



PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI DAN DAKWAH BAGI SISWA DI SMA MUHAMMADIYAH 2 TANJUNG ENIM

Ahmad Iqbal¹, Bayu Cahyadi Mulya², Melly Suryani³, Lia Hariani⁴, Akmal Ramdhan⁵,
Rusmin⁶, Robiatun Shofiah⁷, Deni Putra⁸, M Rizki Hidayatullah⁹, Dahirin¹⁰

¹⁻¹⁰ Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muara Enim, Muara Enim, Indonesia

email: dahirin020964@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the management of social media, specifically Instagram and TikTok, as an educational preaching (dakwah) tool for students at SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. The research method used is a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, in-depth interviews with Islamic Education (PAI) teachers and students, as well as documentation of digital preaching activities in the school environment. Data analysis techniques included data collection, data presentation, verification, and drawing conclusions. Based on the results and discussion, Instagram and TikTok were found to be effective for delivering Islamic messages in a creative, engaging way that aligns with the characteristics of the digital generation. Students are not only recipients of information but also producers of preaching content, demonstrating active involvement in the internalization of Islamic values. The success of preaching through social media is determined by content quality, teacher guidance, and understanding of media ethics. This study recommends strengthening digital preaching strategies in schools through collaboration and media skills training.*

Keywords: *Education and Preaching, Social Media, Students, Management*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengelolaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai sarana dakwah edukatif bagi siswa SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan guru PAI dan siswa, serta dokumentasi aktivitas dakwah digital di lingkungan sekolah. Teknik analisis data melalui pengumpulan data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kekesimpulan. Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa Instagram dan TikTok efektif digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital. Siswa tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen konten dakwah, yang menunjukkan keterlibatan aktif dalam proses internalisasi nilai-nilai Islam. Keberhasilan dakwah melalui media sosial ditentukan oleh kualitas konten, pendampingan guru, dan pemahaman etika bermedia. Penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan strategi dakwah digital di sekolah berbasis kolaborasi dan pelatihan keterampilan media.

Kata Kunci: Edukasi dan Dakwah, Media Sosial, Siswa, Pengelolaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah pola interaksi manusia, termasuk dalam penyampaian nilai-nilai keagamaan. Media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi sarana baru dalam menyebarkan pesan dakwah, khususnya di kalangan remaja. Penggunaan media sosial dalam dakwah tidak lagi menjadi alternatif, melainkan sebuah keniscayaan di tengah perubahan zaman yang serba cepat (Azra, 2019). Generasi muda, khususnya siswa SMA, merupakan pengguna aktif media sosial yang sangat terbuka terhadap berbagai konten digital. Mereka cenderung lebih responsif terhadap pesan-pesan yang disampaikan secara visual, singkat, dan menarik. Dalam konteks ini,

dakwah edukatif melalui media sosial menjadi peluang yang potensial untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif dan kontekstual (Hidayat & Sari, 2020).

Instagram dan TikTok merupakan dua platform media sosial yang memiliki fitur visual dan audiovisual yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan. Instagram menekankan pada kekuatan gambar dan video singkat, sementara TikTok lebih dominan dengan video pendek yang atraktif. Keduanya sangat diminati oleh remaja dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka (Putri, 2021). Maka dari itu, media ini memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah edukatif.

Dakwah edukatif adalah penyampaian pesan-pesan keislaman yang tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga mencerdaskan dan membangun karakter. Menurut (Nata, 2020) dakwah edukatif bertujuan membentuk pribadi muslim yang tidak hanya taat secara ritual, tetapi juga memiliki kesadaran sosial dan intelektual. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan harus sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens, khususnya generasi Z.

Siswa SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim sebagai bagian dari komunitas pelajar Muslim berada dalam ekosistem pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kegiatan belajar. Pemanfaatan media sosial untuk dakwah edukatif di lingkungan ini menjadi penting, mengingat pendekatan konvensional tidak selalu efektif untuk menjangkau perhatian siswa. Sebagaimana dinyatakan oleh (Rahmawati & Hapsari, 2021) komunikasi dakwah harus mengikuti perkembangan zaman agar tetap relevan dan dapat diterima oleh audiens.

