

jurnal tEACHING.docx

by Turnitin LLC

Submission date: 01-Oct-2026 10:06AM (UTC+0800)

Submission ID: 3047095248

File name: jurnal_tEACHING.docx (265.39K)

Word count: 6347

Character count: 42801



ANÁLISIS ISI PESAN DAKWAH DIGITAL DALAM MENDUKUNG PEMBENTUKAN KARAKTER RELIGIUS DI KALANGAN REMAJA

Izzan Naufal Al Farisi¹, Anita Puji Astutik²
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia^{1,2}
e-mail: izzanizzan84@gmail.com

Diterima: Tgl/Bulan/Tahun; Direvisi: Tgl/ Bulan/Tahun; Diterbitkan: Tgl/Bulan/Tahun

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah digital pada konten Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, mengidentifikasi nilai-nilai karakter religius yang terkandung di dalamnya, serta mendeskripsikan relevansinya dengan pembentukan karakter religius remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap 20 konten Reels Instagram yang diunggah pada periode Juni–Agustus 2026. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan pengamatan terhadap judul, caption, narasi, serta visual konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah terdiri atas tiga kategori, yaitu akidah sebanyak 6 konten, syariah 2 konten, dan akhlak 12 konten. Pesan tersebut memuat nilai keimanan, ketakwaan, tawakal, kesabaran, taubat, muhasabah, tanggung jawab, pengendalian diri, menjaga pergaulan, menjaga lisan, syukur, dan qanaah. Berdasarkan perspektif Social Learning Theory, pesan tersebut relevan sebagai sumber pembelajaran sosial dalam mendukung pembentukan karakter religius remaja, meskipun penelitian ini tidak mengukur perubahan perilaku secara langsung.

Kata Kunci: dakwah digital; Instagram; pesan dakwah; karakter religius; remaja; Social Learning Theory.

ABSTRACT (Gunakan Translator Profesional)

This study aims to analyze the content of digital da'wah messages on the Instagram account of Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, identify the religious character values contained in the messages, and describe their relevance to the formation of adolescents' religious character. This study employed a qualitative approach using content analysis of 20 Instagram Reels uploaded between June and August 2026. Data were collected through documentation and observation of the titles, captions, narration, and visual elements of the content. The findings show that the da'wah messages consist of three categories: aqidah with 6 contents, sharia with 2 contents, and akhlak with 12 contents. The messages contain values of faith, piety, trust in Allah, patience, repentance, self-reflection, responsibility, self-control, maintaining social relationships, guarding speech, gratitude, and contentment. Based on Social Learning Theory, these messages are relevant as a source of social learning in supporting the development of adolescents' religious character, although this study does not directly measure behavioral change.

Keywords: digital da'wah; Instagram; da'wah messages; religious character; adolescents; Social Learning Theory.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat diikuti dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan remaja, sehingga media sosial kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka (Nathasya Manafe et al., 2026). Remaja

yang aktif menggunakan media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu ruang untuk memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan atau dakwah (Padil & Arifin, 2024). Akses yang luas serta kemudahan penggunaan membuat media sosial menjadi pilihan utama dibandingkan sumber informasi lainnya, karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital seperti smartphone. Seiring dengan perkembangan tersebut, media sosial juga menjadi ruang utama bagi remaja dalam mencari dan mengonsumsi konten keagamaan atau dakwah (Zahra & Pratiwi, 2024). Berbagai platform digital menghadirkan konten dakwah yang dikemas secara menarik, singkat, **dan mudah dipahami, sehingga lebih sesuai dengan karakteristik** remaja. Salah satu platform yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah adalah Instagram. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola dakwah dari yang sebelumnya bersifat konvensional melalui ceramah langsung di masjid atau pengajian, menjadi dakwah digital yang lebih fleksibel dan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu (Ahmad Rizal et al., 2024). Meskipun demikian, perubahan ini juga perlu disikapi dengan bijak, terutama dalam memastikan kebenaran informasi yang diterima serta dampaknya terhadap pemahaman dan perilaku remaja.

Dakwah digital merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Islam melalui media teknologi dan internet, seperti Instagram, YouTube, podcast, website, dan aplikasi pesan. Pesan dakwah umumnya berisi ajakan untuk meningkatkan keimanan, menjalankan ibadah, berakhlak mulia, saling menghormati, serta menjauhi perbuatan buruk. Penyampaiannya dapat dikemas secara kreatif melalui berbagai bentuk konten agar mudah dipahami, khususnya oleh generasi muda. Dalam konteks penelitian ini, konten dakwah di Instagram menjadi objek kajian karena dapat memuat pesan, nilai, dan perilaku religius yang relevan dengan pembentukan karakter religius remaja (Irawan, 2025).

Dalam konteks tersebut, Social Learning Theory dapat digunakan untuk memahami bagaimana individu memperoleh pembelajaran melalui proses pengamatan terhadap lingkungan dan model yang ada di sekitarnya. Media sosial dapat menjadi salah satu lingkungan yang menyediakan berbagai model melalui konten yang ditampilkan. Dalam penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk membantu memahami relevansi pesan dakwah digital dengan nilai-nilai karakter religius, bukan untuk mengukur perubahan perilaku secara langsung.

