



Accepted:	Revised:	Published:
Januari 2025	Februari 2025	April 2025

Pengaruh Dakwah Melalui Media Digital Canva dalam Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Mahasiswa

Atikah Hairani

STAI UISU Pematangsiantar

Gmail: atikahhairanistaiuisu@gmail.com

Sulastri

STAI UISU Pematangsiantar

Gmail: sayasulastri63@gmail.com

Abstract

This research aims 1) to analyze whether da'wah through digital media in the form of Canva has an effect in increasing understanding of religion among students, 2) to analyze whether da'wah through digital media in the form of Canva has a positive or negative effect in increasing understanding of religion among students. This research uses the method quantitative involving 77 students from 3 study programs at the Islamic University of North Sumatra Pematangsiantar. The research data was obtained through distributing an online questionnaire via Google Form to look at trends in data access activities via Canva digital media among students and to determine the increase in understanding of religion among students. Then the data was processed using the SPSS.16 application using simple regression analysis and the results of the analysis using simple regression Anava test obtained a significant value of $0.000 < 0.05$, thus the Canva digital preaching media had an influence in increasing understanding of religion among students, then it was obtained The coefficient value is 0.820, this shows that the influence is positive. The magnitude of the influence is 84.9%.

Keywords: Digital da'wah, religious understanding, Canva.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan 1) untuk menganalisis apakah dakwah melalui media digital berupa canva berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa, 2) untuk menganalisis apakah dakwah melalui media digital berupa canva berpengaruh positif atau negatif dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan 77 mahasiswa dari 3 program studi di STAI UISU Pematangsiantar. Adapun data penelitiannya diperoleh melalui penyebaran angket secara online melalui google form melihat kecenderungan kegiatan akses data melalui media digital canva di kalangan mahasiswa dan untuk mengetahui peningkatan pemahaman agama di kalangan mahasiswa. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS.16 dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan diperoleh hasil analisis dengan

menggunakan regresi sederhana uji Anava diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian media dakwah digital canva berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa, kemudian diperoleh nilai koefisiens sebesar 0,820, hal ini menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan adalah positif. Adapun besaran pengaruhnya yaitu 84,9 %.

Kata Kunci: *Dakwah digital, Pemahaman agama, Canva.*

Pendahuluan

Aspek kehidupan dewasa ini telah mengalami perubahan pesat dari segala sisi. Perubahan ini tentunya diharapkan untuk perbaikan ke arah yang lebih baik. Perubahan yang berkembang pesat setiap harinya diantaranya adalah perubahan cara berkomunikasi dan memperoleh informasi.¹ Proses komunikasi dan memperoleh informasi, pada awalnya dilakukan secara tatap muka langsung baik oleh pengirim informasi maupun orang yang akan memperoleh informasi, begitu juga sebaliknya.² Namun, dengan hadirnya suatu perubahan yaitu kehadiran teknologi yang semakin berkembang, saat ini proses komunikasi dan memperoleh informasi tidak lagi harus bertatap muka secara langsung, melainkan setiap orang dapat memberikan dan menerima informasi dimana saja dan kapan saja dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang ada. Proses seperti ini juga telah terjadi pada kegiatan dakwah.

Saat ini, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan melalui pertemuan tatap muka secara langsung untuk menyampaikan dan menerima informasi keagamaan, melainkan dapat disampaikan dan dicari melalui berbagai platform seperti Youtube, Podcast, Facebook, Instagram, Canva, Capcut dan berbagai situs web lainnya. Kegiatan dakwah seperti ini biasanya disebut dengan dakwah digital. Pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah dilakukan untuk sebuah perubahan ke arah yang lebih baik.³ Syekh al-Baby al-Khuli, menjelaskan juga terkait hal ini bahwasannya perubahan ini terkait sebuah pemindahan situasi, dari situasi baik ke situasi yang lebih baik, dari situasi tidak layak menjadi layak, dari situasi tertinggal ke situasi yang maju, bahkan dari situasi yang minim ilmu ke situasi yang berilmu, yang demikian ini mencakup seluruh aspek kehidupan.⁴

Kehadiran media dakwah digital memberikan daya tarik tressendiri kepada para pengaksesnya. Dengan berkembangnya akses teknologi dan informasi, cara dakwah juga ikut berkembang pula. Generasi masa kini telah mendapatkan informasi bukan

¹ Usman, “Komunikasi Pendidikan Berbasis Blended Learning Dalam Membentuk Kemandirian Belajar,” *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2019): 136–150.

