



## Transformasi Organisasi Islam di Era Digital

**Marzuki Manurung<sup>1\*</sup>, Thorino Ivan Doloksaribu<sup>2</sup>, Mahdy Husnul Widad<sup>3</sup>**

Program Studi Pemikiran Politik Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

\*Corresponding author

E-mail addresses : [marzuki1100000173@uinsu.ac.id](mailto:marzuki1100000173@uinsu.ac.id)

### ARTICLE INFO

**Article history:**

Received July 02, 2025

Revised July 15, 2025

Accepted July 19, 2025

Available online July 20, 2025

**Kata Kunci:**

Transformasi Digital; Organisasi Islam; Teknologi; Dakwah; Direksi.

**Keywords:**

Digital transformation; Islamic organizations; technology; da'wah; management.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Sagita Akademia Maju.

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk organisasi Islam. Transformasi digital mengharuskan organisasi-organisasi ini untuk beradaptasi dalam hal manajemen, komunikasi, dan diseminasi dakwah agar tetap relevan di era modern. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana organisasi Islam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan mereka, meningkatkan efektivitas program, dan mengatasi tantangan seperti informasi yang salah dan pergeseran pola interaksi masyarakat. Penelitian ini menggunakan tinjauan literatur dan analisis studi kasus dari beberapa organisasi Islam yang telah mengadopsi platform digital. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital menawarkan peluang signifikan untuk memperkuat jaringan keanggotaan, merampingkan koordinasi, dan meningkatkan transparansi. Namun, diperlukan pendekatan strategis untuk menjaga keseimbangan antara nilai-nilai Islam dan dinamika teknologi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi organisasi Islam dalam merancang strategi transformasi digital yang efektif dan berkelanjutan.

### ABSTRACT

The advancement of digital technology has significantly impacted various aspects of life, including Islamic organizations. Digital transformation requires these organizations to adapt in terms of management, communication, and da'wah dissemination to remain relevant in the modern era. This study aims to analyze how Islamic organizations utilize digital technology to expand their reach, enhance program effectiveness, and address challenges such as misinformation and shifting societal interaction patterns. The research employs a literature review and case study analysis of several Islamic organizations that have adopted digital platforms. The findings indicate that digital transformation offers significant opportunities to strengthen membership networks, streamline coordination, and improve transparency. However, a strategic approach is needed to maintain a balance between Islamic values and technological dynamics. This study is expected to serve as a reference for Islamic organizations in designing effective and sustainable digital transformation strategies.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan disrupsi di berbagai sektor, termasuk dalam tata kelola organisasi keagamaan, khususnya Islam (Hananto, 2019; Mamun & Ningsih, 2021). Transformasi digital tidak lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keniscayaan yang menuntut organisasi Islam untuk beradaptasi secara fundamental (Fakih, 2010; Kurniawan, 2005). Jika ditelusuri lebih dalam, perubahan ini sesungguhnya bersifat paradigmatik—tidak hanya menyentuh aspek teknis operasional, tetapi juga mengubah cara organisasi Islam berinteraksi

dengan anggota, menyampaikan dakwah, hingga membangun otoritas keilmuan di ruang digital yang cair dan kompetitif (Budiantoro, 2018; Ummah, 2020).

Fenomena menarik muncul dalam beberapa tahun terakhir. Di satu sisi, platform digital seperti media sosial, aplikasi meeting online, dan sistem manajemen berbasis cloud computing telah memungkinkan organisasi Islam menjangkau audiens global secara instan, menggalang dana dengan lebih transparan, dan mengoptimalkan administrasi keanggotaan (Arifandi & Simamora, 2023; Sopiyan et al., 2022). Namun di sisi lain, dunia digital juga melahirkan tantangan kompleks yang belum pernah dihadapi sebelumnya (Arifyadi, 2019; Herlina, 2018). Maraknya konten keagamaan yang simpang-siur, munculnya "ustadz instan" tanpa basis keilmuan yang mumpuni, hingga fragmentasi pemahaman keagamaan akibat algoritma media sosial yang bekerja secara selektif, semua ini menciptakan landscape baru yang problematis (Aisyah et al., 2019; Hew, 2018; M. Syahid Ramdhani, 2018).