Hal ini menjadi penting karena remaja masih berada dalam tahap pembentukan karakter, sehingga mereka lebih mudah terpengaruh oleh apa yang mereka lihat dan dengar, termasuk dari media sosial. Pada masa ini, remaja cenderung sedang mencari jati diri dan mencoba berbagai hal baru, sehingga mereka lebih terbuka terhadap berbagai informasi yang masuk tanpa selalu mempertimbangkan kebenarannya secara mendalam. Berbagai konten yang mereka konsumsi dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku mereka, baik ke arah yang positif maupun negatif, tergantung pada jenis informasi yang diterima (Agil Syakhirotul Rizkiyah, Desy Safitri, 2024). Jika konten yang diakses mengandung nilai-nilai positif, maka hal tersebut dapat membantu membentuk karakter yang baik, namun sebaliknya, jika yang dikonsumsi adalah konten yang kurang tepat, maka dapat berdampak buruk bagi perkembangan mereka (Paskaria Simbolon, Yakobus Ndonga, 2025). Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial, serta memiliki kemampuan untuk menyaring

informasi dengan baik agar tidak mudah terpengaruh oleh hal-hal yang dapat merugikan diri mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan teori pembentukan karakter (character building) yang menyatakan bahwa nilai-nilai moral dan keagamaan dapat dibentuk melalui proses pembelajaran dan pembiasaan yang terus-menerus, serta dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk media sosial (Febrianti et al., 2025).

Salah satu pendakwah yang memanfaatkan media digital dalam menyampaikan kajian keislaman adalah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Beliau lahir di Jakarta pada tahun 1983 dan menempuh pendidikan dari tingkat taman kanak-kanak hingga sekolah menengah atas di Jakarta. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah, beliau melanjutkan pendidikan di Imam Muhammad bin Su'ud University dengan fokus Ilmu Pengetahuan Syariah dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2009 (Yusup, 2021). Selanjutnya, pada tahun 2010 beliau melanjutkan pendidikan di universitas yang sama dengan fokus I'dad Lugowi. Dalam aktivitas dakwahnya, Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri menyampaikan berbagai kajian keislaman melalui media secara langsung maupun media digital. Website resminya juga memuat berbagai materi kajian dalam bentuk artikel, audio, dan video serta mencantumkan akun Instagram @muhammadnuzuldzikri sebagai salah satu media dakwah yang digunakan (Khaliza, 2023). Oleh karena itu, konten dakwah pada akun Instagram tersebut relevan untuk dikaji dalam penelitian mengenai pesan dakwah digital dan nilai-nilai karakter religius. Dakwah kini tidak lagi terikat oleh ruang dan waktu. Berbagai bentuk konten digital seperti video pendek, quotes, dan podcast memungkinkan pesan keagamaan disampaikan secara lebih luas dan mudah dipahami. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital memiliki peluang dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan, termasuk nilai karakter religius pada remaja.

Namun, di era digital saat ini, penyebaran konten di media sosial tidak selalu memberikan dampak positif. Berbagai konten yang kurang sesuai dengan nilai agama dapat memengaruhi pemahaman dan perilaku remaja (Rifyal Luthfi MR, Ade Zaenul M, 2024). Selain itu, informasi keagamaan yang tidak didukung sumber yang jelas berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, diperlukan perhatian terhadap kualitas dan kebenaran pesan dakwah yang disampaikan melalui media digital (Fitri & Ridwan, 2024).

Di sisi lain, belum diketahui secara lebih spesifik bagaimana isi pesan dakwah pada konten Instagram tertentu memuat pesan akidah, syariah, akhlak, serta nilai-nilai yang relevan dengan karakter religius remaja. Padahal, jika dimanfaatkan dengan baik, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan dan membentuk perilaku positif pada remaja. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pendidikan dan dakwah yang efektif. Konten positif seperti ceramah agama, kutipan motivasi Islami, serta gaya hidup sesuai syariat yang dibagikan oleh influencer Muslim dapat menjadi sumber inspirasi bagi remaja untuk memperkuat identitas keislaman mereka (Ulfan & Hasan, 2023). Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Sinta Purnama Sari dkk. (2025) menunjukkan bahwa dakwah digital melalui Instagram @Pesan-Trend efektif dalam membentuk karakter remaja melalui pendekatan visual, komunikatif, dan spiritual (Sinta Purnama Sari, Ahmad Wilayahtul Faqih, n.d.). Penelitian tersebut menggunakan metode analisis konten dengan fokus pada media sosial Instagram sebagai sarana dakwah digital (Indah

Duwi Astutik, 2024). Namun, penelitian tersebut lebih menekankan pada strategi dan efektivitas dakwah digital secara umum, sehingga belum secara khusus menganalisis isi pesan dakwah dan nilai-nilai karakter religius yang terkandung dalam konten Instagram (Muhammad Alfito Deanoza H et al., 2025).

