemateri menyampaikan materi pelatihan literasi dakwah digital kepada peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan pada 19 Juli 2025 di Kota Ruteng dan melibatkan 30 penyuluh agama Islam di bawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Manggarai, Seksi Bimbingan Masyarakat Islam (BIM AIS). Program ini mengusung tema *Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Efektivitas dan Literasi Dakwah di Era Digital*, dengan pendekatan Model Pelatihan Terintegrasi yang mencakup tiga tahapan: (1) pelatihan literasi digital, (2) workshop pembuatan konten kreatif berbasis analisis audiens, dan (3) pendampingan berkelanjutan. Model ini dirancang secara khusus untuk mengatasi tantangan konten negatif di media sosial, seperti hoaks, ujaran kebencian, dan provokasi, dengan membekali peserta kemampuan literasi kritis, etika bermedia digital, serta strategi produksi konten dakwah yang moderat dan faktual. Dibandingkan dengan pendekatan pelatihan sebelumnya yang umumnya bersifat satu arah, singkat, dan tidak berkelanjutan (Lestari & Fauzi, 2023), model ini menawarkan keunggulan pada aspek partisipatif, berorientasi pada kebutuhan audiens, serta menyediakan mekanisme pendampingan pasca pelatihan yang memungkinkan penerapan berkelanjutan dalam praktik dakwah digital.

a. Tahap Pelatihan Literasi Digital.

Pada tahap ini, peserta memperoleh pemahaman tentang tren penggunaan media sosial di Indonesia, potensi pemanfaatannya untuk dakwah, dan prinsip etika bermedia. Data *We Are Social* (2025) yang mencatat 143 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia menjadi landasan diskusi strategis. Peserta mulai memahami pentingnya pengelolaan media dakwah yang terstruktur, profesional, dan konsisten. Pemahaman ini relevan dengan temuan (Marlenda & Bashori, 2025) yang menegaskan peran kesinambungan aktivitas dakwah digital dalam mempertahankan keterlibatan audiens.

b. Tahap Workshop Pembuatan Konten Kreatif

Peserta dibagi menjadi kelompok kecil untuk memproduksi konten dalam tiga format utama; (a) Video pendek (1 menit) untuk platform seperti TikTok dan Instagram Reels; (b) Poster digital bertema dakwah; (c) Artikel singkat untuk media sosial dan blog dakwah.

Setiap karya dipresentasikan dan mendapat umpan balik langsung dari fasilitator. Proses ini mendorong peningkatan keterampilan teknis, termasuk pengambilan gambar, desain grafis sederhana, dan penulisan narasi dakwah persuasif. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi (Faridah et al., 2025) bahwa pembelajaran berbasis praktik dapat meningkatkan kapasitas kreatif dai dalam menghadapi tantangan dakwah digital.

c. Tahap Pendampingan Berkelanjutan

Pendampingan dilaksanakan secara daring dan luring untuk memastikan keberlanjutan implementasi materi pelatihan. Fokus pendampingan meliputi (a) Penyusunan kalender konten (*content scheduling*); (b) Pemanfaatan *audience insight* untuk evaluasi performa konten; (c) Strategi interaksi dengan audiens melalui komentar, *live streaming*, dan pesan langsung. Tahap ini terbukti efektif menumbuhkan komitmen peserta dalam memproduksi konten secara rutin, sekaligus memperluas jejaring dakwah digital melalui kolaborasi dengan tokoh agama lokal dan komunitas kreator konten. Hal ini sejalan dengan strategi (Nasution et al., 2025) yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap preferensi demografis audiens untuk memperluas jangkauan dakwah



Gambar 3. Suasana pelatihan pembuatan konten kreatif materi penyuluhan

Tabel berikut menunjukkan perubahan keterampilan dan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan

