

Al-Amru

Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam

Research Article

Daya Tarik Konten Islami Di Era Digital Dalam Membentuk Hati Dan Pikiran Penontonnya

Miftahul Khoir¹, M. Toriq Al Anshar², Aril Saputra³

1. Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, Universitas Al-Amien Prenduan, Sumenep, Madura, Indonesia; mifresty184924@gmail.com
2. Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, Universitas Al-Amien Prenduan, Sumenep, Madura, Indonesia; thariqalanshar093@gmail.com.id
3. Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, Universitas Al-Amien Prenduan, Sumenep, Madura, Indonesia; saputraaril@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Al-Amru: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : October 11, 2025
Accepted : December 09, 2025

Revised : November 23, 2025
Available online : January 20, 2026

How to Cite: Miftahul Khoir, M.TorIQ al Anshar, & Aril Saputra. (2025). The Appeal of Islamic Content in the Digital Era in Shaping the Hearts and Minds of Its Audiences. *Al-Amru: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 1(2), 109–118. <https://doi.org/10.61166/al-amru.v1i2.12>

The Appeal of Islamic Content in the Digital Era in Shaping the Hearts and Minds of Its Audiences

Abstract. The development of the digital era has created a new ecosystem for the dissemination of Islamic values through various platforms such as YouTube, Instagram, TikTok, and dakwah podcasts. The presence of Islamic content in digital formats not only serves as a medium for conveying religious teachings but also functions as a space for spiritual reflection that can influence the development of character, mindset, and religious behavior within society. This study aims to deeply analyze how the appeal of Islamic content in the digital era can shape the hearts and minds of its viewers. The method

used is qualitative through a literature review, examining various sources related to dakwah communication, media psychology, digital religiosity, and Islamic education, The results of the analysis indicate that the appeal of Islamic content is significantly influenced by several key factors. First, the strength of the message, which is able to touch both emotional and rational aspects in a balanced manner, makes the content easier to accept and comprehend. Second, the authenticity and credibility of the content creators, both in terms of knowledge and exemplary behavior, enhance the audience's trust and psychological closeness. Third, aesthetic elements such as visual design, sound quality, narration, and storytelling help create a deeper and more meaningful viewing experience. Fourth, the relevance of the themes to everyday life challenges—especially those related to morality, religious identity, and modern social dynamics—makes Islamic content more contextual and applicable. This study affirms that Islamic content in the digital era plays an essential role in strengthening Islamic values, enhancing religious awareness, and encouraging positive behavioral changes within society. By employing creative, interactive, and humanistic communication approaches, Islamic content has the potential to become an effective medium for spiritual transformation amid the rapid flow of digital information.

Keywords: Islamic Content, Digital Era, Heart and Mind, Digital Da'wah, Islamic Values.

Abstrak. Perkembangan di zaman digital telah menghasilkan ekosistem baru untuk penyebaran nilai-nilai Islam melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast dakwah. Kehadiran konten keislaman dalam bentuk digital bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan ajaran agama, tetapi juga sebagai wadah untuk refleksi spiritual yang dapat memengaruhi pengembangan karakter, pola pikir, dan perilaku religius masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dengan mendalam bagaimana daya tarik konten keislaman di era digital dapat membentuk hati dan pikiran para penontonnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui studi literatur, dengan meninjau beragam sumber terkait komunikasi dakwah, psikologi media, religiositas digital, serta pendidikan Islam. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa daya tarik konten keislaman sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Pertama, kekuatan pesan yang dapat menyentuh aspek emosional dan rasional secara seimbang, sehingga membuat konten lebih mudah diterima dan dipahami. Kedua, keaslian dan kredibilitas penyampai informasi, baik dari segi ilmu pengetahuan maupun keteladanan, yang meningkatkan kepercayaan dan kedekatan psikologis audiens. Ketiga, elemen estetika seperti desain visual, kualitas suara, narasi, dan penceritaan juga membangun pengalaman menonton yang lebih dalam dan berarti. Keempat, relevansi tema dengan tantangan hidup sehari-hari, terutama yang berkaitan dengan moralitas, identitas keagamaan, dan dinamika sosial modern, membuat konten keislaman lebih kontekstual dan mudah diterapkan. Kajian ini menegaskan bahwa konten keislaman di era digital memainkan peran penting dalam memperkuat nilai-nilai Islam, meningkatkan kesadaran religius, dan mendorong perubahan perilaku positif di masyarakat. Dengan memanfaatkan pendekatan komunikasi yang kreatif, interaktif, dan humanis, konten keislaman berpotensi menjadi sarana transformasi spiritual yang efektif di tengah derasnya aliran informasi digital.