Penelitian ini penting dilakukan karena adanya kebutuhan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang tersebar di media sosial. Saat ini, konten dakwah dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja, terutama remaja, namun tidak semua konten tersebut memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan ajaran agama yang benar (Uddin & Muhid, 2021). Penelitian sebelumnya membahas dakwah digital dan efektivitas/strateginya, sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah pada konten Instagram akun Muhammad Nuzul Dzikri, khususnya kategori pesan dakwah dan nilai karakter religius yang terkandung di dalamnya, dengan menggunakan perspektif Social Learning (Kurniawan & Castrawijaya, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis isi pesan dakwah dalam kaitannya dengan nilai-nilai karakter religius remaja di era digital. Pesan dakwah dalam konten tersebut mengandung nilai-nilai yang relevan dengan pembentukan karakter religius remaja (Balqis, 2026). Nilai-nilai tersebut dapat berupa keimanan, ketakwaan, tanggung jawab, kesabaran, tawakal, introspeksi diri, kepedulian terhadap sesama, dan pengendalian diri (Syafriana & Alfari, 2021). Berbagai nilai tersebut menjadi dasar penting dalam memahami bagaimana isi pesan dakwah di media sosial memiliki relevansi terhadap pembentukan karakter religius remaja (Fatmawati, 2020). Banyaknya variasi cara penyampaian, seperti melalui video, tulisan, maupun konten kreatif lainnya, menuntut adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana pesan tersebut disampaikan, apakah mudah dipahami, serta apakah isi yang disampaikan benar dan dapat dipercaya (Purwasih, 2024). Hal ini penting agar masyarakat, khususnya remaja, tidak mengalami kesalahpahaman dalam memahami ajaran agama akibat informasi yang kurang tepat (Mulyono, 2007).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pesan dakwah yang disampaikan melalui Instagram, mengidentifikasi nilai-nilai religius yang terkandung, serta mendeskripsikan relevansinya dengan pembentukan karakter religius remaja. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai bentuk dan isi pesan dakwah di Instagram serta memberikan gambaran mengenai relevansi pesan dakwah digital dengan nilai-nilai karakter religius remaja. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan masukan bagi para da'i, kreator konten, maupun masyarakat dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana dakwah yang positif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan remaja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi untuk menganalisis pesan dakwah dalam konten Instagram Muhammad Nuzul Dzikri serta nilai-nilai karakter religius yang terdapat di dalamnya. Data penelitian berasal dari 20 konten Reels Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang diunggah pada periode Juni sampai Agustus 2026. Pemilihan konten dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu konten yang berasal dari akun Muhammad Nuzul Dzikri,

Copyright (c) 2026 TEACHING : Jurnal Inovasi Keguruan dan Ilmu Pendidikan

 <https://doi.org/10.51878/teaching.v6i1>

diunggah pada periode Juni sampai Agustus 2026, berbentuk Reels, serta memuat pesan dakwah yang berkaitan dengan keimanan, ibadah, akhlak, atau perilaku religius. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan pengamatan terhadap judul, caption, narasi atau ucapan, serta visual dalam setiap konten.

Teknik analisis data menggunakan analisis isi kualitatif dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan pesan dalam setiap konten berdasarkan kategori akidah, syariah, akhlak, dan nilai-nilai karakter religius. Data yang telah dikelompokkan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan memperhatikan isi narasi, caption, dan visual dalam konten. Hasil analisis selanjutnya diinterpretasikan dan dikaitkan dengan Social Learning Theory untuk melihat relevansi pesan dakwah digital dengan nilai-nilai karakter religius remaja. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan dari keseluruhan data. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teori dengan membandingkan hasil analisis dengan teori pesan dakwah, konsep karakter religius, dan Social Learning Theory serta melakukan pengecekan kembali terhadap hasil analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Isi Pesan Dakwah Digital pada Konten Instagram

Penelitian ini menganalisis 20 konten Reels Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang dipublikasikan pada periode Juni sampai Agustus 2026. Analisis dilakukan terhadap tema dan isi pesan dakwah yang terdapat dalam setiap konten, kemudian pesan tersebut dikelompokkan berdasarkan kategori utama, yaitu pesan akidah, syariah, dan akhlak. Selain itu, setiap konten dianalisis untuk mengidentifikasi nilai-nilai karakter religius yang terkandung di dalamnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga kategori pesan dakwah tersebut terdapat dalam konten yang diteliti. Berdasarkan kategori utama atau pesan yang paling dominan, dari 20 konten terdapat 6 konten yang dikategorikan sebagai pesan akidah, 2 konten sebagai pesan syariah, dan 12 konten sebagai pesan akhlak. Kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa pesan akhlak menjadi kategori yang paling banyak ditemukan dalam data penelitian.

