

Pemberdayaan Mahasiswi Melalui Pelatihan Dakwah Digital Berbasis Gawai di IAI Imam Syafi'i Riau

Siti Mahmudah Noorhayati¹, Afiq Budiman², Harmon Amir³
Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor, Bogor, Indonesia¹
Institut Keislaman Tuah Negeri, Pelalawan, Indonesia²
Institut Agama Islam Imam Syafii, Pekanbaru, Indonesia³
noorhayatimahmudah@gmail.com¹, afiqiktn286@gmail.com²,
harmonamir@gmail.com³

Keywords

Digital
Da'wah,
Digital
Literacy,
Female Student
Empowerment,
Content
Production,
Social Media

Abstract

Digital technological transformation has reshaped patterns of religious communication, including Islamic da'wah activities, which have shifted from conventional settings to digital spaces. Although young people have extensive access to digital devices and social media, their ability to utilise these technologies for the production and dissemination of da'wah content continues to face several challenges, particularly those related to digital literacy, content-production skills, and communication ethics in cyberspace. This community engagement program aimed to enhance the capacity of female students at IAI Imam Syafi'i Riau to develop mobile-based digital da'wah through an integrated four-stage training model. The program employed a Participatory Action Learning approach comprising four main stages: Need Assessment, Digital Literacy, Content Production, and Content Dissemination. A total of 40 female students participated in the program. Data were collected through participant-needs questionnaires, pre-test and post-test assessments, observations of content-production practices, and documentation of program outputs. The data were analysed descriptively to identify changes in participants' competencies before and after the training. The results demonstrated a substantial improvement in participants' competencies following the training program. The participants' average score increased from 58.40 on the pre-test to 84.25 on the post-test, representing a gain of 25.85 points. In terms of program outputs, the participants successfully produced 100 digital da'wah materials, consisting of 42 da'wah posters, 28 short videos, 24 reels, and 6 infographics. Furthermore, 90% of the participants successfully published their work on various social media platforms, including Instagram, TikTok, WhatsApp, and YouTube Shorts. The participant-satisfaction evaluation yielded an average score of 4.68 on a five-point scale, indicating that the program was perceived as highly relevant to their needs. These findings indicate that an integrated four-stage digital da'wah empowerment model can effectively enhance students' capacity to transform their use of digital technology from predominantly consumptive activities into productive practices for disseminating educational, moderate, and responsible Islamic values.

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi digital yang berakselerasi secara eksponensial telah mengubah lanskap komunikasi global secara fundamental, termasuk di dalamnya rekonfigurasi aktivitas penyebaran nilai-nilai keagamaan atau dakwah Islam. Memasuki era *Society 5.0*, di mana batas antara ruang siber dan ruang fisik semakin melebur, perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) dan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi telah menjadi agen mediatisasi yang membentuk ulang struktur dan perilaku Masyarakat (Afrijaludin et al., 2025; Qureshi, 2023). Berdasarkan teori Mediatisasi Agama (*Mediatization of Religion*) oleh Stig Hjarvard, media kini menjadi lingkungan primer yang mendikte bagaimana pesan-pesan agama diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi (Hjarvard, 2008). Pergeseran ini menuntut transformasi paradigma dakwah dari metode konvensional (mimbar luring) menuju dakwah digital yang lebih interaktif, adaptif, dan algoritmik guna menjangkau audiens global yang semakin terkoneksi.

Dalam konteks nasional, urgensi transformasi dakwah digital semakin tidak terelakkan jika meninjau data demografi digital Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru We Are Social dan DataReportal pada awal tahun 2026, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 82%, dengan jumlah pengguna aktif media sosial menembus angka 205 juta jiwa (Bender, 2023). Selaras dengan itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Kementerian Komunikasi dan Digital (Kominfo) melaporkan bahwa generasi muda (Milenial dan Gen Z) menghabiskan rata-rata 6 hingga 8 jam per hari untuk mengakses internet, di mana konsumsi konten format video pendek di platform media sosial menempati peringkat tertinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) juga mencatat bahwa adopsi gawai pintar telah merata hingga ke pelosok daerah. Tingginya penetrasi ini di satu sisi menghadirkan peluang emas bagi diseminasi nilai-nilai Islam yang inklusif, namun di sisi lain memunculkan tantangan serius terkait penyebaran hoaks, radikalisme,

dan degradasi moral di ruang siber akibat rendahnya literasi digital yang beretika (Ilham et al., 2025; Ilyas et al., 2025).

Fenomena makro tersebut terefleksi secara nyata pada ranah praktis di tingkat lokal, sebagaimana temuan dari observasi awal terhadap kelompok sasaran pengabdian, yakni kalangan mahasiswi. Sebagai bagian dari generasi digital native, para mahasiswi ini memiliki tingkat adopsi teknologi yang sangat tinggi, terlihat dari keaktifan mereka menggunakan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Akan tetapi, pemanfaatan ekosistem digital tersebut masih mengalami ketimpangan fungsi. Penggunaan media sosial didominasi oleh aktivitas personal, hiburan (entertainment), dan komunikasi sehari-hari (berjejaring sosial) (Arafah & Hasyim, 2023; Setiawardani et al., 2021). Sebaliknya, inisiatif untuk memproduksi atau mendistribusikan konten dakwah digital yang positif dan edukatif masih sangat terbatas. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara aksesibilitas teknologi dengan kapasitas produksi konten yang bernilai transformatif. Oleh karena itu, diperlukan sebuah intervensi akademis dan praktis melalui program pengabdian masyarakat untuk mengubah paradigma mahasiswi dari sekadar konsumen pasif menjadi produsen konten dakwah yang produktif dan beretika.