Tabel 1. Data primer hasil kegiatan pengabdian, 2025

Komponen	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan	Perubahan Kualitatif
Pemahaman literasi digital	Rendah	Tinggi	Mampu membedakan sumber informasi kredibel dan hoaks.
Kemampuan pembuatan konten	Terbatas	Meningkat signifikan	Menghasilkan video pendek, poster digital, dan artikel dakwah.
Pengelolaan akun media dakwah	Tidak terjadwal	Terjadwal	Menerapkan kalender konten mingguan.
Pemanfaatan audience insight	Hampir tidak ada	Aktif digunakan	Menggunakan data analitik untuk perencanaan strategi konten.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Model Pelatihan Terintegrasi yang menggabungkan pelatihan literasi digital, *workshop* pembuatan konten kreatif, dan pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan secara signifikan kompetensi dakwah digital peserta. Peningkatan ini tercermin pada empat aspek utama: pemahaman literasi digital, keterampilan pembuatan konten, pengelolaan akun media dakwah, dan pemanfaatan *audience insight*. Peningkatan pemahaman literasi digital memungkinkan peserta lebih kritis dalam memilah informasi dan menghindari penyebaran hoaks, sejalan dengan temuan (Akbar & Fahlevi, 2024; Misdiyanto et al., 2024; Mustika Wanda, 2024), yang menekankan peran literasi digital dalam meminimalkan disinformasi. (Dzakirah et al., 2024) menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital mahasiswa berpengaruh langsung pada ketepatan mereka dalam mengonsumsi informasi, sementara (Mukhlis et al., 2023) menegaskan pentingnya pendampingan dalam penguatan literasi dakwah berbasis teknologi. (Muh. Aswad et al., 2024) turut menggarisbawahi bahwa pembekalan literasi digital menjadi kebutuhan mendasar bagi generasi muda dai di era teknologi.

Dari sisi produksi konten, peserta berhasil menghasilkan video pendek, poster digital, dan

artikel dakwah yang relevan dengan kebutuhan audiens. Hal ini memperkuat pandangan (Faridah et al., 2025) bahwa pembelajaran berbasis praktik langsung (*hands-on learning*) efektif dalam meningkatkan keterampilan kreatif dai. (Marlenda & Bashori, 2025) menunjukkan bahwa kemampuan memproduksi konten berkualitas meningkatkan kredibilitas pesan dakwah, sementara (Firdaus & Kolil, 2023) menekankan optimalisasi media sosial organisasi dakwah sebagai sarana publikasi yang efektif. (Mangifera et al., 2023) menambahkan bahwa keterampilan *branding* di media sosial turut menentukan daya tarik konten, dan (Tika & Mutrofin, 2023) menegaskan urgensi digitalisasi literasi keislaman dalam membangun konten yang kontekstual. (Lestari & Fauzi, 2023) juga membuktikan bahwa konten dakwah berbasis figur publik dapat memperluas jangkauan pesan secara signifikan.

Pengelolaan akun media dakwah yang sebelumnya tidak terjadwal berubah menjadi terstruktur melalui penerapan kalender konten mingguan. Konsistensi publikasi ini mendukung hasil (Marlenda & Bashori, 2025) yang menegaskan bahwa keberlanjutan aktivitas digital mempertahankan keterlibatan audiens. (Nasution et al., 2025) menyatakan bahwa strategi publikasi yang konsisten meningkatkan konektivitas audiens, sementara (Khoirunnisa & Roiehana Shofa, 2023) menunjukkan bahwa manajemen terjadwal mempermudah penyusunan strategi dakwah. (Rakatiwi et al., 2023) menyoroti peran algoritma media sosial dalam mendukung konten teratur, sedangkan (Nurliana & Aini, 2023) menambahkan bahwa konsistensi unggahan membantu membentuk citra kredibel. (Fatiyatul Aula et al., 2025) menggarisbawahi bahwa pengelolaan akun yang profesional juga berdampak pada pembentukan citra positif dai di media digital.

Penggunaan *audience insight* secara aktif memperlihatkan pergeseran paradigma peserta dari sekadar memproduksi konten menjadi mengelola strategi dakwah berbasis data. Pendekatan ini selaras dengan strategi analitik yang diusulkan (Nasution et al., 2025) untuk meningkatkan efektivitas distribusi pesan. (Hakim & Dahri, 2025) menambahkan bahwa pemanfaatan data audiens dapat meminimalisasi konten yang bersifat komodifikasi semata. (Rizaki & Busro, 2025) menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat memandu dai dalam menyesuaikan gaya komunikasi, sedangkan (Nuhaa et al., 2023) mengilustrasikan efektivitas pemanfaatan media *podcast* berbasis data audiens. (Khoeron et al., 2025) menekankan bahwa adaptasi kelembagaan dakwah memerlukan pengelolaan strategi berbasis *insight*, sementara (Judijanto et al., 2024) menegaskan perlunya etika digital dalam mengolah data audiens.