Fenomena meningkatnya konten dakwah di Instagram dan TikTok menunjukkan adanya upaya-upaya kreatif dari para dai muda, influencer Muslim, hingga institusi pendidikan dalam menyampaikan pesan Islam. Konten seperti ceramah singkat, kutipan motivasi Islami, dan video edukatif keagamaan menjadi bentuk dakwah yang diminati oleh kalangan pelajar (Mamik, 2015). Hal ini membuka ruang bagi sekolah dan guru pendidikan agama Islam untuk berinovasi dalam strategi dakwah yang edukatif.

Namun demikian, efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah edukatif perlu dikaji secara sistematis. Penggunaan media sosial tidak hanya dilihat dari frekuensi penggunaannya, tetapi juga dari dampaknya terhadap pemahaman, sikap, dan perilaku siswa dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Menurut (Munir, 2022), efektivitas dakwah digital tergantung pada kualitas pesan, ketepatan media, dan penerimaan audiens.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat pembelajaran keagamaan yang efektif jika dirancang dengan pendekatan edukatif, interaktif, dan kontekstual (Yusri, 2021). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi seberapa jauh Instagram dan TikTok dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran religius dan pemahaman nilai-nilai Islam pada siswa.

Penelitian ini berfokus pada efektivitas Instagram dan TikTok sebagai media dakwah edukatif di lingkungan siswa SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa terhadap konten dakwah di kedua platform tersebut, serta pengaruhnya terhadap sikap keagamaan mereka. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan metode dakwah Islam yang relevan dengan dunia remaja digital. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan para pendidik dan da'i digital dapat merancang strategi dakwah yang lebih efektif melalui media sosial, khususnya dalam konteks pendidikan Islam di sekolah menengah. Dakwah yang edukatif, kreatif, dan berbasis media sosial akan menjadi kekuatan baru dalam pembinaan akhlak dan spiritualitas siswa di era modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam efektivitas penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai sarana dakwah edukatif di kalangan siswa SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena dalam konteks kehidupan nyata dengan detail dan menyeluruh. Menurut (Yin, 2018) studi kasus kualitatif cocok digunakan untuk meneliti peristiwa kontemporer dalam kehidupan nyata, di mana batas antara fenomena dan konteksnya tidak jelas secara tegas. Penelitian ini berfokus pada pengalaman siswa sebagai pengguna aktif media sosial, serta persepsi mereka terhadap konten dakwah edukatif yang mereka konsumsi.

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian karena inti dari penelitian adalah memperoleh data yang dibutuhkan. Beragam metode dapat digunakan dalam pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022); (Annur et al., 2024). Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan mewawancarai informan menggunakan panduan wawancara yang dirancang sesuai dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh valid dan reliabel. Proses ini didukung oleh penggunaan alat perekam suara serta pencatatan manual (Ibrahim et al., 2022). Analisis data difokuskan pada isu utama penelitian, terutama pada makna yang terkandung dalam wawasan dan pemahaman para responden (Sugiyono, 2022). Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis dan mendeskripsikan temuan tersebut. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahapan pengumpulan data, penyajian data, verifikasi, dan penarikan kesimpulan.

Untuk meningkatkan keandalan hasil, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai upaya memeriksa keabsahan data melalui berbagai sumber, teknik, dan waktu yang berbeda (Lexy J. Moleong, 2017); (Ibrahim et al., 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di lingkungan SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim, ditemukan bahwa sebagian besar siswa aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Aktivitas ini tidak hanya ditujukan untuk hiburan semata, melainkan juga untuk mengakses konten-konten yang bersifat keagamaan. Para siswa tampak cukup responsif terhadap berbagai akun dakwah yang menyajikan pesan-pesan Islami secara kreatif. Selain akun dakwah independen, akun resmi sekolah yang menyajikan konten Islami juga mendapat perhatian dari para siswa. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam pola konsumsi informasi keagamaan di kalangan remaja, dari media konvensional menuju media digital yang lebih interaktif dan dinamis (Nurfatimah & Yulianita, 2022).

Wawancara yang dilakukan dengan guru Pendidikan Agama Islam (PAI) mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah telah menjadi perhatian khusus dalam beberapa tahun terakhir. Guru-guru menyadari bahwa pendekatan konvensional di ruang kelas perlu dilengkapi dengan strategi yang lebih relevan dengan kehidupan siswa masa kini. Salah seorang guru menyampaikan bahwa video pendek yang menyisipkan pesan keislaman ternyata lebih cepat diterima oleh siswa. Format yang ringkas dan visual yang menarik menjadi alasan utama mengapa konten semacam ini lebih diminati

dibandingkan metode ceramah yang monoton. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah harus adaptif terhadap perkembangan teknologi dan gaya hidup remaja (Hasanah, 2021).