Tabel 1. Kategorisasi Pesan Dakwah Digital

No.	Tanggal	Bentuk Tema Konten	Judul Konten Instagram	Kategori Utama	Nilai/Pesan yang Disampaikan
1	09-08-2026	Reels Instagram	Pendidikan Utama Untuk Anak	Akidah	Tauhid dan keimanan kepada Allah
2	05-08-2026	Reels Instagram	Solusi dari Allah untuk Masalah Finansial	Syariah	Tawakal, mencari rezeki yang halal, dan tanggung jawab terhadap keluarga
3	04-08-2026	Reels Instagram	Masih Banyak Dosa, Bolehkah	Akhlak	Rendah hati, saling menasihati, dan

			Menasihati Teman?		peduli terhadap sesama
4	31-07-2026	Reels Instagram	Jalan Pintas Mendapatkan Surga	Syariah	Menuntut ilmu agama, kesungguhan, dan tanggung jawab
5	26-07-2026	Reels Instagram	Boleh Gak Sih Curhat Detail ke Allah?	Akidah	Tawakal, doa, keikhlasan, dan kedekatan kepada Allah
6	15-07-2026	Reels Instagram	Aku Takut Mati!?	Akidah	Keimanan, introspeksi diri, dan memperbanyak amal saleh
7	12-07-2026	Reels Instagram	Sering Teringat Dosa Masa Lalu, Salahkah?	Akhlak	Taubat, introspeksi diri, dan tidak kehilangan harapan
8	07-07-2026	Reels Instagram	Gerak-Gerik Teman yang Harus Diwaspadai	Akhlak	Menjaga pergaulan, saling menasihati, dan pengendalian diri
9	30-06-2026	Reels Instagram	Meminta Surga Tertinggi = Meminta Ujian?	Akidah	Keteguhan iman, tawakal, dan kesabaran
10	26-06-2026	Reels Instagram	Pentingnya Muhasabah biar Gak Salah Solusi	Akhlak	Muhasabah, kesabaran, dan tanggung jawab dalam mengambil keputusan
11	23-06-2026	Reels Instagram	Ingin Berubah Lebih Baik, Mulai dari Mana?	Akhlak	Taubat, memperbaiki diri, dan kesungguhan dalam melakukan kebaikan
12	14-06-2026	Reels Instagram	Cara Menumbuhkan Keyakinan Terkabulnya Doa	Akidah	Tawakal, sabar, ikhlas, dan berbaik sangka kepada Allah
13	09-06-2026	Reels Instagram	Mungkinkah Takut Allah, tapi Masih Maksiat?	Akhlak	Takwa, disiplin, dan pengendalian diri

14	05-06-2026	Reels Instagram	Manis di Mulut, Racun di Jiwa	Akhlak	Menjaga lisan dan bertanggung jawab atas perkataan
15	02-06-2026	Reels Instagram	Bagaimana Menghadapi Kegagalan dalam Kehidupan?	Akhlak	Sabar, tawakal, ikhtiar, dan introspeksi diri
16	17-07-2026	Reels Instagram	Belajar Arti Sabar dari Seporsi Pare	Akhlak	Kesabaran, keikhlasan, dan keteguhan dalam menghadapi kehidupan
17	18-06-2026	Reels Instagram	Kondisi Iman Setelah Haji dan Qurban	Akidah	Keimanan, ketakwaan, dan istiqamah
18	15-06-2026	Reels Instagram	Ternyata Allah Minta Kita Berbahagia	Akhlak	Syukur, qanaah, dan berpikir positif
19	22-06-2026	Reels Instagram	Jangan Putus Asa, Pintu Ampunan Selalu Terbuka	Akhlak	Taubat, harapan, dan keikhlasan
20	10-06-2026	Reels Instagram	Saat Godaan Datang, Beranikah Menolaknya?	Akhlak	Takwa, pengendalian diri, dan menjaga kehormatan

Tabel 2. Kategorisasi Pesan Dakwah Digital

No.	Kategori Utama	Jumlah Konten
1	Akidah	6
2	Syariah	2
3	Akhlak	12
4	Total	20

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa pesan dakwah dalam konten Instagram yang diteliti memiliki keterkaitan yang kuat dengan persoalan kehidupan sehari-hari. Pesan yang disampaikan tidak hanya berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga berkaitan dengan cara seseorang mengendalikan diri, berinteraksi dengan orang lain, menghadapi masalah, dan memperbaiki diri.

Dominannya pesan akhlak menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui media Instagram dalam data penelitian banyak diarahkan pada pembentukan sikap dan perilaku. Hal tersebut terlihat dari tema tentang pergaulan, menjaga lisan, menghadapi kegagalan, melakukan muhasabah, bertaubat, mengendalikan diri, serta menghadapi godaan. Dengan demikian, pesan

dakwah yang ditemukan tidak berhenti pada penyampaian pengetahuan agama, tetapi juga memberikan arahan mengenai sikap yang seharusnya diterapkan dalam kehidupan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian mengenai Instagram sebagai media dakwah yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang penyampaian pesan-pesan keislaman kepada pengguna media digital (Laily et al., 2022).

