

PENERAPAN TEKNOLOGI DI AIK DESIMINATIF: MENGOPTILMAKAN PROSES PENYEBARAN NILAI KEAGAMAAN

La Sahara¹, Mukayat Al Amin²
Universitas Muhammadiyah Surabaya^{1,2}
e-mail: yusdiyus7651@gmail.com

Diterima: 4/1/2026; Direvisi: 10/1/2026; Diterbitkan: 3/2/2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menghadirkan tantangan sekaligus peluang dalam diseminasi nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK). Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan teknologi digital serta merumuskan model optimalisasi diseminasi nilai AIK yang sesuai dengan karakteristik masyarakat digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi pada institusi yang aktif memanfaatkan platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diseminasi nilai AIK yang optimal dicapai melalui ekosistem digital multi-platform yang terintegrasi, bukan melalui satu media tunggal. Media sosial berperan dalam memperluas jangkauan, platform aplikasi mendukung interaksi personal, dan kanal video berdurasi panjang berfungsi untuk pendalaman materi. Keberhasilan strategi ini diperkuat oleh model tim hibrida yang mengombinasikan kompetensi keagamaan dan literasi digital dalam pengelolaan konten dan interaksi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi diseminasi nilai AIK memerlukan integrasi teknologi, strategi konten berlapis, kolaborasi sumber daya manusia, serta pendekatan komunitas yang interaktif. Temuan ini memberikan kontribusi konseptual berupa kerangka strategis yang dapat dijadikan acuan bagi institusi pendidikan dan dakwah dalam mengembangkan diseminasi nilai keagamaan berbasis digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Diseminasi AIK, Teknologi Digital, Pendidikan Islam, Ekosistem Multi-Platform, Dakwah Digital

ABSTRACT

The development of digital technology presents both challenges and opportunities in the dissemination of Al-Islam and Kemuhammadiyahan (AIK) values. This study aims to analyze the application of digital technology and to formulate an optimization model for disseminating AIK values that aligns with the characteristics of digital society. A qualitative case study approach was employed, with data collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation from institutions actively utilizing digital platforms. The findings indicate that effective dissemination of AIK values is achieved through an integrated multi-platform digital ecosystem rather than reliance on a single medium. Social media functions to expand outreach, application-based platforms facilitate personalized interaction, and long-form video channels support in-depth learning. The effectiveness of this strategy is strengthened by a hybrid team model that integrates religious expertise and digital literacy in content management and audience engagement. The study concludes that optimizing the dissemination of AIK values requires the integration of technology, layered content strategies, collaborative human resources, and interactive community-based approaches. These findings

contribute a conceptual framework that may serve as a reference for educational and religious institutions in developing sustainable digital-based religious value dissemination.

Keywords: *AIK Dissemination, Digital Technology, Islamic Education, Multi-platform Ecosystem, Digital Da'wah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola komunikasi, pembelajaran, dan pembentukan nilai sosial, terutama di kalangan generasi digital native yang sangat akrab dengan ruang virtual. Transformasi ini menuntut dunia pendidikan, termasuk Pendidikan Agama Islam dan pembinaan nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah (AIK), untuk menyesuaikan strategi penyampaian nilai agar tetap relevan dan bermakna. Pendidikan agama tidak lagi cukup disampaikan melalui pendekatan konvensional, tetapi perlu memanfaatkan literasi digital sebagai bagian integral dari proses pembelajaran. Yahya (2023) menegaskan bahwa integrasi literasi digital dalam Pendidikan Agama Islam merupakan kebutuhan strategis agar nilai-nilai keagamaan mampu menjangkau peserta didik secara efektif di era digital.