Lebih lanjut, guru PAI tersebut menjelaskan bahwa penggunaan media sosial untuk menyampaikan materi keagamaan bukan berarti menggantikan pembelajaran formal, tetapi sebagai pelengkap yang efektif. Guru juga mengamati bahwa siswa lebih antusias ketika tugas-tugas keagamaan dikaitkan dengan aktivitas di media sosial, seperti membuat konten Islami atau menganalisis video dakwah. Ini menjadi peluang besar untuk menanamkan nilai-nilai Islam secara kontekstual dan menyenangkan. Melalui pendekatan ini, siswa dapat lebih mudah menginternalisasi ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Media sosial pun menjadi jembatan yang mempertemukan dunia digital remaja dengan nilai-nilai spiritualitas yang mereka butuhkan.

Dari sisi siswa, banyak dari mereka yang menyatakan bahwa mereka lebih suka menyimak ceramah atau konten Islami melalui TikTok dibandingkan ceramah langsung di kelas. Salah satu alasannya adalah durasi konten yang pendek, bahasa yang sederhana, serta visual yang menarik dan mudah dipahami. Beberapa siswa bahkan mengaku bahwa mereka mendapatkan motivasi dan inspirasi dari quotes Islami yang muncul di linimasa mereka. Seorang siswa kelas XI menyampaikan, "Saya sering lihat video ustadz atau quotes Islami yang muncul di FYP TikTok, terus saya follow akun itu karena isinya relate sama kehidupan remaja." Pernyataan ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya wadah hiburan, tetapi juga sarana pembentukan karakter dan spiritualitas.

Temuan-temuan ini memberikan gambaran bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan keagamaan remaja masa kini. Pemanfaatannya secara positif, khususnya dalam konteks dakwah Islam, dapat menjadi strategi efektif dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan di tengah arus informasi digital. Sekolah, melalui guru-guru PAI dan pengelola akun media sosial resmi, dapat mengambil peran penting dalam mengarahkan konsumsi konten digital siswa ke arah yang membangun. Dengan pendekatan yang kreatif dan relevan, dakwah di era digital dapat menjangkau generasi muda dengan lebih luas dan bermakna. Oleh karena itu, kolaborasi antara pendidikan formal dan media digital menjadi hal yang tidak bisa dihindari dalam membentuk generasi yang religius dan melek teknologi.

Media sosial terbukti menjadi medium yang efektif untuk menjangkau generasi digital dalam konteks dakwah. Hal ini didukung oleh pendapat (Rahmawati & Hapsari, 2021) yang menyatakan bahwa dakwah modern menuntut pendekatan berbasis teknologi agar tetap efektif dan sesuai dengan konteks zaman. Platform seperti Instagram dan TikTok menawarkan algoritma yang memungkinkan konten edukatif tersebar luas dengan cepat apabila dikemas dengan strategi visual yang menarik dan sesuai dengan audiens. Temuan lapangan menunjukkan bahwa akun resmi Instagram sekolah secara konsisten membagikan konten-konten Islami seperti kutipan motivasi, dokumentasi kegiatan rohis, serta video kajian singkat. Ini menunjukkan bahwa pihak sekolah sudah mulai mengintegrasikan media sosial sebagai bagian dari strategi pembelajaran dan dakwah.

Menariknya, tidak hanya akun institusi yang aktif dalam menyebarkan pesan keislaman. Beberapa siswa juga menunjukkan inisiatif untuk menjadi produsen konten dakwah melalui akun pribadi mereka, khususnya di TikTok. Mereka membuat video motivasi Islami, tips ibadah, hingga refleksi keagamaan dari sudut pandang remaja. Aktivitas ini menunjukkan bahwa siswa tidak lagi hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga mulai mengambil peran sebagai komunikator dakwah yang relevan bagi sesama pelajar. Konten

yang dihasilkan pun terkesan lebih otentik dan sesuai dengan gaya bahasa serta visual anak muda. Keterlibatan langsung ini menjadi salah satu indikator keberhasilan pendekatan digital dalam pendidikan agama di kalangan pelajar.