Untuk memosisikan urgensi kegiatan ini, sintesis terhadap state of the art dari berbagai penelitian terdahulu pada rentang waktu 2022-2026 menjadi esensial. Literatur mutakhir menunjukkan tiga arus utama diskursus. Pertama, kajian yang berfokus secara spesifik pada pengukuran dan peningkatan literasi digital masyarakat Muslim (Athoillah et al., 2023; Az-zuhri et al., 2025; Mubaidilah et al., 2025; Rahmat & Utomo, 2025; Waroh et al., 2025). Kedua, penelitian yang mengeksplorasi tren penggunaan media sosial sebagai instrumen dakwah di kalangan pemuda (Mahdi & Zein, 2024; Maria & Zulhazmi, 2023; Prihatini & Muhid, 2021; Raniatunnada et al., 2025; Taufiq, 2025; Wijaya & Subakti, 2025).

Ketiga, studi yang menganalisis etika komunikasi digital dan strategi produksi konten kreatif berdimensi religius (Adha et al., 2025; Azhar et al., 2024; Choirin et al., 2024; Lubis, 2025; Nurhaidah et al., 2025; Nurhalimah et al., 2026; Nurnabila et al., 2025). Analisis terhadap kelima belas literatur tersebut menunjukkan adanya pergeseran fokus dari sekadar adopsi platform menuju strategi algoritmik dan etika konten.

Meskipun demikian, kajian-kajian tersebut menyingkap sebuah research gap yang signifikan. Sebagian besar penelitian dan program pengabdian terdahulu masih berjalan secara terpisah (silo), ada yang murni membahas teori literasi digital, ada yang hanya memberikan pelatihan pembuatan video tanpa pemahaman etika, dan ada yang sekadar membahas teori dakwah tanpa implementasi teknis. Belum banyak studi maupun program pengabdian yang mengintegrasikan aspek peningkatan literasi digital, pelatihan teknis produksi konten dakwah, strategi publikasi algoritmik, serta pendampingan berkelanjutan dalam satu model pemberdayaan yang komprehensif. Kesenjangan fundamental inilah yang menjadi titik tolak pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

kegiatan ini menawarkan kebaruan yang secara eksplisit diwujudkan melalui penerapan Model Penguatan Dakwah Digital Berbasis Empat Tahapan Terintegrasi. Model ini mencakup; Need Assessment sebagai tahap identifikasi presisi terhadap kebutuhan dan karakteristik digital peserta, Digital Literacy yang berfokus pada penguatan kompetensi kritis dalam menyaring informasi dan memahami etika siber, Content Production berupa pelatihan teknis pembuatan konten dakwah yang menarik, adaptif terhadap tren, dan sesuai prinsip komunikasi Islam Content Dissemination yakni strategi publikasi komprehensif untuk menyebarkan konten melalui berbagai platform media sosial secara efektif. Integrasi keempat tahapan ini menjadi kontribusi baru yang membedakan program ini dari inisiatif pengabdian sebelumnya yang cenderung parsial.

Berdasarkan rasionalisasi tersebut, kegiatan ini memiliki tujuan spesifik dan terukur, yaitu; meningkatkan literasi digital mahasiswi agar memiliki daya kritis dan ketahanan terhadap konten negative, meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam merancang dan memproduksi konten dakwah digital yang kreatif, berkualitas, dan relevan dengan audiens kekinian, menguatkan pemahaman peserta mengenai etika dakwah di ruang siber, dan mendorong tumbuhnya kesadaran dan kemandirian peserta untuk secara konsisten memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam yang edukatif, moderat, inklusif, dan bertanggung jawab.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang mengintegrasikan proses identifikasi kebutuhan, peningkatan kapasitas, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi secara partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran sehingga keterampilan yang diperoleh tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diimplementasikan secara berkelanjutan (Kharis et al., 2025; Rahmadi et al., 2023; Suwintari et al., 2023). Sasaran kegiatan adalah mahasiswi Institut Agama Islam (IAI) Imam Syafi'i Riau yang memiliki minat dalam pengembangan dakwah digital melalui pemanfaatan gawai sebagai media produksi dan publikasi konten.

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam enam tahapan utama, yaitu tahap persiapan, analisis kebutuhan (need assessment), pelaksanaan pelatihan, pendampingan produksi dan publikasi konten, evaluasi kegiatan, serta penyusunan laporan hasil.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dengan pihak IAI Imam Syafi'i Riau untuk menyepakati waktu, lokasi, sasaran peserta, serta bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan penyusunan rancangan program, pembagian tugas anggota tim, penyusunan modul pelatihan, pembuatan instrumen evaluasi, serta penyiapan perangkat pendukung seperti ruang pelatihan, jaringan internet, perangkat presentasi, dan aplikasi pendukung produksi konten digital. Selain itu, tim juga menyiapkan materi mengenai literasi digital, etika dakwah di ruang siber, strategi komunikasi digital, teknik desain grafis, pengambilan gambar menggunakan gawai, penyuntingan video, serta strategi publikasi pada berbagai platform media sosial.

Analisis Kebutuhan (Need Assessment)

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan identifikasi kebutuhan peserta untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat literasi digital, pengalaman dalam membuat konten, intensitas penggunaan media sosial, serta kebutuhan kompetensi yang perlu dikembangkan. Analisis kebutuhan dilakukan melalui penyebaran kuesioner, wawancara singkat, dan observasi terhadap aktivitas digital peserta. Data hasil need assessment digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi, metode pembelajaran, tingkat kesulitan praktik, dan strategi pendampingan sehingga pelatihan sesuai dengan karakteristik peserta.

Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan pengabdian yang dilaksanakan melalui kombinasi metode ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, praktik langsung (hands-on practice), studi kasus, dan tanya jawab. Materi pelatihan meliputi:

- 1) Konsep dakwah digital dan tantangan komunikasi Islam di era media sosial
- 2) Literasi digital dan etika bermedia sosial

- 3) Strategi penyusunan pesan dakwah yang efektif
- 4) Teknik fotografi dan videografi menggunakan gawai
- 5) Desain konten menggunakan aplikasi digital
- 6) Teknik penyuntingan video pendek
- 7) Strategi optimalisasi publikasi konten pada platform Instagram, tiktok, youtube Shorts, dan whatsapp.

