



Digital da'wah content creation training for university students

Abdul Rahim¹, Harry Fajar Maulana¹, Muhamad Ridwan¹, Jumaydin¹, Adiel Fayyaza¹, Risman Iye²

¹ Universitas Muhammadiyah Buton, Bau-Bau, Indonesia

² Universitas Iqra Buru, Buru, Indonesia

rahimimmawan@gmail.com

<https://doi.org/10.31603/ce.14226>

Abstract

The rapid development of digital technology has revolutionized the dissemination of Islamic da'wah (proselytizing), necessitating young generations, particularly university students, to become adaptive and creative agents of da'wah utilizing digital media. However, limitations in technical skills and low levels of digital literacy and communication ethics remain serious challenges. This community service activity aimed to enhance the capacity of students in producing digital da'wah content that is informative, engaging, and consistent with the principles of moderate Islamic da'wah. The training program was conducted over three days using a participatory approach, covering digital literacy, content production techniques, and Islamic communication ethics. Evaluation results showed a significant increase in participants' understanding, rising from an average score of 58.3 in the pre-test to 84.1 in the post-test, with an N-Gain score of 61.8%. Furthermore, 87% of participants successfully produced da'wah content in video format, and 73% of them established dedicated social media accounts to disseminate their da'wah content. This training proved effective in transforming students' roles from passive consumers into active creators of digital da'wah.

Keywords: Digital da'wah; Creative content; Digital literacy; Training

Pelatihan pembuatan konten dakwah digital pada mahasiswa

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara penyebaran dakwah Islam, menuntut generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk menjadi agen dakwah yang adaptif dan kreatif dalam memanfaatkan media digital. Namun, keterbatasan keterampilan teknis dan rendahnya literasi serta etika komunikasi digital masih menjadi tantangan serius. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam memproduksi konten dakwah digital yang informatif, menarik, dan sesuai dengan prinsip dakwah Islam moderat. Program pelatihan dilaksanakan selama tiga hari melalui pendekatan partisipatif, mencakup materi literasi digital, teknik produksi konten, serta etika komunikasi Islam. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, dari rata-rata 58,3 pada pre-test menjadi 84,1 pada post-test, dengan nilai N-Gain sebesar 61,8%. Selain itu, 87% peserta berhasil memproduksi konten dakwah dalam bentuk video, dan 73% di antaranya membentuk akun media sosial khusus untuk menyebarkan konten dakwah. Pelatihan ini terbukti efektif dalam mengubah peran mahasiswa dari konsumen pasif menjadi kreator aktif dakwah digital.

Kata Kunci: Dakwah digital; Konten kreatif; Literasi digital; Pelatihan

Contributions to
SDGs



Article History

Received: 22/07/25

Revised: 07/09/25

Accepted: 12/11/25

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa dampak transformatif pada berbagai sektor, termasuk dalam penyebaran ajaran agama Islam melalui kegiatan dakwah. Di era ini, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah konvensional, melainkan telah berekspansi ke berbagai platform digital seperti media sosial, video streaming, dan kanal digital lainnya (Hadiati et al., 2024; Usman & Siagian, 2024; Zaid et al., 2022). Kemajuan teknologi ini telah mengubah pola komunikasi dan perilaku masyarakat Indonesia dalam menyebarkan dan menerima pesan keagamaan. Data menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 79,5% dari total populasi, atau sekitar 221,5 juta jiwa, dengan demografi terbesar didominasi oleh Generasi Z (34,40%) dan Milenial (30,62%) (Prasetyo et al., 2024).

Survei menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana yang praktis, efektif, dan partisipatif dalam menyebarkan informasi serta memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi (Zubaedi et al., 2021). Sifat interaktif dan jangkauan luas media sosial dinilai lebih unggul dibandingkan media konvensional, menjadikannya ruang strategis untuk memperluas jangkauan gerakan sosial dan keagamaan, khususnya bagi komunitas dakwah kampus (Laksana & Abduh, 2023; Oz et al., 2023). Fenomena ini menuntut para pelaku dakwah, termasuk mahasiswa sebagai generasi muda Islam, untuk mampu memanfaatkan teknologi informasi secara bijak dan produktif. Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang belum memiliki keterampilan memadai dalam memproduksi konten dakwah digital yang menarik, edukatif, dan sesuai dengan etika komunikasi Islam (Samsudin & Putri, 2023; Widyawati et al., 2024).

