



Ekologi Dakwah Digital dalam Membentuk Perilaku Religius Remaja Muslim: Analisis Interaksi Algoritma, Konten dan Komunitas

Suhendi^{1✉}, Khomsahrial Romli², Fitri Yanti³, Shoni Rahmatullah Amrozi⁴

^{1,2,3}Pengembangan Masyarakat Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia, 35131

⁴Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia, 68136

E-mail: ahmdsuhendi99@gmail.com ✉

Info Artikel:

Diterima: 17 April 2026

Diperbaiki: 28 April 2026

Disetujui: 5 Mei 2026

Keywords: Digital Da'wah, Media Ecology, Adolescent Religiosity, Algorithms, Digital Communities

Abstract: *The development of da'wah in the digital era indicates a fundamental shift from conventional models toward a social media-based ecosystem shaped by algorithmic mechanisms. This study aims to examine how the ecology of digital da'wah encompassing the interaction between algorithms, content, and communities contributes to shaping the religious behavior of Muslim adolescents. This research employs a qualitative approach using a digital netnography design combined with phenomenology to explore religious practices and experiences within virtual spaces. Data were collected through digital participant observation on platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube, semi-structured in-depth interviews with Muslim adolescents aged 15–24, and documentation analysis of digital da'wah content. Data analysis followed the interactive model of Miles and Huberman, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal a cyclical interaction pattern among algorithms, content, and communities in shaping adolescents' religiosity in adaptive and selective ways. Algorithms function as curators that determine the level of exposure to religious content, while visually engaging, concise, and emotionally driven content tends to have a stronger influence on user preferences. Meanwhile, digital communities act as spaces for social validation that reinforce the internalization of religious values. These findings indicate that adolescent religiosity in the digital era is dynamic, contextual, and performative. Theoretically, this study contributes by developing an integrative perspective on the ecology of digital da'wah. Practically, it highlights the importance of da'wah strategies that are adaptive to algorithmic logic and social media dynamics. Furthermore, the findings underscore the urgency of strengthening digital literacy and media ethics in da'wah practices. Future research is recommended to test the proposed model using quantitative or interdisciplinary approaches.*



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 06 No. 01 (2026)



<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>
p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905

Kata Kunci: Dakwah Digital, Ekologi Media, Religiusitas Remaja, Algoritma, Komunitas Digital

Abstrak: Perkembangan dakwah di era digital memperlihatkan adanya pergeseran mendasar dari pola konvensional menuju ekosistem berbasis media sosial yang dipengaruhi oleh mekanisme algoritmik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana ekologi dakwah digital, yang mencakup interaksi antara algoritma, konten, dan komunitas, berperan dalam membentuk perilaku religius remaja Muslim. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan desain netnografi digital yang dikombinasikan dengan fenomenologi, guna memahami praktik serta pengalaman religius dalam ruang virtual. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif digital pada platform TikTok, Instagram, dan YouTube, wawancara mendalam semi-terstruktur dengan remaja Muslim berusia 15–24 tahun, serta analisis dokumentasi terhadap konten dakwah digital. Proses analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkap adanya pola interaksi yang bersifat siklikal antara algoritma, konten, dan komunitas dalam membentuk konstruksi religiusitas remaja secara adaptif dan selektif. Algoritma berfungsi sebagai kurator yang menentukan tingkat eksposur terhadap konten religius, sementara konten yang memiliki karakter visual, singkat, dan emosional cenderung lebih dominan dalam memengaruhi preferensi pengguna. Di sisi lain, komunitas digital berperan sebagai ruang validasi sosial yang memperkuat proses internalisasi nilai-nilai religius. Temuan ini menunjukkan bahwa religiusitas remaja di era digital memiliki sifat yang dinamis, kontekstual, dan performatif. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi melalui pengembangan perspektif ekologi dakwah digital yang bersifat integratif. Secara praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya strategi dakwah yang adaptif terhadap logika algoritmik serta dinamika media sosial. Implikasi lebih lanjut menunjukkan urgensi penguatan literasi digital dan etika bermedia dalam praktik dakwah. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model yang dihasilkan melalui pendekatan kuantitatif maupun lintas disiplin.



Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah merekonfigurasi praktik keagamaan secara signifikan di berbagai belahan dunia, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Perubahan ini ditandai oleh pergeseran paradigma dari dakwah konvensional berbasis interaksi langsung menuju model dakwah digital yang dimediasi oleh platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Transformasi tersebut tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga mengubah pola produksi, distribusi, dan konsumsi konten religius, khususnya di kalangan generasi muda. Kajian mengenai digital religion menunjukkan bahwa ruang digital kini berfungsi sebagai arena penting dalam konstruksi identitas keagamaan, di mana praktik religius tidak lagi terikat pada institusi formal, melainkan berkembang dalam ruang virtual yang dinamis dan interaktif (Novak 2022; Tsuria and Campbell 2021).

Dalam konteks Indonesia yang memiliki populasi Muslim terbesar secara global, akselerasi dakwah digital terjadi seiring meningkatnya penetrasi internet dan intensitas penggunaan media sosial oleh remaja. Temuan empiris mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi sumber utama rujukan keagamaan bagi remaja Muslim, bahkan melampaui peran lembaga pendidikan formal maupun otoritas keagamaan tradisional (Siswanto et al. 2025). Selain itu, munculnya fenomena religious influencers menunjukkan adanya pergeseran otoritas dakwah, di mana figur-figur ini mampu menarik perhatian audiens melalui konten yang visual, ringkas, dan komunikatif (Muhyiddin and Qomaruzzaman 2026). Namun demikian, perkembangan ini juga memunculkan problematika terkait otoritas keagamaan, validitas pesan, serta kecenderungan reduksi kompleksitas ajaran Islam.

Dimensi penting dalam ekosistem dakwah digital adalah keberadaan algoritma media sosial yang berfungsi sebagai “aktor non-manusia” dalam menentukan distribusi dan visibilitas konten keagamaan. Algoritma bekerja dengan memanfaatkan data perilaku pengguna, preferensi, serta pola interaksi, sehingga menghasilkan sistem kurasi yang bersifat otomatis dan personal (Arianti 2026). Mekanisme ini berpotensi menciptakan fenomena religious bubbles, yakni kondisi di mana individu lebih sering terekspos pada pandangan keagamaan yang homogen, sehingga memengaruhi proses pemaknaan dan praktik religius mereka (Akilah et al. 2025). Dengan demikian, algoritma tidak sekadar berfungsi sebagai instrumen teknis, tetapi juga memiliki peran signifikan dalam konstruksi realitas keagamaan di ruang digital.

Selain faktor algoritmik, konten dan komunitas digital merupakan dua elemen yang tidak terpisahkan dalam membentuk dinamika dakwah digital. Konten



dakwah yang dirancang secara kreatif dan selaras dengan karakteristik platform cenderung memiliki peluang lebih besar untuk mencapai viralitas dan diterima oleh audiens muda. Sementara itu, komunitas digital baik dalam bentuk pengikut, forum diskusi, maupun interaksi di kolom komentar berfungsi sebagai ruang sosial yang memperkuat proses internalisasi nilai-nilai religius (Siregar 2026). Relasi antara konten dan komunitas ini menciptakan pengalaman keagamaan yang bersifat partisipatif, di mana remaja tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen sekaligus distributor pesan dakwah.

Realitas tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital perlu dipahami sebagai suatu sistem yang kompleks dan saling terhubung, bukan sekadar fenomena yang berdiri sendiri. Pendekatan ekologi media memberikan kerangka analitis yang relevan dengan menempatkan media sebagai lingkungan yang membentuk cara individu berpikir, berinteraksi, dan bertindak (Tarigan 2024). Dalam perspektif ini, ekologi dakwah digital mencakup interaksi antara teknologi (algoritma), simbol (konten), dan aktor sosial (komunitas) yang secara kolektif memengaruhi pembentukan perilaku religius remaja Muslim.