Kata kunci: Konten Islami, Era Digital, Hati dan Pikiran, Dakwah Digital, Nilai Keislaman.

PENDAHULUAN

Dalam zaman digital saat ini yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat, media sosial telah menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang di seluruh dunia. Dari platform terkenal seperti Facebook, Twitter, hingga aplikasi berbagi video seperti TikTok, media sosial berfungsi sebagai ruang utama bagi individu dan merk untuk berinteraksi, menyebarkan informasi, dan mengonsumsi konten. Perkembangan teknologi yang

terus berlangsung serta peningkatan akses yang semakin mudah telah mengubah cara orang berkomunikasi, berbagi cerita, dan membangun hubungan, menjadikan media sosial sebagai salah satu fenomena paling berarti di era digital ini. Oleh karena itu, memiliki pemahaman yang kuat mengenai perkembangan tren dan preferensi terhadap konten di media sosial sangatlah krusial. Hal ini bukan hanya untuk menghasilkan konten yang menarik dan inovatif, tetapi juga untuk merancang strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan perubahan tren serta memahami beragam kebutuhan dan keinginan pengguna menjadi hal utama untuk berhasil menarik minat dan mendapatkan dukungan dari masyarakat yang kian cerdas dan selektif. (Savero, t.t.)

Dakwah, yang biasanya dilakukan melalui ceramah, pengajian, atau khutbah di masjid, telah berubah secara signifikan karena adanya media sosial. Platform online ini memungkinkan pesan dakwah menyentuh audiens yang lebih luas tanpa terhambat oleh waktu dan lokasi. Para pendakwah atau dai sekarang dapat menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam bentuk teks, gambar, video, dan konten visual lainnya yang bisa diakses kapan saja oleh pengguna internet. Bagi generasi milenial, yang lebih memilih informasi yang ringan, singkat, dan berbasis visual, metode dakwah lewat media sosial menjadi lebih efektif. Dengan cara ini, nilai-nilai Islam dapat disampaikan dengan cara yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan gaya hidup milenial. Di platform seperti YouTube, materi dakwah bisa disampaikan dalam format video yang inovatif dan menarik. Contohnya, beberapa pengkhotbah atau influencer Muslim memanfaatkan vlog atau video pendek untuk mengupas tema-tema agama dengan cara yang sederhana tetapi mendalam. Materi ini tidak sekadar memberikan informasi, tetapi juga memiliki potensi untuk menginspirasi dan menghubungkan ajaran Islam dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, platform seperti Instagram dan TikTok, yang mengutamakan visual dan video singkat, memungkinkan para dai untuk menyampaikan pesan dengan jelas namun tetap berkesan. Format ini sejalan dengan cara generasi milenial mengonsumsi informasi, yang lebih menyukai konten singkat dan berbentuk visual. Sebelum era media sosial, dakwah dilakukan dengan cara-cara tradisional yang lebih terbatas dalam menjangkau audiens.

