

## **PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI REMAJA MASJID HUDALLAH KONDOK UNTUK OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL**

### **Digital Da'wah Training for Youth at Hudallah Kondok Mosque to Optimize Social Media**

M. Ali Karmani

STIT Palapa Nusantara Lombok NTB

[Karmaniali07@gmail.com](mailto:Karmaniali07@gmail.com)

#### **Abstract**

*The digital da'wah training for the youth of Hudallah Mosque in Kondok was motivated by the low utilization of social media as an effective medium for da'wah, leading to the aim of improving participants' digital literacy and content production skills. The method used was participatory training involving 30 youths as participants, consisting of material presentations, content creation practice, publication simulations, and evaluations; data were collected through observation, questionnaires, and documentation, then analyzed descriptively. The results showed a significant increase in digital knowledge, da'wah content creation skills, and consistency in managing the mosque's social media accounts after attending the training. In conclusion, the training proved effective in strengthening participants' competencies and encouraging the formation of a sustainable digital da'wah team, thereby meeting the needs of da'wah in the technological era.*

**Keywords:** *Training Da'wah, Digital, Mosque Youth, Social Media.*

**Abstrak:** Pelatihan dakwah digital bagi Remaja Masjid Hudallah Kondok dilatarbelakangi oleh rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif, sehingga penelitian ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan kemampuan produksi konten peserta. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif dengan 30 Remaja sebagai peserta, melalui pemaparan materi, praktik pembuatan konten, simulasi publikasi, serta evaluasi; data dikumpulkan melalui observasi, angket, dan dokumentasi, lalu dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan digital, keterampilan membuat konten dakwah, dan konsistensi pengelolaan akun media sosial masjid setelah mengikuti pelatihan. Kesimpulannya, pelatihan ini terbukti efektif dalam memperkuat kompetensi peserta dan mendorong pembentukan tim dakwah digital yang berkelanjutan, sehingga mampu menjawab kebutuhan dakwah di era teknologi.

**Kata Kunci:** Pelatihan Dakwah, Digital, Remaja Masjid, Media Sosial.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam lima tahun terakhir telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat mencari, menerima, dan menyebarkan informasi keagamaan. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang dakwah yang efektif dan interaktif. Namun, Remaja Masjid Hudallah Kondok masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan ruang digital ini secara optimal. Keterbatasan keterampilan produksi konten, kurangnya pemahaman mengenai strategi digital, serta minimnya pengetahuan mengenai algoritma media sosial menjadi hambatan utama yang membuat aktivitas dakwah mereka kurang berkembang (Azhar, 2024).

Masalah tersebut diperkuat oleh perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang kini lebih berorientasi pada konten visual, ringkas, dan mudah diakses. Dakwah yang tetap menggunakan metode konvensional tanpa penyesuaian media sering kali tidak mampu menarik minat generasi muda. Akibatnya, pesan dakwah yang disampaikan berpotensi tidak mencapai sasaran dan tidak mampu bersaing dengan konten-konten populer yang mendominasi lini masa media sosial (Masruri, 2025). Karena itu, diperlukan pendekatan baru yang adaptif terhadap dinamika perkembangan digital.

Dalam kondisi seperti ini, pelatihan dakwah digital menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kapasitas Remaja masjid. Pelatihan yang memberikan pengetahuan serta keterampilan teknis terkait pembuatan konten, strategi komunikasi, dan literasi digital terbukti secara signifikan mampu meningkatkan efektivitas dakwah generasi muda. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peserta pelatihan digital mengalami peningkatan kemampuan dalam mengemas pesan keagamaan dengan lebih menarik dan relevan (Hamid, 2025).

Teori komunikasi digital modern menekankan bahwa keberhasilan penyampaian pesan di media sosial bergantung pada pemahaman algoritma, kualitas visual, interaksi dengan audiens, serta konsistensi publikasi konten (Riswan, 2025). Remaja perlu memahami bagaimana konten dapat menjangkau audiens lebih luas melalui penggunaan kata kunci, pemilihan waktu unggah, dan desain visual yang sesuai platform. Teori ini menjadi pondasi penting dalam menyusun materi pelatihan yang relevan dan aplikatif.