Setelah penyampaian materi, setiap peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan seluruh tahapan produksi konten mulai dari penyusunan ide, penulisan naskah (script writing), pengambilan gambar, penyuntingan, hingga menghasilkan produk konten dakwah digital.

Pendampingan Produksi dan Publikasi Konten

Setelah sesi pelatihan selesai, peserta memperoleh pendampingan secara intensif selama proses produksi dan publikasi konten. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung maupun pendampingan daring untuk membantu peserta menyempurnakan isi pesan dakwah, kualitas visual, teknik penyuntingan, pemilihan judul, penggunaan tagar (hashtag), penyusunan deskripsi (caption), serta waktu publikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens media sosial. Pada tahap ini setiap peserta menghasilkan produk berupa poster dakwah digital, video pendek, maupun konten reels yang dipublikasikan melalui akun media sosial masing-masing.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program sekaligus mengetahui peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui beberapa teknik, yaitu:

- 1) pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta
- 2) observasi terhadap keterampilan praktik selama pelatihan

- 3) penilaian kualitas produk konten dakwah berdasarkan aspek substansi, kreativitas, kualitas visual, teknik penyuntingan, dan kesesuaian etika komunikasi Islam
 - 4) angket kepuasan peserta terhadap materi, metode, narasumber, dan pendampingan
 - 5) dokumentasi hasil publikasi konten pada berbagai platform media sosial
- Hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan kompetensi peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan.

Penyusunan Laporan Hasil

Tahap akhir kegiatan adalah penyusunan laporan hasil pengabdian sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus diseminasi luaran kegiatan. Laporan disusun berdasarkan seluruh data yang diperoleh selama pelaksanaan program, meliputi hasil need assessment, dokumentasi kegiatan, hasil evaluasi, jumlah dan jenis konten yang berhasil diproduksi, capaian publikasi media sosial, serta umpan balik dari peserta. Seluruh data dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk narasi, tabel, grafik, serta dokumentasi visual untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas program pemberdayaan mahasiswi melalui pelatihan dakwah digital berbasis gawai. Selanjutnya, hasil kegiatan disusun menjadi artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk diseminasi praktik baik (best practices) dan kontribusi terhadap pengembangan model pemberdayaan dakwah digital di lingkungan perguruan tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Peserta

Karakteristik peserta menunjukkan bahwa seluruh peserta merupakan mahasiswi yang telah memiliki akses terhadap perangkat digital dan media sosial.

Tingginya kepemilikan akun Instagram (100%) dan TikTok (92,5%) mengindikasikan bahwa peserta telah terbiasa berinteraksi dalam ekosistem digital. Namun, tingginya akses terhadap media digital belum diikuti oleh pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah yang produktif. Hal ini terlihat dari masih rendahnya proporsi peserta yang pernah memproduksi konten dakwah digital (20%), sedangkan sebagian besar peserta (80%) belum memiliki pengalaman tersebut.

Gambar 1. Karakteristik Peserta



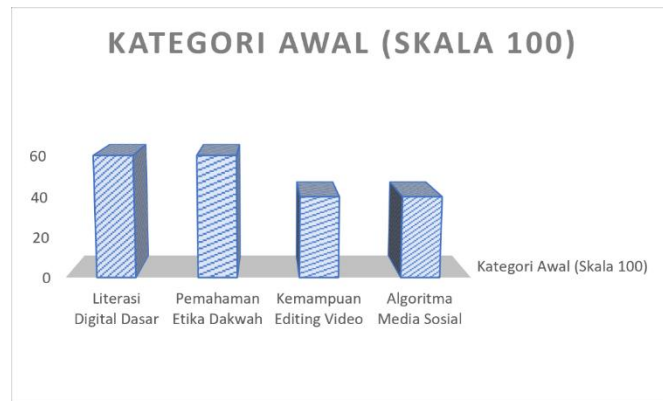
Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada keterbatasan akses teknologi, melainkan pada keterbatasan kapasitas dalam memanfaatkan teknologi secara produktif dan bernilai edukatif. Dengan demikian, sasaran kegiatan pengabdian menjadi relevan karena diarahkan untuk mengubah pola penggunaan media sosial dari aktivitas konsumtif menuju aktivitas produktif yang menghasilkan konten dakwah berkualitas.

Need Assessment

Hasil need assessment memperlihatkan bahwa kemampuan awal peserta masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Nilai rata-rata terendah terdapat pada kemampuan penyuntingan video (editing video) dan pemahaman

algoritma media sosial, sedangkan literasi digital dasar dan pemahaman etika dakwah berada pada kategori sedang.

Gambar 2. Kemampuan Awal



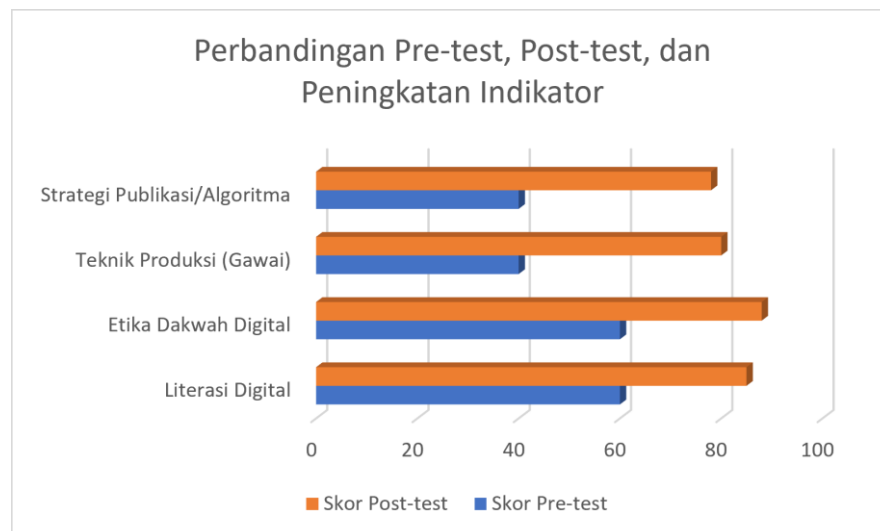
Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peserta telah memiliki pengetahuan dasar mengenai penggunaan media digital, tetapi belum menguasai kompetensi teknis yang diperlukan untuk menghasilkan konten dakwah yang menarik dan memiliki jangkauan publik yang luas. Oleh karena itu, desain pelatihan tidak hanya menitikberatkan pada penyampaian konsep literasi digital, tetapi juga mengintegrasikan praktik produksi konten, strategi publikasi, serta pendampingan dalam mengoptimalkan algoritma media sosial.

