Jurnal Diskursus Islam – ISSN: (e) 2622-7223, (p) 2338-5537
Vol. 14, No. 1 (April 2026), h. 62-73, doi: 10.24252/jdi.v14i1.66861
Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia.
https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/diskursus_islam/index

TRANFORMASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI YAYASAN KHADIMUL UMMAH KAJANG KABUPATEN BULUKUMBA

Ariadi[1*], Firdaus Muhammad [2], Hamriani[3]

[1] Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia.
[2] Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia.
[3] Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia.
*Corresponding Author: ariadiadi081@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji transformasi dakwah melalui pemanfaatan media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba sebagai respons terhadap perkembangan teknologi digital. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan perspektif sosiologis melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yayasan telah mengembangkan model dakwah hibrida yang mengombinasikan metode tradisional dengan media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Pemanfaatan platform digital memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, serta memperkuat citra lembaga pendidikan Islam. Konten dakwah dikemas dalam bentuk video singkat, pesan motivasional, dan dokumentasi kegiatan keagamaan. Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan fasilitas, dakwah digital tetap berjalan efektif melalui kolaborasi internal. Transformasi ini menunjukkan adaptasi strategis pesantren terhadap era digital tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional dakwah Islam.

Kata kunci: *Dakwah digital, media sosial, transformasi dakwah, pesantren, komunikasi Islam*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Media sosial menghadirkan ruang baru yang memungkinkan pesan-pesan keagamaan disampaikan secara cepat, luas, dan interaktif melampaui batas geografis dan sosial. Platform seperti Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, dan WhatsApp tidak lagi sekadar media hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi instrumen strategis dalam penyebaran nilai-nilai Islam di era kontemporer.[1]

Transformasi dakwah di era digital tidak dimaknai sebagai penggantian metode konvensional, melainkan sebagai perluasan dan penguatan strategi dakwah agar tetap relevan dengan karakter masyarakat modern. Firdaus Muhammad menegaskan bahwa dakwah digital menuntut literasi media, etika komunikasi, serta pemahaman terhadap karakter mad'u yang semakin beragam sehingga dakwah dapat berlangsung lebih inklusif dan efektif.[2] Sejalan dengan itu, Hamriani memandang media sosial sebagai ruang baru aktivitas dakwah yang memungkinkan penyebaran pesan Islam secara lintas generasi dan lintas wilayah, meskipun tetap menghadirkan tantangan etika dan kualitas konten.[3]

Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, pemanfaatan media sosial menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus memperkuat citra institusi. Yayasan Khadimul

[1] Yayasan Khadimul Ummah Kajang, *Profil Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba* (Bulukumba: Arsip Yayasan Khadimul Ummah, 2023) h. 2.
[2] Firdaus Muhammad, "Diseminasi Dakwah Era Disrupsi 4.0 dan Literasi Media Sosial (Perspektif Jurnalisme Profetik)," *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 2 (2022) h. 104.
[3] Hamriani, *Media Sosial dan Dakwah Islam di Era Digital* (Makassar: Alauddin University Press, 2021), h. 15.

Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu pesantren yang beradaptasi dengan perkembangan ini. Awalnya yayasan menjalankan dakwah melalui kajian tatap muka, ceramah agama, serta pembinaan spiritual masyarakat. Namun, meningkatnya kebutuhan akses dakwah yang cepat dan fleksibel mendorong pengelola untuk mengintegrasikan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah digital.[4]

Pemanfaatan media sosial di Yayasan Khadimul Ummah tidak menghilangkan tradisi dakwah pesantren, tetapi memperluas ruang publik dakwah melalui dokumentasi kegiatan keagamaan, penyajian konten ceramah singkat, serta pesan motivasional Islami. Transformasi ini memungkinkan dakwah menjangkau wali santri, simpatisan, dan masyarakat luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan demikian, dakwah pesantren berkembang menjadi model hibrida yang mengombinasikan pendekatan tradisional dan digital.

Meskipun demikian, integrasi media sosial dalam aktivitas dakwah masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas produksi konten yang minim, serta konsistensi publikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi dakwah digital memerlukan strategi pengelolaan yang sistematis agar dapat berjalan efektif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji transformasi dakwah melalui media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang beserta dampak dan tantangan implementasinya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan perspektif sosiologis untuk mengkaji transformasi dakwah melalui media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam dinamika perubahan strategi dakwah, bentuk pemanfaatan media digital, serta dampak sosial yang ditimbulkan dalam lingkungan pesantren dan masyarakat.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas dakwah konvensional dan digital yayasan, wawancara mendalam dengan pimpinan yayasan, pengelola media, ustaz, santri, serta wali santri, dan dokumentasi berupa arsip kegiatan, konten media sosial, serta dokumen internal yayasan. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara tematik untuk mengidentifikasi pola transformasi dakwah, dampak penggunaan media sosial, serta tantangan implementasinya. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik guna memastikan kredibilitas temuan penelitian.