Yang lebih krusial lagi, transformasi digital secara tidak langsung telah menggeser pola relasi kuasa dalam organisasi Islam (Hasanah, 2016; Pratiwi, 2018). Jika dahulu otoritas keagamaan dibangun melalui sanad ilmu dan pengalaman panjang, kini popularitas di platform digital seringkali menjadi penentu pengaruh. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan mendasar: Bagaimana organisasi Islam dapat memanfaatkan kemajuan teknologi tanpa kehilangan esensi nilai-nilai keislaman yang menjadi fondasinya? Persoalan ini tidak bisa dijawab sekadar dengan mengadopsi teknologi terbaru, tetapi memerlukan pendekatan holistik yang memadukan kecanggihan digital dengan kedalaman pemahaman agama.

Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi relevan. Dengan menganalisis transformasi organisasi Islam di era digital secara kritis, kita dapat mengidentifikasi pola-pola adaptasi yang efektif sekaligus mengantisipasi dampak negatif yang mungkin timbul. Lebih dari itu, studi ini berupaya memberikan kerangka berpikir bagaimana organisasi Islam dapat menjadi pelaku aktif – bukan sekadar penonton – dalam arus perubahan digital ini, sehingga mampu memimpin transformasi tersebut alih-alih hanya menjadi pihak yang bereaksi terhadap perubahan. Pendekatan semacam ini penting agar organisasi Islam tidak hanya survive di era digital, tetapi benar-benar bisa memanfaatkannya untuk memperkuat misi dakwah dan pemberdayaan umat secara lebih efektif dan berkelanjutan.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis transformasi organisasi Islam di era digital. Fokus penelitian adalah mengeksplorasi berbagai konsep, temuan, dan tren terkait adaptasi organisasi Islam terhadap perkembangan teknologi digital melalui sumber-sumber akademis dan data sekunder yang relevan.

*Sumber Data:*

- a. Artikel Jurnal Ilmiah terkait digitalisasi organisasi keagamaan, media Islam, dan perubahan sosial-digital.
- b. Buku & Laporan Penelitian dari lembaga riset
- c. Media Online & Konten Digital berupa artikel opini, wawancara dengan tokoh organisasi Islam, dan analisis platform digital (YouTube, Instagram, TikTok, dll.).

*Teknik Analisis*

- a. Analisis Konten Kualitatif: Mengidentifikasi pola, tema, dan wacana dominan dalam literatur yang dikaji.
  - b. Studi Komparatif: Membandingkan temuan dari berbagai sumber untuk melihat kesamaan dan perbedaan dalam strategi digital organisasi Islam.
- Critical Review: Mengevaluasi kelebihan dan kekurangan transformasi digital berdasarkan perspektif keilmuan Islam dan teori komunikasi modern.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Transformasi digital merupakan fenomena besar yang tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi dan pendidikan, tetapi juga memengaruhi gerakan keorganisasian Islam. Organisasi-organisasi Islam, baik yang berbasis kemasyarakatan seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, maupun organisasi kemahasiswaan seperti HMI, PMII, IMM, dan KAMMI, dituntut untuk melakukan penyesuaian gerakan secara strategis. Era digital menghadirkan perubahan pola komunikasi, model mobilisasi, hingga cara kaderisasi, yang seluruhnya mengubah wajah gerakan organisasi Islam secara menyeluruh.