Sejalan dengan itu, berbagai kajian menegaskan bahwa pendidikan keagamaan di era digital tidak hanya berhadapan dengan peluang perluasan jangkauan, tetapi juga dengan tantangan perubahan pola belajar dan karakter peserta didik. Huda et al. (2024) menyatakan bahwa era digital membuka ruang inovasi pedagogis dalam pendidikan Islam, sekaligus menghadirkan tantangan serius dalam menjaga kedalaman nilai dan otentisitas ajaran. Akhyar et al. (2025) juga menegaskan bahwa pendidikan agama di era digital harus mampu menyeimbangkan antara kemajuan teknologi dan penguatan karakter religius. Dengan demikian, pengintegrasian teknologi ke dalam pembelajaran dan diseminasi nilai keislaman, termasuk AIK, bukan sekadar pilihan teknis, melainkan tuntutan strategis dalam menghadapi dinamika masyarakat digital.

Meskipun demikian, praktik penyebaran nilai-nilai keagamaan di banyak institusi masih didominasi oleh metode konvensional yang bersifat satu arah, tekstual, dan terbatas oleh ruang serta waktu. Model ceramah dan pengajaran tatap muka tradisional memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, khususnya generasi muda yang terbiasa dengan konten digital interaktif. Saadah dan Anggraeni (2025) menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan nyata antara metode pembelajaran Pendidikan Islam yang ideal di era digital dan praktik aktual yang masih minim pemanfaatan teknologi. Kondisi ini berpotensi menghambat proses internalisasi nilai karena penyampaian materi kurang selaras dengan preferensi dan karakteristik belajar peserta didik masa kini.

Di sisi lain, berbagai kajian menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki potensi besar untuk mentransformasi proses pembelajaran dan diseminasi nilai keagamaan. Integrasi teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan pembelajaran menjadi lebih interaktif, fleksibel, dan partisipatif, serta membuka ruang dialog yang lebih luas antara pendidik dan peserta didik. Fahmi et al. (2021) menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pendidikan agama dapat meningkatkan keterlibatan belajar dan pemahaman peserta didik, khususnya melalui pengembangan modul digital dan e-modul berbasis kebutuhan siswa. Selain itu, penguasaan literasi digital oleh pendidik agama juga menjadi faktor kunci agar teknologi tidak hanya digunakan sebagai media, tetapi sebagai sarana pedagogis yang bermakna (Eraku et al., 2021).

Namun demikian, kajian akademik yang secara khusus membahas penerapan teknologi digital dalam konteks diseminasi nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah (AIK) masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih menyoroti integrasi teknologi dalam pembelajaran umum atau mata pelajaran tertentu, seperti yang ditunjukkan dalam tinjauan literatur sistematis Nurlita dan Priatna (2025), tanpa fokus spesifik pada nilai-nilai keislaman AIK. Selain itu, penelitian yang ada sering kali bersifat parsial, misalnya hanya membahas penggunaan satu platform digital tanpa melihat integrasi lintas platform secara sistemik. Kesenjangan ini menunjukkan belum tersedianya model komprehensif yang mengaitkan aspek teknologi, strategi diseminasi, dan internalisasi nilai AIK secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan nilai kebaruan berupa perumusan model penerapan teknologi dalam diseminasi nilai AIK yang terintegrasi, multi-platform, dan berorientasi pada penguatan komunitas digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menitikberatkan pada aspek pembelajaran atau penggunaan teknologi secara terpisah, penelitian ini memadukan strategi diseminasi, integrasi platform digital, dan kolaborasi sumber daya manusia secara sistemik. Merujuk pada konsep strategi diseminasi inovasi yang dikemukakan oleh Wulandari et al. (2025), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta merumuskan model penerapan teknologi yang efektif dan berkelanjutan dalam konteks AIK. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi institusi pendidikan dan dakwah Muhammadiyah dalam mengoptimalkan penyebaran nilai-nilai keagamaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji secara mendalam praktik penerapan teknologi dalam diseminasi nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah (AIK) pada konteks institusional tertentu. Studi kasus difokuskan pada satu institusi atau komunitas yang secara aktif mengelola program AIK berbasis platform digital dan memiliki pengalaman minimal dua tahun dalam praktik tersebut. Subjek penelitian dipilih secara *purposive* dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten AIK digital. Unit analisis penelitian ini mencakup program diseminasi, aktivitas komunikasi keagamaan, serta pola pemanfaatan media digital dalam mendukung internalisasi nilai AIK.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipan, dan studi dokumentasi agar diperoleh gambaran yang komprehensif dan saling melengkapi. Wawancara dilakukan terhadap pengelola program, pendidik AIK, pengelola konten digital, serta peserta atau audiens aktif untuk menggali strategi, pengalaman, dan persepsi mereka terhadap efektivitas diseminasi. Observasi difokuskan pada proses produksi konten, pola interaksi di berbagai platform, dan respons audiens terhadap materi yang disajikan. Studi dokumentasi mencakup analisis arsip digital seperti unggahan media sosial, modul daring, laporan aktivitas, dan data keterlibatan pengguna sebagai bahan pendukung temuan lapangan.