Hasil identifikasi kebutuhan ini sekaligus memperkuat pentingnya pendekatan berbasis need assessment dalam penyelenggaraan program pengabdian karena materi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan riil peserta.

Pre-test dan Post-test

Perbandingan nilai pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Secara deskriptif, peningkatan skor tersebut menggambarkan bahwa kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai literasi digital, etika dakwah di ruang digital, teknik produksi konten berbasis gawai, serta strategi publikasi melalui media sosial.

Gambar 3. Nilai pre-test dan post-test



Peningkatan ini juga menunjukkan bahwa kombinasi metode ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang efektif. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mengaplikasikan keterampilan yang dipelajari dalam bentuk produk konten digital. Walaupun analisis ini masih bersifat deskriptif, kecenderungan peningkatan skor memberikan indikasi bahwa program pelatihan memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan kompetensi peserta.

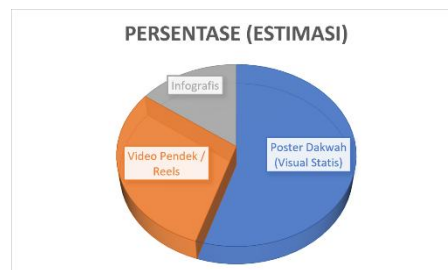
Produksi Konten

Luaran kegiatan menunjukkan bahwa peserta berhasil menghasilkan berbagai jenis konten dakwah digital, mulai dari poster, video pendek, Instagram Reels, hingga infografis. Dominasi produk berupa poster dakwah menunjukkan bahwa media visual statis masih menjadi pilihan utama peserta karena relatif mudah diproduksi menggunakan gawai dan aplikasi desain yang sederhana.

Di sisi lain, munculnya video pendek dan Reels mengindikasikan bahwa sebagian peserta mulai mampu mengembangkan konten berbasis audiovisual yang lebih sesuai dengan karakteristik algoritma media sosial saat ini. Variasi produk tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan kemampuan

teknis peserta, tetapi juga mendorong kreativitas dalam memilih format komunikasi dakwah yang sesuai dengan karakteristik audiens digital.

Gambar 4. Produksi Konten

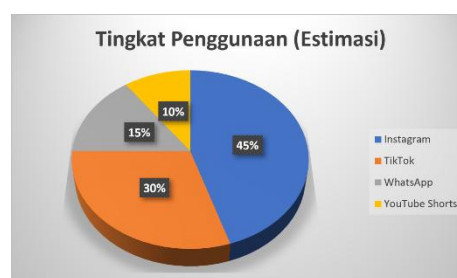


Keberhasilan peserta menghasilkan berbagai bentuk konten merupakan indikator bahwa proses pembelajaran telah menghasilkan luaran nyata (tangible output) yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan setelah kegiatan berakhir.

Publikasi Konten

Distribusi publikasi menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan peserta untuk menyebarkan konten dakwah, diikuti oleh TikTok, WhatsApp, dan YouTube Shorts. Pilihan tersebut mencerminkan preferensi peserta terhadap platform yang telah memiliki basis pengguna tinggi dan memungkinkan interaksi yang lebih intensif.

Gambar 5. Pemanfaatan platform



Publikasi konten pada berbagai platform menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu memproduksi konten, tetapi juga telah memahami pentingnya proses diseminasi sebagai bagian dari strategi dakwah digital. Dengan demikian, pelatihan tidak berhenti pada aspek produksi konten, melainkan juga membangun

kemampuan peserta dalam mendistribusikan pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas.

Evaluasi Kepuasan Peserta

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh aspek pelaksanaan kegiatan memperoleh penilaian pada kategori sangat baik. Aspek manfaat kegiatan memperoleh skor rata-rata tertinggi, diikuti oleh kompetensi narasumber dan kualitas pendampingan praktik.

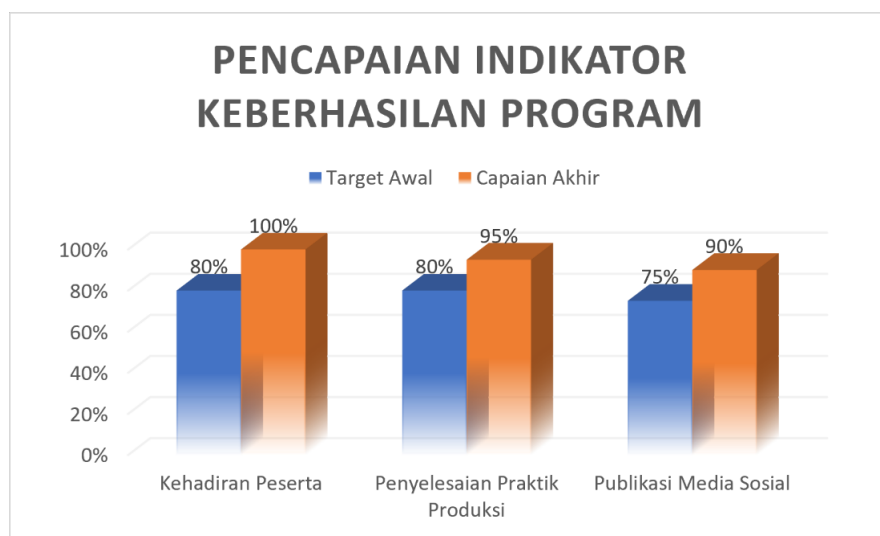
Temuan tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan dinilai relevan dengan kebutuhan peserta serta mampu menjawab tantangan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Tingginya tingkat kepuasan juga mengindikasikan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan pendekatan ceramah konvensional.