B. Pesan Akidah dalam Konten Instagram

Pesan akidah ditemukan dalam enam konten, yaitu *Pendidikan Utama Untuk Anak*, *Boleh Gak Sih Curhat Detail ke Allah?*, *Aku Takut Mati!?*, *Meminta Surga Tertinggi = Meminta Ujian?*, *Cara Menumbuhkan Keyakinan Terkabulnya Doa*, dan *Kondisi Iman Setelah Haji dan Qurban*.

Pada konten *Pendidikan Utama Untuk Anak*, pesan dakwah menekankan pentingnya pendidikan tauhid dan keimanan sejak usia dini. Pesan tersebut menunjukkan bahwa pembentukan karakter religius memiliki dasar pada penguatan keyakinan kepada Allah. Nilai keimanan menjadi dasar bagi seseorang dalam memahami hubungan antara dirinya dengan Allah serta dalam menentukan sikap dan perilakunya.

Konten *Boleh Gak Sih Curhat Detail ke Allah?* menampilkan pesan mengenai tawakal, keyakinan kepada Allah, keikhlasan dalam berdoa, dan membangun kedekatan dengan Allah. Pesan tersebut menunjukkan bahwa persoalan kehidupan dapat diarahkan kepada hubungan spiritual dengan Allah melalui doa dan sikap berserah diri. Nilai karakter religius yang tampak adalah keimanan, tawakal, dan keikhlasan.

Sementara itu, konten *Aku Takut Mati!?* mengarahkan audiens untuk mengingat kematian, meningkatkan keimanan, melakukan introspeksi diri, memperbanyak amal saleh, dan mempersiapkan kehidupan akhirat. Pesan ini menunjukkan bahwa keimanan tidak hanya berupa keyakinan, tetapi juga memiliki konsekuensi berupa kesadaran untuk memperbaiki amal dan kehidupan.

Konten *Meminta Surga Tertinggi = Meminta Ujian?* juga memperlihatkan hubungan antara keyakinan terhadap kehidupan akhirat dengan kesabaran dan tawakal dalam menghadapi ujian. Adapun konten *Cara Menumbuhkan Keyakinan Terkabulnya Doa* menekankan tawakal, kesabaran, keikhlasan, dan husnuzan kepada Allah. Sedangkan *Kondisi Iman Setelah Haji dan Qurban* menekankan pentingnya menjaga keimanan, ketakwaan, dan istiqamah setelah melaksanakan ibadah.

Dari keseluruhan konten tersebut, dapat dipahami bahwa pesan akidah dalam penelitian ini banyak diarahkan pada penguatan hubungan spiritual antara manusia dengan Allah. Nilai yang muncul tidak hanya berupa keyakinan, tetapi juga sikap tawakal, sabar, ikhlas, dan kesadaran untuk melakukan introspeksi diri (Abdul Muid, Farikha Irsyadah, 2021).

C. Pesan Syariah dalam Konten Instagram

Pesan syariah menjadi kategori yang paling sedikit ditemukan sebagai kategori utama, yaitu dua konten: *Solusi dari Allah untuk Masalah Finansial* dan *Jalan Pintas Mendapatkan Surga*.

Pada konten *Solusi dari Allah untuk Masalah Finansial*, pesan dakwah berkaitan dengan tawakal kepada Allah, mencari rezeki yang halal, menjauhi cara-cara yang haram, dan bertanggung jawab dalam memenuhi nafkah keluarga. Pesan tersebut menunjukkan bahwa

persoalan ekonomi tidak hanya dilihat dari aspek kebutuhan duniawi, tetapi juga dikaitkan dengan ketentuan agama mengenai cara memperoleh dan menggunakan rezeki.

Nilai karakter religius yang muncul antara lain tanggung jawab, kejujuran dalam mencari rezeki, dan kesadaran untuk menghindari sesuatu yang bertentangan dengan ajaran agama. Dengan demikian, pesan syariah dalam konten tersebut memiliki keterkaitan dengan perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Sementara itu, konten *Jalan Pintas Mendapatkan Surga* menekankan pentingnya menuntut ilmu agama sebagai salah satu jalan menuju surga. Pesan tersebut juga mengandung kesungguhan dalam belajar, meningkatkan keimanan, dan memperbaiki diri. Nilai yang ditampilkan adalah tanggung jawab dan kesungguhan dalam menjalankan proses kehidupan sebagai seorang Muslim.

Kedua konten tersebut menunjukkan bahwa pesan syariah dalam penelitian ini disampaikan melalui persoalan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, khususnya mengenai cara memperoleh rezeki dan pentingnya menjalankan kewajiban untuk memperoleh kebaikan akhirat (AB & Muhamad, 2025).