Meskipun studi mengenai dakwah digital dan agama di ruang virtual terus berkembang, sebagian besar penelitian masih menunjukkan kecenderungan parsial dan terfragmentasi, dengan fokus pada aspek tertentu seperti konten, platform, atau figur influencer. Penelitian yang mengkaji secara integratif hubungan antara algoritma, konten, dan komunitas dalam membentuk perilaku religius masih terbatas. Selain itu, dominasi pendekatan kuantitatif sering kali belum mampu menangkap dimensi subjektif, pengalaman lived experience, serta proses internalisasi nilai religius yang dialami oleh remaja dalam konteks digital (Ramadhan et al. 2025). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif menjadi penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual terhadap fenomena ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ekologi dakwah digital dalam membentuk perilaku religius remaja Muslim melalui analisis interaksi antara algoritma, konten, dan komunitas. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi pola interaksi yang terbentuk serta implikasinya terhadap konstruksi perilaku religius di kalangan remaja. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dakwah digital melalui pendekatan ekologi media, sementara secara praktis dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi dakwah yang adaptif, kontekstual, dan relevan dalam menghadapi dinamika era algoritmik.



Metode

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain netnografi digital (digital ethnography) yang dikombinasikan dengan pendekatan fenomenologi. Pemilihan netnografi didasarkan pada kebutuhan untuk memahami praktik dakwah digital sebagai fenomena sosial yang berlangsung dalam ekosistem virtual, khususnya pada platform media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menelaah pola interaksi, budaya digital, serta konstruksi makna yang terbentuk dalam komunitas daring secara kontekstual dan alami (Nawaf 2025). Di sisi lain, pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif remaja Muslim dalam mengakses, memahami, dan menginterpretasikan konten dakwah digital. Integrasi kedua pendekatan ini dinilai tepat karena mampu mengungkap dimensi struktural dari ekologi digital sekaligus dimensi pengalaman personal dalam pembentukan religiusitas (Zaman 2025).

Penelitian dilaksanakan pada tiga platform media sosial utama yang menjadi ruang dominan praktik dakwah digital, yaitu TikTok, Instagram, dan YouTube, dalam rentang waktu Januari hingga Juni 2025. Partisipan penelitian adalah remaja Muslim berusia 15–24 tahun yang aktif mengonsumsi konten keagamaan di media sosial. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling, dengan kriteria tertentu, yaitu: (1) menggunakan media sosial secara aktif minimal dua jam per hari, (2) mengikuti akun dakwah atau religious influencer, dan (3) pernah berinteraksi dengan konten keagamaan melalui fitur seperti like, komentar, atau share. Untuk memperluas variasi data, digunakan pula teknik snowball sampling, di mana informan awal merekomendasikan partisipan lain yang relevan. Jumlah informan tidak ditentukan secara kaku, melainkan mengikuti prinsip data saturation, yaitu ketika data yang diperoleh telah mencapai titik kejenuhan dan tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan (Sumilih et al. 2025).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama yang saling melengkapi. Pertama, observasi partisipatif digital, yang digunakan untuk mengamati distribusi konten dakwah, pola interaksi pengguna, serta indikasi kerja algoritma dalam merekomendasikan konten. Kedua, wawancara mendalam semi-terstruktur, yang bertujuan menggali pengalaman, persepsi, dan pemaknaan informan terhadap konten dakwah digital yang mereka konsumsi. Ketiga, analisis dokumentasi dan konten digital, yang mencakup penelaahan terhadap video, caption, komentar, serta bentuk interaksi lain di platform media sosial. Kombinasi ketiga teknik ini memungkinkan diperolehnya data yang komprehensif sekaligus membuka peluang penerapan triangulasi metode untuk meningkatkan validitas hasil penelitian (Jamaludin and Malik 2025).