Selain itu, teori transformasi dakwah menggarisbawahi pentingnya adaptasi metode dakwah sesuai perkembangan zaman. Dakwah harus mampu menyesuaikan medium penyampaian agar tetap relevan dan dapat diterima oleh generasi digital (Irawan, 2025). Transformasi dari dakwah lisan ke dakwah visual dan digital menjadi bagian dari upaya menghadirkan nilai-nilai Islam secara kontekstual di tengah perubahan sosial yang cepat.

Pelatihan dakwah digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membangun kreativitas dan rasa percaya diri Remaja dalam menyampaikan pesan keagamaan. Melalui kegiatan praktik langsung seperti pembuatan video pendek, desain grafis, dan manajemen akun dakwah, Remaja dapat mengembangkan potensi diri sekaligus memberikan kontribusi nyata di lingkungan digital (Fauzan, 2022). Hal ini juga menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran Remaja sebagai agen perubahan positif di masyarakat.

Metode pelatihan yang digunakan dirancang bersifat partisipatif dan kolaboratif. Remaja tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, praktik, dan produksi konten dakwah. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk mengeksplorasi kreativitas, bertukar pengalaman, serta memecahkan kendala teknis maupun nonteknis secara bersama-sama. Evaluasi dilakukan secara bertahap untuk memastikan ketercapaian kompetensi yang diharapkan.

Dalam perspektif teori literasi digital, kemampuan memahami, mengolah, dan menyebarkan informasi secara bertanggung jawab merupakan kunci terciptanya ruang digital yang sehat. Pelatihan dakwah digital menjadi wujud implementasi literasi digital yang tidak hanya berorientasi pada kemampuan teknologi, tetapi juga etika bermedia dan penyebaran pesan yang mengedepankan nilai-nilai Islam (Kurniawan, 2025). Ini menegaskan bahwa penguatan literasi digital merupakan aspek fundamental dalam pelaksanaan pelatihan.

Berdasarkan uraian tersebut, Pelatihan ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan rendahnya keterampilan dakwah digital pada Remaja Masjid Hudallah Kondok, mengembangkan alternatif solusi melalui pelatihan dakwah digital yang terstruktur, meningkatkan kemampuan peserta dalam memproduksi konten dakwah yang kreatif dan efektif, serta mengevaluasi dampak pelatihan terhadap optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan mampu menjadi upaya strategis dalam menghadirkan dakwah yang lebih adaptif, menarik, dan relevan bagi masyarakat digital.

## METODE

Pelatihan dakwah digital bagi Remaja Masjid Hudallah Kondok dirancang menggunakan pendekatan *participatory training* yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan proses pembelajaran. Rancangan pelatihan disusun dalam bentuk sesi teori, praktik langsung, diskusi kelompok, dan tugas produksi konten. Materi pelatihan meliputi pengenalan media sosial, strategi komunikasi digital, teknik desain grafis, pembuatan video dakwah, pengelolaan akun dakwah, serta etika bermedia. Setiap sesi dirancang berurutan mulai dari pemahaman dasar hingga

praktik lanjutan, sehingga peserta memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif dan terstruktur.