Hasil dan Penelitian

Berdasarkan penelitian Transformasi dakwah melalui media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang mencerminkan dinamika perubahan pola komunikasi keagamaan di era digital. Perkembangan teknologi informasi tidak hanya memengaruhi cara masyarakat berinteraksi, tetapi juga mendorong pergeseran strategi dakwah Islam dari ruang fisik menuju ruang virtual yang lebih luas dan fleksibel. Dakwah yang sebelumnya bergantung pada pertemuan tatap muka kini diperluas melalui platform digital yang memungkinkan penyebaran pesan-pesan keagamaan secara cepat dan masif.[5]

Perubahan ini menegaskan bahwa dakwah bukanlah aktivitas yang statis, melainkan praksis sosial yang senantiasa menyesuaikan diri dengan konteks zaman. Dalam perspektif sosiologi komunikasi Islam, media berperan sebagai instrumen penting dalam proses transmisi nilai-nilai keagamaan kepada masyarakat.[6] Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh Yayasan Khadimul Ummah dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi institusional terhadap transformasi budaya komunikasi masyarakat modern.

---

[4] Dokumentasi Yayasan Khadimul Ummah Kajang, *Profil dan Program Dakwah Yayasan Khadimul Ummah* (Bulukumba: Internal Yayasan, 2023), h. 4.

[5] A. Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 1 (2019): 45–62.

[6] Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2021), h. 41.

1. *Transformasi Dakwah Tradisional ke Dakwah Digital di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba*

Modernisasi Dakwah merupakan instrumen utama dalam penyebaran dan penguatan ajaran Islam di tengah masyarakat. Pada tahap awal, praktik dakwah dilaksanakan secara konvensional melalui ceramah tatap muka, kajian rutin, khutbah, dan pengajian yang berpusat pada ruang fisik dengan pola komunikasi satu arah antara da'i dan mad'u. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, metode dakwah mengalami transformasi menuju pemanfaatan media digital sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keislaman.

Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, dan TikTok membuka ruang baru dalam praktik dakwah yang memungkinkan pesan agama disebarkan secara cepat, luas, dan interaktif. Dakwah tidak lagi terikat ruang dan waktu, melainkan mampu menjangkau masyarakat lintas wilayah dan generasi.

Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu lembaga yang beradaptasi dengan perkembangan ini. Pada awalnya, yayasan menjalankan dakwah melalui kajian masjid, ceramah agama, dan pembinaan spiritual masyarakat. Namun, meningkatnya kebutuhan akan akses dakwah yang fleksibel mendorong yayasan memanfaatkan media sosial sebagai strategi perluasan jangkauan dakwah.[7]

Pemanfaatan media sosial ini tidak dimaknai sebagai penggantian tradisi dakwah pesantren, melainkan sebagai perluasan ruang dakwah. Aktivitas internal pesantren yang sebelumnya terbatas kini terdokumentasi dan disebarluaskan kepada publik luas. Hal ini sejalan dengan pandangan Asep Saeful Muhtadi bahwa dakwah merupakan proses sosial yang harus adaptif terhadap perkembangan teknologi agar tetap relevan dengan konteks zaman.[8]

Implementasi dakwah digital dilakukan secara integratif dengan melibatkan pimpinan yayasan, pengelola pesantren, tim media, serta para pendakwah.[9] Ketua Yayasan Syahruddin menegaskan perubahan strategi dakwah sebagai berikut:

> *"Sebelum adanya media sosial, metode dakwah kami bersifat konvensional, seperti tatap muka langsung, membagikan brosur, dan melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah. Metode ini cukup efektif dalam lingkup lokal, tetapi jangkauannya terbatas. Dengan adanya media sosial, dakwah kami bisa dikenal lebih luas, bahkan hingga keluar Bulukumba. Kami memanfaatkan YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok agar informasi lebih cepat tersebar. Meski begitu, dakwah tradisional tetap kami jalankan berdampingan agar tidak kehilangan keintiman dengan masyarakat."*[10]

Implementasi Pernyataan tersebut menunjukkan pergeseran dakwah dari model lokal menuju dakwah digital lintas wilayah tanpa meninggalkan pendekatan tatap muka. Temuan ini sejalan dengan Wibowo yang menyatakan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan dakwah lintas generasi dan geografis.[11] Pengelolaan dakwah digital dikoordinasikan oleh Sekretaris Pondok Pesantren. Awal Irfandi menjelaskan:

> *"Peran sekretaris pondok adalah sebagai pusat pengemban ide konten dan pengelola sumber daya manusia dalam mendukung dakwah digital. Kami mengintegrasikan kegiatan akademik dan pembinaan santri agar selaras dengan tujuan dakwah. Dokumentasi setiap kegiatan sangat penting karena dapat dipublikasikan dan dijadikan sarana promosi pondok."*[12]

---

[7] Yayasan Khadimul Ummah Kajang, *Profil Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba* (Bulukumba: Arsip Yayasan Khadimul Ummah, 2023), h. 2.

[8] Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2021), h. 56.

[9] Ahmad Mubarok, *Psikologi Dakwah: Kajian Integratif Dakwah dan Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2020), h. 87.

[10] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

[11] A. Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 1 (2019): 45–62.

[12] Awal Irfandi, Sekretaris Pondok Pesantren, *Wawancara*, 25 Agustus 2025, Kajang.

Pendakwah berperan langsung dalam produksi konten keagamaan. Ustaz Syahruddin menyampaikan materi tauhid dan akhlak dalam video pendek di Instagram dan TikTok. Ustaz Nuzulfiandi Syam mengajarkan fikih ibadah praktis melalui video YouTube berdurasi menengah. Sementara itu, Ustaz Ariadi menyebarkan pesan motivasi spiritual dalam bentuk kutipan reflektif yang banyak dibagikan oleh wali santri dan masyarakat.