Analisis data dilakukan secara berkelanjutan melalui proses pengelompokan, penafsiran, dan penarikan makna dari seluruh data yang terkumpul. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikodekan dan dikategorikan ke dalam tema-tema yang berkaitan dengan strategi, efektivitas, serta tantangan diseminasi AIK berbasis teknologi. Keabsahan temuan dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta konfirmasi hasil kepada informan utama untuk memastikan akurasi interpretasi. Dengan prosedur ini, hasil penelitian diharapkan

memiliki tingkat kredibilitas dan keterandalan yang memadai untuk dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Bagian hasil penelitian ini menyajikan temuan empiris mengenai bagaimana teknologi digital dimanfaatkan dalam proses diseminasi nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah (AIK) di lingkungan yang diteliti. Data lapangan menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak berfokus pada satu media tunggal, tetapi tersebar dalam berbagai platform digital yang digunakan secara bersamaan. Setiap platform dimanfaatkan sesuai dengan karakteristik teknis, jenis konten, serta kelompok audiens yang dilayani. Pola ini memperlihatkan bahwa kegiatan diseminasi AIK dijalankan melalui kombinasi media yang saling melengkapi dalam satu ekosistem digital.

Landscape Digital yang Tersegmentasi dan Strategi Konten Berlapis

Pemetaan platform digital yang digunakan dalam diseminasi nilai AIK ditampilkan pada Tabel 1. Tabel tersebut memuat informasi mengenai jenis platform, bentuk konten yang dominan, frekuensi unggahan, serta kelompok audiens yang menjadi sasaran utama. Data pada tabel menunjukkan adanya variasi yang jelas antara satu media dengan media lainnya dalam hal fungsi dan intensitas penggunaan. Penyajian ini menggambarkan bahwa setiap platform menempati peran tertentu dalam keseluruhan sistem penyebaran nilai keagamaan berbasis digital.

Tabel 1. Profil dan Fokus Konten AIK pada Platform Digital yang Diteliti

Platform Digital	Jenis Konten Dominan	Frekuensi Unggah/Minggu	Target Audiens Utama
Instagram & TikTok	Video pendek, infografis, kutipan nilai	7–10 kali	Generasi Z (15–24 tahun)
YouTube	Kajian tematik, dokumentasi, animasi	1–2 kali	Mahasiswa & Dewasa Muda
Aplikasi Mobile	Modul interaktif, kuis, pengingat ibadah	Harian	Santri & Aktivis
Website/ <i>E-Learning</i>	Materi PDF, video perkuliahan, forum	Sesuai jadwal	Mahasiswa & Dosen
WhatsApp Group	Informasi, tautan, diskusi terbatas	Harian	Komunitas internal

Berdasarkan Tabel 1, media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk menyampaikan konten singkat dan visual dengan intensitas unggah yang tinggi. Platform seperti YouTube dan website *e-learning* digunakan untuk menyajikan materi yang lebih panjang dan terstruktur. Aplikasi mobile dan WhatsApp Group digunakan sebagai media pendukung untuk interaksi dan penguatan keterlibatan audiens. Data ini menunjukkan adanya pembagian fungsi antar platform dalam pelaksanaan diseminasi AIK secara digital.