Proses analisis data mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data diseleksi, dikategorikan, dan dikodekan berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian, khususnya terkait hubungan antara algoritma, konten, dan komunitas. Tahap penyajian data dilakukan melalui penyusunan matriks, narasi deskriptif, serta pemetaan tematik guna memudahkan interpretasi. Selanjutnya, kesimpulan ditarik secara bertahap melalui proses analisis yang bersifat iteratif, dengan terus mengaitkan temuan empiris dengan kerangka teoretis yang digunakan. Seluruh proses ini berlangsung secara siklus dan berkesinambungan sepanjang penelitian (Dalimunthe, Erwani, and Syam 2025).

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan beberapa strategi validasi, antara lain triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan melalui penggunaan beragam teknik pengumpulan data. Triangulasi waktu dilakukan dengan pengambilan data pada periode yang berbeda guna memastikan konsistensi temuan. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan member checking, yaitu proses konfirmasi hasil wawancara kepada informan untuk menjamin ketepatan interpretasi, serta audit trail sebagai dokumentasi sistematis seluruh tahapan penelitian. Dengan penerapan prosedur tersebut, penelitian ini diharapkan memenuhi standar kredibilitas, transferabilitas, dan dependabilitas dalam penelitian kualitatif (Husnullail and Jailani 2024).

Hasil dan Pembahasan

1. Struktur Ekologi Dakwah Digital

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa ekologi dakwah digital tersusun atas tiga komponen utama, yakni algoritma, konten, dan komunitas, yang berinteraksi secara dinamis dalam satu sistem. Pertama, algoritma media sosial memiliki peran sentral dalam mendistribusikan konten dakwah kepada remaja Muslim. Sebagian besar informan mengaku memperoleh rekomendasi konten keagamaan secara otomatis tanpa pencarian aktif. Salah satu informan menyampaikan, "Awalnya cuma nonton satu video dakwah, setelah itu hampir semua FYP isinya ceramah atau quotes Islami." Pernyataan ini menunjukkan bahwa algoritma berfungsi sebagai kurator yang memperkuat paparan terhadap jenis konten religius tertentu. Temuan ini selaras dengan penelitian Fadilla dan Indriyani (2025) yang menegaskan bahwa algoritma



tidak hanya mengatur distribusi konten, tetapi juga turut membentuk preferensi serta kepercayaan religius pengguna.

Kedua, dari sisi karakteristik, konten dakwah digital yang dominan memiliki ciri visual, singkat, emosional, dan mudah dibagikan. Konten dengan pendekatan naratif yang menyentuh, penggunaan musik latar, serta visual yang menarik terbukti lebih mudah viral dibandingkan materi ceramah yang panjang dan bersifat akademik. Informan cenderung menyukai konten yang ringan namun memiliki daya sentuh emosional tinggi, terutama dalam format video berdurasi pendek. Ketiga, komunitas digital berfungsi sebagai ruang sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi dan proses internalisasi nilai religius. Melalui kolom komentar, forum, maupun interaksi antar pengguna, terbentuk pemahaman kolektif tentang agama. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak lagi bersifat linear, melainkan berkembang menjadi proses yang partisipatif dan kolaboratif.

2. Pola Interaksi Algoritma, Konten, dan Komunitas

Penelitian ini menemukan bahwa hubungan antara algoritma, konten, dan komunitas membentuk pola interaksi yang bersifat siklikal. Algoritma berperan dalam mendorong viralitas konten berdasarkan tingkat keterlibatan pengguna, seperti jumlah likes, shares, dan komentar. Konten yang memperoleh interaksi tinggi akan semakin sering ditampilkan, sehingga memperkuat eksposurnya di kalangan pengguna. Konten yang viral kemudian memengaruhi preferensi religius remaja, yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi dan produksi konten berikutnya. Salah satu informan menyatakan, "Kalau sering nonton ustaz yang tegas, nanti yang muncul juga yang model begitu terus."