Kesenjangan keterampilan ini dihadapi oleh mitra kegiatan, yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Dakwah Kampus dan Himpunan Mahasiswa Islam di lingkungan Universitas Muhammadiyah Buton. Berdasarkan observasi awal, sebagian besar anggota mitra masih kekurangan kemampuan teknis dalam menulis naskah, pengambilan gambar, *editing* video, dan strategi distribusi konten yang tepat. Aktivitas dakwah mereka cenderung berorientasi pada kegiatan tatap muka, sementara pemanfaatan media digital belum optimal. Secara praktik, mahasiswa anggota mitra lebih sering bertindak sebagai konsumen pasif konten dakwah, alih-alih produsen aktif yang kreatif dalam menghasilkan pesan keislaman (Zidenberg & Sparks, 2024).

Selain keterbatasan teknis, tingkat literasi digital dan pemahaman etika komunikasi Islam di media sosial juga masih rendah. Hal ini menyebabkan penyampaian pesan dakwah sering tidak efektif dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau konflik sosial akibat kurangnya pemahaman terhadap konteks komunikasi digital (Rani, 2023). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa mahasiswa, meskipun memiliki kedekatan tinggi dengan dunia digital, belum mampu menggunakannya secara produktif untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman yang moderat, kreatif, dan solutif. Kondisi ini diperparah dengan belum adanya pelatihan terstruktur yang mengintegrasikan keterampilan teknis, pemahaman etika dakwah, serta strategi komunikasi digital yang efektif.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dalam produksi konten dakwah dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pesan, namun harus dibarengi dengan pemahaman etika komunikasi Islam (Khan & Umer, 2025).

Selain itu, narasi digital yang komunikatif dan strategis sangat penting dalam konteks dakwah modern (Malik, 2020), sejalan dengan perlunya adaptasi lembaga keagamaan terhadap logika media digital agar tetap relevan dengan nilai-nilai Islam (Brady, 1985; Hjarvard, 2016). Penggunaan kecerdasan buatan juga didukung untuk meningkatkan keterlibatan audiens muda (Thoriquttyas & Rohmawati, 2024). Lebih lanjut, penyebaran ajaran Islam di ruang digital perlu diimbangi dengan penguatan nilai etika dan literasi media untuk mencegah disinformasi atau konflik sosial (Khairunnisa et al., 2025), serta memastikan dakwah tetap inklusif dan moderat dalam konteks partisipasi keagamaan digital (Eickelman & Anderson, 2003).

Berdasarkan hasil penelitian dan kondisi faktual mitra, pelatihan ini dirancang untuk menjawab dua kebutuhan utama: peningkatan keterampilan teknis mahasiswa dalam memproduksi konten dakwah digital, serta peningkatan literasi dan pemahaman etika dakwah di media digital. Program pelatihan ini dilaksanakan secara intensif dan praktis, mencakup teknik produksi konten, strategi komunikasi digital, dan penerapan nilai-nilai etika Islam dalam berdakwah (Mukhlis et al., 2023; Yusoff et al., 2020; Zakiah et al., 2023). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah membekali mahasiswa dengan kemampuan teknis dalam produksi konten dakwah digital, meningkatkan pemahaman terhadap etika dakwah di media digital, dan membangun kesadaran akan potensi media sebagai alat transformasi dakwah Islam yang damai, kreatif, dan solutif. Melalui pelatihan ini, diharapkan mahasiswa dapat menjadi agen dakwah digital yang inovatif, komunikatif, dan beretika, serta mampu berkontribusi nyata dalam penguatan nilai-nilai keislaman di era revolusi digital.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif mitra utama, yaitu mahasiswa anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Dakwah Kampus dan Himpunan Mahasiswa Islam di lingkungan Universitas Muhammadiyah Buton, didukung penuh oleh pihak kampus sebagai fasilitator sarana pendukung. Keterlibatan mahasiswa sangat krusial karena mereka berperan langsung sebagai subjek dan objek pelatihan yang akan mengimplementasikan keterampilan dakwah digital di lingkungan akademik dan sosial mereka (Sirmayanti et al., 2022; Widyawati et al., 2024).

