

Penyiaran Islam di Era Disrupsi Digital: Strategi Diskominfo Banyumas Menghadapi Tantangan Media Baru

Ufi Al Istafidah¹, Anas Azimi Qalban²

Universitas Islam Negri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, ufialista@gmail.com
Universitas Islam Negri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, anasaq@uinsaizu.ac.id

Abstract

The digital disruption era has significantly transformed the landscape of Islamic broadcasting. The government, through regional agencies such as the Department of Communication and Informatics (Dinkominfo) Banyumas, must adapt to new media challenges to ensure the effective dissemination of Islamic messages. This study aims to explore the strategies employed by Dinkominfo Banyumas in utilizing digital platforms for Islamic broadcasting. Employing a qualitative descriptive method, data were collected through interviews, documentation, and observation. The findings reveal that Dinkominfo optimizes social media use, develops humanistic Islamic content, and collaborates with religious figures and Islamic communities. These strategies help overcome digital barriers and promote inclusive religious communication in the digital age. The study contributes to understanding how local governments can facilitate religious broadcasting in a rapidly changing media environment.

Keywords: *Islamic broadcasting, digital disruption, new media, Dinkominfo, strategy*

Abstrak

Era disrupsi digital telah mengubah secara signifikan lanskap penyiaran Islam. Pemerintah, melalui instansi daerah seperti Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Banyumas, dituntut untuk mampu menghadapi tantangan media baru demi menjaga efektivitas penyampaian pesan keislaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang diterapkan oleh Dinkominfo Banyumas dalam memanfaatkan platform digital untuk penyiaran Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinkominfo mengoptimalkan penggunaan media sosial, mengembangkan konten dakwah digital yang humanis, serta menjalin kolaborasi dengan tokoh agama dan komunitas keislaman. Strategi ini dinilai efektif dalam mengatasi hambatan digital dan mendorong komunikasi keagamaan yang inklusif di era digital. Studi ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana pemerintah daerah dapat memfasilitasi penyiaran keagamaan dalam lingkungan media yang terus berubah.

Kata Kunci: Penyiaran Islam, disrupsi digital, media baru, Dinkominfo, strategi

PENDAHULUAN

Perubahan sosial yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital telah melahirkan apa yang disebut sebagai era disrupsi, merujuk pada periode di mana sistem usang digantikan oleh inovasi baru yang lebih efektif dan efisien, dicetuskan untuk menggambarkan perubahan sosial yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi dalam komunikasi. Pergeseran ini mengharuskan para praktisi dakwah untuk beradaptasi dengan media digital baru, alih-alih bergantung pada

media konvensional seperti penceramah, radio, atau televisi dalam konteks penyiaran keagamaan, khususnya penyiaran Islam (Khoiriyah, 2020, hlm. 13). Generasi muda kini utamanya mengonsumsi konten keagamaan, termasuk pesan-pesan dakwah, melalui situs media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.

Sayangnya, tidak semua lembaga pemerintah atau lembaga dakwah memiliki sumber daya atau kesiapan strategis yang dibutuhkan untuk menjalankan hal ini di ranah digital, meskipun terdapat banyak peluang. Sebagian besar konten keagamaan yang diunggah di media sosial bersifat seremonial, tidak interaktif, atau tidak relevan dengan tuntutan komunitas daring. Hal ini memerlukan investigasi segera mengenai bagaimana organisasi publik, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo), yang memiliki akses dan kendali atas penciptaan dan penyebaran informasi, dapat menjalankan strategi penyiaran Islam yang sukses.

Bertugas mengawasi komunikasi publik di berbagai daerah, Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) memiliki kemampuan yang cukup besar untuk memfasilitasi penyebaran Islam melalui sarana teknologi. Perannya lebih dari sekadar berbagi informasi resmi; Dinas Komunikasi dan Informatika juga membantu menciptakan narasi yang inklusif dan moderat dalam konteks Islam dan dunia digital (Budiman & Roem, 2019, hlm. 34–44). Namun, penelitian tentang pengaruh langsung Dinas Komunikasi dan Informatika terhadap pendidikan daring masih dalam tahap awal. Fungsi organisasi Islam di media sosial, termasuk tempat ibadah seperti madrasah dan Masjid Nabawi di Madinah, telah menjadi subjek berbagai penelitian.