Misalnya, ceramah agama sering dilakukan di masjid, majelis taklim, atau acara-acara keagamaan tertentu yang cenderung memiliki audiens yang homogen dan lokal. Namun, dengan adanya transformasi digital, dakwah kini dapat menjangkau audiens yang lebih bervariasi, lintas daerah, bahkan lintas negara. Media sosial memberi kesempatan bagi siapa saja untuk mengakses informasi agama dari mana saja dan kapan saja, membuka jalan bagi dakwah untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas dan beragam. (6862-Article Text-29069-1-10-20250206.pdf, t.t., hlm. 873)

Pertumbuhan yang terus berlanjut dalam proses transformasi dipicu oleh pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks dakwah. Fungsi utama dari komunikasi dakwah adalah sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai agama dan moral, dengan maksud untuk melestarikan dan memperkuat

identitas keagamaan serta meningkatkan pemahaman mengenai kepemimpinan dalam agama. Dengan pesatnya kemajuan dalam teknologi komunikasi, tampak bahwa dakwah mengalami perubahan yang signifikan. Metode dakwah yang dipakai pada periode sebelumnya terbatas pada interaksi langsung, seperti ceramah dan membaca. Akan tetapi, berkat kemajuan teknologi digital, berbagai platform media sosial, situs web, podcast, video daring, dan aplikasi pesan instan kini semakin banyak digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. (Setyowati, t.t., hlm. 104)

(6862-Article Text-29069-1-10-20250206.pdf, t.t., hlm. 14) Era digital telah mengubah cara penyampaian dakwah Islam dari metode tradisional yang mengandalkan pertemuan langsung ke pendekatan yang lebih aktif dan interaktif melalui media digital. Perubahan ini tidak hanya melibatkan cara penyampaian pesan, tetapi juga mempengaruhi bentuk konten, taktik distribusi, dan cara interaksi antara da'i dan mad'u (penerima dakwah). Kemudahan untuk mengakses pesan dakwah di mana saja dan kapan saja merupakan peluang besar yang ditawarkan oleh perubahan digital ini. Ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses materi keagamaan sesuai kebutuhan mereka, tanpa terhalang oleh tempat dan waktu. (Kurniawan & Castrawijaya, t.t.-a, hlm. 14)

Rumusan masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana bentuk daya tarik konten Islami yang muncul di era digital, serta bagaimana konten tersebut dapat memengaruhi hati atau aspek afektif para penontonnya. Penelitian ini juga menelaah bagaimana konten Islami berperan dalam membentuk pola pikir atau aspek kognitif audiens sehingga berpengaruh pada cara mereka memahami dan merespons nilai-nilai keislaman.

Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan bentuk-bentuk daya tarik konten Islami yang beredar di platform digital dan menjelaskan bagaimana konten tersebut bekerja dalam membentuk hati dan pikiran penonton. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten Islami terhadap sikap, perilaku, dan pola pikir masyarakat yang mengaksesnya.

Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah kajian mengenai media Islami, pendidikan karakter, serta dampak media digital terhadap perkembangan afektif dan kognitif masyarakat. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten Islami dalam meningkatkan kualitas konten, serta menjadi referensi bagi pendidik dan masyarakat untuk memanfaatkan konten Islami sebagai sarana pembinaan akhlak dan penguatan nilai spiritual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pemilihan metode ini didasarkan pada karakter penelitian yang tidak melibatkan pengambilan data langsung di lapangan, melainkan berfokus pada penelaahan berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan konten Islami di era digital.

Bahan penelitian dikumpulkan dari beragam literatur, seperti artikel jurnal nasional maupun internasional, buku-buku ilmiah, prosiding, laporan penelitian,

serta sumber digital yang membahas topik dakwah digital, psikologi media, religiositas digital, komunikasi Islam, dan pendidikan Islam. Setiap sumber dipilih berdasarkan relevansi dengan tema penelitian, kemutakhiran publikasi, dan tingkat kredibilitas akademiknya.