Seluruh rangkaian program dirancang dan dilaksanakan selama tiga hari di Gedung Korea Universitas Muhammadiyah Buton. Lokasi ini dipilih karena memiliki fasilitas yang memadai, termasuk perangkat komputer, jaringan internet, dan peralatan multimedia, yang esensial untuk mendukung proses produksi konten digital. Tahap awal kegiatan dimulai dengan sosialisasi dan identifikasi peserta yang ditujukan kepada mahasiswa dari berbagai fakultas, dengan prioritas bagi anggota UKM dan Himpunan Mahasiswa Islam. Proses rekrutmen dilakukan secara terbuka, dan seleksi didasarkan pada minat, motivasi, dan komitmen mahasiswa terhadap kegiatan dakwah digital. Hasil seleksi menghasilkan 20 peserta yang mengikuti pelatihan secara intensif.

Selanjutnya, pelatihan dan pendampingan dilaksanakan selama tiga hari penuh dengan kombinasi sesi teori dan praktik. Materi pelatihan difasilitasi oleh tim pengabdian yang memiliki keahlian di bidang komunikasi, teknologi informasi, dan pendidikan Islam. Kurikulum yang disampaikan mencakup pengenalan konsep dakwah digital, penulisan naskah dakwah, teknik produksi konten visual dan audiovisual, pengelolaan media

sosial dakwah, serta penerapan etika komunikasi Islam dalam ruang digital. Metode pembelajaran utama yang diterapkan adalah *project-based learning* (Gama, 2023), di mana peserta didorong untuk menghasilkan karya nyata berupa konten dakwah digital yang kreatif dan edukatif berdasarkan tema keislaman kontemporer. Setiap peserta berkesempatan mempraktikkan keterampilan yang diperoleh melalui proyek individu maupun kelompok, dengan pendampingan langsung dari mentor. Rangkaian kegiatan ditutup dengan presentasi hasil karya konten dakwah digital yang dibuat peserta di hadapan tim pengabdian dan perwakilan kampus untuk mendapatkan umpan balik, penilaian, serta rekomendasi pengembangan lebih lanjut.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis untuk mengukur efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap peningkatan kompetensi peserta (Farjad, 2012). Evaluasi formatif dilakukan sepanjang proses pelatihan melalui observasi dan diskusi, sementara evaluasi sumatif dilakukan di akhir program. Penilaian sumatif mencakup kualitas konten dakwah yang dihasilkan, peningkatan pemahaman etika digital, dan kemampuan teknis dalam mengelola media dakwah. Metode pelaksanaan yang sistematis, partisipatif, dan berbasis kolaborasi lintas disiplin ini diyakini mampu mengatasi permasalahan mitra secara efektif (Sirmayanti et al., 2022). Dengan dukungan evaluasi yang terukur dan penguatan keberlanjutan melalui pembentukan komunitas dakwah digital kampus, program ini diharapkan menjadi model pengabdian masyarakat yang berdampak nyata dalam pengembangan dakwah digital di kalangan mahasiswa, yang terus berkembang menjadi gerakan dakwah kreatif dan beretika di lingkungan akademik.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pelatihan pembuatan konten dakwah digital ini dilaksanakan selama tiga hari dengan mengombinasikan materi teori dan praktik langsung. Hari pertama difokuskan pada pengenalan dasar-dasar dakwah digital dan literasi media, termasuk pentingnya etika komunikasi di ruang digital. Hari kedua berfokus pada aspek teknis pembuatan konten, seperti penulisan naskah, teknik pengambilan video, serta penggunaan perangkat lunak *editing*. Kemudian, Hari ketiga didedikasikan untuk praktik produksi konten dan presentasi hasil karya oleh peserta. Pelatihan ini melibatkan 20 mahasiswa dan menghadirkan narasumber dari berbagai bidang, pakar komunikasi digital, dosen teknologi informasi, dan pendakwah muda berpengalaman, yang tidak hanya memberikan materi, tetapi juga melakukan pendampingan langsung saat praktik, memastikan pemahaman yang aplikatif (Gambar 1).