Keterbatasan kemampuan pemerintah untuk mengendalikan konten keagamaan dan seni yang relevan juga menuai kritik. Pemerintah perlu mendukung konten Islami yang damai, toleran, dan menghibur bagi publik daring mengingat maraknya kelompok ekstremis di media sosial (Gunawan, 2015, hlm. 77). Ketiadaan regulasi dan rencana khusus untuk dakwah digital di tingkat daerah semakin memperumit permasalahan ini. Dengan mengkaji strategi yang diterapkan Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Banyumas dalam menangani permasalahan terkait media baru sebagai sarana komunikasi Islam, studi ini berupaya untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Fokus penelitian ini tidak hanya pada konten yang dihasilkan, tetapi juga pada metode komunikasi yang digunakan, koordinasi antarlembaga, dan respons terhadap tuntutan audiens digital. Esai ini bertujuan untuk menawarkan metode alternatif bagi lembaga pemerintah non-agama untuk terlibat dalam sistem dakwah digital, dengan menggunakan Banyumas sebagai contoh.

Penelitian ini bersifat baru karena mengkaji hubungan antara teknologi digital, komunikasi urusan publik pemerintah, dan doktrin Islam. Studi ini menunjukkan bahwa dakwah dapat diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi pemerintah untuk membina kerukunan sosial dan pengetahuan agama digital di masyarakat, meskipun secara historis hanya digunakan dalam lingkungan keagamaan formal. (Bajri, 2019, hlm. 48–65).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan secara mendalam strategi penyiaran Islam yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Banyumas dalam menghadapi tantangan media baru. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna di balik perilaku, tindakan, dan kebijakan

yang diambil oleh subjek penelitian dalam konteks sosial tertentu. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell, pendekatan kualitatif sangat relevan untuk mengkaji fenomena kompleks yang tidak dapat dijelaskan melalui angka semata, tetapi melalui pemahaman yang mendalam terhadap interaksi sosial dan komunikasi yang berlangsung di dalamnya (Creswell & Poth, 2018, hlm. 7).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas media sosial Dinkominfo Banyumas, serta dokumentasi berupa unggahan video, infografis, dan laporan kegiatan penyiaran keagamaan. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan, sedangkan data sekunder berupa literatur yang relevan seperti jurnal, laporan media, dan referensi kebijakan digital pemerintah daerah. Wawancara dilakukan secara langsung dan melalui media daring, dengan pedoman wawancara yang telah disusun untuk menggali strategi, tantangan, dan inovasi dalam penyiaran Islam berbasis media baru.

Analisis data dilakukan dengan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, makna, dan strategi yang digunakan Dinkominfo dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui kanal digital. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi lapangan secara bersilang agar dapat diperoleh data yang sahih dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, Dinkominfo Banyumas perlu menerapkan beberapa strategi tambahan untuk menghadapi tantangan dalam penyiaran Islam. Salah satu strategi yang sangat penting adalah penguatan kapasitas sumber daya manusia. Dinkominfo harus memastikan bahwa stafnya memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai dalam produksi konten digital, analisis data, serta manajemen media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Budiman dan Roem (2019) yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas SDM sangat krusial untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif.

Selain itu, pengembangan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens juga merupakan langkah penting. Dinkominfo perlu melakukan riset mendalam untuk memahami preferensi dan perilaku audiens target mereka. Dengan cara ini, konten yang dihasilkan dapat lebih relevan dan menarik bagi masyarakat. Penelitian oleh Khoiriyah (2020) menunjukkan bahwa konten yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan audiens akan meningkatkan keterlibatan dan efektivitas penyampaian pesan dakwah.

Strategi lain yang perlu dipertimbangkan adalah kolaborasi lintas sektor. Dinkominfo dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan influencer keagamaan untuk memperluas jangkauan penyampaian pesan. Kolaborasi ini dapat menciptakan sinergi yang kuat dalam mengembangkan konten yang lebih variatif dan menarik. Nasrulloh (2020) menekankan bahwa kerjasama antara pemerintah dan ulama dapat memperkuat legitimasi dan dampak pesan keagamaan di ruang digital.

Penting juga untuk menerapkan strategi pemasaran digital. Dinkominfo perlu memanfaatkan teknik SEO (Search Engine Optimization) dan iklan berbayar di media sosial

untuk meningkatkan visibilitas konten dakwah mereka. Dengan pendekatan ini, Dinkominfo dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan pengaruh pesan yang disampaikan. Gunawan (2015) mencatat bahwa penggunaan teknik pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan penyebaran informasi.