Materi dakwah digital mencakup keimanan, akhlak, fikih ibadah, motivasi belajar, dan nilai sosial. Konten dikemas persuasif dan emosional sehingga mudah diterima masyarakat. Muhtadi menegaskan bahwa dakwah yang menyentuh aspek afektif lebih efektif membentuk kesadaran beragama.[13]

Sasaran dakwah meliputi santri aktif, wali santri dan alumni, serta masyarakat umum lintas wilayah. Interaksi digital menunjukkan perluasan ruang dakwah pesantren ke ranah publik. Wali santri H. Muhtar Nun menyampaikan:

> *"Media sosial mempermudah kami memantau perkembangan anak. Informasi pondok bisa diakses cepat, dan konten ceramah membantu menambah ilmu agama. Meski masih perlu perbaikan kualitas, keberadaan media sosial sangat membantu komunikasi."*[14]

Santri Muh. Dimas juga mengungkapkan:

> *"Kalau dakwah tatap muka lebih terasa dekat, bisa langsung bertanya. Dakwah digital bisa ditonton ulang kapan saja. Ketika saya muncul dalam konten digital, rasanya jadi motivasi tersendiri untuk lebih semangat belajar."*[15]

Sasaran Tim media yayasan mengakui adanya kendala teknis dan konsistensi unggahan.[16] Namun demikian, penggunaan multi-platform menunjukkan strategi segmentasi audiens yang adaptif.

Secara keseluruhan, transformasi dakwah di Yayasan Khadimul Ummah Kajang mencerminkan integrasi harmonis antara metode tradisional dan digital. Media sosial berfungsi sebagai sarana perluasan dakwah tanpa menghilangkan nilai pesantren, sehingga dakwah berkembang menjadi sistem komunikasi keagamaan yang relevan dengan masyarakat kontemporer.

2. *Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Dakwah di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba*.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dakwah. Platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube memungkinkan penyebaran pesan keagamaan lebih luas tanpa batas ruang dan waktu, menandai pergeseran dari dakwah tatap muka konvensional ke model digital yang fleksibel dan masif. Media sosial berpotensi menjangkau generasi muda dengan konten kreatif dan menarik, namun tetap menghadirkan tantangan, seperti informasi tidak valid dan penyalahgunaan media.[17]

Yayasan Khadimul Ummah Kajang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat masyarakat menyekolahkan anak-anaknya. Data administrasi menunjukkan jumlah santri baru Wustha (SMP) meningkat dari 33 pada 2024 menjadi 35 pada 2025, dan Ulya (SMA) dari 25 menjadi 32.[18] Sejak 2023, yayasan aktif mengelola akun Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk menyebarkan pesan dakwah, dokumentasi kegiatan, dan konten motivasi Islami. Konten visual ini membuat pesantren dikenal sebagai lembaga dinamis, modern, dan relevan, sekaligus membangun kepercayaan publik.[19]

---

[13] Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*, h. 102.
[14] Muhtar Nun (50 Tahun), Wali Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal11 September 2025 di Kajang.
[15] Muh. Dimas (16 Tahun), Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal 28 Agustus 2025 di Kajang.
[16] Efendi (26 Tahun), Tim Media, *Wawancara*, Pada Tanggal 27 Agustus 2025 di Kajang.
[17] Mahmuddin, *Manajemen Dakwah* (Surabaya: Wade Group, 2018), h. 120–135.
[18] Yayasan Khadimul Ummah Kajang, *Profil Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba* (Arsip Yayasan Khadimul Ummah, 2023), h. 5.
[19] Sutisna, *Manajemen Komunikasi dan Citra Lembaga Publik di Era Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), h. 88.

Sebelum memanfaatkan media sosial, informasi yayasan hanya tersebar melalui mulut ke mulut atau undangan, sehingga jangkauan terbatas. Kehadiran konten digital mengubah persepsi publik: pesantren kini dilihat adaptif, modern, dan terbuka, sejalan dengan pandangan Azyumardi Azra bahwa dakwah kontemporer harus adaptif terhadap perubahan sosial[20] dan M. Quraish Shihab yang menekankan pentingnya penyebaran nilai Alquran secara kreatif dan kontekstual dengan prinsip etika dakwah.[21]

Peningkatan jumlah santri menjadi indikator keberhasilan strategi dakwah digital Yayasan Khadimul Ummah, yang tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membangun citra positif lembaga. Pemanfaatan media sosial membuka peluang dakwah hingga melampaui batas geografis Kajang, sekaligus menuntut evaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan pengamalan keagamaan masyarakat. Penelitian terhadap persepsi pembina santri dan masyarakat menjadi penting untuk merumuskan strategi dakwah digital yang efektif dan kontekstual.

a. Dampak Positif Penggunaan Media Sosial terhadap Dakwah

Peralihan praktik dakwah ke platform digital menjadi fenomena penting di lembaga keagamaan kontemporer. Di Yayasan Khadimul Ummah Kajang, media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan, menyebarkan materi dakwah, serta menjangkau khalayak lebih luas. Observasi lapangan dan wawancara dengan pengurus, santri, wali santri, serta tim media mengungkapkan sejumlah dampak positif terhadap praktik dakwah, perkembangan santri, dan hubungan yayasan dengan masyarakat.