Perubahan ini bukan hanya sekadar penggunaan teknologi digital sebagai alat bantu, tetapi menyangkut transformasi struktur, strategi, dan arah gerakan organisasi. Dalam konteks ini, gerakan organisasi Islam kini memasuki ruang-ruang baru yang lebih luas, cepat, dan dinamis. Mereka tidak lagi hanya bergerak melalui ruang fisik dan forum formal, tetapi juga melalui ruang digital yang menjadi ajang perebutan wacana dan arena mobilisasi massa yang sangat strategis.

Sebagai entitas sosial-keagamaan, organisasi Islam menghadapi tantangan besar sekaligus peluang emas. Mereka harus bisa mempertahankan nilai-nilai dasar keislaman yang moderat dan inklusif di tengah derasnya arus informasi, radikalisme digital, dan disrupsi budaya. Transformasi gerakan ini membutuhkan pendekatan yang tidak hanya adaptif, tetapi juga kritis dan progresif agar organisasi Islam tetap relevan dan mampu memberi arah bagi umat (Sihabudin et al., 2024).

#### ***Gerakan Dakwah: Digitalisasi sebagai Strategi Mobilisasi Umat***

Dakwah merupakan aktivitas sentral dalam organisasi Islam. Di era digital, dakwah tidak hanya berlangsung di masjid, majelis taklim, atau ruang-ruang fisik lainnya, melainkan telah bermigrasi ke media sosial, YouTube, podcast, hingga aplikasi dakwah khusus. Organisasi Islam menjadikan digitalisasi sebagai strategi mobilisasi kesadaran keagamaan dan penguatan nilai Islam yang toleran dan moderat. Hal ini terlihat dalam berbagai inisiatif seperti pengajian daring, kuliah WhatsApp, atau live streaming ceramah dengan interaksi real-time antara da'i dan jamaah.

Transformasi dakwah ini memberikan dampak besar dalam hal jangkauan audiens. Jika dulu ceramah hanya bisa diakses oleh jamaah yang hadir langsung, kini setiap ceramah dapat diakses jutaan orang dalam hitungan detik. Gerakan dakwah digital pun bukan lagi bersifat satu arah, tetapi interaktif dan partisipatif. Penggunaan hashtag seperti #NgajiLiterasi dan #IslamRamahanLilin

memperlihatkan bagaimana organisasi Islam mengemas dakwah sebagai alat mobilisasi kultural yang sesuai dengan karakter generasi digital.

Selain memperluas jangkauan, digitalisasi dakwah juga memperluas aktor dakwah. Para ustaz muda, aktivis keislaman, hingga para santri dengan keterampilan digital ikut terlibat dalam produksi konten dakwah yang inklusif dan progresif. Ini menciptakan dinamika baru dalam gerakan dakwah yang tidak elitis dan terpusat, melainkan bersifat kolektif dan horizontal. Dakwah digital menjadi gerakan sosial tersendiri yang terus tumbuh di tengah ekosistem media baru.

Namun demikian, organisasi Islam tetap harus berhati-hati terhadap tantangan disinformasi keagamaan dan radikalisme digital. Oleh karena itu, strategi gerakan dakwah digital juga harus dibarengi dengan literasi digital dan etika media yang kuat agar pesan Islam rahmatan lil 'alamin benar-benar dapat menjadi penyeimbang dari narasi-narasi ekstrem di ruang digital (Isma, 2025).

### ***Konsolidasi Kader: Transformasi Rekrutmen dan Pendidikan Ideologis***

Gerakan organisasi Islam tidak akan bertahan tanpa proses konsolidasi kader yang berkelanjutan. Era digital telah mengubah cara organisasi merekrut, mendidik, dan membina kader-kadernya. Platform seperti Zoom, Google Meet, dan Learning Management System (LMS) kini menjadi sarana utama dalam proses pengkaderan. Pelatihan ideologis, diskusi rutin, hingga forum musyawarah kini bisa dilakukan secara daring dengan efektivitas yang cukup tinggi.