D. Pesan Akhlak dalam Konten Instagram

Pesan akhlak merupakan kategori yang paling dominan dalam penelitian, yaitu 12 dari 20 konten. Konten tersebut antara lain *Masih Banyak Dosa, Bolehkah Menasihati Teman?, Sering Teringat Dosa Masa Lalu, Salahkah?, Gerak-Gerik Teman yang Harus Diwaspadai, Pentingnya Muhasabah biar Gak Salah Solusi, Ingin Berubah Lebih Baik, Mulai dari Mana?, Mungkinkah Takut Allah, tapi Masih Maksiat?, Manis di Mulut, Racun di Jiwa, Bagaimana Menghadapi Kegagalan dalam Kehidupan?, Belajar Arti Sabar dari Seporsi Pare, Ternyata Allah Minta Kita Berbahagia, Jangan Putus Asa, Pintu Ampunan Selalu Terbuka, dan Saat Godaan Datang, Beranikah Menolakny?*

Konten *Masih Banyak Dosa, Bolehkah Menasihati Teman?* menekankan pentingnya saling menasihati dalam kebaikan, tetapi tetap disertai sikap rendah hati dan tidak menghakimi. Pesan tersebut menunjukkan bahwa hubungan sosial dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan menyampaikan nasihat, tetapi juga bagaimana nasihat tersebut disampaikan.

Konten *Gerak-Gerik Teman yang Harus Diwaspadai* menekankan pentingnya memilih pergaulan yang baik, saling menasihati, menghargai teman, dan menjaga diri dari pengaruh buruk. Pesan tersebut memiliki keterkaitan dengan kehidupan remaja karena lingkungan pergaulan menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan sosial mereka.

Selanjutnya, *Pentingnya Muhasabah biar Gak Salah Solusi* mengajarkan introspeksi diri, kesabaran, kehati-hatian dalam mengambil keputusan, dan tanggung jawab terhadap diri sendiri. Nilai tersebut menunjukkan pentingnya kemampuan mengevaluasi diri sebelum menentukan tindakan.

Pesan tentang perbaikan diri juga tampak dalam konten *Ingin Berubah Lebih Baik, Mulai dari Mana?* dan *Sering Teringat Dosa Masa Lalu, Salahkah?*. Kedua konten tersebut menekankan taubat, tidak berputus asa dari rahmat Allah, memperbaiki kesalahan, dan memiliki harapan terhadap ampunan Allah. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah

memberikan ruang bagi seseorang untuk menyadari kesalahan sekaligus mendorong proses perbaikan diri.

Konten *Mungkinkah Takut Allah, tapi Masih Maksiat?* menampilkan nilai takwa, disiplin, tanggung jawab, dan pengendalian diri. Pesan tersebut menghubungkan keimanan dengan perilaku, sehingga rasa takut kepada Allah tidak berhenti sebagai perasaan, tetapi diarahkan agar tercermin dalam kemampuan seseorang mengendalikan diri dari perbuatan maksiat.

Nilai pengendalian diri juga terlihat pada konten *Saat Godaan Datang, Beranikah Menolaknya?*. Konten tersebut menekankan keberanian untuk menolak godaan dan menjaga diri dari perbuatan yang bertentangan dengan perintah Allah. Sementara itu, *Manis di Mulut, Racun di Jiwa* menekankan pentingnya menjaga ucapan dan menyadari tanggung jawab moral atas perkataan.

Pada konten *Bagaimana Menghadapi Kegagalan dalam Kehidupan?* dan *Belajar Arti Sabar dari Seporsi Pare*, pesan dakwah diarahkan pada kesabaran, tawakal, keikhlasan, dan keteguhan dalam menghadapi keadaan yang tidak sesuai harapan. Sedangkan *Ternyata Allah Minta Kita Berbahagia* menampilkan nilai syukur, qanaah, dan cara memandang kehidupan secara positif.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, pesan akhlak dalam penelitian ini memiliki cakupan yang cukup luas, mulai dari hubungan dengan orang lain, pengendalian diri, perbaikan diri, kesabaran, sampai dengan cara menghadapi persoalan kehidupan (Miftahuddin, 2025). Hal tersebut memperlihatkan bahwa dakwah digital yang diteliti memiliki orientasi yang cukup kuat pada penerapan nilai agama dalam kehidupan sehari-hari (Khalisa & Suniarti, 2025).

E. Nilai-Nilai Karakter Religius yang Ditemukan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 20 konten Reels Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dziki, ditemukan berbagai nilai yang berkaitan dengan karakter religius. Nilai-nilai tersebut meliputi keimanan, ketakwaan, tawakal, kesabaran, keikhlasan, taubat, introspeksi atau muhasabah, tanggung jawab, pengendalian diri, menjaga pergaulan, menjaga lisan, syukur, qanaah, dan kesungguhan dalam memperbaiki diri. Nilai-nilai tersebut tidak muncul secara terpisah, tetapi saling berkaitan dalam pesan yang disampaikan. Dalam beberapa konten, satu pesan dakwah dapat memuat lebih dari satu nilai karakter religius, sehingga nilai yang ditemukan menunjukkan adanya hubungan antara keyakinan keagamaan dengan sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, karakter religius yang terdapat dalam konten tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan ibadah, tetapi juga mencakup cara seseorang bersikap terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan berbagai persoalan yang dihadapi.