1) Meningkatkan Citra dan Fungsi Promosi Lembaga

Media sosial berperan sebagai instrumen strategis dalam membangun citra lembaga dan mempromosikan aktivitasnya. Teori komunikasi publik menekankan bahwa transparansi, konsistensi, dan publikasi visual yang terstruktur memperkuat kredibilitas lembaga serta meningkatkan kepercayaan publik.[22] Dokumentasi digital yang baik mencerminkan profesionalisme lembaga dan membuka peluang promosi organik melalui interaksi audiens. Awal Irfandi, Sekretaris Pondok Pesantren, menyatakan:

> *"Ya setiap kegiatan dipublikasikan dan didokumentasikan. Melalui dokumentasi ini kemudian kita lempar di media, ini bisa menjadi marketing buat kita atau nilai jual buat kita."*[23]

Kegiatan yang terdokumentasi meliputi wisuda tahfizh, kompetisi MQK, kajian agama, hingga kegiatan sosial santri. Publikasi yang konsisten membantu pesantren menampilkan citra terbuka, modern, dan adaptif. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dokumentasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas pesantren, tetapi juga menarik simpati publik, calon santri, wali santri, serta pihak donatur, memperkuat branding lembaga di ruang digital.

2) Meningkatkan Motivasi dan Kebanggaan Santri

Publikasi digital menumbuhkan motivasi dan kebanggaan santri melalui pengakuan sosial. Teori motivasi belajar menyatakan bahwa apresiasi publik meningkatkan disiplin, partisipasi, dan komitmen internal siswa.[24] Dengan kata lain, dokumentasi digital berfungsi sebagai arsip sekaligus sarana pengembangan karakter dan pembentukan identitas santri. Awal Irfandi menambahkan:

> *"Alhamdulillah respon santri sangat positif, mereka merasa bangga karena aktivitas mereka bisa disaksikan banyak orang melalui media pondok seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube."*[25]

---

[20] Azyumardi Azra, *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2007), h. 74.
[21] M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital* (Jakarta: Lentera Hati, 2019), h. 45.
[22] Sutisna, *Manajemen Komunikasi dan Citra Lembaga Publik di Era Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), h.88.
[23] Awal Irfandi (Sekretaris Pondok Pesantren), *Wawancara*, 28 Agustus 2025, Kajang.
[24] Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.92.
[25] Awal Irfandi (Sekretaris Pondok Pesantren), *Wawancara*, 28 Agustus 2025, Kajang.

Santri Muh. Dimas menuturkan:

> *"Kalau lihat postingan dakwah, saya jadi ingat untuk lebih semangat belajar dan lebih hati-hati dalam berbuat. Jadi postingan itu kayak pengingat buat saya."*[26]

Kutipan ini menunjukkan bahwa konten digital berfungsi sebagai pengingat spiritual, mendorong perilaku positif, dan meningkatkan antusiasme belajar. Observasi lapangan memperlihatkan santri yang lebih sering muncul dalam dokumentasi cenderung disiplin dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan pesantren.

3) **Memperluas Jangkauan Audiens**

Media sosial memungkinkan dakwah pesantren menembus batas geografis, menjangkau khalayak regional, nasional, bahkan diaspora Bugis-Makassar. Teori komunikasi digital menekankan bahwa publikasi yang konsisten meningkatkan visibilitas dan membangun interaksi dengan audiens yang lebih luas.[27] Ketua Yayasan, Syahruddin, menyatakan:

> *"Seiring dengan perkembangan teknologi lewat informasi digital tentunya akan menyebar ke seluruh dunia, dan itu sangat membantu penyebaran informasi bahkan dakwah kita."*[28]

Hasil wawancara dan observasi lapangan menunjukkan bahwa publikasi digital membuka peluang pesantren untuk menerima masukan audiens, mengukur respons publik, serta membangun jaringan dakwah yang lebih luas. Beberapa unggahan bahkan mendapat interaksi dari masyarakat di luar Bulukumba, termasuk diaspora Bugis-Makassar. Hal ini menunjukkan kemampuan media sosial menjembatani pesantren dengan khalayak lebih luas tanpa dibatasi jarak geografis.

4) **d. Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan Publik**

Transparansi menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap pesantren. Dokumentasi digital memungkinkan masyarakat melihat kegiatan secara nyata, baik akademik maupun sosial, sehingga legitimasi lembaga meningkat. Studi manajemen kelembagaan menunjukkan bahwa transparansi digital meningkatkan partisipasi masyarakat, termasuk donasi, relawan, dan kolaborasi[29].Syahruddin menegaskan:

> *"Dengan media sosial ini tentunya akan menarik dan menginformasikan pondok kita, transparansi, memperlihatkan kegiatan-kegiatan sehingga orang-orang berminat untuk berpartisipasi dalam pembangunan maupun yang lainnya."*[30]

Wawancara ini menegaskan bahwa dokumentasi digital berfungsi sebagai alat akuntabilitas, memperkuat kredibilitas lembaga, dan membuka peluang partisipasi aktif dari masyarakat. Publikasi yang konsisten menumbuhkan kepercayaan sekaligus memperkuat citra pesantren sebagai lembaga profesional dan terbuka.