Menurut (Anwar, 2020) pelibatan siswa sebagai subjek dakwah digital mampu memperkuat internalisasi nilai-nilai keagamaan. Ketika siswa terlibat langsung dalam proses produksi konten dakwah, mereka tidak hanya memahami pesan keislaman, tetapi juga meresapinya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga diperkuat oleh pengakuan guru Pendidikan Agama Islam (PAI), yang mengatakan bahwa aktivitas digital semacam ini seringkali diawali dari pembinaan dalam kegiatan ekstrakurikuler rohis. Siswa dilatih untuk membuat konten yang bernilai edukatif dan inspiratif, lalu diarahkan untuk mengunggahnya secara konsisten. Melalui kegiatan ini, siswa belajar mengaitkan antara nilai-nilai agama dan keterampilan teknologi secara bersamaan.

Sejak pandemi COVID-19 melanda, guru PAI menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran agama mengalami peningkatan yang signifikan. Ketika pembelajaran tatap muka tidak memungkinkan, media sosial menjadi jembatan utama untuk tetap menyampaikan materi keagamaan kepada siswa. Setelah pandemi mereda dan kegiatan sekolah kembali normal, strategi digital ini tidak ditinggalkan, justru terus dipertahankan karena terbukti efektif menjangkau siswa bahkan di luar jam sekolah. Pendekatan ini menggabungkan fleksibilitas teknologi dengan muatan spiritual yang dibutuhkan generasi muda. Ini juga memberikan ruang yang luas bagi siswa untuk belajar secara mandiri dan kreatif dalam memahami ajaran Islam.

Pernyataan tersebut sejalan dengan pemikiran (Azra, 2019) yang menegaskan bahwa digitalisasi dakwah bukan sekadar mengikuti tren, tetapi merupakan bentuk adaptasi terhadap perubahan struktur komunikasi umat Islam. Dalam konteks ini, dakwah digital adalah kebutuhan strategis agar pesan-pesan keagamaan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Dengan kata lain, media sosial bukan hanya alat bantu, melainkan bagian dari ekosistem dakwah masa kini. SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim telah menunjukkan contoh praktik baik dalam pemanfaatan teknologi untuk pendidikan Islam. Baik guru maupun siswa secara aktif menjadi bagian dari gerakan dakwah digital yang mampu menjembatani nilai-nilai tradisi keislaman dengan semangat era digital.

Konten dakwah edukatif yang dianggap efektif oleh siswa adalah yang menyampaikan pesan secara ringan, menyentuh, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara, siswa cenderung menyukai konten yang berisi pesan moral, kisah inspiratif, dan tips islami praktis seperti cara menjaga shalat tepat waktu atau adab terhadap orang tua. Konten yang terlalu panjang, berbahasa kaku, atau menyerupai ceramah formal dinilai kurang menarik. Hal ini sejalan dengan pendapat (Yusri, 2021) yang menyatakan bahwa gaya dakwah yang santai namun bermakna lebih mudah diterima oleh kalangan remaja. Mereka ingin mendapatkan pemahaman agama tanpa merasa digurui atau diintimidasi oleh bahasa yang terlalu formal.

Siswa juga menekankan pentingnya aspek visual dalam menyampaikan pesan keislaman. Konten yang disertai dengan teks berjalan, musik latar yang lembut, serta ilustrasi atau animasi ringan dianggap lebih mudah dicerna dan menyenangkan untuk ditonton. Ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah tidak hanya soal isi, tetapi juga penyajian. Temuan ini memperkuat pendapat (Putri, 2021) bahwa pendekatan audio-visual dalam dakwah digital mampu mempermudah internalisasi nilai keagamaan pada pelajar. Media sosial, terutama TikTok dan Instagram, menyediakan berbagai fitur yang mendukung pengemasan konten

secara kreatif dan efektif. Oleh karena itu, pemanfaatan fitur-fitur tersebut menjadi penting dalam strategi dakwah remaja.

Observasi terhadap akun TikTok resmi sekolah mengungkapkan bahwa beberapa jenis konten mendapatkan respons positif dan interaksi tinggi. Konten seperti “Tadarus Harian”, “Tanya Jawab Seputar Ibadah”, serta “Challenge Hafalan Surah Pendek” menjadi favorit siswa. Banyak siswa yang memberikan komentar, menyukai, bahkan membagikan ulang konten tersebut ke akun pribadi mereka. Aktivitas ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga turut menyebarkan konten positif kepada lingkaran sosialnya. Kegiatan ini mencerminkan bentuk partisipasi aktif siswa dalam proses dakwah digital yang berbasis kolaborasi dan keterlibatan emosional.