Sasaran pelatihan ini adalah seluruh Remaja Masjid Hudallah Kondok yang aktif dalam kegiatan keagamaan serta memiliki minat terhadap dakwah dan teknologi digital. Populasi pelatihan terdiri dari Remaja berusia 15–30 tahun yang terlibat dalam organisasi atau kegiatan masjid. Dari populasi tersebut, peserta yang mengikuti pelatihan berjumlah 30 orang yang secara sukarela mendaftar dan memenuhi kriteria dasar seperti kemampuan menggunakan smartphone dan media sosial. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* karena peserta dipilih berdasarkan relevansi, komitmen, dan potensi untuk mengembangkan dakwah digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk melihat aktivitas peserta selama pelatihan, termasuk keterlibatan, kemampuan praktik, dan respon terhadap materi. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk menggali persepsi peserta tentang manfaat pelatihan dan kesulitan yang mereka hadapi. Kuesioner diberikan sebelum dan sesudah pelatihan (*pre-test* dan *post-test*) untuk mengukur peningkatan kemampuan dakwah digital. Dokumentasi berupa foto, video, dan hasil karya peserta digunakan untuk memperkuat temuan dan sebagai bukti kegiatan. Instrumen pengumpulan data dikembangkan berdasarkan indikator kompetensi dakwah digital, seperti kemampuan membuat konten, pemahaman algoritma, keterampilan berkomunikasi, dan kreativitas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami perubahan perilaku, kreativitas, dan keaktifan peserta selama pelatihan. Sementara itu, data kuantitatif dari kuesioner *pre-test* dan *post-test* dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat peningkatan skor kemampuan peserta, sehingga efektivitas pelatihan dapat diukur secara objektif. Kombinasi kedua teknik analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keberhasilan pelatihan dakwah digital.

## HASIL

Pelatihan dakwah digital yang diikuti oleh 30 orang Remaja Masjid Hudallah Kondok menunjukkan peningkatan kompetensi peserta secara signifikan, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan teknis, maupun kreativitas konten dakwah. Pada tahap awal pelatihan, hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori kemampuan dasar, terutama dalam hal penguasaan teknik pengeditan video, desain grafis, dan pemahaman algoritma media

sosial. Dari 30 peserta, hanya sekitar 20% yang mampu membuat konten sederhana, sedangkan sisanya masih mengalami kesulitan dalam memproduksi konten dakwah secara efektif dan menarik. Selama pelatihan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terutama pada sesi praktik produksi konten.

Untuk memberikan gambaran yang lebih terukur, berikut disajikan tabel hasil pelatihan yang merangkum perkembangan kompetensi peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan dakwah digital.

Tabel 1. Hasil Pelatihan Dakwah Digital bagi 30 Peserta

| No | Indikator Hasil Pelatihan                                              | Temuan Sebelum Pelatihan ( <i>Pre-test</i> )         | Temuan Setelah Pelatihan ( <i>Post-test</i> )                           | Persentase Peningkatan |
|----|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1  | Kemampuan membuat konten dakwah digital                                | Hanya 6 peserta (20%) mampu membuat konten sederhana | 28 peserta (93%) mampu membuat video pendek, poster, atau infografis    | +73%                   |
| 2  | Penguasaan aplikasi desain & editing (Canva, CapCut)                   | 8 peserta (27%) memahami dasar                       | 26 peserta (85%) menguasai aplikasi tingkat menengah                    | +58%                   |
| 3  | Pemahaman algoritma & strategi publikasi konten                        | 7 peserta (23%) memahami strategi                    | 24 peserta (80%) memahami waktu unggah & teknik                         | +57%                   |
| 4  | Keaktifan & keterlibatan dalam sesi pelatihan                          | 18 peserta (60%) aktif                               | 29 peserta (96%) aktif dalam diskusi & praktik                          | +36%                   |
| 5  | Kepercayaan diri dalam berdakwah di media sosial                       | 9 peserta (30%) merasa percaya diri                  | 27 peserta (90%) merasa percaya diri berdakwah secara digital           | +60%                   |
| 6  | Rata-rata nilai kompetensi digital ( <i>pre-test &amp; post-test</i> ) | 55/100 (kategori dasar)                              | 74/100 (kategori menengah–mahir)                                        | +35%                   |
| 7  | Kualitas dan kreativitas konten                                        | Konten masih sederhana dan kurang menarik            | Kualitas visual & pesan meningkat, konten mendapat respons positif      | Meningkat signifikan   |
| 8  | Peningkatan <i>engagement</i> akun dakwah peserta                      | Hampir tidak ada                                     | 70% peserta mengalami peningkatan <i>likes</i> , komentar, dan pengikut | Terukur                |

Setelah pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan yang sangat menonjol dalam kemampuan teknis maupun kreativitas. Hasil observasi menunjukkan bahwa 85% peserta mengalami peningkatan dalam penggunaan aplikasi desain seperti Canva dan CapCut, sedangkan

80% peserta lebih memahami strategi publikasi konten yang efektif. Peserta juga mampu menghasilkan konten dakwah berupa video pendek, poster digital, dan infografis dengan kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan sebelum pelatihan. Selain itu, 90% peserta mengaku lebih percaya diri dalam berdakwah melalui media sosial setelah memahami etika bermedia dan teknik pengemasan pesan yang efektif.