Nilai keimanan terlihat dalam beberapa konten yang membahas hubungan manusia dengan Allah, seperti *Pendidikan Utama Untuk Anak, Boleh Gak Sih Curhat Detail ke Allah?*, *Aku Takut Mati!?*, *Meminta Surga Tertinggi = Meminta Ujian?*, *Cara Menumbuhkan Keyakinan Terkabulnya Doa*, dan *Kondisi Iman Setelah Haji dan Qurban*. Pada konten *Pendidikan Utama Untuk Anak*, misalnya, pesan yang disampaikan menekankan pentingnya pendidikan tauhid dan keimanan sejak usia dini. Sementara itu, konten *Boleh Gak Sih Curhat Detail ke Allah?* menunjukkan pentingnya menjadikan Allah sebagai tempat bergantung melalui doa dan tawakal. Pada konten *Aku Takut Mati!?* serta *Kondisi Iman Setelah Haji dan Qurban*, keimanan

juga dikaitkan dengan kesadaran untuk melakukan introspeksi, memperbanyak amal saleh, menjaga ketakwaan, dan mempertahankan keimanan setelah melaksanakan ibadah. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai keimanan dalam pesan dakwah tidak hanya dipahami sebagai keyakinan dalam hati, tetapi juga diarahkan pada sikap dan kesadaran untuk memperbaiki kehidupan sesuai dengan nilai agama.

Selain keimanan, nilai ketakwaan dan pengendalian diri juga terlihat dalam beberapa konten, terutama pada pesan yang berkaitan dengan menjauhi maksiat dan menghadapi godaan. Konten *Mungkinkah Takut Allah, tapi Masih Maksiat?* menampilkan pesan bahwa rasa takut kepada Allah perlu tercermin dalam perilaku, khususnya melalui kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri dari perbuatan yang dilarang. Nilai yang sama juga terlihat dalam konten *Saat Godaan Datang, Beranikah Menolaknya?*, yang menekankan keberanian untuk menolak godaan dan menjaga diri dari perbuatan yang bertentangan dengan perintah Allah. Dalam konteks karakter religius, pesan tersebut menunjukkan adanya hubungan antara kesadaran terhadap ajaran agama dengan kemampuan seseorang mengontrol dirinya ketika menghadapi situasi yang dapat mendorong pada perilaku negatif. Pengendalian diri menjadi bagian penting karena karakter religius tidak hanya terlihat dari pengetahuan seseorang mengenai baik dan buruk, tetapi juga dari kemampuannya untuk menentukan tindakan yang sesuai dengan nilai yang diyakininya.

Nilai taubat, introspeksi atau muhasabah, dan kesungguhan dalam memperbaiki diri juga menjadi bagian penting dalam pesan dakwah yang dianalisis. Nilai tersebut terlihat dalam konten *Sering Teringat Dosa Masa Lalu, Salahkah?, Ingin Berubah Lebih Baik, Mulai dari Mana?*, dan *Pentingnya Muhasabah biar Gak Salah Solusi*. Pada konten *Sering Teringat Dosa Masa Lalu, Salahkah?*, pesan dakwah memberikan pemahaman bahwa mengingat kesalahan masa lalu dapat menjadi bagian dari proses introspeksi selama tidak membuat seseorang kehilangan harapan. Sementara itu, konten *Ingin Berubah Lebih Baik, Mulai dari Mana?* menekankan pentingnya taubat dan usaha untuk memperbaiki diri secara sungguh-sungguh. Adapun konten *Pentingnya Muhasabah biar Gak Salah Solusi* mengarahkan seseorang untuk mengevaluasi diri sebelum mengambil keputusan. Dari ketiga konten tersebut, terlihat bahwa karakter religius juga berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menyadari kesalahan, mengevaluasi diri, memiliki harapan terhadap perbaikan, serta berusaha melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Nilai kesabaran, tawakal, dan keikhlasan terlihat pada konten yang membahas ujian, kegagalan, doa, serta persoalan kehidupan. Konten *Meminta Surga Tertinggi = Meminta Ujian?* menunjukkan bahwa keinginan mendapatkan sesuatu yang tinggi dalam kehidupan juga perlu disertai kesiapan menghadapi ujian dengan sabar dan tawakal. Nilai tersebut juga terlihat dalam konten *Bagaimana Menghadapi Kegagalan dalam Kehidupan?* yang mengarahkan audiens untuk menghadapi kegagalan dengan sabar, tetap berikhtiar, bertawakal, dan melakukan introspeksi diri. Sementara itu, *Belajar Arti Sabar dari Seporsi Pare* memberikan gambaran tentang kesabaran, keikhlasan, dan keteguhan dalam menghadapi keadaan yang tidak selalu sesuai dengan harapan. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa karakter religius juga dapat terlihat dari cara seseorang merespons kesulitan. Kesabaran dan tawakal tidak hanya

menjadi sikap spiritual, tetapi juga menjadi dasar dalam menghadapi masalah dengan tetap berusaha dan tidak mudah menyerah.