Paradoks Efektivitas Platform Digital

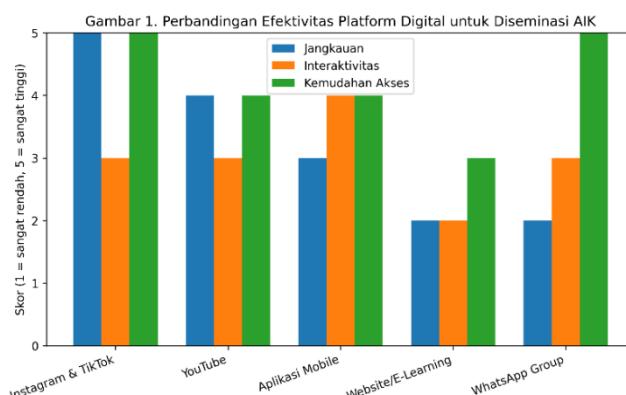
Persepsi pengelola dan audiens terhadap efektivitas masing-masing platform disajikan dalam Tabel 2. Tabel tersebut memuat empat dimensi utama, yaitu tingkat jangkauan, tingkat interaktivitas, kemudahan akses, dan daya tarik konten. Setiap platform memperoleh penilaian yang berbeda pada keempat dimensi tersebut. Informasi ini memberikan gambaran mengenai variasi karakteristik penggunaan media digital dalam konteks penyebarluasan nilai AIK.

Tabel 2. Persepsi Pengelola dan Audiens terhadap Efektivitas Platform

Platform Digital	Tingkat Jangkauan	Tingkat Interaktivitas	Kemudahan Akses	Daya Tarik Konten
Instagram & TikTok	Sangat Tinggi	Tinggi	Sangat Mudah	Sangat Menarik
YouTube	Tinggi	Sedang	Mudah	Menarik
Aplikasi Mobile	Sedang	Tinggi	Mudah	Cukup Menarik
Website/E-Learning	Terbatas	Rendah	Cukup Sulit	Kurang Menarik
WhatsApp Group	Terbatas	Sedang	Sangat Mudah	Netral

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Instagram dan TikTok memiliki tingkat jangkauan dan daya tarik yang tinggi, sedangkan aplikasi mobile menunjukkan tingkat interaktivitas yang relatif lebih besar. Website dan *e-learning* cenderung memiliki jangkauan yang lebih terbatas dibandingkan media sosial. WhatsApp Group digunakan terutama sebagai media komunikasi internal dan pertukaran informasi. Perbedaan ini mencerminkan adanya variasi fungsi dan capaian antar platform yang digunakan dalam praktik diseminasi AIK.

Perbandingan efektivitas tersebut divisualisasikan secara komparatif melalui Gambar 1. Grafik ini digunakan untuk memperjelas perbedaan karakteristik antar platform berdasarkan beberapa dimensi utama.



Gambar 1. Profil Efektivitas Komparatif Platform Digital untuk Diseminasi AIK

Perbandingan karakteristik efektivitas antar platform divisualisasikan dalam Gambar 1. Grafik tersebut memperlihatkan bagaimana masing-masing media menempati posisi yang berbeda dalam hal jangkauan audiens dan tingkat interaksi. Media sosial tampak berada pada wilayah jangkauan tinggi dengan interaksi yang relatif aktif, sedangkan aplikasi dan ruang komunitas digital menunjukkan pola keterlibatan yang lebih intens meskipun menjangkau audiens yang lebih terbatas. Representasi visual ini memberikan gambaran ringkas mengenai variasi peran setiap platform dalam ekosistem diseminasi AIK berbasis digital.

Disrupsi Kompetensi dan Model Tim Kolaboratif

Hambatan dalam penerapan teknologi digital untuk diseminasi AIK dirangkum dalam Tabel 3. Tabel ini memuat kategori kendala, contoh temuan lapangan, serta frekuensi kemunculan berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Data menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya, kesenjangan kompetensi, dan tantangan pengelolaan konten merupakan kendala yang sering muncul. Selain itu, sebagian audiens juga melaporkan adanya dinamika negatif dalam interaksi digital.