Transformasi ini memungkinkan organisasi Islam menjangkau calon kader dari berbagai daerah, bahkan dari luar negeri. Tidak hanya memecah sekat geografis, tetapi juga mempercepat proses penguatan ideologi dan penyamaan visi. Ini adalah bentuk konsolidasi horizontal yang mendukung keberlangsungan gerakan organisasi dalam jangka panjang. Konsolidasi digital juga mendorong terciptanya kader-kader yang lebih adaptif terhadap isu kontemporer dan lebih akrab dengan teknologi informasi.

Rekrutmen kader di era digital juga mengalami perubahan paradigma. Organisasi tidak hanya mencari kader yang loyal secara ideologis, tetapi juga yang mampu mengelola narasi digital, membuat konten dakwah, dan memahami dinamika opini publik daring. Hal ini mendorong lahirnya "kader digital" yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan media organisasi dan penyebaran nilai-nilai perjuangan organisasi ke ruang publik digital.

Namun demikian, konsolidasi daring juga menghadirkan tantangan, terutama dalam menjaga kedekatan emosional dan militansi kader. Oleh karena itu, beberapa organisasi menerapkan model hybrid, yaitu menggabungkan pelatihan daring dan luring agar konsolidasi ideologis tetap kokoh dan solidaritas kader tetap terjaga. Transformasi ini menandai langkah maju organisasi Islam dalam membangun gerakan yang berorientasi masa depan (Helmi, 2024).

### ***Advokasi Isu Umat: Gerakan Kolektif Berbasis Data dan Media Sosial***

Salah satu bentuk transformasi penting dalam gerakan organisasi Islam adalah pada aspek advokasi. Jika sebelumnya advokasi lebih banyak dilakukan melalui demonstrasi dan lobi-lobi politik formal, maka kini banyak organisasi Islam mulai mengoptimalkan ruang digital sebagai kanal advokasi berbasis data. Media

sosial digunakan untuk membentuk opini publik, sementara data dijadikan basis dalam menyuarakan isu keumatan secara terukur.

Gerakan ini tampak dalam isu-isu seperti Palestina, Islamofobia, ketidakadilan sosial, dan kriminalisasi ulama. Organisasi Islam meresponsnya dengan membuat kampanye digital, petisi online, siaran pers digital, dan webinar advokasi. Tujuan utamanya bukan sekadar eksistensi, tetapi menjadi penggerak opini publik yang dapat memengaruhi kebijakan. Advokasi digital menjadi wujud nyata dari transformasi gerakan organisasi Islam yang lebih strategis, modern, dan efisien.

Contoh lainnya adalah penggunaan data hasil survei keagamaan untuk merumuskan strategi advokasi pendidikan Islam atau kebijakan zakat nasional. Dalam hal ini, organisasi Islam telah bergerak dari sekadar gerakan moral menjadi gerakan berbasis evidence yang kredibel. Data menjadi alat legitimasi untuk memperkuat posisi tawar di hadapan negara dan masyarakat luas.

Meski efektif, gerakan advokasi digital tetap menghadapi tantangan serius, seperti hoaks, manipulasi algoritma, dan serangan buzzer. Oleh karena itu, organisasi Islam perlu memiliki tim media yang kuat, dilengkapi dengan literasi digital dan kapasitas komunikasi strategis yang mumpuni agar pesan-pesan advokasi tidak hanya tersebar luas, tetapi juga berdampak nyata dalam membela kepentingan umat (Ramawardhani et al., 2025).

### ***Pemberdayaan Umat: Ekspansi Gerakan Sosial-Ekonomi Melalui Teknologi***

Organisasi Islam tidak hanya bergerak dalam ranah spiritual dan ideologis, tetapi juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi umat. Di era digital, berbagai gerakan sosial-ekonomi berbasis Islam mengalami lompatan besar. Organisasi Islam mulai mengembangkan aplikasi zakat digital, platform sedekah online, pelatihan UMKM berbasis daring, hingga koperasi syariah yang berkolaborasi dengan fintech.