Selain itu, tingginya kepuasan peserta dapat menjadi indikator awal bahwa model pelatihan yang diterapkan memiliki potensi untuk direplikasi pada kelompok sasaran lain dengan karakteristik yang serupa.

Indikator Keberhasilan Program

Seluruh indikator keberhasilan program menunjukkan capaian yang memenuhi bahkan melampaui target yang telah ditetapkan. Tingginya tingkat kehadiran peserta menunjukkan komitmen yang kuat selama mengikuti rangkaian kegiatan. Keberhasilan hampir seluruh peserta dalam menyelesaikan praktik produksi konten menunjukkan efektivitas proses pendampingan yang diberikan oleh tim pengabdian.

Gambar 6. Pencapaian Indikator Keberhasilan Program



Capaian jumlah produk konten dan tingginya tingkat publikasi melalui media sosial mengindikasikan bahwa tujuan utama kegiatan, yaitu meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai media dakwah, telah tercapai secara deskriptif. Selain itu, tingginya tingkat kepuasan peserta memperkuat temuan bahwa model pelatihan berbasis empat tahapan terintegrasi (*Need Assessment-Digital Literacy-Content Production-Content Dissemination*) mampu mendukung peningkatan kompetensi peserta secara lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada aspek teknis semata.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan identifikasi kebutuhan, penguatan literasi digital, praktik produksi konten, pendampingan, dan publikasi mampu menghasilkan perubahan positif pada pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan peserta dalam mengembangkan dakwah digital yang edukatif, kreatif, dan beretika.

Pelatihan dakwah digital berbasis gawai memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas mahasiswi dalam memahami literasi digital, memproduksi konten keagamaan, serta memanfaatkan media sosial sebagai ruang penyebaran nilai-nilai Islam. Peningkatan kompetensi tersebut terlihat dari perubahan kemampuan peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan yang meliputi need

assessment, penguatan literasi digital, praktik produksi konten, pendampingan publikasi, dan evaluasi. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi dakwah di era digital tidak cukup hanya dengan memindahkan pesan keagamaan ke ruang daring, tetapi membutuhkan kemampuan teknis, kreativitas komunikasi, dan kesadaran etika digital.

Temuan tersebut memperkuat konsep mediatization of religion yang menjelaskan bahwa perkembangan media digital telah mengubah cara agama dikomunikasikan, dipahami, dan dipraktikkan oleh masyarakat. Dalam konteks ini, media tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi menjadi lingkungan baru yang memengaruhi bentuk, gaya, serta strategi komunikasi keagamaan. Oleh karena itu, seorang pelaku dakwah digital perlu memiliki kemampuan adaptasi terhadap karakteristik media, termasuk memahami pola interaksi pengguna, format konten, serta mekanisme distribusi pesan dalam ekosistem digital.

Hasil need assessment dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki akses terhadap perangkat digital dan aktif menggunakan media sosial, tetapi belum memiliki kompetensi yang memadai dalam produksi konten dakwah. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Agusta (2025) dan Larasati (2025) yang menjelaskan bahwa generasi muda memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, tetapi masih menghadapi persoalan dalam kemampuan menyaring informasi, memahami etika komunikasi digital, dan menggunakan media sosial secara produktif. Dengan demikian, peningkatan literasi digital menjadi aspek fundamental dalam membentuk pengguna media yang kritis dan bertanggung jawab.

Peningkatan literasi digital peserta melalui kegiatan ini juga memperkuat pandangan bahwa dakwah digital membutuhkan integrasi antara kemampuan teknologi dan nilai-nilai keagamaan. Bahrudin dan Waehama (2024), Hidayatullah

dkk (2024), dan Yusup (2025) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial sebagai instrumen dakwah memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pesan Islam, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada kemampuan pengguna dalam memastikan validitas informasi, membangun komunikasi yang etis, dan memahami karakteristik audiens digital. Dengan demikian, pelatihan dakwah digital tidak hanya berorientasi pada kemampuan teknis membuat konten, tetapi juga membangun tanggung jawab moral dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Aspek penting lainnya dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam memproduksi konten dakwah berbasis gawai. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan berbagai bentuk produk digital seperti poster dakwah, video pendek, dan reels. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa teknologi gawai dapat menjadi instrumen pemberdayaan apabila didukung oleh kompetensi produksi konten. Penelitian mengenai pelatihan literasi digital dan content creator pada kelompok pemuda menunjukkan bahwa keterampilan produksi konten dapat ditingkatkan melalui pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (*learning by doing*) yang memberikan pengalaman nyata kepada peserta dalam merancang, membuat, dan menyebarkan konten digital (Cynthia et al., 2025; Mafuz et al., 2024).

Keberhasilan peserta dalam menghasilkan konten audiovisual juga menunjukkan adanya perubahan paradigma dari pengguna media sebagai konsumen menjadi produsen informasi (*digital producer*). Perubahan ini menjadi penting karena ruang digital saat ini tidak hanya membutuhkan pengguna yang mampu mengakses informasi, tetapi juga individu yang mampu berkontribusi menghasilkan informasi yang positif dan edukatif. Dalam konteks dakwah Islam, kemampuan produksi konten menjadi semakin penting karena media sosial telah menjadi ruang utama generasi muda dalam memperoleh pengetahuan agama.

Penggunaan Instagram dan TikTok sebagai platform utama publikasi hasil karya peserta menunjukkan bahwa strategi dakwah digital perlu menyesuaikan diri dengan karakteristik media yang digunakan oleh generasi muda. Penelitian Ibad (2024) (2025) dan Abdullah & Mahmuddin (2023) menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah karena karakteristiknya yang berbasis video pendek, interaktif, dan mampu menjangkau audiens secara luas. Namun demikian, keberhasilan dakwah melalui TikTok tetap membutuhkan kemampuan literasi digital agar pesan yang disampaikan tidak terjebak pada penyederhanaan berlebihan, misinformasi, maupun penyebaran narasi keagamaan yang tidak kontekstual.