Tabel 3. Hambatan dalam Penerapan Teknologi Diseminasi AIK

Kategori Hambatan	Contoh Temuan Lapangan	Frekuensi
Sumber Daya	Keterbatasan dana produksi konten	8/8 pengelola
Kompetensi	Kesenjangan keahlian agama dan digital	7/8 pengelola
Konten	Kesulitan menyeimbangkan tren dan substansi	8/8 pengelola
Efek Negatif	Diskusi tidak sehat di kolom komentar	5/15 audiens

Informasi dalam Tabel 3 memperlihatkan bahwa seluruh pengelola menghadapi keterbatasan dana produksi konten dan kesulitan dalam menyeimbangkan antara tren digital dan substansi keagamaan. Sebagian besar pengelola juga mengalami kesenjangan antara keahlian keagamaan dan keterampilan digital. Di sisi audiens, terdapat laporan mengenai diskusi yang kurang kondusif pada beberapa ruang interaksi daring. Data ini menggambarkan kondisi faktual yang dihadapi dalam pengelolaan diseminasi AIK berbasis teknologi.

Strategi Optimalisasi Diseminasi AIK

Strategi yang digunakan untuk mengatasi berbagai kendala tersebut dirangkum dalam Tabel 4. Tabel ini memuat jenis strategi, bentuk implementasi, serta tujuan yang ingin dicapai. Setiap strategi menunjukkan pendekatan yang berbeda dalam memanfaatkan teknologi dan sumber daya yang tersedia. Penyajian ini memperlihatkan bagaimana pengelola merespons tantangan yang muncul dalam praktik diseminasi digital.

Tabel 4. Strategi Optimalisasi Diseminasi Nilai AIK

Strategi	Implementasi	Tujuan
Cross-platform promotion	Trailer di TikTok menuju YouTube	Memperluas jangkauan
Konten berlapis	Versi singkat hingga kajian mendalam	Menyesuaikan minat audiens
Engagement booster	Kuis dan sesi tanya jawab	Meningkatkan retensi
Tim kolaboratif	Ustaz, kreator, dan manajer komunitas	Menjembatani kompetensi

Berdasarkan Tabel 4, strategi lintas platform, pengembangan konten berlapis, dan pembentukan tim kolaboratif merupakan pendekatan yang digunakan dalam pengelolaan diseminasi AIK. Setiap strategi diimplementasikan melalui bentuk kegiatan yang dapat diamati, seperti promosi silang, produksi konten bertingkat, dan pembagian peran dalam tim. Data ini menunjukkan adanya pola kerja yang terstruktur dalam pemanfaatan teknologi digital. Seluruh strategi tersebut menjadi bagian dari praktik yang dijalankan oleh institusi atau komunitas yang diteliti.

Pembahasan

Pembahasan ini menegaskan bahwa temuan mengenai ekosistem digital AIK yang tersegmentasi mencerminkan karakter lanskap digital yang tidak seragam dan terus berubah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap platform memiliki logika penggunaan, budaya audiens, dan *affordance* teknologis yang berbeda, sehingga menuntut strategi diseminasi yang bersifat spesifik dan kontekstual. Temuan ini sejalan dengan pandangan Erwin et al. (2023) yang menekankan bahwa penguasaan lanskap digital mensyaratkan pemetaan kanal komunikasi berdasarkan karakteristik platform dan perilaku pengguna. Dalam konteks komunikasi keagamaan, Campbell (2017) juga menegaskan bahwa teknologi bukan sekadar alat netral, melainkan membentuk cara pesan agama diproduksi, didistribusikan, dan dimaknai, sehingga segmentasi platform dalam diseminasi AIK dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi terhadap realitas digital yang bersifat sosioteknologis.

Temuan mengenai perbedaan efektivitas antar platform memperlihatkan adanya dinamika yang tidak linier antara jangkauan audiens dan kedalaman interaksi. Platform yang memiliki kemampuan penyebarluas melalui mekanisme algoritmik cenderung efektif dalam memperbesar eksposur pesan, tetapi sering kali menghasilkan keterlibatan yang bersifat singkat. Pola ini konsisten dengan hasil Putra et al. (2024) yang menunjukkan bahwa efektivitas platform *e-learning* sangat dipengaruhi oleh keseimbangan antara kemudahan akses dan kualitas interaksi. Yujie et al. (2022) juga menekankan bahwa engagement berperan sebagai mediator penting yang menentukan apakah keterpaparan digital dapat berkembang menjadi keterlibatan yang bermakna dalam proses pembelajaran dan internalisasi nilai.