² Euis Mukaromah, “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Gairah Belajar Siswa,” *Indonesian Journal of Education Management & Administration Review* 4 Number 1 (2020).

³ M. Zaini and S. Soenarto, “Persepsi Orangtua Terhadap Hadirnya Era Teknologi Digital Di Kalangan Anak Usia Dini,” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 3, no. 1 (2019): 254–64, <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/obsesi.v3i1.127>.

⁴ A. Iqbal, M., & Asman, “Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2021): 172–83, <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/jid.v4i2.9421>.

hanya sekedar mendengarkan tausiah dakwah di atas mimbar. Ini tentunya dilakukan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan sajian yang menarik, efektif dan efisien. Sehingga pendengar akan terus tertarik untuk mengikuti dan mendengarkan tausiah yang disampaikan.⁵ Kehadirannya memberikan pengaruh positif dalam aktivitas penyampaian dakwah.⁶ Kontes dakwah kini tidak cukup hanya dengan memberikan nasehat dan ceramah secara langsung, disini dakwah harus beradaptasi dengan zaman, agar jangkauannya semakin luas. Dakwah dengan menggunakan media digital memungkinkan untuk menyampaikan pesan dengan berbagai latar belakang yang berbeda.⁷

Pemanfaatan perkembangan digital dalam kegiatan dakwah, diharapkan dapat membuat akses pemberian informasi dan menerima informasi dapat lebih baik dan menyebar luas tanpa ada batas ruang dan waktu. Dakwah dengan media digital seperti ini digolongkan menjadi kategori dakwah bil-lisan jenis komunikasi skunder artinya dakwah yang dilakukan tidak dengan tatap muka secara langsung namun dilakukan dengan menggunakan media berupa teknologi digital. Dakwah seperti ini harus terus dikembangkan baik kuantitas maupun kualitasnya.⁸ Hal ini perlu dilakukan sebab dakwah digital memudahkan akses terhadap materi keagamaan bagi generasi muda, khususnya mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi dan waktu yang terbatas. Hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pemahaman agama tanpa harus terikat pada waktu dan tempat tertentu. Namun, meskipun dakwah digital semakin populer, belum banyak penelitian yang secara empiris mengukur pengaruhnya dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh media digital canva dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian dimana data penelitiannya berupa angka yang pengolahan datanya menggunakan analisis statistik.⁹ Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 77 mahasiswa dari 3 program studi di Universitas Islam Sumatera Utara Pematangsiantar. Penentuan sampel pada riset ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dari tenaga pendidik yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket skala linker yang

⁵ R Mardiana, “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial,” *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 02 (2020): 148–58, <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>.

⁶ A Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital,” *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): 339–56.

⁷ H. N. Sofyan, H. Muzniyyah, and I. Mubarok, “Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam,” *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2024): 79–88, <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.725>.

⁸ A Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah.*, 2019.

⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)* (Sleman: Penerbit Deepublish, 2018).

disebar melalui link google form. Dalam pengolahan datanya tidak dilakukan secara manual, melainkan menggunakan aplikasi pendukung tambahan yaitu aplikasi SPSS.16. Aplikasi ini akan membantu dalam pengolahan data secara lebih detail.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti telah melakukan penelitian terhadap variabel X (Pengaruh Media Digital Canva) dan variabel Y (Pemahaman Agama Mahasiswa), melalui data yang diperoleh selama survei. Data tersebut telah peneliti olah dengan menggunakan aplikasi SPSS.16 untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan apakah pengaruhnya positif atau sebaliknya, untuk itu digunakanlah analisis regresi sederhana terhadap data yang telah ada dan diperolehlah hasil penelitian berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Model Summary

Model Summary

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.849	.847	1.716

a. Predictors: (Constant), X

Tabel di atas untuk menunjukkan nilai korelasi dan besaran pengaruh dari koefisien X terhadap Y. Dapat dilihat pada tabel R (korelasi/hubungan) sebesar 0,921 dan dari output tersebut diperoleh pula koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,849. Maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 84,9%.