Proses penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti menelusuri dan mengumpulkan referensi yang berkaitan dengan daya tarik konten Islami serta pengaruhnya terhadap aspek emosi dan pola pikir penonton. Kedua, peneliti menyeleksi sumber-sumber tersebut dengan mempertimbangkan kesesuaian tema dan kontribusinya terhadap kajian teoritis. Ketiga, seluruh bahan literatur dianalisis menggunakan analisis isi (content analysis) untuk menemukan gagasan, pola, dan temuan penting yang berhubungan dengan fokus penelitian. Keempat, hasil analisis disusun dan disintesis sehingga menghasilkan pembahasan yang runtut mengenai bentuk daya tarik konten Islami dan pengaruhnya terhadap hati dan pikiran audiens di era digital.

Melalui studi kepustakaan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas, mendalam, dan kritis mengenai fenomena konten Islami digital tanpa harus melakukan penelitian lapangan. Metode ini juga memperkuat landasan teoritis yang menjadi dasar analisis dalam artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk dan Elemen Daya Tarik Konten Islami di Era Digital

Ciri visual dalam konten Islami pada era digital biasanya dibuat lebih menarik dan mengikuti gaya modern. Para pembuat konten berusaha menyajikan video dengan kualitas yang baik, misalnya menggunakan resolusi yang tinggi, pencahayaan yang terang, dan tampilan visual yang enak dilihat. Teknik pengeditannya pun cenderung lebih kreatif dan dinamis, seperti memakai transisi yang lembut, menambahkan tulisan untuk menegaskan pesan, hingga menyisipkan ilustrasi atau potongan gambar yang mendukung isi video. Tampilan visual yang rapi dan menarik ini membuat penonton lebih fokus, memberikan kesan profesional, serta membantu mereka lebih mudah memahami pesan keislaman yang ingin disampaikan. Editing video adalah salah satu tahap penting dalam pembuatan sebuah karya video. Mumtaz (2024) menjelaskan bahwa editing merupakan proses menyatukan hasil beberapa pengambilan gambar menjadi sebuah cerita yang utuh. Dalam tahap ini, editor bertugas memilih, menyusun, dan memperbaiki setiap klip yang dihasilkan selama proses perekaman, sehingga video akhir memiliki alur yang jelas, tampilan yang rapi, dan format yang sesuai dengan kebutuhan produksi. (Syahrul Ramadhan dkk., 2024, hlm. 235)

Pembentukan nilai-nilai akhlak dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya lewat karya sastra. Karya sastra memiliki peran penting dalam menyampaikan dan menanamkan nilai moral, etika, serta karakter kepada pembacanya. Hal ini karena di dalam karya sastra terdapat pesan-pesan akhlak yang disajikan melalui bahasa yang indah dan relevan dengan kondisi masyarakat masa kini, sehingga lebih mudah dipahami dan diterima oleh pembaca. Sebuah karya yang berkualitas bukan hanya sekadar menyampaikan cerita atau memberikan makna,

tetapi juga mampu memuat nilai-nilai Islami yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai tersebut dapat menjadi acuan bagi seseorang, baik secara individu maupun kelompok, dalam berperilaku, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya. (BAB I.pdf, t.t., hlm. 2-3)

salah satu bagian penting dalam personal branding adalah spesialisasi, yaitu kemampuan seseorang untuk fokus pada bidang tertentu yang benar-benar dikuasai atau diminati. Spesialisasi ini membuat seseorang lebih mudah dikenali karena memiliki keahlian yang jelas dalam satu area. Dalam konteks ini, Rei menunjukkan spesialisasi yang kuat di TikTok dengan menekankan konten yang berkaitan dengan gaya hidup estetik dan glamour, yang muncul dari keberhasilannya sebagai kreator konten dan afiliator di platform tersebut. Rei secara konsisten membagikan kehidupan sehari-harinya, seperti aktivitas traveling, membeli barang branded, melakukan review, memberikan edukasi produk, hingga berbagi tips dan trik seputar affiliate. Konsistensi ini terlihat dari beberapa unggahannya yang menampilkan pencapaiannya sebagai afiliator, sekaligus memberikan motivasi dan tips kepada pengikutnya. Bahkan, Rei mengembangkan personal branding ini menjadi produk berupa buku berisi panduan membuat konten TikTok, yang sesuai dengan karakter konten dan target audiensnya. (Kurniawan & Castrawijaya, t.t.-b, hlm. 166)