5) **Mempermudah Akses Informasi dan Komunikasi dengan Wali Santri**

Media sosial mempermudah wali santri memantau perkembangan anak secara real-time, meningkatkan keterlibatan mereka dalam pendidikan. Teori komunikasi pendidikan menekankan bahwa akses informasi yang cepat, transparan, dan edukatif meningkatkan kepuasan orang tua.[31] Muhtar Nun, wali santri, menyatakan:

---

[26] Muh. Dimas (16 Tahun), Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal 28 Agustus 2025 di Kajang.

[27] Agustriani Muzayanah & Yasser Muda Lubis, "Dinamika Dakwah Islam dalam Era Digital," *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2023): h. 161–80.

[28] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

[29] Hamriani, *Media Sosial dan Dakwah Islam di Era Digital* (Makassar: Alauddin University Press, 2021).

[30] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

[31] Agustriani Muzayanah & Yasser Muda Lubis, 2023; L. Pathia, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah," *MEDIASI* 1, no. 3 (2020).

> *"Media sosial mempermudah wali santri memantau perkembangan anak, mendapatkan informasi kegiatan, dan juga menambah ilmu agama dari ceramah atau kajian yang dibagikan. Dakwah jadi terasa lebih dekat meski jarak jauh."*[32]

Saluran digital ini mempererat komunikasi antara pesantren dan wali, memungkinkan wali tetap terlibat meski tidak hadir secara fisik. Wali santri juga dapat membagikan kembali unggahan untuk memantau dan mendukung aktivitas anak secara lebih efektif.

6) **Membuka Ruang Kreativitas Konten dan Preferensi Audiens**

Konten autentik dan sederhana lebih diminati audiens dibandingkan produksi formal. Teori dakwah digital menekankan bahwa konten yang menampilkan keseharian santri memperkuat kredibilitas pesantren dan kedekatan emosional dengan publik.[33] Efendi, anggota tim media, menyatakan:

> *"Tugas utama kami di yayasan adalah mendokumentasikan, mengelola, dan mempublikasikan seluruh kegiatan dakwah melalui media sosial agar bisa menjangkau masyarakat luas. Konten yang paling diminati sekarang misalnya lagi menghafal, lagi di dalam kelas belajar, shalat dhuha dan sebagainya."*[34]

Pernyataan ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada produksi mahal atau formal, tetapi pada keaslian, konsistensi, dan relevansi konten. Publikasi yang teratur memungkinkan pesantren mempertahankan kehadiran digital yang konsisten dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Berdasarkan wawancara dan observasi lapangan, pemanfaatan media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang, Kabupaten Bulukumba, terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap dakwah dan penguatan lembaga pesantren. Media sosial berperan dalam meningkatkan citra dan promosi lembaga, memotivasi santri, memperluas jangkauan dakwah, memperkuat transparansi serta kepercayaan publik, dan mempermudah komunikasi dengan wali santri.

Selain itu, media sosial membuka ruang kreativitas konten berbasis autentisitas kehidupan santri yang lebih diminati audiens. Secara keseluruhan, Yayasan Khadimul Ummah berhasil membangun model dakwah hibrida yang mengintegrasikan metode tradisional dengan pendekatan digital, menjadikan pesantren lebih adaptif, komunikatif, dan relevan di era modern meskipun masih menghadapi sejumlah keterbatasan teknis.

b. 2. Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial terhadap Dakwah

Meskipun media sosial membuka peluang besar dalam memperluas jangkauan dakwah Islam, pemanfaatannya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya, fasilitas yang kurang memadai, serta persoalan etika dan konsistensi konten. Temuan ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung di pondok pesantren.

1) **Sumber Daya Manusia dan Profesionalitas**

Keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh keterampilan pengelola konten dan ketersediaan fasilitas pendukung. Di Yayasan Khadimul Ummah Kajang, dakwah berbasis media sosial masih dikelola oleh tim kecil yang terdiri dari ustadz, staf, dan santri dengan semangat tinggi meskipun kemampuan teknis masih terbatas. Awal Irfandi menyatakan:

> *"Tantangan utama dalam mendukung dakwah digital yaitu SDM kami masih terbatas dengan yang terampil di bidang editing, manajemen konten, dan fasilitas juga masih kurang."*[35]

[32] Muhtar Nun (50 Tahun), Wali Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal11 September 2025 di Kajang.
[33] Agustriani Muzayanah & Yasser Muda Lubis, 2023; L. Pathia, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah," *MEDIASI* 1, no. 3 (2020).
[34] Efendi (26 Tahun), Tim Media, *Wawancara*, Pada Tanggal 27 Agustus 2025 di Kajang.
[35] Awal Irfandi (Sekretaris Pondok Pesantren), *Wawancara*, 28 Agustus 2025, Kajang.

Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan bukan hambatan utama, melainkan ruang peningkatan kapasitas. Menurut Effendy, komunikasi massa melalui media modern menuntut keterampilan teknis agar pesan dapat dikemas menarik dan menjangkau audiens luas.[36] Observasi lapangan menunjukkan penggunaan perangkat sederhana tetap mampu menghasilkan dakwah digital yang produktif berkat kolaborasi internal.

2) Keterbatasan Infrastruktur dan Penguatan SDM

Infrastruktur berperan penting dalam menentukan kualitas konten dakwah digital. Yayasan menyadari perlunya peningkatan fasilitas dan pelatihan teknis guna memperkuat profesionalitas tim media. Syahruddin menegaskan:

> *"Fasilitas kami masih seadanya. Untuk lebih bagus tentu butuh perangkat yang lebih baik dan pelatihan supaya lebih profesional."*[37]

Hal ini sejalan dengan pandangan Cangara bahwa komunikasi digital efektif membutuhkan dukungan teknologi memadai serta tenaga terlatih.[38] Meskipun produksi konten masih berbasis perangkat sederhana, kreativitas tim media tetap mampu menyampaikan pesan dakwah secara inspiratif.