Tabel 2. Hasil Uji Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1241.390	1	1241.390	421.435	.000 ^a
	Residual	220.922	75	2.946		
	Total	1462.312	76			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Pemahaman Agama Mahasiswa

Dari tabel output hasil uji anova ini diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai ini $< 0,05$ dimana. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh. Artinya jelas bahwa media dakwah digital canva berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman agama mahasiswa. Kemudian untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel Y ditentukan oleh penjelasan tabel hasil coefficients berikut.

**Tabel 3. Hasil Uji Coefficiens
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.024	.767		3.943	.000
X	.820	.040	.921	20.529	.000

a. Dependent Variable: Pemahaman Agama Mahasiswa

Untuk mengetahui apakah berpengaruh positif atau negatif, maka dapat dilihat dari tabel coefficiens variabel X dimana hasil yang diperoleh bernilai positif yaitu sebesar 0,820. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X terhadap Y berpengaruh positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media dakwah digital berupa aplikasi canva telah terbukti memiliki pengaruh dalam meningkatkan pemahaman agama mahasiswa, pengaruh yang ditimbulkan juga cukup besar yaitu sebesar 84,9% hal ini menunjukkan bahwa kehadiran media dakwah digital telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pemahaman agama mahasiswa, apalagi pengaruh yang ditimbulkan sangat positif. Uji Anava dan koefisien yang menunjukkan adanya pengaruh positif keberadaan media dakwah digital terhadap pemahaman agama di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa UISU Pematangsiantar menjelaskan bahwa pemanfaatan dan akses informasi digital mahasiswa disana telah berada ke arah yang positif pula. Pemanfaatan media digital tidak hanya sekedar untuk bertukar informasi sesama teman, keluarga saja melainkan telah dimanfaatkan untuk mengakses konten dakwah digital dimana mereka bisa memahami agama Islam melalui konten-konten dakwah dan mampu mereka filter di tengah menyebarluasnya berita-berita yang masih diragukan kebenarannya.

Kualitas dan kuantitas suatu dakwah dapat memberikan pengaruh terhadap penerima informasi, khususnya di usia tingkat mahasiswa yang sebagian besar dikategorikan sebagai usia remaja. Dimana pada usia ini yang paling sering mengakses informasi melalui media digital, dengan adanya dakwah digital akan memperbaiki karakter dan pemahaman mereka tentang Islam.¹⁰ Dakwah menggunakan media digital dewasa ini banyak tersebar di seluruh dunia, termasuk terhadap mahasiswa di STAI UISU Pematangsiantar hampir seluruh mahasiswa di sana telah melakukan akses dakwah digital. Dakwah secara digital atau tidak dilakukan secara tatap muka. Hal ini dilakukan karena lebih efisien dalam segi waktu dan mampu diakses kapan saja dan dimana saja. Berbeda dengan dakwah yang dilakukan secara langsung.

¹⁰ N Sugestian, "Peran Dakwah Dalam Problematika Masa Remaja" (Parepare: IAIN Parepare, 2020).

Pada dasarnya masih banyak media atau platform digital lain yang sering digunakan dalam membuat konten dakwah yang disampaikan secara online selain canva, misalnya Youtube, Instagram, Capcut, Facebook, dan lain sebagainya. Tetapi pemilihan canva sebagai media yang diteliti pengaruhnya karena penggunaan canva saat ini sedang ramai diperbincangkan. Aplikasi ini menyediakan banyak fitur yang sangat menarik dan dapat digunakan untuk banyak keperluan. Bahkan ada yang sampai mengikuti kelas penggunaan canva baik secara offline maupun online. Aplikasi canva merupakan platform desain grafis yang memiliki berbagai pilihan dan opsi yang dapat memudahkan dalam membuat berbagai konten menarik seperti teks, video, animasi, audio, gambar, grafik dan sebagainya sesuai dengan hal yang diinginkan.¹¹ Dengan demikian banyaknya fitur menarik ini mampu menjadi daya tarik konten yang dibuat terhadap mahasiswa yang mengakses konten tersebut sehingga mahasiswa lebih paham terhadap konten yang dibuat dengan menggunakan canva.