Respon peserta terhadap kegiatan ini sangat positif, ditandai dengan antusiasme tinggi, keaktifan dalam diskusi, dan kemampuan menghasilkan konten dakwah digital yang kreatif dan edukatif. Hasil evaluasi kuantitatif, yang disajikan pada Tabel 1, menunjukkan adanya peningkatan rerata skor pemahaman teknis dan literasi digital yang signifikan, yaitu dari 58,3 pada *pre-test* menjadi 84,1 pada *post-test*, dengan nilai N-Gain sebesar 61,8%. Selain itu, secara kualitatif, sebanyak 87% peserta (17 mahasiswa) berhasil menyelesaikan satu produk konten dakwah digital dalam bentuk video atau infografis.

Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga menanamkan kesadaran akan pentingnya etika komunikasi dakwah digital, yang menguatkan temuan bahwa pelatihan berbasis teknologi dan kreativitas visual mampu mendorong

transformasi mahasiswa menjadi produsen dakwah aktif berbasis etika (Widyawati et al., 2024). Lebih jauh, pendekatan pelatihan ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa generasi muda muslim memerlukan bimbingan dalam merepresentasikan identitas Islam secara otentik di media sosial, di tengah dominasi *influencer* keagamaan (Zaid et al., 2022). Dengan memfokuskan pada pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang mengintegrasikan literasi media, kecakapan teknis, dan pemahaman nilai Islam yang inklusif, pelatihan ini merefleksikan rekomendasi bahwa dakwah digital memerlukan spiritualisasi teknologi dan sensitivitas terhadap audiens yang beragam (Yusoff et al., 2020).



Gambar 1. Proses pelatihan dakwah digital

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-test

Indikator	Skor		N-Gain (%)
	Pre-test	Post-test	
Rata-rata	58,3	84,1	61,8
Nilai tertinggi	75	95	-
Nilai terendah	42	68	-
Produksi konten	87% (17 peserta)	-	-

Pembekalan peserta terhadap prinsip *tabayyun*, sopan santun digital, dan narasi yang moderat menjadi pembeda utama program ini, memastikan bahwa dakwah yang dihadirkan komunikatif, kontekstual, dan bebas dari disinformasi, sesuai dengan konteks perluasan ruang publik Islam yang inklusif dan moderat di era digital (Eickelman & Anderson, 2003; Rahmat et al., 2025). Dampak utama dari pelatihan ini adalah perubahan peran mahasiswa, dari konsumen konten pasif menjadi kreator aktif dakwah digital. Hal ini dikonfirmasi dengan laporan dari 73% peserta yang telah membentuk akun media sosial khusus untuk menyebarkan konten dakwah secara rutin setelah pelatihan berakhir.

Peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memproduksi konten dakwah digital ini sejalan dengan hasil riset yang menyatakan bahwa pendekatan pelatihan berbasis proyek mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran keterampilan praktis secara signifikan (Farjad, 2012). Temuan ini juga selaras dengan riset yang menekankan bahwa transformasi peserta dari konsumen pasif menjadi produsen konten keagamaan aktif merupakan indikator keberhasilan dalam pelatihan dakwah digital (Nurkholis & Noor, 2025; Zaid et al., 2022). Selain itu, hasil yang diperoleh sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kreativitas digital dan pemanfaatan AI

mendorong peningkatan produktivitas dakwah di kalangan mahasiswa, khususnya dalam bentuk konten visual di media sosial (Maulida & Putra, 2025; Muslimin, 2024). Dengan demikian, hasil evaluasi pelatihan ini valid dan selaras dengan temuan riset internasional terkini yang menekankan pentingnya integrasi keterampilan digital, etika Islam, dan strategi komunikasi dalam program peningkatan kapasitas generasi muda Muslim di era digital.