Pengaruh Konten Islami Terhadap Pembentukan Hati (Afektif) Penonton

Konsep kecerdasan jamak atau multiple intelligences merupakan perluasan dari gagasan tentang kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual. Kecerdasan ini dibagi ke dalam delapan kategori, yaitu kecerdasan bahasa, logika-matematika, visual-spasial, gerak tubuh (kinestetik), musik, kemampuan memahami orang lain (interpersonal), kemampuan memahami diri sendiri (intrapersonal), serta kecerdasan yang berhubungan dengan alam atau naturalis. (1037-145-2642-1-10-20211122.pdf, t.t., hlm. 158)

Beberapa ahli memberikan definisi tentang empati. Hurlock menjelaskan bahwa empati merupakan kemampuan seseorang untuk membayangkan dirinya berada pada situasi orang lain, sehingga perasaan orang tersebut dapat dipahami dan seolah-olah dirasakan juga oleh diri sendiri, Sementara itu, Mustari (2014) mengartikan *religiusitas* sebagai nilai karakter yang mencerminkan hubungan seseorang dengan Tuhan. Menurutnya, setiap pikiran, ucapan, dan perilaku seseorang sebaiknya dilandasi oleh ajaran agama serta nilai-nilai ketuhanan, Adapun menurut Naim (2012), religiusitas dipahami sebagai proses menghayati dan menerapkan ajaran agama dalam aktivitas sehari-hari. (Azzahra dkk., 2023, hlm. 611)

Dalam beberapa dekade terakhir, psikologi sebagai ilmu yang mengkaji perilaku manusia mulai bergeser dari fokus awalnya yang berkaitan dengan gangguan jiwa dan masalah kesehatan mental. Salah satu topik yang pertama kali menjadi perhatian dalam perkembangan psikologi positif adalah kebahagiaan (*happiness*), Melalui bukunya *Authentic Happiness* (2002), Seligman mulai menelusuri apa yang dimaksud dengan kebahagiaan pada manusia sekaligus mencari cara untuk mengukurnya. Konsep kebahagiaan yang sebelumnya bersifat abstrak kemudian berkembang

menjadi lebih terstruktur dan dapat diukur, salah satunya diwujudkan dalam konsep well-being. Konsep ini kini menjadi salah satu tema penelitian yang banyak dikembangkan dalam psikologi pada abad ke-21.(Hamdan, 2016, hlm. 1)

Dalam upaya membentuk nilai-nilai moral dan akhlak yang baik pada peserta didik, peran guru menjadi semakin penting, terutama di tengah berbagai tantangan zaman yang sarat dengan godaan serta pengaruh negatif dari lingkungan luar Guru Pendidikan Agama Islam diharapkan mampu memberikan arahan moral yang kuat dan konsisten kepada para siswa, sehingga mereka dapat terhindar dari perilaku yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran agama.(Dihniyah, 2025, hlm. 404)

Pengaruh Konten Islami Terhadap Pembentukan Pikiran (Kognitif) Penonton Memberikan pemahaman tentang moderasi beragama kepada peserta didik melalui mata pelajaran Pendidikan Agama Islam pada setiap tingkat pendidikan merupakan kebutuhan yang tidak bisa diabaikan. Upaya ini menjadi penting karena paham radikal dan perilaku intoleran masih terus menyebar melalui berbagai media oleh individu-individu yang kurang memahami ajaran agama secara tepat, Dalam konteks tersebut, pengembangan Desain Pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang berorientasi pada moderasi beragama harus dilakukan secara menyeluruh dengan memperhatikan komponen-komponen dasar pembelajaran, yaitu: (1) kurikulum, (2) pendidik, (3) materi, (4) metode dan media, serta (5) evaluasi pembelajaran.(Nafa dkk., 2022, hlm. 72-74)