Penggunaan aplikasi dalam berdakwah bukanlah suatu hal yang salah sebab pada dasarnya dakwah bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja selagi itu positif. Sebagaimana dakwah merupakan sebuah kegiatan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan agama Islam untuk merubah seseorang kearah yang lebih baik. Dimana perubahan ini menjadi dasar acuan dalam berdakwah.¹² Tidak bisa dipungkiri lagi bahwasanya perkembangan di era saat ini, semua hal telah disentuh oleh media digital, sehingga media yang ada harus kita manfaatkan sedemikian rupa agar berpengaruh positif terhadap kehidupan. Pengaruh positif dengan adanya pemanfaatan media digital, sebab ia memerankan peran yang penting dalam dakwah Islam.¹³ Pemanfaatannya mampu memberikan potensi penyampaian pesan dakwah yang lebih luas.¹⁴ Maka tidak heran media digital berupa canva juga mempengaruhi pemahaman agama di kalangan Mahasiswa.

Sebagaimana sejalan dengan penelitian yang relevan terkait pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah. Dimana kehadiran media digital dapat mempengaruhi lifestyle dan mindset masyarakat khususnya kalangan generasi muda.¹⁵ Dimana media digital dinilai efektif sebagai sarana dakwah kekinian.

¹¹ Gita Permata Puspita Hapsari and Zulherman, "Pengembangan Media Video Animasi Berbasis Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Belajar Siswa," *Jurnal Basicedu* 5, no. 4 (2021): 2386, <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1237>.

¹² I Rosyidi, "Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian," *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 5, no. 1 (2015): 75–91, <https://doi.org/10.24014/jiik.v5i1.4790>.

¹³ Rizki Akmalia and Budi Suhartono, "The Effectiveness of Making Video Tutorials in Improving Strengthening Luring Learning in Vocational High School of Gelora Pancasila Pengajaran in Academic Year 2020 / 2021," *Dharmawangsa: International Journals of The Social Science, Education and Humanitie*, 2021, 146–55.

¹⁴ E. Sinduningrum, A. M. Hilda, and M. Kamayani, "Praktik Pemanfaatan Teknologi Virtual Reality Berbasis Mobile Untuk Media Pembelajaran Merakit Personal Komputer," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 2 (2021): 482–490.

¹⁵ Tiste Putri Arini and Ratih Hasanah Sudrajad, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan Attaki)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023).

Namun memang harus tetap memperhatikan norma ketika berdakwah, agar benar-benar bermanfaat dan tidak menimbulkan permasalahan.¹⁶ Penggunaan media digital yang tidak tepat mampu memberikan dampak negatif yang perlu diwaspadai karena banyak saat ini konten dakwah yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.¹⁷ Dakwah dengan menggunakan media digital menjadi langkah yang efektif dalam penyebaran dakwah. Media ini sangat memungkinkan dijadikan sebagai salah satu sarana yang lebih baik dan kreatif. Dengan tetap pengedepankan prinsip dasar dalam pembuatan konten sebagaimana diungkapkan oleh Chaffey and Smith bahwasanya prinsip kreatif, jujur, sopan, individual, dapat mengerti keadaan audiens dan tentunya dibarengi dengan pembaharuan yang dilakukan secara berkala.¹⁸ Urgensinya penggunaan media dalam dakwah sebagaimana dakwah pada era ini dituntut untuk dapat aktual, faktual dan kontekstual. Artinya dakwah yang disampaikan melalui media digital harus mampu dijadikan sebagai langkah dalam pemecahan masalah atau solusi atas permasalahan yang sedang dialami oleh pengakses dakwah. Kemudian dakwah yang disampaikan juga harus berupa kebenaran yang nyata bukan dibuat-buat tanpa ada dasar hukumnya, dan yang terakhir dakwah yang disampaikan harus berkaitan dengan permasalahan yang ada.