4. Kesimpulan

Program pelatihan pembuatan konten dakwah digital telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa sebagai agen dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Kegiatan ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis dalam produksi konten, tetapi juga menanamkan pemahaman yang kuat mengenai etika komunikasi Islam di ruang digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan pelatihan yang partisipatif dan berbasis praktik langsung, mahasiswa mampu bertransformasi dari sekadar konsumen konten menjadi kreator yang aktif dan produktif dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman secara santun, kreatif, dan tepat sasaran.

Harapan dari kegiatan ini adalah munculnya kesadaran kolektif di kalangan mahasiswa tentang pentingnya peran mereka dalam merespons tantangan dakwah di era digital. Secara konseptual, kegiatan ini memberikan implikasi penting bahwa dakwah digital bukan sekadar upaya teknis menyebarkan pesan keagamaan, melainkan juga proses pembinaan karakter, peningkatan literasi digital, serta strategi komunikasi yang kontekstual. Oleh karena itu, inisiatif serupa sangat potensial direplikasi di lingkungan kampus lain sebagai bagian dari integrasi pembelajaran berbasis proyek dan pengabdian masyarakat yang bermutu.

Program ini juga memiliki keterbatasan, di antaranya adalah cakupan peserta yang masih terbatas dan durasi pelatihan yang relatif singkat. Untuk itu, pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada perluasan cakupan ke komunitas eksternal, penyelenggaraan pelatihan lanjutan, serta integrasi program ini dalam kurikulum pendidikan agama Islam dan komunikasi digital secara formal.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh tim yang telah terlibat dalam kegiatan pengabdian ini. Dedikasi, kerja sama, dan semangat kebersamaan yang ditunjukkan telah menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini. Semoga segala kontribusi yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan membawa manfaat yang berkelanjutan bagi mahasiswa dan masyarakat pada umumnya.

Kontribusi Penulis

Penyusunan draft artikel: AR, HFM, MR, JMD, AF; Revisi artikel: AR.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penulisan dan publikasi artikel pengabdian ini.

Pendanaan

Kegiatan ini tidak memperoleh sumber pendanaan dari mana pun.

Daftar Pustaka

- Brady, M. (1985). Artificial intelligence and robotics. *Artificial Intelligence*, 26(1), 79–121. [https://doi.org/10.1016/0004-3702\(85\)90013-X](https://doi.org/10.1016/0004-3702(85)90013-X)
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (2nd ed.). Indiana University Press. <https://doi.org/10.1017/CHOL9780521844437.027>
- Farjad, S. (2012). The Evaluation Effectiveness of Training Courses in University by Kirkpatrick Model (Case Study: Islamshahr University). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 2837–2841. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.573>
- Gama, F. I. (2023). Keberhasilan Implementasi Project-Based Learning dalam Bidang Bahasa: Program dan Dampaknya pada Peserta Didik di Sekolah dan Perguruan Tinggi di Dunia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 12(1), 24–33. https://doi.org/10.23887/jurnal_bahasa.v12i1.2137
- Hadiati, E., Setianingrum, D. A., & Dwiyanto, A. (2024). Exploring the Landscape: Challenges and Opportunities for Civil Society in the Era of Society 5.0. *KnE Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.18502/kss.v9i2.14971>
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture and Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Khairunnisa, Aqoidah, Mapanyompa, Astini, B. I., Ali, M., & Hayati, M. (2025). Digital Da'wah Strategy in the Post-Truth Era: Responding to Misinformation with an Islamic Communication Approach. *Proceeding of Islamic International Conference on Education, Communication, and Economics*.
- Khan, M. S., & Umer, H. (2025). Sacred or Secular? Religious Bias in AI-Generated Financial Advice. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5193790>
- Laksana, M. W., & Abduh, M. (2023). The Power of Social Movements: Activism in the Age of Connectivity. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.441>
- Malik, A. (2020). Artificial Intelligence in Islamic Education: Opportunities and Challenges. *Journal of Emerging Technologies in Education*, 14(2), 50–75.
- Maulida, & Putra, R. A. (2025). Utilization of AI In Reorienting Digital Da'wah Based On Religious Moderation to Address Religious Consumerism Among Generation AI: A Qur'anic Perspective. *Al-Quds Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 9(1), 116–128. <https://doi.org/10.29240/alquds.v9i1.12722>
- 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 Solidaritas (J-SOLID)*, 6(2), 172. <https://doi.org/10.31328/js.v6i2.4746>