Namun demikian, efektivitas dakwah melalui media sosial tetap bergantung pada pendampingan yang konsisten dari guru. Guru Pendidikan Agama Islam harus mampu berperan sebagai pembimbing spiritual sekaligus fasilitator kreatif di ruang digital. Mereka tidak hanya memberi contoh dalam membuat konten yang bermuatan nilai akidah dan akhlak, tetapi juga membekali siswa dengan keterampilan literasi digital yang bertanggung jawab. Keterlibatan aktif guru menjadi penting agar konten tidak hanya populer, tetapi juga benar secara teologis dan mendidik secara moral. Dengan kata lain, sinergi antara nilai dan teknologi harus terus dikelola agar tidak kehilangan arah dalam penyampaian.

Hal ini sesuai dengan gagasan (Nata, 2020) bahwa peran guru sebagai pendamping spiritual harus diperluas ke ruang-ruang digital, tempat di mana remaja banyak menghabiskan waktunya. Guru bukan hanya penyampai ilmu di kelas, tetapi juga pemandu arah dalam arus informasi digital yang begitu deras (Oktarina et al., 2024). Dalam konteks ini, media sosial menjadi ladang baru bagi guru dan siswa untuk menanam nilai-nilai Islam secara kontekstual, modern, dan menyentuh. Jika dikelola dengan baik, strategi dakwah digital bukan hanya mampu menyampaikan pesan agama secara luas, tetapi juga membentuk karakter religius yang kuat pada generasi muda. Oleh karena itu, kolaborasi guru dan siswa menjadi kunci utama keberhasilan dakwah digital di sekolah.

Kendala dalam pelaksanaan dakwah digital di lingkungan sekolah tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama yang ditemukan adalah keterbatasan akses jaringan internet serta kurangnya keterampilan digital di kalangan siswa. Beberapa siswa mengaku kesulitan dalam membuat konten dakwah karena tidak memiliki perangkat yang memadai, seperti kamera atau ponsel dengan kapasitas editing yang cukup. Selain itu, minimnya pengetahuan teknis dalam menulis naskah, merekam video, hingga mengedit konten menjadi hambatan tersendiri (Afriantoni et al., 2025). Situasi ini menunjukkan bahwa semangat berdakwah di kalangan siswa harus didukung oleh keterampilan dan infrastruktur yang memadai agar prosesnya dapat berjalan optimal.

Menurut (Munir, 2022) keberhasilan dakwah digital di lingkungan pendidikan sangat bergantung pada sinergi antara institusi, guru, dan peserta didik. Ketika seluruh pihak memiliki visi yang sama, maka dakwah tidak lagi dianggap sebagai aktivitas sampingan, melainkan bagian dari proses pembentukan karakter dan spiritualitas siswa. Dalam konteks ini, sekolah berperan sebagai fasilitator, guru sebagai pembimbing, dan siswa sebagai agen dakwah muda yang kreatif (Annur et al., 2023). Kolaborasi semacam ini tidak hanya memperkuat pesan keagamaan, tetapi juga mempererat hubungan antarwarga sekolah dalam semangat membangun peradaban digital yang bermakna dan religius.

Selain aspek teknis, pelaksanaan dakwah digital juga perlu dibarengi dengan penanaman nilai-nilai etika komunikasi. Guru Pendidikan Agama Islam menekankan bahwa

konten dakwah yang dibuat oleh siswa harus memperhatikan kebenaran isi, sumber dalil yang jelas, serta adab dalam menyampaikan pesan. Siswa diajak untuk tidak membuat konten provokatif, menyinggung kelompok lain, atau menyampaikan pesan yang belum diverifikasi kebenarannya (Annur, 2016). Prinsip ini penting agar dakwah digital tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif dan mendamaikan. Dalam hal ini, etika menjadi fondasi utama agar dakwah tidak melenceng dari tujuan utamanya, yaitu menyebarkan kebaikan dan nilai-nilai Islam.