Kesimpulan

Pengaruh yang ditimbulkan dengan adanya media digital dalam kegiatan dakwah sebenarnya bermacam-macam dapat berpengaruh positif atau bahkan negatif, dapat memberikan dampak untuk kemajuan atau bahkan menghancurkan. Itu semua tergantung bagaimana ketelitian pengguna dalam memberikan informasi dan mengakses informasi dari media digital yang digunakan. Tidak menutup kemungkinan untuk ke depannya tidak hanya dalam segi dakwah, bahkan dalam bidang lainnya nantinya tidak akan terlepas dari media digital. Karena saat inipun penggunaannya tidak terelakkan lagi. Sehingga sebagai pengguna harus mampu memberikan kontrol diri, mana yang baik dan buruk, sebab hal itu dapat memberikan pengaruh yang besar.

Penelitian ini tampaknya telah menjawab pengaruh dari media dakwah digital sehingga untuk penelitian selanjutnya mengenai tantangan dan solusi terhadap pengaruh yang ditimbulkan oleh media dakwah digital diera ini menjadi sangat penting, hal ini dilakukan agar setiap orang mampu menjawab solusi atas tantangan yang dialaminya terkait hal ini. Sehingga mampu mengakses dan memberikan informasi secara bijak.

¹⁶ M. Ridwan, F. Nurdin, and F. Fitriningsih, “Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa,” *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 15, no. 2 (2019), <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol15.Iss2.163>.

¹⁷ Nurul Hidayatul Ummah, ““Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital,”” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2022).

¹⁸ Nursatyo, *Daya Tarik Pesan Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial The Attractiveness of Marketing Communication Messages in Social Media* (Jakarta: Universitas Nasional, 2014).

Daftar Pustaka

Abdullah, A. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah.*, 2019.

Akmalia, Rizki, and Budi Suhartono. “The Effectiveness of Making Video Tutorials in Improving Strengthening Luring Learning in Vocational High School of Gelora Pancasila Pengajahan in Academic Year 2020 / 2021.” *Dharmawangsa: International Journals of The Social Science, Education and Humanitie*, 2021, 146–55.

Arini, Tiste Putri, and Ratih Hasanah Sudrajad. ““Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan Attaki),”” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023).

Hapsari, Gita Permata Puspita, and Zulherman. “Pengembangan Media Video Animasi Berbasis Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Belajar Siswa.” *Jurnal Basicedu* 5, no. 4 (2021): 2386. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1237>.

Iqbal, M., & Asman, A. “Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2021): 172–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/jid.v4i2.9421>.

Mardiana, R. “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial.” *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 02 (2020): 148–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>.

Mukaromah, Euis. “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Gairah Belajar Siswa.” *Indonesian Journal of Education Management & Administration Review* 4 Number 1 (2020).

Nursatyo. *Daya Tarik Pesan Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial The Attractiveness of Marketing Communication Messages in Social Media*. Jakarta: Universitas Nasional, 2014.

Ridwan, M., F. Nurdin, and F. Fitriningsih. “Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa.” *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 15, no. 2 (2019). <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol15.Iss2.163>.

Rosyidi, I. “Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian.” *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 5, no. 1 (2015): 75–91. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jii.v5i1.4790>.

Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*. Sleman: Penerbit Deepublish, 2018.

Sinduningrum, E., A. M. Hilda, and M. Kamayani. “Praktik Pemanfaatan Teknologi Virtual Reality Berbasis Mobile Untuk Media Pembelajaran Merakit Personal

Komputer.” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 2 (2021): 482–490.

Sofyan, H. N., H. Muzniyyah, and I. Mubarok. “Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam.” *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2024): 79–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.725>.

Sugiestian, N. “Peran Dakwah Dalam Problematika Masa Remaja.” Parepare: IAIN Parepare, 2020.

Ummah, Nurul Hidayatul. “Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2022).

Usman. “Komunikasi Pendidikan Berbasis Blended Learning Dalam Membentuk Kemandirian Belajar.” *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2019): 136–150.

Wibowo, A. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital.” *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): 339–56.

Zaini, M., and S. Soenarto. “Persepsi Orangtua Terhadap Hadirnya Era Teknologi Digital Di Kalangan Anak Usia Dini.” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 3, no. 1 (2019): 254–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/obsesi.v3i1.127>.