Gerakan pemberdayaan ini tidak lagi bersifat top-down, tetapi partisipatif dan berbasis komunitas. Organisasi Islam membangun ekosistem ekonomi umat yang saling terhubung melalui digitalisasi program dan mobilisasi sumber daya kolektif. Misalnya, gerakan wakaf digital yang berhasil menghimpun dana miliaran rupiah dalam waktu singkat merupakan bukti nyata transformasi kekuatan ekonomi berbasis iman dan teknologi.

Inisiatif seperti pelatihan digital marketing untuk santri, program literasi keuangan syariah, dan pendampingan bisnis syariah online telah membuka ruang baru bagi umat Islam untuk mandiri secara ekonomi. Gerakan ini menunjukkan bahwa organisasi Islam mampu menjadi aktor transformasi sosial yang adaptif terhadap tantangan zaman.

Namun, keberhasilan pemberdayaan digital ini tetap bergantung pada integritas manajemen, transparansi, dan akuntabilitas program. Oleh karena itu, penguatan sistem pengawasan internal dan profesionalisme pengelolaan program sangat dibutuhkan agar gerakan pemberdayaan umat tidak hanya berkelanjutan, tetapi juga membawa keberkahan yang luas (Syamraeni et al., 2024).

### ***Reorientasi Strategi: Gerakan Organisasi dalam Ekosistem Digital***

Era digital telah mendorong organisasi Islam untuk melakukan reorientasi strategi gerakannya. Jika sebelumnya kekuatan gerakan terletak pada mobilisasi fisik massa dalam bentuk aksi, pengajian akbar, atau forum formal, kini kekuatan utama ada pada kemampuan organisasi membentuk opini publik, membangun narasi, dan mempengaruhi kebijakan melalui ruang digital.

Reorientasi ini tampak dalam perubahan strategi komunikasi organisasi. Banyak organisasi kini memiliki divisi khusus media sosial, tim konten kreatif, hingga influencer dakwah yang bertugas membangun citra organisasi di mata publik digital. Ini menandai adanya perubahan mendasar bahwa eksistensi organisasi tidak lagi cukup diukur dari jumlah massa di lapangan, tetapi dari dampak digital yang dihasilkan.

Selain itu, reorientasi ini juga menysasar generasi muda. Organisasi Islam kini aktif merekrut generasi Z dan milenial dengan pendekatan yang sesuai dengan bahasa dan budaya digital mereka. Podcast, video pendek, meme dakwah, dan kelas daring interaktif menjadi medium baru dalam menyampaikan gagasan dan nilai perjuangan organisasi kepada generasi penerus.

Namun, gerakan di ruang digital tetap harus berlandaskan pada prinsip-prinsip keorganisasian yang solid. Reorientasi strategi ini sebaiknya tidak meninggalkan nilai-nilai tradisi kaderisasi, keilmuan, dan musyawarah yang selama ini menjadi kekuatan organisasi Islam. Justru ruang digital seharusnya menjadi perluasan dari ruang perjuangan lama, bukan pengganti totalitasnya (Erman & Winario, 2024).

### ***Tantangan dan Harapan di Masa Depan***

Transformasi digital membawa berbagai tantangan bagi organisasi Islam, seperti resistensi terhadap perubahan, keterbatasan sumber daya, dan kesenjangan digital. Sebagian anggota mungkin merasa nyaman dengan metode tradisional dan enggan beradaptasi dengan teknologi baru. Selain itu, tidak semua organisasi memiliki akses atau kemampuan untuk mengimplementasikan teknologi secara efektif (Subagyo, 2024).