Hal ini sejalan dengan nilai dakwah bil hikmah sebagaimana yang tercantum dalam Q.S. An-Nahl: 125, yang menekankan pentingnya menyampaikan kebenaran dengan cara yang bijak dan penuh kelembutan. Etika dakwah digital mencakup sikap santun, bahasa yang baik, serta kepedulian terhadap dampak pesan yang disampaikan. Melalui pendekatan ini, siswa diajarkan bahwa berdakwah bukan hanya soal menyebar informasi agama, tetapi juga bagaimana menjadi teladan dalam perilaku dan komunikasi. Jika nilai-nilai ini tertanam kuat, maka dakwah digital yang dikembangkan di sekolah tidak hanya berdampak internal, tetapi juga dapat memberikan pengaruh positif di lingkungan yang lebih luas.

Dari segi dampak, keberadaan konten dakwah di media sosial ternyata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keagamaan siswa. Banyak siswa mengaku lebih termotivasi untuk menjalankan ibadah setelah rutin menyimak video dakwah di Instagram dan TikTok. Beberapa di antara mereka mulai rajin melaksanakan salat lima waktu, menjaga akhlak dalam pergaulan, serta meningkatkan semangat belajar agama. Mereka merasa bahwa konten-konten tersebut relevan dengan kehidupan sehari-hari dan mampu menyentuh kondisi pribadi yang sedang mereka alami. Konten yang singkat namun menyentuh tersebut menjadi pemicu refleksi diri dan keinginan untuk berubah ke arah yang lebih baik.

Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) juga mengamati perubahan positif yang cukup nyata pada siswa, khususnya mereka yang aktif mengikuti akun dakwah sekolah. Perubahan tersebut terlihat dari sikap yang lebih terbuka dalam berdiskusi soal agama, inisiatif untuk terlibat dalam kegiatan keagamaan, serta keinginan untuk mengajak teman-teman mereka ikut serta. Fenomena ini menjadi bukti bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memiliki potensi sebagai alat transformasi spiritual. Ketika digunakan secara bijak dan diarahkan dengan tepat, media sosial mampu menumbuhkan kesadaran religius secara bertahap dan berkelanjutan di kalangan pelajar.

Efektivitas dakwah edukatif melalui media sosial tidak hanya diukur dari banyaknya konten yang dihasilkan, tetapi juga dari dampak psikologis dan sosial yang ditimbulkan. Siswa tidak lagi merasa canggung membicarakan isu-isu agama, bahkan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai bagian dari gaya hidup mereka (Pratiwi & Zakiah, 2024). Mereka mulai menjadikan tokoh dakwah digital sebagai panutan, dan menjadikan konten Islami sebagai sumber motivasi harian. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi media pembentuk karakter jika dikemas dengan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan bahasa anak muda. Konteks ini memperkuat pentingnya strategi dakwah yang bersifat humanis, kreatif, dan relevan.

Secara keseluruhan, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan TikTok, terbukti efektif sebagai sarana dakwah edukatif di lingkungan SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. Perubahan pada aspek pemahaman, sikap, dan perilaku keagamaan siswa menjadi indikator keberhasilan pendekatan ini. Media sosial berperan sebagai jembatan antara nilai-nilai Islam dan realitas keseharian generasi muda. Dengan desain konten yang menarik, pendekatan yang kolaboratif, serta pemanfaatan

teknologi yang cermat, dakwah digital mampu menjadi gerakan pembinaan spiritual yang membumi, aktual, dan berdaya ubah.