Penggunaan konten berlapis yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui pendekatan kognitif dalam pembelajaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens merespons konten singkat sebagai pintu masuk awal sebelum beralih ke materi yang lebih mendalam dan reflektif. Fenomena ini selaras dengan teori beban kognitif yang dikemukakan Skulmowski dan Xu (2022), yang menyatakan bahwa penyajian informasi secara

bertahap mampu mengurangi beban kognitif eksternal dan meningkatkan pemahaman. Praktik promosi berjenjang yang ditemukan juga sejalan dengan temuan Deliati dan Febriansyah (2025) mengenai efektivitas media sosial sebagai pengantar menuju konten inti yang lebih substantif.

Temuan tentang model tim hibrida menunjukkan adanya perubahan paradigma kompetensi dalam diseminasi nilai keagamaan di era digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penguasaan materi keagamaan saja tidak lagi memadai tanpa didukung keterampilan teknologi dan literasi media. Kondisi ini sejalan dengan temuan Ayyasy dan Maelani (2024) yang mengidentifikasi kesenjangan kompetensi sumber daya manusia sebagai salah satu tantangan utama transformasi digital. Model kolaboratif yang ditemukan juga dapat dimaknai melalui kerangka hybrid model yang dikemukakan oleh Yeh (2017), di mana penggabungan keahlian lintas disiplin menjadi prasyarat penting bagi pengembangan konten digital yang efektif dan berdaya jangkau luas.

Strategi lintas platform yang ditemukan dalam penelitian ini memperkuat pandangan bahwa optimalisasi digital tidak dapat dilakukan secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antar media memungkinkan terjadinya aliran audiens dari ruang eksposur menuju ruang pendalamannya nilai. Pola ini selaras dengan prinsip pengelolaan ekosistem digital yang dibahas oleh Erwin et al. (2023), di mana setiap kanal diposisikan sebagai bagian dari sistem komunikasi terpadu. Temuan Rosyad et al. (2025) mengenai pengembangan produk digital multi-platform juga mendukung argumen bahwa integrasi meningkatkan konsistensi pesan dan efisiensi distribusi.

Pergeseran dari pola penyiaran satu arah menuju fasilitasi komunitas digital yang ditemukan dalam penelitian ini mencerminkan perubahan mendasar dalam budaya komunikasi keagamaan. Audiens tidak lagi berperan sebagai penerima pasif, tetapi sebagai partisipan aktif yang terlibat dalam dialog dan negosiasi makna. Temuan ini sejalan dengan hasil Tatasari et al. (2025) yang menunjukkan bahwa konten interaktif berbasis video pendek mampu meningkatkan engagement melalui partisipasi audiens. Yujie et al. (2022) serta Laila et al. (2025) juga menegaskan bahwa keterlibatan aktif dan pendekatan berbasis komunitas berperan penting dalam memperkuat literasi digital dan internalisasi nilai.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa optimalisasi diseminasi nilai AIK berbasis teknologi merupakan proses integratif yang melibatkan strategi media, desain konten, kompetensi sumber daya manusia, dan dinamika audiens. Temuan penelitian memaknai teknologi bukan sebagai solusi tunggal, melainkan sebagai bagian dari sistem yang sarat dengan kompromi dan pilihan strategis, sebagaimana dianalogikan dalam analisis komparatif efektivitas teknologi oleh Ambara dan Yudistira (2025). Dengan mengelola *trade-off* antar platform, membangun tim hibrida, dan memfasilitasi komunitas digital, diseminasi nilai AIK dapat berlangsung secara lebih adaptif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penguatan pemahaman bahwa keberhasilan penyebaran nilai keagamaan di era digital ditentukan oleh sinergi sistemik, bukan oleh keunggulan satu teknologi tertentu.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa diseminasi nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK) di era digital merupakan proses sistemik yang melibatkan interaksi antara teknologi, strategi komunikasi, desain konten, dan sumber daya manusia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penyebaran nilai tidak ditentukan oleh kecanggihan platform semata, melainkan oleh kemampuan institusi membangun ekosistem digital yang

tersegmentasi dan terintegrasi. Model ini memungkinkan setiap media menjalankan fungsi yang berbeda namun saling melengkapi dalam proses internalisasi nilai. Dengan demikian, kebaruan utama penelitian ini terletak pada perumusan model diseminasi AIK berbasis ekosistem multiplatform dan komunitas digital yang dikelola secara strategis.