Komunitas digital turut memperkuat pola ini melalui mekanisme validasi sosial. Interaksi yang terjadi, baik dalam bentuk dukungan maupun perdebatan, berkontribusi dalam membentuk interpretasi keagamaan pengguna. Dengan demikian, religiusitas dalam ruang digital tidak terbentuk secara individual, tetapi melalui proses sosial yang dimediasi oleh teknologi. Temuan ini sejalan dengan Rachman dan Saumantri (2025) yang menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru dalam pembentukan otoritas dan preferensi keagamaan berbasis interaksi digital (Rachman, Saumantri, and Hidayatulloh 2025).



3. Konstruksi Perilaku Religius Remaja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku religius remaja Muslim mengalami pergeseran dalam konteks digital. Bentuk religiusitas yang muncul cenderung instan, simbolik, dan performatif. Aktivitas keagamaan tidak hanya dimaknai sebagai praktik ibadah personal, tetapi juga sebagai ekspresi identitas di ruang publik digital, seperti membagikan ayat Al-Qur'an, kutipan dakwah, atau dokumentasi aktivitas ibadah. Salah satu informan mengungkapkan, "Kadang posting ayat atau video dakwah itu biar ingat sendiri, tapi juga biar orang lain lihat."

Selain itu, ditemukan adanya pergeseran otoritas keagamaan dari figur ulama tradisional menuju religious influencers. Remaja cenderung lebih mempercayai figur yang populer dan komunikatif di media sosial dibandingkan otoritas formal. Hal ini menunjukkan perubahan sumber legitimasi keagamaan yang kini lebih dipengaruhi oleh visibilitas dan kedekatan emosional. Temuan ini sejalan dengan Risdianad kk (2020) yang menyatakan bahwa dakwah digital telah melahirkan bentuk hegemoni baru dalam otoritas keagamaan berbasis media (Risidiana, Ramadhan, and Nawawi 2020).

4. Analisis Kritis

Dari sudut pandang kritis, ekologi dakwah digital memiliki implikasi yang bersifat ambivalen. Di satu sisi, terdapat dampak positif berupa kemudahan akses terhadap pengetahuan agama, fleksibilitas dalam proses belajar, serta meningkatnya ketertarikan remaja terhadap konten religius. Media sosial memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan menarik.

Namun demikian, di sisi lain terdapat konsekuensi negatif berupa penyederhanaan ajaran agama, fragmentasi pemahaman, serta potensi penyebaran informasi yang tidak akurat. Format konten yang terlalu ringkas sering kali menghilangkan kedalaman konteks, sehingga berisiko menghasilkan pemahaman yang parsial. Selain itu, mekanisme algoritmik dapat memperkuat polarisasi melalui fenomena echo chamber, yang membatasi keberagaman perspektif keagamaan. Temuan ini menguatkan penelitian Haspiani (2025) yang menempatkan media sosial sebagai arena kontestasi ideologi keagamaan yang kompleks dan dinamis (Haspiani 2025).



5. Model Ekologi Dakwah Digital (Temuan Baru)

Berdasarkan keseluruhan temuan, penelitian ini merumuskan sebuah model konseptual yang disebut Model Ekologi Dakwah Digital. Model ini menggambarkan hubungan yang bersifat siklikal antara lima komponen utama, yaitu:

Algoritma → Konten → Komunitas → Perilaku Religius → Feedback ke Algoritma.

Dalam kerangka ini, algoritma berfungsi sebagai pemicu awal yang menentukan distribusi konten. Konten kemudian memengaruhi preferensi dan pemahaman religius individu. Komunitas digital berperan dalam memperkuat serta memvalidasi pemahaman tersebut melalui interaksi sosial. Selanjutnya, perilaku religius yang terbentuk menghasilkan data interaksi baru yang kembali diproses oleh algoritma, sehingga menciptakan siklus yang berkelanjutan.