Secara epistemologis, umat Muslim meyakini bahwa sumber segala ilmu berasal dari Allah Swt, kemudian dipahami dan ditafsirkan melalui akal dan dimensi spiritual. Dengan keyakinan tersebut, proses mencari ilmu bagi seorang Muslim bukan hanya bertujuan untuk menguasai pengetahuan, tetapi juga menjadi jalan untuk semakin mengenal dan mendekatkan diri kepada Allah Swt.(Suhandri & Sari, 2019, hlm. 131)

Peran Media Digital dalam Memperkuat Penyebaran Nilai Islam Media sosial kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern (Amnah, 2023). Fungsinya tidak lagi terbatas pada interaksi sosial atau hiburan, tetapi juga menjadi wadah utama dalam penyebaran berbagai informasi, termasuk pesan-pesan keagamaan. Akses yang mudah dan penyebaran informasi yang cepat menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang sangat menjanjikan., Dalam praktik dakwah Islam, platform seperti Instagram, YouTube, hingga TikTok mulai dimanfaatkan para pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan dalam metode dakwah yang semula bersifat tradisional menuju bentuk yang lebih digital dan fleksibel. Peralihan dakwah ke media digital bukan hanya menggeser cara penyampaiannya, tetapi juga memengaruhi bentuk penyajiannya.

Jika dulu dakwah disampaikan melalui ceramah langsung atau tulisan panjang, kini pesan keagamaan banyak dikemas dalam bentuk visual yang singkat namun menarik. Pendekatan komunikasi visual menjadi strategi penting untuk menjangkau generasi digital yang lebih menyukai konten bergambar dibandingkan teks panjang. Berbagai bentuk media seperti infografis, video pendek, meme bertema Islami,

hingga ilustrasi bernuansa religi menjadi pilihan populer dalam penyebaran dakwah. (Zamzami & Al-Aziziyah, t.t., hlm. 71)

Media sosial menjadi salah satu elemen penting dalam perkembangan teknologi digital saat ini. Berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube telah mengubah cara manusia berkomunikasi, bertukar informasi, serta mengekspresikan diri. Selain itu, media sosial berhasil meniadakan batas-batas wilayah sehingga tercipta ruang interaksi global yang mempertemukan berbagai budaya dan agama. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi penyampaian beragam pesan, termasuk pesan keagamaan, kepada audiens yang jauh lebih luas dan beragam. (Ridwan & Ramsiah Tasruddin, 2025, hlm. 33)

Salah satu tantangan utama dalam dakwah di era digital adalah banyaknya gangguan dari konten yang tidak bernuansa religius, berita palsu, serta informasi yang menyesatkan. Karena itu, dakwah masa kini tidak cukup hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga perlu membekali Gen-Z dengan kemampuan untuk menyeleksi informasi yang mereka konsumsi. Literasi digital menjadi bagian yang sangat penting dalam dakwah, yaitu membantu Gen-Z memahami cara mengidentifikasi sumber yang kredibel, menilai kebenaran informasi, dan memanfaatkan teknologi secara bijak. Selain itu, generasi ini cenderung lebih menyukai konten visual yang kreatif dan menarik. (Kurniawan & Castrawijaya, t.t.-b, hlm. 21)

Media sosial kini menjadi tempat baru bagi generasi muda dalam membentuk dan menampilkan identitas keagamaan mereka. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, mereka dapat mengakses berbagai konten keagamaan, berinteraksi dengan tokoh atau komunitas religius, serta membagikan pengalaman beragama. Ruang digital ini turut membentuk cara mereka memahami dan mengekspresikan nilai-nilai agama sesuai dengan perkembangan zaman.

KESIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran konten Islami di era digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk hati dan pikiran para penontonnya. Daya tarik konten tersebut terutama dipengaruhi oleh empat aspek utama, yaitu kekuatan pesan keagamaan yang disampaikan, kredibilitas dan keteladanan pembuat konten, kualitas estetika visual dan audio, serta relevansi tema dengan kebutuhan dan realitas kehidupan masyarakat modern. Keempat aspek ini bekerja secara terpadu sehingga membuat konten Islami lebih mudah dipahami, lebih diterima, dan lebih efektif dalam menumbuhkan kesadaran religius serta nilai moral pada generasi digital.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru yang strategis bagi penyebaran dakwah Islam. Transformasi dakwah ke ranah digital tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga menghadirkan cara penyampaian pesan yang lebih kreatif, interaktif, dan sesuai dengan gaya belajar generasi muda. Konten Islami terbukti mampu memberikan pengaruh afektif dan kognitif, mulai dari meningkatkan pemahaman nilai agama hingga mendorong perubahan perilaku yang lebih positif.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar para kreator konten Islami, pendidik, dan lembaga dakwah terus meningkatkan kualitas konten digital dengan mengutamakan pesan yang autentik, bermanfaat, dan mudah diakses. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji respons audiens secara langsung melalui metode lapangan, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola penerimaan dan dampak konten Islami terhadap perkembangan religius masyarakat.

REFERENSI

1037-145-2642-1-10-20211122.pdf. (t.t.).

6862-Article Text-29069-1-10-20250206.pdf. (t.t.).

Azzahra, T. M., Nasution, S. W., Aini, F., & Sahputra, D. (2023). Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Rasa Empati pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 610–615. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i1.1397>

BAB I.pdf. (t.t.).

Dihniyah, W. (2025). *PERAN GURU PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MENGAJARKAN NILAI-NILAI MORAL AGAMIS DI SMPN 1 KWANYAR BANGKALAN MADURA*. 2(3).

Hamdan, S. R. (2016). *HAPPINESS: PSIKOLOGI POSITIF VERSUS PSIKOLOGI ISLAM*. 84.

Kurniawan, R., & Castrawijaya, C. (t.t.-a). Strategi Pemasaran Dakwah melalui Media Digital dalam Menarik Minat Masyarakat Belajar Ilmu Agama Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Kurniawan, R., & Castrawijaya, C. (t.t.-b). Strategi Pemasaran Dakwah melalui Media Digital dalam Menarik Minat Masyarakat Belajar Ilmu Agama Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Nafa, Y., Sutomo, Moh., & Mashudi, M. (2022). Wawasan Moderasi Beragama Dalam Pengembangan Desain Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Edupedia: Jurnal Studi Pendidikan dan Pedagogi Islam*, 7(1), 69–82. <https://doi.org/10.35316/edupedia.v7i1.1942>

Ridwan, R. & Ramsiah Tasruddin. (2025). Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi. *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam dan Bahasa Arab*, 4(1), 32–44. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1.1969>

Savero, P. R. (t.t.). *Survei Konten Media Sosial: Tren, Strategi, dan Tantangan dalam Era Digita*.

Setyowati, E. (t.t.). *Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube*.

Suhandri, S., & Sari, A. (2019). Pengembangan Modul Berbasis Kontekstual Terintegrasi Nilai Keislaman untuk Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa. *Suska Journal of Mathematics Education*, 5(2), 131. <https://doi.org/10.24014/sjme.v5i2.8255>

Syahrul Ramadhan, Santi Susanti, & Heru Ryanto Budiana. (2024). Penerapan Teknik Editing L Cut dan J Cut dalam Video Feature Merangkai Tradisi dan Eksplorasi Modern Tarawangsa Sumedang. *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu seni, Media dan Desain*, 1(6), 233–243. <https://doi.org/10.62383/abstrak.vii6.392>

Zamzami, M., & Al-Aziziyah, U. I. (t.t.). *KOMUNIKASI VISUAL DALAM KONTEN DAKWAH ISLAM UNTUK MENURUNKAN RISIKO MISINFORMASI KEAGAMAAN DI MEDIA SOSIAL*.