Implikasi dari hasil ini mencakup tiga aspek penting. Pertama, dari sisi praktis, program ini memberikan model yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan adaptasi konteks lokal ((Pratiwi, 2024). Kedua, dari sisi teoritis, hasil ini memperkaya literatur dakwah digital dengan menegaskan bahwa integrasi literasi digital, keterampilan kreatif, dan analisis audiens adalah formula yang efektif (Hakim & Dahri, 2025; Nurkholis & M. Noor, 2025; Zafri et al., 2023). Ketiga, dari sisi kebijakan, kolaborasi antara pemerintah, komunitas kreator digital, dan lembaga pendidikan agama perlu diperluas untuk memperkuat ekosistem dakwah digital yang inklusif dan berkelanjutan (Firdaus & Kolil, 2023; Irawan, 2025; Rakatiwi et al., 2023) Dengan demikian, model ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membentuk pola pikir strategis yang mampu menempatkan media sosial sebagai instrumen dakwah adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan audiens masa kini (Akbar & Fahlevi, 2024; Faridah et al., 2025; Marlenda & Bashori, 2025; Nasution et al., 2025).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema "*Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Efektivitas dan Literasi Dakwah di Era Digital*" yang dilaksanakan pada 19 Juli 2025 di Kota Ruteng telah menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas dakwah digital para penyuluh agama. Melibatkan 30 peserta dari lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Manggarai, program ini menerapkan Model Pelatihan Terintegrasi yang mencakup pelatihan literasi digital, workshop pembuatan konten berbasis analisis audiens, dan pendampingan berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan dalam empat aspek utama: literasi digital yang lebih kritis dalam menyikapi informasi daring, kemampuan produksi konten dakwah yang relevan dan menarik, pengelolaan akun media sosial yang lebih terstruktur, serta pemanfaatan data audiens dalam menyusun strategi dakwah berbasis kebutuhan.

Penerapan model ini secara nyata menunjukkan efektivitas dalam membekali dai dengan keterampilan dan perspektif yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan dakwah di ruang digital,

termasuk dalam menangkal hoaks, ujaran kebencian, dan konten provokatif yang kerap mencemari media sosial. Lebih jauh, keberhasilan ini berkontribusi langsung pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 4 (peningkatan kualitas pendidikan keagamaan non-formal), SDG 10 (pengurangan kesenjangan akses informasi dakwah antarwilayah dan kelompok sosial), serta SDG 16 (penguatan narasi damai dan keadilan dalam ruang digital).

Untuk memperluas dampak program ini secara nasional, strategi penskalaan perlu difokuskan pada replikasi model melalui penguatan kelembagaan dan digitalisasi. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan pelatih (*training of trainers*), pengembangan modul pembelajaran daring, serta integrasi program ke dalam platform pelatihan nasional yang melibatkan kementerian terkait, perguruan tinggi, dan komunitas dakwah digital. Namun demikian, mengingat kompleksitas sosial dan budaya di berbagai wilayah Indonesia, proses replikasi harus disertai dengan pendekatan adaptif terhadap konteks lokal. Penyesuaian konten, bahasa, dan metode dakwah perlu dirancang berdasarkan partisipasi aktif aktor lokal, termasuk tokoh agama, komunitas adat, dan generasi muda setempat. Dengan strategi penskalaan yang inklusif dan adaptif, model pelatihan ini berpotensi menjadi kerangka nasional yang efektif dalam memperkuat dakwah digital yang relevan dengan dinamika era teknologi informasi dan keberagaman masyarakat Indonesia.

Dengan demikian, keberhasilan program ini tidak hanya menunjukkan efektivitas pendekatan pelatihan terintegrasi dalam konteks lokal, tetapi juga membuka peluang strategis untuk pengembangan dakwah digital secara nasional yang adaptif terhadap dinamika teknologi dan keberagaman budaya Indonesia