Model ini menawarkan kontribusi teoretis yang lebih integratif dibandingkan studi sebelumnya yang cenderung parsial. Secara konseptual, model ini memperluas penerapan teori ekologi media dalam konteks dakwah digital. Secara praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merancang strategi dakwah yang lebih adaptif terhadap mekanisme algoritmik dan dinamika komunitas digital. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji model ini melalui pendekatan kuantitatif atau mengembangkan studi lintas disiplin guna memperdalam pemahaman mengenai relasi antara teknologi dan religiusitas.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa ekologi dakwah digital merupakan sebuah sistem yang kompleks, terbentuk dari interaksi erat antara algoritma, konten, dan komunitas dalam ekosistem media sosial. Ketiga elemen tersebut tidak beroperasi secara independen, melainkan saling berkelindan dalam menentukan pola distribusi pesan keagamaan serta cara remaja Muslim mengakses, menafsirkan, dan mengimplementasikan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, algoritma memiliki posisi strategis sebagai mekanisme kurasi yang mengatur visibilitas konten religius, sehingga secara tidak langsung membentuk preferensi, pengalaman, dan orientasi keagamaan pengguna. Temuan ini memperkuat argumen bahwa teknologi digital, khususnya sistem algoritmik, telah bertransformasi menjadi aktor penting dalam konstruksi realitas religius kontemporer.



Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku religius remaja Muslim di era digital memiliki karakter dinamis, kontekstual, dan performatif. Religiusitas tidak lagi terbatas pada praktik ibadah personal, tetapi juga dimanifestasikan sebagai ekspresi identitas di ruang publik digital. Konsumsi terhadap konten dakwah yang bersifat visual, singkat, dan emosional, serta keterlibatan aktif dalam komunitas daring, berkontribusi pada proses internalisasi nilai-nilai religius sekaligus membentuk pola keberagamaan yang baru. Namun, dinamika tersebut juga menghadirkan konsekuensi yang bersifat ambivalen, yakni di satu sisi membuka akses yang lebih luas terhadap pengetahuan agama, tetapi di sisi lain berpotensi mendorong simplifikasi ajaran serta fragmentasi pemahaman keagamaan.

Dari perspektif teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan studi dakwah digital melalui penerapan pendekatan ekologi media yang bersifat integratif, dengan menggabungkan dimensi teknologi, simbolik, dan interaksi sosial dalam satu kerangka analisis yang utuh. Model “Ekologi Dakwah Digital” yang dihasilkan memperkaya kajian sebelumnya yang cenderung parsial, dengan menegaskan adanya relasi siklikal antara algoritma, konten, komunitas, dan perilaku religius. Secara praktis, temuan ini menegaskan pentingnya strategi dakwah yang tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga mempertimbangkan mekanisme algoritmik serta dinamika komunitas digital. Selain itu, dari aspek kebijakan, diperlukan penguatan literasi digital dan kesadaran etika algoritmik di kalangan remaja Muslim agar mampu merespons konten keagamaan secara kritis dan reflektif.

Sebagai implikasi lanjutan, penelitian ini merekomendasikan adanya sinergi antara akademisi, praktisi dakwah, dan pemangku kebijakan dalam membangun ekosistem dakwah digital yang lebih sehat, inklusif, dan berkelanjutan. Penelitian berikutnya disarankan untuk menguji model konseptual yang dihasilkan melalui pendekatan kuantitatif maupun mixed methods, serta memperluas cakupan kajian pada berbagai platform digital dan kelompok demografis yang lebih beragam. Dengan demikian, pemahaman mengenai relasi antara teknologi digital dan religiusitas dapat dikembangkan secara lebih komprehensif dan mendalam.

Referensi

Akilah, Ulil, Moh Safi'e, Ikhtiar Rahmatullah, Moh Akmal Fadlan, And Qorirotus Shobahiyah. 2025. *Konektivitas Budaya Dengan Jiwa Keagamaan*. Penerbit: Kramantara Js.