Untuk mengatasi tantangan ini, organisasi Islam perlu menyusun strategi transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi struktural, kultural, dan ideologis organisasi. Artinya, transformasi digital tidak bisa hanya dilihat sebagai adopsi teknologi semata, melainkan sebagai proses reorganisasi yang menyeluruh. Kepemimpinan organisasi harus memainkan peran kunci dalam membangun budaya digital, yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi, serta memberikan pelatihan berkelanjutan kepada anggotanya. Dengan demikian, resistensi terhadap perubahan dapat ditekan melalui proses internalisasi nilai-nilai digital secara perlahan, tetapi konsisten.

Dalam konteks gerakan organisasi Islam, transformasi digital juga harus menyentuh pada tata kelola dan sistem komunikasi internal. Organisasi perlu mereformasi sistem pengambilan keputusan agar lebih cepat, partisipatif, dan responsif melalui pemanfaatan teknologi seperti platform manajemen organisasi, pemungutan suara daring, dan sistem pelaporan berbasis data. Transformasi ini bukan hanya untuk efisiensi, tetapi juga untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas organisasi. Sebagai contoh, dalam struktur organisasi yang bercabang

dari pusat hingga wilayah dan cabang, penggunaan sistem database berbasis cloud dapat mempermudah konsolidasi gerakan dan distribusi informasi secara merata ke seluruh lini.

Lebih lanjut, kesenjangan digital yang masih terjadi di beberapa wilayah menuntut organisasi Islam untuk mengambil langkah afirmatif dalam pemerataan akses. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah membentuk tim relawan digital yang bertugas melatih anggota di daerah, serta mendistribusikan perangkat teknologi dasar seperti tablet atau laptop hasil donasi umat. Program literasi digital juga dapat dikolaborasikan dengan institusi pendidikan Islam seperti pesantren atau madrasah agar terintegrasi dalam kurikulum dakwah dan pendidikan kader. Gerakan ini tidak hanya menutup jarak digital, tetapi juga menciptakan kader-kader organisasi yang adaptif, produktif, dan memiliki kompetensi digital yang sesuai dengan zaman (Istighfarin et al., 2024).

Transformasi digital pada akhirnya harus menjadi bagian dari gerakan ideologis dan misi dakwah organisasi. Artinya, penggunaan teknologi tidak boleh sekadar untuk penyesuaian teknis, melainkan juga harus menguatkan peran organisasi Islam sebagai agen perubahan sosial. Misalnya, dalam gerakan sosial berbasis Islam seperti pemberdayaan ekonomi umat, advokasi keadilan sosial, atau penanggulangan krisis kemanusiaan, teknologi dapat dimanfaatkan untuk pengumpulan dana secara daring (crowdfunding), kampanye kesadaran melalui media sosial, serta mobilisasi massa secara digital dalam aksi solidaritas. Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya menjadi strategi adaptasi, tetapi juga perlu dibingkai sebagai perluasan medan dakwah dan penguatan peran sosial keummatan.

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

Transformasi digital telah menjadi kekuatan pendorong yang mengubah secara fundamental wajah gerakan organisasi Islam di Indonesia. Dari aktivitas dakwah, konsolidasi kader, advokasi isu keumatan, hingga pemberdayaan sosial-ekonomi, semuanya mengalami redefinisi melalui teknologi digital. Organisasi Islam kini bergerak secara lebih cepat, luas, dan strategis melalui pemanfaatan ruang digital yang menjadi arena utama komunikasi publik, mobilisasi wacana, dan konsolidasi umat.

Namun, transformasi ini tidak semata-mata bersifat teknologis. Ia menuntut penyesuaian struktural, strategis, dan ideologis dalam tubuh organisasi agar tetap relevan dan berdaya saing. Organisasi Islam harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai keislaman yang moderat dan inklusif ke dalam ekosistem digital yang dinamis, sekaligus menjawab tantangan seperti disinformasi, radikalisme daring, dan kesenjangan digital.