- Muslimin, M. (2024). Inovasi Dakwah Berbasis Ai Di Era 5.0: Perspektif Islam Kontemporer. *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 27–55. <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v4i1.3316>
- Nurkholis, N., & Noor, M. (2025). Optimizing Da'wah in the Digital Era Through the Imam, Dai, and Khatib Certification Program in Bandar Lampung City. *West Science Islamic Studies*, 3(01), 68–74. <https://doi.org/10.58812/wsiss.v3i01.1629>
- Oz, M., Yanik, A., & Batu, M. (2023). Under the Shadow of Culture and Politics: Understanding LGBTQ Social Media Activists' Perceptions, Concerns, and Strategies. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231196554>
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Farhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *BIKMA: Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 2(1).
- Rahmat, E., Truna, D. S., & Hannah, N. (2025). Living Islam in the Modern World: Examining Digital Da'wah in Indonesia from the Perspective of Fisher and Rinehart's Living Religions. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 8(1), 77–90. <https://doi.org/10.15575/jt.v8i1.43919>
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Samsudin, D., & Putri, I. M. (2023). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>
- Sirmayanti, S., Mahjud, Puspita, Mahyati, M, R., U, H., N, M., Y, Y., MN, F., F, R., & N, A. (2022). Youth Creativity Media Empowerment Through Social Media Content Creator. *International Journal of Community Service*, 2(4), 421–426. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v2i4.144>
- Thoriquttyas, T., & Rohmawati, N. (2024). How Far Artificial Intelligence Influenced Mu'allim, Murabbi, and Mudarris? Transhumanism and Diffusion of Innovation Theory's Perspective. *Suhuf*, 36(2), 139–154. <https://doi.org/10.23917/suhuf.v36i2.6302>
- Usman, U., & Siagian, H. F. (2024). Indonesian Younger Generation's Acceptance of Digital Da'wah. *Jurnal Dakwah Risalah*, 35(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jdr.v35i1.28975>
- Widyawati, T., Andriyani, Y., Nur, T. Bin, Sumantri, I. B., Olivia, T., Syariq, M. R. F., Nugraha, S., Haikal, S., & Maulida, R. Z. (2024). Empowering Indonesian Da'wah Academy North Sumatera Students through AI-Driven Content Creation. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 188–193. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v9i2.18293>
- Yusoff, S. H., Hassan, F., & Zainun, A. (2020). Spiritualising Communication Technology: The Use of New Media for Da'wah Purpose Among USIM Communication Students. *'Abqari Journal*, 23(2), 77–88. <https://doi.org/10.33102/abqari.vol23no2.352>
- Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/rel13040335>

- Zakiah, K. A., Wiksana, W. A., & Supriadi, Y. (2023). Development of Media Literacy Group "Creating Da'wah TV Content" at YPC Cintawana Vocation School. *KnE Social Sciences*, 8(18), 1111–1130. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14315>
- Zidenberg, A., & Sparks, B. (2024). Engaging with Extremely Online Psychology Students: Creating a Meme "Study Guide." *Open Scholarship of Teaching and Learning*, 3(2). <https://doi.org/10.56230/osotl.75>
- Zubaedi, Z., Utomo, P., & Musofa, A. A. (2021). Perilaku Sosial Masyarakat Bengkulu terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Diseminasi Informasi, Bimbingan Pribadi-Sosial dan Deradikalisasi. *Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 193. <https://doi.org/10.30659/ijocs.3.2.193-202>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)