3) Etika Digital dan Tanggung Jawab Konten

Etika menjadi aspek penting dalam dakwah berbasis media sosial. Yayasan pernah menghadapi penggunaan ulang konten tanpa pencantuman sumber resmi. Syahruddin menjelaskan:

> *"Video dakwah kami pernah dibagikan kembali tanpa menyebutkan sumbernya."*[39]

Situasi ini mendorong yayasan memperkuat identitas digital melalui logo dan tanda air. Azra menekankan bahwa di era digital diperlukan kontrol dan verifikasi informasi keagamaan agar pesan dakwah tetap autentik dan terhindar dari distorsi.[40] Langkah tersebut menunjukkan profesionalisasi dakwah digital yang bertanggung jawab.

4) Kualitas dan Konsistensi Konten

Kualitas pesan dan keteraturan unggahan memengaruhi keberlanjutan perhatian audiens. Wali santri memberikan masukan mengenai perlunya peningkatan kualitas produksi dan konsistensi publikasi. Muhtar Nun menyampaikan:

> *"Kontennya kadang kurang konsisten dan kualitas video perlu ditingkatkan."*[41]

Menurut McQuail, kualitas komunikasi publik bergantung pada kejelasan pesan dan keteraturan penyampaian informasi agar tetap relevan di tengah arus media digital yang padat.[42] Observasi menunjukkan fluktuasi unggahan mengikuti aktivitas pesantren, sehingga perencanaan konten menjadi kebutuhan strategis.

5) Akses Digital dan Pembinaan Santri

Pembatasan penggunaan ponsel bagi santri bertujuan menjaga fokus pendidikan sekaligus membentuk etika penggunaan teknologi. Santri tetap mengakses dakwah digital melalui wali santri atau saat berada di luar pesantren. Muh. Dimas menuturkan:

---

[36] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), h.114.

[37] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

[38] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), h.178.

[39] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

[40] Azyumardi Azra, *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2007), h.113.

[41] Muhtar Nun (50 Tahun), Wali Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal11 September 2025 di Kajang.

[42] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 2011), h.87.

"Dakwah digital bermanfaat karena bisa ditonton ulang, meski kami jarang pegang HP."[43]

Kondisi ini menciptakan pola dakwah berlapis yang melibatkan pesantren, santri, dan orang tua. Strategi ini selaras dengan prinsip penyampaian dakwah secara bijak sesuai kondisi mad'u sebagaimana QS. An-Nahl:125.

6) f. Kreativitas Konten dan Keberlanjutan Dakwah

Kreativitas menjadi kunci utama keberhasilan dakwah digital di tengah keterbatasan sarana. Efendi menyatakan:

"Kami tetap berusaha mendokumentasikan kegiatan santri walau masih pakai HP."[44]

Bungin menegaskan bahwa kekuatan media digital terletak pada kreativitas penyampaian pesan, bukan semata kecanggihan teknologi.[45] Kehidupan santri yang dikemas autentik justru memperkuat kedekatan emosional audiens dengan pesan dakwah pesantren.

Pemanfaatan media sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang telah mentransformasi pola dakwah pesantren menjadi lebih luas, adaptif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Dakwah digital berkembang melalui kolaborasi pimpinan, ustadz, santri, dan tim media dengan menekankan kreativitas, etika, serta nilai keteladanan santri meskipun dengan keterbatasan sarana.

Model dakwah hibrida yang memadukan metode tradisional dan teknologi digital tidak hanya memperkuat citra lembaga, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat serta efektivitas penyebaran nilai-nilai Islam secara inspiratif dan berkelanjutan.

3. *Tantangan Mengintegrasikan Media Sosial dalam Aktivitas Dakwah di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba*

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang luas bagi penyebaran dakwah Islam melalui media sosial. Platform digital memungkinkan pesan keagamaan disampaikan secara cepat, menjangkau audiens lintas wilayah, serta meningkatkan interaksi antara lembaga dakwah dan masyarakat. Namun, proses integrasi media sosial ke dalam aktivitas dakwah tidak terlepas dari berbagai kendala yang memengaruhi efektivitas pengelolaan konten dan keberlanjutan program dakwah digital.[46] Tantangan tersebut terutama berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia, keterbatasan fasilitas produksi, serta akses penerima dakwah terhadap media digital.

a. Perspektif Ketua Yayasan

Salah satu tantangan mendasar dalam dakwah digital adalah kesiapan sumber daya manusia yang mengelola media sosial. Penguasaan keterampilan teknologi menjadi faktor utama dalam menentukan kualitas dan daya jangkau pesan dakwah yang disampaikan. Ketua Yayasan menegaskan bahwa tanpa SDM yang kompeten, potensi media sosial tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Ketua Yayasan Syahruddin menyampaikan secara langsung:

> *"Tantangan terbesar bagi kami adalah menyiapkan SDM yang profesional dalam mengelola konten dakwah. Kami perlu melatih tim agar mampu membuat konten yang relevan, menarik, dan tetap sesuai etika dakwah. Media sosial memberi peluang besar, tapi tanpa SDM yang tepat, potensi ini tidak maksimal."*[47]