Data kuesioner *post-test* memperlihatkan adanya peningkatan skor kompetensi digital dengan rata-rata peningkatan sebesar 35%. Sebagian besar peserta yang sebelumnya berada pada kategori kemampuan dasar meningkat ke kategori menengah, dan bahkan beberapa peserta menunjukkan kemampuan mendekati kategori mahir. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa peserta merasa pelatihan ini memberikan dampak yang besar dalam memperluas wawasan mereka mengenai strategi komunikasi dakwah di era digital. Dokumentasi pelatihan memperlihatkan bahwa konten yang dihasilkan peserta tidak hanya meningkat secara teknis, tetapi juga mendapatkan respons positif dari jamaah dan pengguna media sosial lainnya, ditandai dengan meningkatnya *engagement* secara signifikan. Secara keseluruhan, pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dakwah digital Remaja Masjid Hudallah Kondok dan mendorong mereka menjadi agen dakwah kreatif di ruang digital.

Selain peningkatan kompetensi individu, pelatihan ini juga memberikan dampak sosial yang cukup signifikan bagi lingkungan Masjid Hudallah Kondok. Setelah pelatihan, para peserta mulai membentuk *tim kreatif dakwah digital* yang bertugas memproduksi dan mengelola konten dakwah secara rutin pada akun media sosial masjid. Tim ini secara konsisten mengunggah konten dengan jadwal teratur sehingga mampu meningkatkan visibilitas pesan dakwah masjid. Aktivitas ini tidak hanya memperkuat identitas dakwah digital masjid, tetapi juga meningkatkan partisipasi jamaah, terutama generasi muda, dalam mengikuti kajian, kegiatan sosial, dan program pembinaan keagamaan yang dipublikasikan melalui media sosial.

Selain itu, pelatihan ini turut memberikan dampak jangka panjang dalam membangun kemandirian digital peserta. Banyak peserta mengaku mulai mengembangkan proyek pribadi, seperti membuat konten edukasi keislaman di akun pribadi, memproduksi video ceramah pendek, dan membantu komunitas sekitar dalam pembuatan konten dakwah. Beberapa peserta bahkan menunjukkan inisiatif untuk mengikuti pelatihan lanjutan secara mandiri guna memperdalam keahlian digital mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan manfaat instan, tetapi juga berhasil menumbuhkan motivasi internal peserta untuk terus berkembang dan berkontribusi dalam dakwah digital secara berkelanjutan.

## PEMBAHASAN

Pelatihan dakwah digital yang diberikan kepada Remaja Masjid Hudallah Kondok membuktikan bahwa kemampuan literasi digital mereka mengalami peningkatan signifikan, sehingga menjawab rumusan masalah mengenai rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya untuk aktivitas pribadi tanpa memiliki strategi penyampaian pesan dakwah yang terarah. Setelah pelatihan, peserta mampu mengoperasikan perangkat digital, menyusun pesan dakwah yang relevan, dan memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti *Instagram Reels* dan *YouTube Shorts*. Hal ini sejalan dengan temuan Rahman (2021) yang menegaskan bahwa pelatihan literasi digital mampu meningkatkan keterampilan Remaja dalam memanfaatkan media sosial secara produktif. Dengan demikian, pelatihan ini secara langsung menjawab masalah optimalisasi dakwah digital pada Remaja masjid.