Selain TikTok, Instagram juga memiliki peran penting dalam membangun komunitas dakwah digital. Studi mengenai penggunaan Instagram dan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan bahwa kedua platform memiliki karakteristik berbeda. TikTok cenderung efektif dalam membangun jangkauan awal melalui konten singkat, sedangkan Instagram lebih mendukung pembangunan interaksi dan komunitas melalui fitur visual, komentar, dan penyimpanan konten (save). Oleh sebab itu, strategi dakwah digital yang efektif perlu mengombinasikan berbagai platform sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju.

Temuan kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendampingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Peserta tidak hanya diberikan materi teoritis, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk melakukan praktik produksi, menerima umpan balik, dan memperbaiki kualitas konten sebelum dipublikasikan. Pendekatan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Muktar (2026) dan Rahmawati dkk (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital berbasis praktik mampu meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan peserta karena mereka memperoleh pengalaman langsung dalam menyelesaikan permasalahan digital yang nyata.

Meskipun demikian, pengembangan dakwah digital juga perlu memperhatikan aspek kritis terkait kualitas dan otoritas pesan keagamaan. Penelitian Hefni (2020) dan Saputra dan Saputra (2025) mengenai dakwah populer di media sosial menunjukkan bahwa penggunaan media digital memberikan peluang besar dalam menjangkau generasi muda, tetapi juga memiliki risiko berupa penyederhanaan pemahaman agama, konsumsi pengetahuan agama secara instan, dan kemungkinan munculnya interpretasi keagamaan yang kurang kontekstual. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan digital perlu selalu berjalan bersama dengan penguatan literasi keagamaan dan etika komunikasi Islam.

Kegiatan ini memiliki kontribusi melalui pendekatan pemberdayaan yang bersifat integratif. Sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak membahas dakwah digital dari perspektif penggunaan media sosial, efektivitas komunikasi, atau literasi digital secara terpisah. Sementara itu, kegiatan ini menawarkan model yang menggabungkan empat tahapan utama, yaitu Need Assessment, Digital Literacy, Content Production, dan Content Dissemination. Integrasi tersebut memungkinkan proses pemberdayaan berlangsung secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan hingga menghasilkan produk digital yang dapat dipublikasikan secara nyata.

Dengan demikian, kegiatan ini merupakan pengembangan dari model pemberdayaan dakwah digital berbasis gawai yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga membangun kesadaran etis, kreativitas komunikasi, dan keberlanjutan praktik dakwah digital. Model ini dapat menjadi alternatif strategi pengembangan kapasitas mahasiswa perguruan tinggi Islam dalam menghadapi perubahan pola komunikasi keagamaan pada era Society 5.0.

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan melalui program pemberdayaan mahasiswa melalui pelatihan dakwah digital berbasis gawai di IAI Imam Syafi'i Riau menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan empat tahapan utama, yaitu Need Assessment, Digital Literacy, Content Production, dan Content Dissemination, mampu meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media dakwah. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital, etika komunikasi dakwah di ruang siber, serta keterampilan teknis dalam memproduksi dan mempublikasikan konten digital melalui berbagai platform media sosial. Selain menghasilkan peningkatan kompetensi individu, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa konten dakwah digital yang dapat menjadi media alternatif dalam penyebaran nilai-nilai Islam yang edukatif, moderat, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, model pemberdayaan dakwah digital berbasis gawai ini memiliki implikasi praktis sebagai strategi penguatan kapasitas generasi muda Muslim agar mampu bertransformasi dari pengguna media digital yang bersifat konsumtif menjadi kreator konten keagamaan yang produktif dan bertanggung jawab.

Meskipun kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian. Pertama, pelaksanaan kegiatan masih memiliki cakupan peserta yang relatif terbatas sehingga hasil yang diperoleh belum dapat digeneralisasikan pada kelompok mahasiswa atau komunitas dakwah yang memiliki karakteristik berbeda. Kedua, evaluasi keberhasilan program masih lebih banyak berfokus pada peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, dan produk konten yang dihasilkan dalam jangka pendek, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan keberlanjutan praktik dakwah digital peserta setelah kegiatan berakhir. Ketiga,

pendampingan publikasi konten masih dilakukan dalam periode yang terbatas sehingga belum mampu mengukur perkembangan jangka panjang terkait konsistensi produksi konten, tingkat keterlibatan audiens (engagement rate), serta dampak sosial dari konten dakwah yang dipublikasikan. Selain itu, aspek analisis performa algoritma media sosial dan strategi optimalisasi jangkauan konten masih belum menjadi fokus utama dalam kegiatan ini.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, kegiatan selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas cakupan peserta dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi maupun komunitas keagamaan lainnya agar model pemberdayaan dapat diuji pada konteks yang lebih beragam. Program lanjutan juga perlu mengembangkan skema pendampingan berkelanjutan melalui komunitas kreator dakwah digital sehingga peserta tidak hanya mampu menghasilkan konten, tetapi juga mempertahankan konsistensi produksi dan mengembangkan strategi komunikasi digital secara mandiri. Selain itu, evaluasi program mendatang perlu memasukkan indikator yang lebih komprehensif, seperti analisis jangkauan konten, interaksi audiens, efektivitas strategi algoritmik, serta dampak perubahan perilaku digital peserta. Pengembangan model pelatihan yang mengintegrasikan aspek teknologi, kreativitas, etika komunikasi Islam, dan analisis data media sosial diharapkan mampu menghasilkan ekosistem dakwah digital yang lebih berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat pada era Society 5.0.