Referensi

- Akbar, I. M., & Fahlevi, R. M. (2024). Cegah Penyebaran misinformasi di Media Sosial Menggunakan Peralatan dan Fitur Literasi Digital. *Renata: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*. <https://doi.org/https://doi.org/10.61124/1.renata.2>
- Dzakirah, K., Dalimunte, M., & Purwaningtyas, F. (2024). The Social Media Literacy Skill of Library Science Students of UIN North Sumatra Medan. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/pjil.v14i2.48553>
- Faridah, F., Melati Amir, R., Budin, H. B., Azhar, A., & Mawaddah, S. N. (2025). Strategi Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47435/retorika.v7i1.3737>
- Fatiyatul Aula, Z., Wahyudin, A., & Sutisna, D. (2025). Interaksi Simboli Da'i dalam Membangun Citra Da'i Di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/tabligh.v10i1.44740>
- Firdaus, M. M., & Kolil, M. T. (2023). OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL GERAKAN PEMUDA (GP) ANSOR SEBAGAI STRATEGI DAKWAH PIMPINAN CABANG KOTA KEDIRI. *SPEKTRA KOMUNIKA*, 2(2), 115-129. <https://doi.org/10.33752/v2i2.4718>
- Hakim, F., & Dahri, H. (2025). Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>
- Irawan, D. (2025). Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital). *Syiar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Judijanto, L., Nasar, I., Muhammadong, Khaerunnisa, & Amer, M. A. B. (2024). dismantling the notion of digital freedom in the contemporary era: analysing the islamic discourse on ethics, responsibility, and its dynamic influence on technological advancements. *International Journal of Society Reviews*. <https://injoser.joln.org/index.php/123/article/view/35>
- Khoeron, Maftuhah, Tobroni, & Faridi. (2025). Tranformasi Kelembagaan Pesantren Tremas Adaptasi dan Inovasi di Era Digital. *PROGRESSA: Journal of Islamic Religious Instruction*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32616/pgr.v9.1.501.63-76>
- Khoirunnisa, A., & Roiehana Shofa, A. (2023). The Role of Social Media in Increasing the Relevation and Accessibility of Dakwah: Challenges and Strategies of Dakwah. *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 5(1), 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/jkmd.v5i1.5552>
- Lestari, R., & Fauzi, A. (2023). Etnografi Virtual terhadap Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar di Media Sosial. *Khulasah: Islamic Studies Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.55656/kisj.v5i2.97>
- Mangifera, L., Humaira, L. L., & Marita, R. F. (2023). peningkatan Skill Branding social Media dalam pengembangan dakwah yang Produktif. *Abdi Psikonomi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.1790>
- Marlenda, & Bashori. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *Ukhwah - Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5131>

- Misdiyanto, Handayani, I. D., Kartini, P. D., & Suhandi, Y. (2024). Menjaga Kewaspadaan Digital: Melawan Berita Hoaks dan Menyuarakan Kebijaksanaan di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31284/j.adipati.2024.v3i1.4761>
- Muh. Aswad, Abd. Rahim, Wahyuddin, Rahman Subha, & Khaerul Bahria. (2024). Penanaman Pemahaman Literasi Dakwah di Era Milenial Melalui Digital pada Mahasiswa KPI Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59407/jpkiz.v2i4.1049>
- Mukhlis, F., Yusuf, Z., Fiadha, A. A., & Wachid, M. S. (2023). Pendampingan Literasi Digital dan Dakwah Media Sosial Pada LKSA Aisyiyah Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 6(2), 172. <https://doi.org/10.31328/js.v6i2.4746>
- Mustika Wanda, E. (2024). Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1078>
- Nasution, N., Nasution, F., & Hasan, A. M. (2025). Pengembangan LdII News Network Di Pekanbaru Untuk Meningkatkan Konektivitas, Informasi Dan Komunikasi Yang Lebih Efektif. *J-COSCIS : Journal of Computer Science Community Service*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jcscis.v5i1.22116>
- Nuhaa, S. U., Hamidah, N., Nasikhah, A. D., Almunawaroh, M., & Afandi, A. J. (2023). Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media Podcast dan Media Sosial Berbasis Digital. *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/najwa.vii2.217>
- Nurkholis, & M. Noor. (2025). Optimizing Da'wah in the Digital Era Through the Imam, Dai, and Khatib Certification Program in Bandar Lampung City. *West Science Islamic Studies*. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/wsiss.v3i01.1629>
- Nurliana, & Aini, N. (2023). Menganalisis Literasi Media di Era Digital pada Mahasiswa IAIN Takengon. *Al Manaj: Jurnal Manajemen Dakwah*. <https://doi.org/https://doi.org/10.56874/almanaj.v3i02.1492>
- Pratiwi, I. S. (2024). Peluang dan Tantangan Pusat Studi Dakwah Bagi Penyebaran Islam di Konteks Lokal: Studi Kasus pada Channel Youtube Pandara Muslim. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/diksima.vii2.33>
- Rakatiwi, Y., Halwati, U., & Nawawi, N. (2023). FYP Dakwah Digital Creator Milenial Melalui Tiktok di Era 5.0. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1583. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2116>
- Rizaki, A. N., & Busro. (2025). Sentimen Netizen Pada Konten Dakwah Akun Instagram @Halimahalaydrus. *Religious and Social Humanitis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/jash.v2i1.1295>
- Tika, A., & Mutrofin. (2023). Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Da'i Muda Husain Basyaiban). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>
- Zafri, N. D., Opir, H., & Yahaya, A. M. (2023). Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial: Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media. *Rnal of Fatwa Management and Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol28no2.528>