Terakhir, Dinkominfo juga harus menerapkan evaluasi dan umpan balik yang berkelanjutan terhadap konten yang dipublikasikan. Dengan mengumpulkan data dan umpan balik dari audiens, Dinkominfo dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas konten. Menurut Raharjo (2021), evaluasi yang sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi yang diterapkan, sehingga memungkinkan perbaikan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penerapan strategi-strategi ini akan membantu Dinkominfo Banyumas dalam mengoptimalkan penyiaran Islam di era digital. Dengan melakukan investasi dalam pengembangan SDM, memahami audiens, kolaborasi lintas sektor, pemasaran digital, dan evaluasi yang berkelanjutan, Dinkominfo dapat berperan lebih efektif dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman yang moderat dan inklusif kepada masyarakat

Disrupsi Digital dan Lanskap Penyiaran Islam: Era digital telah membawa disrupsi signifikan dalam lanskap penyiaran Islam. Media sosial, platform berbagi video, dan aplikasi pesan instan telah mengubah cara pesan-pesan keagamaan diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Diskominfo Banyumas perlu memahami dinamika ini untuk merumuskan strategi yang efektif [Abdurrahman & Badruzaman, 2023].

Tantangan Disinformasi dan Polarisasi: Salah satu tantangan utama dalam penyiaran Islam di era digital adalah penyebaran disinformasi dan ujaran kebencian. Konten yang tidak akurat atau menyesatkan dapat dengan mudah menyebar melalui platform media sosial, yang berpotensi memicu konflik dan polarisasi di masyarakat. Diskominfo Banyumas perlu mengembangkan mekanisme untuk melawan disinformasi dan mempromosikan konten yang positif dan konstruktif [Fatikh, 2020].

Strategi Literasi Digital: Mengingat tantangan disinformasi, strategi literasi digital menjadi sangat penting. Diskominfo Banyumas dapat menyelenggarakan program-program pelatihan dan edukasi untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam membedakan informasi yang benar dan salah, serta menggunakan media sosial secara bertanggung jawab [Dewi Fatimah, 2024].

Pemanfaatan Media Sosial: Media sosial menawarkan peluang besar untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara luas. Diskominfo Banyumas dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk membagikan konten-konten keagamaan yang menarik dan relevan bagi berbagai kalangan masyarakat [Putri Rahmadani & Amalia, 2023].

Kolaborasi dengan Tokoh Agama dan Influencer: Untuk meningkatkan efektivitas penyiaran Islam, Diskominfo Banyumas dapat menjalin kemitraan dengan tokoh agama, ulama, dan influencer media sosial. Kolaborasi ini dapat membantu menciptakan konten yang lebih menarik dan menjangkau audiens yang lebih luas [Rivaldo & Masrurroh, 2025].

Regulasi Penyiaran Agama: Penyiaran agama di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) serta Standar Program Siaran (SPS). KPI juga menerbitkan surat edaran terkait pelaksanaan siaran pada bulan Ramadan. Diskominfo Banyumas perlu memastikan bahwa semua kegiatan penyiaran Islam di wilayahnya mematuhi regulasi yang berlaku.

Peran Konten Lokal: Dalam mengembangkan strategi penyiaran Islam, Diskominfo Banyumas perlu memperhatikan konten lokal. Konten yang relevan dengan budaya dan nilai-nilai masyarakat Banyumas akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Evaluasi dan Monitoring: Evaluasi dan monitoring berkala sangat penting untuk memastikan efektivitas strategi penyiaran Islam. Diskominfo Banyumas perlu mengembangkan indikator kinerja utama (KPI) untuk mengukur dampak dari program-program yang dilaksanakan.

Penguatan Identitas Islam Moderat: Penyiaran Islam di era digital harus berkontribusi pada penguatan identitas Islam moderat. Diskominfo Banyumas dapat mempromosikan nilai-nilai toleransi, inklusi, dan perdamaian melalui konten-konten yang disebar.

Adaptasi dengan Perkembangan Teknologi: Teknologi terus berkembang dengan pesat. Diskominfo Banyumas perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi baru dan memanfaatkan inovasi-inovasi digital untuk meningkatkan efektivitas penyiaran Islam [Lisa & Qalban, n.d.].