Oleh karena itu, keberlanjutan program dakwah digital perlu terus diperkuat oleh berbagai pihak, terutama institusi pendidikan Islam. Sekolah perlu menyediakan fasilitas dan pelatihan, guru harus tetap menjadi pendamping aktif, dan siswa diberi ruang untuk berekspresi secara Islami di dunia digital. Kolaborasi ini akan menjadikan dakwah digital tidak hanya sebagai tren sesaat, tetapi sebagai model pembelajaran agama yang adaptif dan transformatif. Dengan terus mendorong inovasi dan menjaga nilai-nilai etika, media sosial dapat menjadi instrumen yang efektif dalam membentuk generasi muslim yang religius, cerdas digital, dan berkarakter mulia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, memiliki efektivitas yang tinggi sebagai sarana dakwah edukatif bagi siswa SMA Muhammadiyah 2 Tanjung Enim. Kedua platform ini mampu menjembatani penyampaian pesan-pesan keislaman dengan gaya yang lebih kreatif, ringan, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital saat ini. Siswa menunjukkan antusiasme yang besar terhadap konten dakwah yang disampaikan dalam bentuk visual dan audiovisual singkat, yang mudah diakses dan dicerna dalam waktu singkat. Selain sebagai media penerimaan pesan, media sosial juga menjadi ruang ekspresi keislaman bagi siswa. Mereka tidak hanya menjadi audiens, tetapi juga turut memproduksi konten dakwah melalui akun pribadi maupun akun sekolah. Interaksi siswa terhadap konten dakwah seperti komentar, likes, dan repost menunjukkan adanya penerimaan dan penginternalisasian nilai-nilai Islam secara bertahap. Hal ini memperkuat peran media sosial sebagai sarana transformasi spiritual di lingkungan pendidikan. Untuk menjaga efektivitas dakwah digital, diperlukan pendampingan guru, pelatihan media digital, serta penguatan etika bermedia agar pesan-pesan Islam tersampaikan dengan baik, benar, dan berdampak positif bagi perkembangan akhlak siswa.

REFERENSI

- Afriantoni, A. R., Puspita, D., & Ardinata, P. S. (2025). Peran teknologi pendidikan dalam meningkatkan mutu pembelajaran di era digital: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 434–444.
- Annur, S. (2016). Penerapan metode Active Learning dalam pembelajaran PAI di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Auladi Palembang. *Al-I'tibar: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 123–144.
- Annur, S., Ibrahim, I., Khotima, U., & Marlina, L. (2024). Analisis Kebutuhan Sarana dan Prasarana Pendidikan di SMP Negeri 11 Palembang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(4), 4748–4762.
- Annur, S., Oktarina, W., Divy, E. O., Lestari, B. W. C., Khumaidi, I., Hepriyanti, L., & Astuti, S. W. (2023). Tantangan dan Strategi Pembelajaran Kurikulum Merdeka Belajar di Era Digital pada MA Muhajirin Tugumulyo Musi Rawas. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 80–84.
- Anwar, M. (2020). Strategi Dakwah di Era Digital: Peluang dan Tantangan. Kencana.
- Azra, A. (2019). Transformasi Pendidikan Islam dalam Era Digital. Prenadamedia Group. ISBN.

- Hasanah, U. (2021). Peran media sosial dalam dakwah Islam di era digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 155–170.
- Hidayat, R., & Sari, N. (2020). Efektivitas Media Sosial dalam Dakwah Remaja di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 135–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.135-150>
- Ibrahim, Aulia, D. R., & Setyaningsih, K. (2022). GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS KEPALA SEKOLAH. *Produ: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 11–21.
- Ibrahim, I., Zainuri, A., Hidayat, H., Zulkipli, Z., & Noviana, R. (2021). Kinerja Pegawai Tata Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jambura Journal of Educational Management*, 2(September), 137–146. <https://doi.org/10.37411/jjem.v2i2.997>
- Lexy J. Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT remaja RosdaKarya.
- Mamik. (2015). *Metodelogi Kualitatif*. In C. Anwar (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi). Zifatama Publisher.
- Miles, & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Munir, M. (2022). Pengaruh Dakwah di Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(1), 45–58.
- Nata, A. (2020). *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep dan Praktik*. Rajawali Pers. ISBN.
- Nurfatimah, S., & Yulianita, N. (2022). Media sosial sebagai sarana dakwah Islam: Studi terhadap remaja pengguna Instagram. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 45–56.
- Oktarina, W., Lestari, C., & Annur, S. (2024). CHALLENGES FOR DEVELOPING TEACHER COMPETENCIES IN THE CONCENT ERA. *PROCEEDING OF INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION, SOCIETY AND HUMANITY*, 2(1), 916–920.
- Pratiwi, A., & Zakiyah, N. (2024). Pengaruh media sosial terhadap proses pembelajaran siswa di MTs An-Nur Nurul Fajri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 30–39.
- Putri, A. R. (2021). Instagram sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 23–38.
- Rahmawati, A., & Hapsari, R. (2021). Komunikasi Dakwah di Era New Media. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 98–110.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yusri, F. (2021). Dakwah Edukatif di Media Sosial: Studi Kasus Dai Muda Indonesia. *At-Turats: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 15(2), 200–215.