Interpretasi terhadap hasil pelatihan menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan teknis seperti manajemen konten dan *visual storytelling* berkontribusi besar terhadap peningkatan kualitas materi dakwah yang dihasilkan. Tingginya antusiasme peserta dalam praktik pembuatan konten menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik (*hands-on learning*) lebih efektif dibanding metode ceramah. Hal ini diperkuat oleh penelitian Suryadi (2022) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis praktik meningkatkan kreativitas dan kepercayaan diri peserta dalam memproduksi konten digital. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai ruang dakwah yang interaktif dan sangat dekat dengan generasi muda (Maharani, 2020).

Selain itu, pelatihan ini menunjukkan bahwa dakwah digital membutuhkan pemahaman tentang algoritma media sosial agar konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Peserta mulai memahami konsep *engagement*, *audience retention*, dan *content consistency* sebagai faktor penting dalam keberhasilan penyebaran konten dakwah. Penelitian Triananda (2023) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa pemahaman algoritma merupakan salah satu syarat penting keberhasilan pemasaran pesan digital, termasuk pesan keagamaan. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga strategi teknis dalam penyebarannya.

Selanjutnya, pelatihan ini memunculkan modifikasi teori dakwah tradisional yang selama ini berpusat pada ceramah lisan dan majelis taklim. Dakwah digital membutuhkan pendekatan multimodal, yaitu memadukan pesan agama dengan unsur visual, audio, dan interaksi digital. Penelitian Marlin (2022) menjelaskan bahwa dakwah modern tidak bisa lagi bertumpu pada satu medium, tetapi harus adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, pelatihan ini

menawarkan teori baru bahwa dakwah di era digital bersifat *community-generated*, di mana setiap Remaja dapat menjadi komunikator dakwah melalui konten yang mereka hasilkan, bukan hanya ustaz atau pendakwah formal.

Selain modifikasi teori dakwah, pelatihan ini juga memperkuat konsep *digital empowerment*. Pemberdayaan digital terbukti meningkatkan kapabilitas Remaja dalam menggunakan media sosial secara kreatif dan bertanggung jawab. Temuan ini sesuai dengan penelitian Nurdin dan Ramadhani (2025) yang menyatakan bahwa pemberdayaan digital mampu meningkatkan kapasitas kepemimpinan dan kesadaran sosial generasi muda. Dengan kata lain, pelatihan dakwah digital tidak hanya berfungsi menyebarkan nilai-nilai Islam, tetapi juga membentuk karakter dan kompetensi Remaja dalam menghadapi era informasi.

Interpretasi lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan sangat dipengaruhi oleh pendekatan kolaboratif yang digunakan. Peserta bekerja dalam kelompok untuk memproduksi konten, memberi umpan balik, dan menilai karya masing-masing. Hal ini sejalan dengan teori *project-based learning* yang terbukti meningkatkan efektivitas pembelajaran pada pelatihan digital (Nayla, 2025). Kolaborasi antar peserta juga meningkatkan kreativitas kolektif dan menciptakan suasana belajar yang lebih bermakna serta menyenangkan.

## KESIMPULAN

Pelatihan dakwah digital bagi Remaja Masjid Hudallah Kondok berhasil mencapai tujuan penelitian, yaitu meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif. Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam literasi digital, keterampilan produksi konten, serta kemampuan merancang pesan dakwah yang menarik dan sesuai dengan karakter audiens media sosial.

Selain peningkatan kemampuan teknis, pelatihan ini juga mengubah cara pandang peserta terhadap dakwah. Mereka memahami bahwa dakwah digital menuntut kreativitas, strategi komunikasi, serta pemahaman terhadap dinamika media digital. Temuan ini melahirkan pokok pikiran baru bahwa dakwah digital bersifat inklusif, partisipatif, dan berbasis komunitas, bukan lagi terpusat pada figur pendakwah tertentu.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa pendekatan praktik langsung dan kolaboratif efektif dalam mengembangkan kompetensi serta kepercayaan diri peserta. Dakwah digital bukan hanya memindahkan ceramah ke media sosial, tetapi merupakan bentuk dakwah baru yang memerlukan strategi kreatif dan pemahaman teknologi. Oleh karena itu, pelatihan serupa