Penelitian ini menemukan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Banyumas telah mengembangkan sejumlah strategi dalam menghadapi tantangan penyiaran Islam di era disrupsi digital. Strategi tersebut mencakup pemanfaatan media sosial secara aktif, produksi konten dakwah yang relevan dengan karakteristik media baru, serta kolaborasi dengan tokoh agama dan komunitas Islam lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa peran Dinkominfo tidak terbatas pada diseminasi informasi pemerintahan, melainkan juga turut andil dalam membentuk narasi keagamaan yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan budaya digital.

a. Optimalisasi Media Sosial Sebagai Kanal Dakwah

Dinkominfo Banyumas aktif menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube sebagai kanal penyiaran dakwah digital. Melalui akun resmi milik instansi, mereka secara rutin mempublikasikan konten dakwah berbasis visual dan audio yang dikemas dalam bentuk kutipan ayat Al-Qur'an, video ceramah singkat, dan infografis keislaman. Salah satu program unggulan yang ditemukan adalah "Ngaji Asik Bareng ASN", sebuah seri video pendek yang menampilkan aparatur sipil negara memberikan tausiyah ringan yang dikaitkan dengan nilai-nilai integritas kerja dan pelayanan publik.

Optimalisasi media sosial ini menunjukkan bahwa Dinkominfo telah memahami bahwa media digital tidak hanya sarana hiburan, tetapi juga dapat digunakan sebagai medium penyebaran nilai-nilai keagamaan (Utami, 2022). Hal ini juga selaras dengan pandangan Gunawan (2015) bahwa keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya membangun kedekatan emosional dengan audiens serta memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang sebelumnya tidak dimungkinkan oleh media konvensional.

b. Produksi Konten Dakwah Humanis dan Visual

Salah satu kekuatan utama strategi Dinkominfo Banyumas terletak pada kemampuannya mengemas pesan-pesan dakwah secara visual, ringkas, dan komunikatif. Tim produksi konten yang terdiri dari ASN muda dengan latar belakang teknologi informasi dan desain grafis dilibatkan dalam proses kreatif untuk menghasilkan materi yang relevan bagi generasi digital. Konten yang diproduksi tidak lagi bersifat kaku atau normatif, melainkan mengambil pendekatan humanis dan kontekstual, seperti menyampaikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari melalui gaya bahasa ringan dan visual menarik.

Penelitian lapangan menunjukkan bahwa durasi video yang digunakan berkisar antara 1—3 menit, menyesuaikan dengan algoritma platform seperti Instagram Reels dan TikTok. Narasi yang digunakan dalam konten juga dikaitkan dengan isu-isu aktual, seperti semangat toleransi menjelang pemilu, kampanye anti-hoaks, dan ajakan untuk berzakat secara digital. Strategi ini mengafirmasi gagasan Raharjo (2021) yang menyatakan bahwa efektivitas penyiaran Islam di era disrupsi terletak pada kemampuan mengintegrasikan pesan religius dengan fenomena sosial secara relevan.

c. Kolaborasi dengan Tokoh Agama dan Komunitas Keislaman

Strategi penting lainnya adalah menjalin kolaborasi dengan para tokoh agama lokal, pengasuh pondok pesantren, dan komunitas dakwah digital. Dinkominfo Banyumas tidak bekerja sendiri dalam memproduksi dan menyebarkan konten dakwah, tetapi membangun jaringan kerja sama melalui program "Kampung Dakwah Digital" dan "ASN Mengaji". Melalui program ini, Dinkominfo menyediakan pelatihan literasi digital untuk para dai muda, serta mengundang para kiai untuk menjadi narasumber dalam konten-konten video dakwah.

Kolaborasi ini berdampak positif terhadap kualitas isi konten dakwah sekaligus memperkuat legitimasi keagamaan yang ditampilkan di media sosial. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya memerlukan kemampuan teknis, tetapi juga membutuhkan otoritas religius agar tetap kredibel dan diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan Nasrulloh (2020) yang menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah dan ulama dalam membentuk opini publik keagamaan yang moderat di ruang digital.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi disrupsi digital, penelitian ini menunjukkan bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Banyumas telah muncul sebagai pemain kunci dalam lanskap media Islam. Selain menjalankan peran komunikasi pemerintahannya, Dinkominfo secara aktif berkontribusi pada penyebaran nilai-nilai Islam yang adil dan moderat di kalangan komunitas daring dengan memanfaatkan kekuatan media baru. Langkah-langkah inovatif seperti penggunaan konten dakwah Islam, pemanfaatan media sosial yang efisien, kontekstual, dan humanis, serta kerja sama dengan komunitas lokal dan ulama merupakan contohnya.