REFERENSI

- Abdullah, A., & Mahmuddin, M. (2023). TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 24(1). <https://doi.org/10.24252/jdt.v24i1.38476>
- Adha, N., Irwanto, I., Nuraini, S., Septia, D., & Risky, R. (2025). Inovasi Konten Islami Sebagai Bentuk Kewirausahaan Kreatif di Kalangan Generasi Muda Muslim. *Education Achievement Journal of Science and Research*, 1045–1050. <https://doi.org/10.51178/jsr.v6i3.3120>

-
- Afrijaludin, M., Nurfajrina, A., Siregar, S. Z. N., Rhevy, M. C., & Fadil, A. (2025). From Surau to Social Media: Nusantara Ulama's Da'wah Transformation in the Society 5.0 Era. *Journal Of Islamic Education And Intellectual Discourse (JIED)*, 1(2), 212–223. <https://doi.org/10.37304/jied.v1i2.23653>
- Agusta, G. E., Astriawati, N., Santosa, P. S., & Widyanto, H. (2025). Edukasi Bijak Bermedsos: Membangun Literasi Digital untuk Santri Cerdas dan Beretika. *Al Mu'azarah.*, 2(2), 100–109. <https://doi.org/10.38073/almuazarah.v2i2.2095>
- Arafah, B., & Hasyim, M. (2023). Digital Literacy: The Right Solution to Overcome the Various Problems of Meaning and Communication on Social Media. *Studies in Media and Communication*, 11(4), 19. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i4.6003>
- Athoillah, S., Ashari, M. K., & Alauddin, M. B. (2023). RELIGIOUS DIGITAL LITERACY OF URBAN MUSLIM SOCIETY IN INDONESIA: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *AKADEMIKA Jurnal Pemikiran Islam*, 28(2), 141. <https://doi.org/10.32332/akademika.v28i2.7088>
- Azhar, N. T. H., Ramadhan, M., Fathurrahman, M., & Budiyaniti, N. (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>
- Az-zuhri, D. N., Risma, A., Padila, M. N., & Sukandar, A. (2025). Kajian Konseptual atas Adaptasi Pendidikan Islam terhadap Digitalisasi: Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Teoretis. *Edukasiana Jurnal Inovasi Pendidikan*, 4(3), 836–849. <https://doi.org/10.56916/ejip.v4i3.1484>
- Bahrudin, M. I., & Waehama, M. R. (2024). Social and Cultural Implications of Da'wah Through Social Media. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 4(4), 337–346. <https://doi.org/10.15575/jis.v4i4.36728>
- Bender, G. W. (2023). Penggunaan Tiktok Dalam Kampanye Sadar Stunting 2022 Untuk Menurunkan Prevalensi Stunting. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(2), 131–138. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i2.1699>
- Choirin, M., Guleng, M. P., Arbi, D. S., & Maulan, R. (2024). MUBALLIGH IN THE DIGITAL AGE BASED ON INSIGHTS FROM INDONESIAN PHENOMENA: LEVERAGING DIGITAL LEARNING FOR THE PROMOTION OF ISLAMIC VALUES. *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 167–190. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v9i2.7751>
- Cynthia, E. P., Harahap, R., Amin, M. K., Saeed, A., & Hasanuddin, M. (2025). Penguatan Peran Gen-Z sebagai Kreator Konten Digital untuk Promosi
-

-
- Produk UMKM di Media Sosial. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 4(2), 391–398. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i2.658>
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i1.182>
- Hidayatullah, R. R., Kamali, M., & T, N. A. (2024). Innovative Dakwah Strategies Through Social Media: Case Study of Islamic Communication Approaches in Indonesia. *INJIES Journal of Islamic Education Studies*, 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.34125/injies.v1i1.3>
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Research at the University of Copenhagen (University of Copenhagen)*, 6(1), 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1
- Ibad, M. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok : Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 102–114. <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>
- Ibad, M. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita*, 2(2), 145–156. <https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2189>
- Ilham, I., Sirait, R. A., Nurhasanah, N., Ariska, C., & Surya, B. (2025). Peran Komunikasi Islam dalam Meningkatkan Moral dan Etika di Era Masyarakat Digital. *Khazanah Journal of Islamic Studies*, 4(2), 62–69. <https://doi.org/10.51178/khazanah.v4i2.2481>
- Ilyas, H., Fatmal, Abd. B., & Ahmad, L. O. I. (2025). Digital Jihad in Qur'anic Perspective: An Islamic Response to the Challenges of Cyberspace in the Age of Artificial Intelligence (AI). *QOF*, 9(2), 189–206. <https://doi.org/10.30762/qof.v9i2.3091>
- Kharis, A., Wibowo, K. P., & Yusuf, M. F. (2025). Kolaborasi Negara dan Sektor Privat dalam Peningkatan Kapasitas Pemuda Melalui Pelatihan Perencanaan Acara. *Kifah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.35878/kifah.v4i1.1614>
- Larasati, S., Habie, R. O., Aisyah, M. R., Fadel, Moh., & Sintiawati, R. (2025). Literasi Digital dan Etika Bermedia Sosial di Kalangan Remaja. *Easta Journal of Innovative Community Services*, 3(3), 184–193. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v3i03.359>
- Lubis, M. (2025). Bagaimana Mengeksplorasi Potensi Media Sosial Untuk Mempromosikan Pemahaman Islam Di Era Digital? *Ashlach Journal of Islamic Education*, 3(1), 63–76. <https://doi.org/10.55757/ashlach.v3i1.978>
-