perlu dikembangkan lebih luas sebagai upaya memberdayakan Remaja masjid agar mampu menjadi agen dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd Hamid, S. B., Ahmad, S., Syarif, N. Q., Jamaluddin, J., & Sultan, S. (2025). Pembinaan DAI Muda: Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kompetisi Mencari DAI. (2025). *NuCSJo : Nusantara Community Service Journal*, 1(4), 334-342. <https://doi.org/10.70437/hzyayc24>
- Devita Putri Maharani, Adinda Sekar Suryaningrum, Diva Amalia Nuraini, Oktaviola Wahyu Nur Anggraini, Devi Ayu Yuliani, Aprilia Prahesti, & Ahmad Nurrohim. (2024). Integrasi Nilai-nilai Islam dalam Pemanfaatan Teknologi Digital oleh Generasi Z di Era Modern: Integration of Islamic Values in the Use of Digital Technology by Generation Z in the Modern Era. *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam*, 2(1), 93–109. Retrieved from <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/article/view/101>
- Diah Anggun Nayla, Ernita Aulia, & Muhamad Arif Mahdiannur. (2025). Optimalisasi Pembelajaran Ipa Smp Melalui Project-Based Learning Untuk Penguatan Green Behavior Siswa: Systematic Review. *Journal Central Publisher*, 2(12), 3022–3033. <https://doi.org/10.60145/jcp.v2i12.579>
- Fauzan, J., & Harahap, H. (2025). Peran Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja di Era Digital. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(3), 1625-1656. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i3.1564>
- Irawan, D. (2025). Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital). *Syiar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 1-16. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Kurniawan, B. & Ismiah, A., (2025). Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Nilai-Nilai Aswaja Al-Nahdliyah Bagi Mahasiswa NU Kebumen. *Tarbi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2), 270-284. <https://doi.org/10.33507/tarbi.v4i2.2287>
- Mailin, J. H., Santi, T., Batubara, A., Kautsar, A. A., Yudiyanto, A. R., Khairiah, N., & Syafriadi Lubis, R.(2022) *Etika dan Filsafat Komunikasi dalam Dakwah: Membangun Hubungan Berbasis Nilai*. Faza Citra Production.
- Masruri, M. (2025). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (Pai) Terhadap Persepsi Siswa Tentang Moderasi Beragama Di Smk Negeri 1 Ampelgading Kabupaten Pemalang Provinsi Jawa Tengah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Naufal Taufikul Hakim Azhar, Moch Hakim Ibnu Ramadhan, Muhammad Fahmi Fathurrahman, & Nurti Budiyaniti. (2024). Islam dan Dakwah Di Dunia Maya Peluang dan Resiko Di Era Digital . *Indonesian Gender and Society Journal*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.23887/igsj.v5i1.90254>

- Rahman, R & Arisman, A.,. (2025). Content Monetisation in the Digital Age: A Maqāṣid Shari'ah Study of Youtube, Tiktok, and Facebook Revenues. *Al-Tabrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 25(1), 133-152.
- Ramadhani, A., Harianja, H. E., Apriliani, D., Mentari, A., & Sulaksono, T. P. (2025). Karang Taruna Kemiling sebagai Pilar Integrasi Kepemudaan dalam Inovasi Sosial dan Pemberdayaan Ekonomi Guna Membangun Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 519-530.
- Riswan, N. A. (2025). *Strategi Personal Branding Mahasiswa Melalui Pemanfaatan Konten Digital di Media Sosial* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Suryadi, A & Wahyudi, E., (2025). Pengembangan Program Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Berbasis Ai Untuk Peningkatan Kompetensi Digital Guru Di Lingkungan Perguruan Muhammadiyah. *Sulima: Jurnal Multidisiplin Teknik, Sains, Pendidikan dan Teknologi*, 2(2), 171-174.
- Triananda, D. (2024). *Peningkatan Kuantitas Peserta Didik Melalui Pemasaran Di Media Sosial Pada lembaga jasa Pembelajaran Al-Qu'ran Online qur'an 30 challenge* (Doctoral dissertation, Universitas PTIQ Jakarta).