Keberhasilan transformasi digital organisasi Islam ke depan akan sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam membangun kapasitas digital kader, profesionalisme manajemen media, serta keberanian untuk berinovasi tanpa meninggalkan akar tradisi keorganisasian. Dengan begitu, organisasi Islam bukan hanya akan bertahan di era digital, tetapi justru tampil sebagai kekuatan moral dan sosial yang memberi arah bagi peradaban umat di masa depan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. A., Fachruddin, T., & Aripudin, A. (2019). Dakwah Terhadap Kaum Milenial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(3), 323–343.
- Arifandi, A., & Simamora, I. Y. (2023). Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApps Having Fun. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 306–310.
- Arifiyadi, T. (2019). Kebebasan Berekspresi, Demokrasi Dan Kebijakan Konten Internet Di Era Digital. *Senakreasi: Seminar Nasional Kreativitas Dan Studi Seni*, 1(1), 13–16. <https://conference.isi-ska.ac.id/index.php/senakreasi/article/view/38>
- Budiantoro, W. (2018). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263–281. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>
- Erman, N., & Winario, Mohd. (2024). Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kemampuan Organisasi dalam Mengatasi Krisis di Era Digital. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 11022–11034.
- Fakih, M. (2010). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Hananto, B. A. (2019). Identitas Visual Digital Brand dalam Sosial Media. *SENADA: Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi*, 2(1), 56–61. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/105>
- Hasanah, U. (2016). Perempuan Dan Dakwah Kontemporer. *Reflektika*, 11(2), 33–42. <https://doi.org/10.28944/REFLEKTIKA.V11I2.27>
- Helmi, B. (2024). Transformasi Komunikasi Islam di Era Digital: Analisis Konsep, Latar Belakang dan Tujuannya. *INTERCODE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).
- Herlina, L. (2018). Disintegrasi Sosial dalam Konten Media Sosial Facebook. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 1(2), 232–258. <https://doi.org/10.15575/jt.v1i2.3046>
- Hew, W. W. (2018). The Art of Dakwah: social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Istighfarin, A., Istikhomah, F., & Pratama, A. D. (2024). Penggunaan Media Digital dalam Komunikasi Organisasi pada Kepanduan: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 4(1), 98–105.
- Kurniawan, A. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Penerbit Pembaharuan.
- M. Syahid Ramdhani. (2018). *Strategi Dakwah Grup Nasyid Snada dalam Penyebaran Dakwah di Indonesia*.
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 223–233. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>

- Pratiwi, A. F. (2018). Film Sebagai Media Dakwah Islam. *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 2(2). <https://doi.org/10.30984/ajip.v2i2.523>
- Ramawardhani, O. V., Olimpia, E., & Sari, D. F. (2025). Gerakan Kepemimpinan Dakwah di Era Digital. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 6(1).
- Sihabudin, D., Carles, E., Warsah, I., & Hiptraspa, Z. (2024). Transformasi Dakwah Islam Melalui Strategi Dan Implementasi Di Era Digital. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 97-108. <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.908>
- Sopiyan, W., Hidayat, R. H., Setiawati, R., & Hadi, F. N. (2022). Integrasi Sosial dalam Masyarakat Beragama Sebagai Mediasi Konflik Sosial. *El-Ghiroh : Jurnal Studi Keislaman*, 20(2), 219-234. <https://doi.org/10.37092/EL-GHIROH.V20I02.381>
- Subagyo, A. (2024). *Mendesain Manajemen Perubahan Organisasi Islam: Mewujudkan Relevansi dan Ketangguhan*. Hidayatullah.or.Id.
- Syamraeni, S., Sholichah, H., & Al fajar, A. H. (2024). Transformasi Nilai Religius di Era Digital: Analisis Literatur Berdasarkan Tujuan Hifz al-'Aql. *Socio Religia*, 5(2). <https://doi.org/10.24042/sr.v5i2.25552>
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *TASÂMUH*, 18(1), 54-78. <https://doi.org/10.20414/TASAMUH.V18I1.2151>