-
- Mafuz, M., Khairunnisah, N. A., Ahmad, A., & Putri, I. (2024). Village Content Creator Training for Santong Village Youth. *Abdi Masyarakat*, 6(2), 301. <https://doi.org/10.58258/abdi.v6i2.7542>
- Mahdi, I., & Zein, M. (2024). Edukasi Agama Islam melalui Platform Digital: Kelebihan dan Tantangan dalam Meningkatkan Literasi Agama di Kalangan Generasi Muda. *At-Tajdid.*, 4(3), 116. <https://doi.org/10.24014/at-tajdid.v4i3.35118>
- Maria, S. E., & Zulhazmi, A. Z. (2023). Dynamics of Da'wah in Southeast Asia in the Digital Era. *QAULAN Journal of Islamic Communication*, 4(2), 114–133. <https://doi.org/10.21154/qaulan.v4i2.7266>
- Mubaidilah, A., Sabihis, S., & Yana, H. H. (2025). Strengthening Islamic Literacy in Education: A Literature Review for Cultivating Intelligent Muslims in the Modern Era. *EDUSOSHUM Journal of Islamic Education and Social Humanities*, 5(1), 96–103. <https://doi.org/10.52366/edusoshum.v5i1.139>
- Muktar, L. (2026). Literasi Digital Fungsional Berbasis Praktik untuk Meningkatkan Kemandirian Akses Layanan Publik Digital Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 2(1), 37–47. <https://doi.org/10.63982/dharmabakti.99b6dc74>
- Nurhaidah, S. N., Lubis, N. A. F., & Ullah, H. (2025). The Role of Cyber-Creation in Da'wah for the Development of Urban Muslim Communities. *Hayula Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 9(2), 259–280. <https://doi.org/10.21009/hayula.009.02.06>
- Nurhalimah, U., Faria, M., Kadafi, M., & Khoiri, A. (2026). Dakwah Islam di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pemanfaatan Media Sosial Studi Analisis Peran Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam. *Millatuna Jurnal Studi Islam*, 3(1), 123–133. <https://doi.org/10.33752/mjsi.v3i01.11256>
- Nurnabila, M., Layyina, P. F., Rizqilah, R., Azzahra, S. S., & Azis, A. (2025). Peran Seni Digital sebagai Sarana Dakwah dan Edukasi Islam di Platform Media Sosial. *Indonesian Journal Of Education*, 2(3), 93–99. <https://doi.org/10.71417/ije.v2i3.1266>
- Prihatini, M., & Muhid, A. (2021). Literasi Digital terhadap Perilaku Penggunaan Internet Berkonten Islam di Kalangan Remaja Muslim Kota. *Journal An-Nafs Kajian Penelitian Psikologi*, 6(1), 23–40. <https://doi.org/10.33367/psi.v6i1.1307>
- Qureshi, T. M. (2023). Effective Da'wah in the Era of Society 5.0 : The Perspective of Students in Indonesian State Islamic Higher Education. *Jurnal Dakwah Risalah*, 34(1), 52. <https://doi.org/10.24014/jdr.v34i1.23277>
-

-
- Rahmadi, A., Rusyantia, A., & Wahyuni, E. S. (2023). Peningkatan Kapasitas Kader Posyandu tentang Antropometri, Pemantauan Pertumbuhan dan Makanan Balita Melalui Pelatihan dan Pendampingan dalam Rangka Pencegahan Stunting di Desa Sukamenanti, Kecamatan Bukit Kemuning, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(6), 1811–1818. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1027>
- Rahmat, A., & Utomo, P. (2025). Pendidikan dan Bimbingan Keagamaan Berbasis Literasi Digital: Strategi Pemanfaatan Teknologi dalam Menanamkan Islam Moderat dalam Keberagamaan. *Jurnal Indonesia Studi Moderasi Beragama*, 2(1), 24–34. <https://doi.org/10.64420/jismb.v2i1.212>
- Rahmawati, L., Kusumastuti, R., Suprihartini, Y., Suryati, S., Syahputra, H., Sukini, S., & Hakim, M. L. (2025). PELATIHAN PENGENALAN DASAR PEMROGRAMAN DAN LOGIKA ALGORITMA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL. *Community Development Journal Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 4241–4246. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i3.46371>
- Raniatunnada, Hogantara, K., Nirwana, J., & Fawwaz, M. (2025). Aktualisasi Metode Dakwah dalam Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat melalui Teknologi. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 565–571. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i1.1082>
- Saputra, R., & Saputra, R. (2025). Dinamika Pemikiran Teologis di Dunia Maya Pengaruh Media Sosial terhadap Interpretasi Ajaran Islam. *Ad Dien Journal of Islamic Studies*, 1(2), 43–61. <https://doi.org/10.66089/djis.v1i2.60>
- Setiawardani, W., Robandi, B., & Djohar, A. (2021). CRITICAL PEDAGOGY IN THE ERA OF THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 TO IMPROVE DIGITAL LITERACY STUDENTS WELCOMING SOCIETY 5.0 IN INDONESIA. *PrimaryEdu - Journal of Primary Education*, 5(1), 107–118. <https://doi.org/10.22460/pej.v5i1.2073>
- Suwintari, I. G. A. E., Wirawan, P. E., Muliadisa, I. K., Ekasani, K. A., & Prastio, T. (2023). Increasing the capacity of community resources through hospitality training. *Community Empowerment*, 8(3), 341–350. <https://doi.org/10.31603/ce.8285>
- Taufiq, M. (2025). GERAKAN LITERASI ISLAM DI KALANGAN GENERASI MUDA. *NIHAYAH Journal of Islamic Studies*, 1(2), 174–191. <https://doi.org/10.65802/nihayah.v1i2.15>
- Waroh, S., Putri, A., & Gusmaneli, G. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Penguatan Literasi Digital pada Generasi Milenial. *Al-Zayn.*, 3(2), 323–332. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1012>
-

-
- Wijaya, R., & Subakti, A. G. (2025). LITERASI DIGITAL ISLAMI: UPAYA PREVENTIF MEMBENTUK IDENTITAS REMAJA MUSLIM DI ERA MEDIA SOSIAL. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 5(2), 34–46. <https://doi.org/10.37304/jtekpend.v5i2.17503>
- Yusup, Moh. Y. (2025). Strategi Manajemen Dakwah Di Era Digital: Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Efektivitas Penyampaian Pesan Islam. *JOURNAL OF GLOBAL DA WAH AND COMMUNITY*, 1(1), 19–25. <https://doi.org/10.65803/j8mma337>
-