- Arianti, Qori Hajidah. 2026. *Publik Speaking Dakwah Di Media Sosial: Teori & Praktik Personal Branding Pendakwah*. Basya Media Utama.
- Dalimunthe, Amsal Qori, Intan Erwani, And Abdi Mubarak Syam. 2025. "A Model Of Religious Harmonization In Indonesia: The Syncretic Dialectic Of Tridharma And Islam." *Pharos Journal Of Theology* 106(4).
- Haspiani, Nurhasanah. 2025. "Ekspresi Keagamaan Dan Kekerasan Simbolik Di Media Massa." *Komunikata* 57 6(2):216–23.
- Husnullail, Muhammad, And M. Syahran Jailani. 2024. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah." *Jurnal Genta Mulia* 15(2):70–78.
- Jamaludin, Jamaludin, And Abdul Malik. 2025. "Pesantren's Image In The Digital Age: A Netnographic Study On Viral Violence Cases And Institutional Reforms In Lombok." *Dinika: Academic Journal Of Islamic Studies* 10(1):131–56.
- Muhyiddin, Ahmad Shofi, And Muhammad Qomaruzzaman. 2026. "Indigenous Multicultural Da'wah In The Interfaith Kupatan Tradition: An Epistemological Study." *Jurnal Ilmu Dakwah* 46(1):77–104.
- Nawaf, Azmi. 2025. "Komodifikasi Dakwah Digital: Personal Branding Dai Dan Negosiasi Otoritas Keagamaan Melalui Interaksi Audiens Di Media Sosial." *Litwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15(2):137–48.
- Novak, Jeannie. 2022. *Game Development Essentials: An Introduction*. Novy Publishing.
- Rachman, Arief, Theguh Saumantri, And Taufik Hidayatulloh. 2025. "Transformation Of Religious Authority In The Digital Era: A Post-Normal Times Analysis By Ziauddin Sardar On The Phenomenon Of Social Media Da'wah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 45(1):107–22.
- Ramadhan, A. Dani Dimas, Ach Thorqur Rohim, Nabilatul Maulidiyah, Anisa Pratiwi, And Firman Firdausi. 2025. *Psikologis Agama Pada Remaja*. Penerbit: Kramantara Js.
- Risdiana, Aris, Reza Bakhtiar Ramadhan, And Imam Nawawi. 2020. "Transformasi Dakwah Berbasis' Kitab Kuning'ke Platform Digital." *Jurnal Lektur Keagamaan* 18(1):1–28.
- Siregar, Ahmad Parwis. 2026. "Transformasi Nilai-Nilai Religius Dalam Era Digital Kajian Sosiologi Agama." *Studia Sosia Religia* 9(1):1–9.
- Siswanto, Edy, S. S. Mardiana Haris, Titi Hendrawati, H. Amri Amir, S. H. I. Hidayatullah, M. Pd Jumahir, H. Aliman, Ummy Chairiyah, M. I. Kom, And Retna Dwi Estuningtyas. 2025. *Dakwah Digital Di Era Milenial*. Pt Penerbit Qriset Indonesia.



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 06 No. 01 (2026)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



- Sumilih, Dimas Ario, Aswadi Jaya, Asti Dewi Rahayu Fitriyaningsih, Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani, Enjang Pera Irawan, Fitria Cita Dirna, Nur Anisyah Rachmaningtyas, Atma Ras, Dwi Wulan Pujiriyani, And Nurul Setyorini. 2025. *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Tarigan, Rose. 2024. "Media Pembawa Perubahan: Tinjauan Atas Teori Ekologi Media [Media Bringing Change: A Review Of Media Ecology Theory]." *Jurnal Lectura* 1(1):1-10.
- Tsuria, Ruth, And Heidi A. Campbell. 2021. "Introduction To The Study Of Digital Religion." Pp. 1-21 In *Digital Religion*. Routledge.
- Zaman, Wahyu Khoiruz. 2025. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Penelitian Kualitatif Untuk Rumpun Ilmu Dakwah*. Pt. Revormasi Jangkar Philosophia.