Pernyataan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh kompetensi teknis pengelola, mulai dari penyuntingan video, desain visual, hingga manajemen konten. Keterampilan tersebut berfungsi tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga memastikan pesan keislaman tersampaikan secara efektif dan etis. Hal ini sejalan dengan pandangan Nasrullah yang menekankan bahwa literasi digital menjadi prasyarat utama dalam pemanfaatan media sosial

[43] Muh. Dimas (16 Tahun), Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal 28 Agustus 2025 di Kajang.
[44] Efendi (26 Tahun), Tim Media, *Wawancara*, Pada Tanggal 27 Agustus 2025 di Kajang.
[45] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2017), h.226.
[46] Hamriani, *Media Sosial dan Dakwah Islam di Era Digital* (Makassar: Alauddin University Press, 2021), h.15.
[47] Syahruddin (50 Tahun), Ketua Yayasan, *Wawancara*, Pada Tanggal Kajang: 31 Agustus 2025 di Kajang.

sebagai sarana komunikasi dakwah modern.[48]Berdasarkan observasi lapangan, sebagian besar tim media pesantren masih bersifat relawan dan belum memperoleh pelatihan profesional, sehingga variasi konten dan kualitas visual masih terbatas.

b. Perspektif Sekretaris Pondok

Selain keterbatasan SDM, tantangan lain muncul dari aspek fasilitas pendukung dan konsistensi produksi konten. Sarana teknis berperan penting dalam menunjang kualitas dakwah digital agar mampu bersaing di ruang media sosial yang dinamis. Sekretaris Pondok Awal Irfandi mengungkapkan:

> *"Kami menghadapi kendala alat produksi seperti kamera, laptop, dan stabilizer yang masih terbatas. Selain itu, karena kesibukan, kadang jadwal unggahan tidak konsisten. Ini membuat konten dakwah digital tidak selalu bisa disajikan dengan kualitas dan kontinuitas yang optimal."*[49]

Keterbatasan fasilitas ini berdampak langsung pada mutu audio-visual serta keberlangsungan publikasi konten dakwah. Dalam konteks komunikasi digital, kualitas produksi sangat memengaruhi minat audiens terhadap pesan yang disampaikan. Safko menjelaskan bahwa konten yang tidak didukung teknologi memadai cenderung kurang menarik dan sulit mempertahankan perhatian pengguna media sosial. [50] Observasi menunjukkan bahwa sebagian besar konten direkam menggunakan telepon genggam tanpa perangkat tambahan, serta diunggah tanpa jadwal yang terstruktur.

c. Perspektif Tim Media dan Wali Santri

Dari sisi teknis pengelolaan konten, kreativitas menjadi tantangan tersendiri. Dakwah digital menuntut penyajian pesan dalam format yang inovatif agar mampu bersaing di tengah arus informasi yang padat. Tim media Efendi menjelaskan:

> *"Ide konten kadang terbatas, sehingga kami harus sering bermusyawarah untuk mencari materi yang menarik. Perangkat yang kami gunakan sebagian besar hanya HP, dan ini membatasi kualitas video atau grafis. Meski begitu, kami berusaha semaksimal mungkin agar dakwah tetap tersampaikan dengan baik."*[51]

Keterbatasan ide kreatif menunjukkan perlunya penguatan literasi digital dalam dakwah Islam modern. Dakwah tidak lagi cukup disampaikan dalam bentuk ceramah konvensional, tetapi perlu dikemas dalam format visual interaktif, infografis, maupun video singkat yang sesuai dengan karakter media sosial. Tanpa inovasi, konten dakwah mudah tenggelam di tengah derasnya arus informasi, sebagaimana ditegaskan oleh Azra tentang pentingnya adaptasi dakwah terhadap perubahan media.[52] Sementara itu, dari sisi penerima pesan dakwah, wali santri menyoroti persoalan aksesibilitas konten digital. Muhtar Nun menyatakan:

> *"Beberapa konten dakwah digital terkadang tidak bisa diikuti anak-anak secara rutin karena akses HP mereka terbatas. Kami berharap pondok bisa memastikan konten tersedia lebih mudah diakses agar informasi lebih merata."*[53]

Keterbatasan akses digital ini berpotensi menciptakan kesenjangan informasi antara santri yang memiliki perangkat pribadi dan yang tidak. Yusuf dan Anshori menegaskan bahwa akses teknologi menjadi faktor penentu pemerataan informasi di era digital.[54] Observasi menunjukkan bahwa sebagian santri hanya mengakses konten melalui perangkat orang tua ketika berada di rumah.

---

[48] Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015), h.87.

[49] Awal Irfandi (Sekretaris Pondok Pesantren), *Wawancara*, 28 Agustus 2025, Kajang.

[50] Lon Safko, *The Social Media Bible* (New Jersey: John Wiley & Sons, 2012), h. 214.

[51] Efendi (26 Tahun), Tim Media, *Wawancara*, Pada Tanggal 27 Agustus 2025 di Kajang.

[52] Azyumardi Azra, *Transformasi Politik Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2002), h. 145.

[53] Muhtar Nun (50 Tahun), Wali Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal11 September 2025 di Kajang.