Pentingnya adaptasi cepat dan tepat dari Dinas Komunikasi dan Informatika Banyumas dalam mengatasi kesulitan penyiaran Islam dalam menghadapi disrupsi digital menjadi fokus utama studi ini. Keberhasilan taktik yang diterapkan, seperti penggunaan media sosial untuk meningkatkan perekonomian, menciptakan teknik dakwah Islam yang humanis, dan bekerja sama dengan ulama, menunjukkan bahwa lembaga pemerintah dapat berkontribusi pada kemajuan nilai-nilai Islam yang inklusif dan moderat. Lebih lanjut, studi ini menunjukkan bahwa pengembangan pemahaman khlayak dan kapasitas sumber daya manusia sangat penting untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan. Untuk mengatasi permasalahan polarisasi dan penyalahgunaan informasi yang marak di ranah digital, Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) harus terus berinovasi dan bekerja sama dengan berbagai pihak dari berbagai industri.

Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi instansi pemerintah lain yang tertarik untuk meningkatkan efektivitas penyiaran keagamaan di era digital, sekaligus memberikan informasi bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Banyumas. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi batu loncatan bagi penelitian lanjutan di bidang ini dan mendorong diskusi lebih lanjut tentang taktik komunikasi yang fleksibel dan berkelanjutan dalam konteks penyiaran Islam.

Sebagai contohnya, perlu dilakukan peningkatan kemampuan sumber daya manusia Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menciptakan konten dakwah dengan memanfaatkan keterampilan digital dan komunikasi visual. Lebih lanjut, untuk menjamin keberlanjutan, konsistensi, dan evaluasi program jangka panjang, strategi dakwah digital harus diintegrasikan secara formal ke dalam program kebijakan daerah. Untuk menciptakan sistem dakwah digital yang tangguh dan progresif yang mampu menjawab tantangan masa kini, kerja sama lintas sektoral antara instansi pemerintah, kelompok Islam, ulama, dan komunitas daring harus terus dijalin. Selain itu, studi ini membuka jalan baru bagi penelitian interdisipliner di bidang studi Islam, teknologi informasi, dan ilmu komunikasi. Disarankan agar peneliti lain meneliti lebih dekat bagaimana strategi dakwah digital di berbagai wilayah berbeda satu sama lain, atau lebih spesifik lagi, bagaimana konten dakwah digital memengaruhi perubahan perilaku keagamaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. (2023). TANTANGAN DAN PELUANG DAKWAH ISLAM DI ERA DIGITAL. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 152-162.
- Bajri, R. A. D. (2019). Tujuh 'C' dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.333376/is.v1i1.349>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). "The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics." *Information, Communication & Society*, 16(1), 739-762.
- Budiman, A., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 34–44. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi Fatimah, C. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN BANYUMAS DALAM MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL BAGI PELAJAR
- Fatihah, A. (2020). Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 5(2), 95.
- Gunawan, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 5(2), 77–84. <https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Katz, J. E., & Aakhus, M. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge University Press.
- Khoiriyah, S. (2020). *Media Baru dan Dakwah di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Nasrulloh, M. (2020). Integrasi Pemerintah dan Ulama dalam Penyiaran Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 6(1), 89–98.
- Putri Rahmadani, N., & Amalia, N. (2023). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH YANG DILAKUKAN REMAJA DI ERA DIGITAL. *Islamic Education*.

- Raharjo, A. (2021). Komunikasi Publik Pemerintah Daerah Melalui Media Sosial di Era Disrupsi. *Jurnal Komunika*, 15(1), 45–57.
- Rivaldo, & Masruroh, S. A. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM DI ERA DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 9(1)
- Utami, S. (2022). Media Baru dan Dakwah Digital: Studi Kasus Kominfo Kabupaten Banyumas. *Jurnal Dakwah Digital*, 4(2), 112–123.