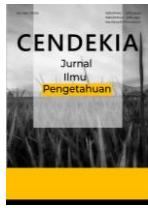
Hasil penelitian juga memaknai bahwa keberhasilan diseminasi AIK bergantung pada pengelolaan keseimbangan antara jangkauan audiens yang luas dan kualitas keterlibatan yang mendalam. Strategi multi-platform yang memadukan media terbuka, ruang pembelajaran digital, dan komunitas tertutup terbukti mampu menciptakan alur pembelajaran yang berlapis dan adaptif. Pergeseran dari komunikasi satu arah menuju fasilitasi interaksi partisipatif menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam praktik dakwah dan pendidikan nilai keagamaan. Dalam kerangka ini, audiens diposisikan sebagai subjek aktif yang berperan dalam membangun makna, bukan sekadar penerima pesan.

Pada tingkat kelembagaan, penelitian ini menyimpulkan bahwa tantangan utama transformasi digital terletak pada kompetensi sumber daya manusia dan desain kerja kolaboratif, bukan hanya pada ketersediaan teknologi. Model tim hibrida yang menggabungkan keahlian keagamaan, kreatif, dan digital menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan diseminasi AIK. Ke depan, penelitian lanjutan perlu mengembangkan indikator evaluasi yang lebih terukur, mencakup dimensi kognitif, afektif, dan perilaku, untuk menilai dampak internalisasi nilai dalam jangka panjang. Selain itu, penerapan model ini pada konteks institusi yang lebih luas, seperti sekolah, perguruan tinggi, dan komunitas daring, menjadi peluang penting bagi penguatan pendidikan dan dakwah Islam di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, M., Deliani, N., & Khadijah, K. (2025). The importance of religious education in the digital era. *International Journal of Islamic Educational Research*, 2(1), 15–30. <https://doi.org/10.61132/ijier.v2i1.146>
- Ambara, I. K. W. A. P., & Yudistira, B. G. K. (2025). Analisis komparatif efektivitas client-side encryption Cryptomator dan Rclone Crypt pada Google Drive. *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 21(2), 166–176. <https://ejournal.upnvj.ac.id/informatik/article/view/11801>
- Ayyasy, A. N., & Maelani, S. (2024). Tantangan kompetensi SDM dalam menghadapi era digital: Sebuah literatur review. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 53–59. <https://doi.org/10.70508/2egxeq43>
- Campbell, H. A. (2017). Religious communication and technology. *Annals of the International Communication Association*, 41(3–4), 228–234. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1374200>
- Deliati, A., & Febriansyah, W. (2025). Optimalisasi potensi wisata desa melalui pelatihan promosi berbasis media sosial di Desa Loloan Kecamatan Bayan Lombok Utara. *Community Service Journal*, 1(01), 18–26. <https://ejournal.icmandiri.com/index.php/ICM/article/view/146>
- Eraku, S. S., Baruadi, M. K., Anantadjaya, S. P., Fadjarajani, S., Supriatna, U., & Arifin, A. (2021). Digital literacy and educators of Islamic education. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(01), 569–576. <https://doi.org/10.30868/ei.v10i01.1533>
- Erwin, E., Riswanto, A., Sepriano, S., Zafar, T. S., & Dewi, L. K. C. (2023). *Social media marketing: Analytics & mastering the digital landscape*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