[54] Yusuf, M. & Anshori, A., "Aksesibilitas Informasi di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 7, No. 2, 2019, h.203.

d. Perspektif Santri

Pengalaman langsung santri memperlihatkan dampak nyata dari keterbatasan akses media digital terhadap proses penerimaan dakwah. Santri Muh. Dimas mengungkapkan:

> *"Kalau konten sudah diunggah, kadang saya baru bisa lihat saat pulang ke rumah, jadi agak ketinggalan. Tapi tetap senang kalau bisa melihat postingan karena memotivasi dan menjadi pengingat untuk belajar dan berbuat baik."*[55]

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun akses terbatas, dakwah digital tetap memiliki nilai edukatif dan motivasional. Namun, keterlambatan akses menyebabkan pesan dakwah tidak diterima secara real time, sehingga efektivitas komunikasi digital menjadi berkurang. Jenkins menekankan bahwa kecepatan distribusi informasi merupakan elemen kunci dalam budaya media modern.[56] Di lapangan, peraturan pesantren yang membatasi penggunaan gawai membuat santri hanya dapat mengakses konten pada waktu tertentu, terutama saat berada di luar lingkungan pondok.

Berdasarkan wawancara dan observasi, tantangan integrasi media sosial dalam dakwah di Yayasan Khadimul Ummah Kajang mencakup tiga aspek utama. Pertama, keterbatasan sumber daya manusia yang belum sepenuhnya menguasai keterampilan digital. Kedua, minimnya fasilitas produksi yang berdampak pada kualitas dan konsistensi konten dakwah. Ketiga, terbatasnya akses santri terhadap perangkat digital yang menciptakan ketimpangan informasi.

Dengan demikian, meskipun media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah Islam, optimalisasinya memerlukan strategi penguatan SDM, penyediaan infrastruktur pendukung, serta pengembangan sistem distribusi konten yang lebih inklusif agar dakwah digital dapat berjalan efektif, profesional, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba telah berhasil mengembangkan model dakwah Islam hibrida yang memadukan metode tradisional pesantren dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah modern. Media digital terbukti mampu memperluas jangkauan pesan keislaman, meningkatkan citra lembaga, mempererat hubungan dengan wali santri, serta menumbuhkan motivasi religius santri melalui konten dakwah yang inspiratif dan edukatif. Meskipun demikian, efektivitas dakwah digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama keterbatasan sumber daya manusia yang terampil di bidang media, minimnya fasilitas produksi, ketidakkonsistenan publikasi konten, serta persoalan etika dan akses santri terhadap media digital. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah di era digital tidak cukup hanya mengandalkan semangat keagamaan, tetapi membutuhkan pengelolaan profesional, kreatif, dan berkelanjutan.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian dakwah digital dengan menekankan pentingnya integrasi antara nilai-nilai tradisional pesantren dan strategi komunikasi modern berbasis teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini berimplikasi pada perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan infrastruktur media dakwah, serta perencanaan konten yang lebih sistematis dan etis di lingkungan pesantren. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen pembinaan karakter, penguatan kelembagaan, dan perluasan jaringan dakwah Islam yang relevan dengan perkembangan masyarakat kontemporer.

Daftar Pustaka

Azra, Azyumardi. *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia*. Jakarta: Prenada Media, 2007.

Azra, Azyumardi. *Transformasi Politik Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2002.

[55] Muh. Dimas (16 Tahun), Santri, *Wawancara*, Pada Tanggal 28 Agustus 2025 di Kajang.

[56] Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: NYU Press, 2006), h. 93.

Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2017.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.

Dimas, Muh. (16 tahun). Santri Yayasan Khadimul Ummah Kajang. Wawancara, 28 Agustus 2025.

Efendi (26 tahun). Tim Media Yayasan Khadimul Ummah Kajang. Wawancara, 27 Agustus 2025.

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Hamriani. *Media Sosial dan Dakwah Islam di Era Digital*. Makassar: Alauddin University Press, 2021.

Irfandi, Awal. Sekretaris Pondok Pesantren Yayasan Khadimul Ummah Kajang. Wawancara, 25 Agustus 2025.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006.

Mahmuddin. *Manajemen Dakwah*. Surabaya: Wade Group, 2018.

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 2011.

Muhtar Nun (50 tahun). Wali Santri Yayasan Khadimul Ummah Kajang. Wawancara, 11 September 2025.

Muhammad, Firdaus. "Diseminasi Dakwah Era Disrupsi 4.0 dan Literasi Media Sosial (Perspektif Jurnalisme Profetik)." *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 2 2022

Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2021.

Muzayanah, Agustriani, dan Yasser Muda Lubis. "Dinamika Dakwah Islam dalam Era Digital." *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 4, no. 2 2023

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015.

Safko, Lon. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital*. Jakarta: Lentera Hati, 2019.

Syahruddin (50 tahun). Ketua Yayasan Khadimul Ummah Kajang. Wawancara, 31 Agustus 2025.

Sutisna. *Manajemen Komunikasi dan Citra Lembaga Publik di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.

Wibowo, A. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Tren Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 1 2019

Yayasan Khadimul Ummah Kajang. *Profil dan Program Dakwah Yayasan Khadimul Ummah*. Bulukumba: Internal Yayasan, 2023.

Yayasan Khadimul Ummah Kajang. *Profil Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba*. Bulukumba: Arsip Yayasan, 2023.

Yusuf, M., dan A. Anshori. "Aksesibilitas Informasi di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 2 2019