- Fahmi, A. N., Yusuf, M., & Muchtarom, M. (2021). Integration of technology in learning activities: E-module on Islamic religious education learning for vocational high school students. *Journal of Education Technology*, 5(2), 282–290. <https://doi.org/10.23887/jet.v5i2.35313>
- Huda, M., Borham, A. H., & Dewantara, M. I. (2024). Opportunities and challenges of Islamic education in the digital era. *Ar-Fachruddin: Journal of Islamic Education*, 1(1), 1–11. <https://journal.zamronedu.co.id/index.php/arfachruddin/article/view/1>
- Laila, N., Rahmawati, L., Andriani, N., & Alfian, M. (2025). Pendampingan literasi digital berbasis komunitas untuk siswa SD dalam menghadapi era digital. *SWARNA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 791–801. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna/article/view/1846>
- Nurlita, M., & Priatna, B. A. (2025). Tinjauan literatur sistematis: Implementasi ICT pada kemampuan guru matematika dalam menyajikan materi. *Indiktika: Jurnal Inovasi Pendidikan Matematika*, 7(2), 360–374. <https://doi.org/10.31851/indiktika.v7i2.15617>
- Putra, G. S., Maulana, I. I., Chayo, A. D., Haekal, M. I., & Syaharani, R. (2024). Pengukuran efektivitas platform e-learning dalam pembelajaran teknik informatika di era digital. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 3(1), 19–29. <https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1.559>
- Rakuasa, H., Hidayatullah, M., & Suwandi, M. A. (2024). Community-based education in the digital age: Challenges and opportunities. *Journal of Asian Primary Education (JoAPE)*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.59966/joape.v1i1.851>
- Rosyad, F. S., Nurhidayat, F., Jannah, W., Irwanda, E., & Pamungkas, R. W. P. (2025). Pengembangan website undangan digital multi-platform: Solusi praktis untuk era digital. *Dinasti Information and Technology*, 2(3), 113–121. <https://dinastires.org/DIT/article/view/1321>
- Saadah, N. S. N., & Anggraeni, R. (2025). Menakar relevansi metode pembelajaran konvensional pada pendidikan Islam di era digital. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi*, 5(4). <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPI/article/view/1667>
- Schreieck, M., Ondrus, J., Wiesche, M., & Krcmar, H. (2024). A typology of multi-platform integration strategies. *Information Systems Journal*, 34(3), 828–853. <https://doi.org/10.1111/isj.12450>
- Skulmowski, A., & Xu, K. M. (2022). Understanding cognitive load in digital and online learning: A new perspective on extraneous cognitive load. *Educational Psychology Review*, 34(1), 171–196. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10648-021-09624-7>
- Tatasari, T., Purnomo, S., & Dewa, A. K. (2025). Pemanfaatan konten digital berbasis video pendek untuk meningkatkan engagement pada UMKM makanan di media sosial. *Social Sciences Journal*, 3(2), 20–32. <https://journal.pdphi.com/index.php/SSJ/article/view/200>
- Untung, S. H., Muddin, M. I., Asnawi, A. R., Sindy, F., & Khasanah, L. (2025). Internalisasi nilai-nilai Islami dalam pendidikan karakter di era disruptif digital. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(2), 136–145. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JPAI/article/view/42976>
- Wulandari, M., Sugihardjo, S., & Anantanyu, S. (2025). Strategi diseminasi inovasi teknologi oleh BBP2TP (studi kasus pelaksanaan bimtek Horbunak di Kabupaten Wajo dan Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan). *Journal of Integrated Agricultural Socio-*



Economics and Entrepreneurial Research (JIASEE), 4(1), 11–20.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/jiasee/article/view/18380>

Yahya, M. S. (2023). Transformasi pendidikan agama Islam di era digital: Implementasi literasi digital dalam pembelajaran di wilayah Banyumas. *EDUKASIA Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1), 609–616. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i1.317>

Yeh, C. C. (2017). Using a hybrid model to evaluate development strategies for digital content. *Technological and Economic Development of Economy*, 23(6), 795–809. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1071293>

Yujie, Z., Al Imran Yasin, M., Alsagoff, S. A. B. S., & Hoon, A. L. (2022). The mediating role of new media engagement in this digital age. *Frontiers in Public Health*, 10, 879530. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.879530>