Nilai tanggung jawab, menjaga pergaulan, dan menjaga lisan lebih banyak terlihat pada pesan yang berkaitan dengan hubungan sosial. Konten *Gerak-Gerik Teman yang Harus Diwaspadai* menekankan pentingnya memilih lingkungan pergaulan yang baik, menghargai teman, saling menasihati, serta menjaga diri dari pengaruh buruk. Nilai tersebut memiliki keterkaitan dengan kehidupan remaja karena pergaulan menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan sosial mereka. Sementara itu, konten *Masih Banyak Dosa, Bolehkah Menasihati Teman?* mengajarkan pentingnya saling menasihati dalam kebaikan dengan tetap menjaga sikap rendah hati dan tidak menghakimi. Adapun konten *Manis di Mulut, Racun di Jiwa* menekankan pentingnya menjaga ucapan dan bertanggung jawab atas perkataan yang disampaikan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa karakter religius tidak hanya berkaitan dengan hubungan individu dengan Allah, tetapi juga tercermin melalui cara seseorang berinteraksi, menjaga perkataan, memilih lingkungan, dan memperlakukan orang lain.

Nilai syukur dan qanaah terlihat dalam konten *Ternyata Allah Minta Kita Berbahagia*. Pesan dalam konten tersebut menunjukkan bahwa kebahagiaan dalam kehidupan dapat dikaitkan dengan rasa syukur, qanaah, dan cara memandang kehidupan secara positif. Syukur mengarahkan seseorang untuk menyadari dan menghargai apa yang dimiliki, sedangkan qanaah berkaitan dengan sikap menerima dan merasa cukup terhadap apa yang diberikan Allah. Nilai tersebut penting dalam karakter religius karena membantu seseorang menghadapi kehidupan dengan sikap yang lebih positif serta tidak mudah terjebak pada ketidakpuasan. Selain itu, sikap syukur dan qanaah menunjukkan bahwa karakter religius tidak hanya tampak ketika seseorang menghadapi kesulitan, tetapi juga dalam cara menikmati dan menyikapi keadaan yang dimiliki.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, nilai karakter religius yang terdapat dalam pesan dakwah digital memiliki cakupan yang luas dan saling berhubungan. Nilai tersebut mencakup hubungan manusia dengan Allah melalui keimanan, ketakwaan, tawakal, doa, dan keikhlasan; hubungan manusia dengan dirinya sendiri melalui introspeksi, taubat, kesabaran, pengendalian diri, dan usaha memperbaiki diri; serta hubungan manusia dengan orang lain melalui menjaga pergaulan, menjaga lisan, saling menasihati, dan bertanggung jawab (Muchammad Rafli Naufaldhi, 2024). Dengan demikian, pesan dakwah digital yang dianalisis menunjukkan bahwa karakter religius tidak hanya berupa pengetahuan atau keyakinan keagamaan, tetapi juga berkaitan dengan penerapan nilai agama dalam sikap dan perilaku sehari-hari (Balqis, 2026).

F. Pembahasan Berdasarkan Social Learning Theory

Hasil penelitian selanjutnya dapat dipahami melalui Social Learning Theory yang memandang bahwa pembelajaran dapat berlangsung melalui proses pengamatan terhadap model. Dalam konteks penelitian ini, konten dakwah Instagram dapat dipahami sebagai media yang menyajikan nilai, sikap, dan contoh perilaku keagamaan kepada audiens.

Konten seperti *Gerak-Gerik Teman yang Harus Diwaspadai*, misalnya, memberikan gambaran mengenai bagaimana seseorang seharusnya memilih lingkungan pergaulan dan menjaga diri dari pengaruh buruk. Konten *Manis di Mulut, Racun di Jiwa* memberikan

perhatian terhadap perilaku menjaga ucapan, sedangkan *Saat Godaan Datang, Beranikah Menolaknya?* memberikan gambaran mengenai pengendalian diri ketika menghadapi godaan.

Dalam perspektif Social Learning Theory, pesan-pesan tersebut dapat dipandang sebagai bentuk penyajian model nilai dan perilaku yang dapat diamati oleh audiens. Proses pengamatan tersebut dapat menjadi salah satu bagian dari pembelajaran sosial ketika audiens memberikan perhatian terhadap pesan, memahami nilai yang disampaikan, kemudian mempertimbangkan penerapannya dalam kehidupan.

Temuan ini memiliki relevansi dengan penelitian mengenai media sosial dan religiusitas yang menunjukkan bahwa konten keislaman serta peran influencer dapat berhubungan dengan proses pembentukan religiusitas pengguna media sosial. Penelitian tersebut menggunakan Social Learning Theory sebagai salah satu landasan untuk menjelaskan hubungan antara konten Islami, influencer, media sosial, dan religiusitas.

Namun, terdapat perbedaan penting dengan penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis isi terhadap 20 konten Instagram, sehingga yang dapat disimpulkan adalah karakteristik dan nilai yang terdapat dalam pesan dakwah serta relevansinya dengan karakter religius. Penelitian ini tidak mengukur secara langsung perubahan perilaku atau tingkat religiusitas remaja setelah melihat konten tersebut.

Dengan demikian, Social Learning Theory dalam penelitian ini berfungsi untuk menjelaskan mengapa pesan yang menampilkan nilai, sikap, dan perilaku keagamaan memiliki relevansi sebagai media pembelajaran sosial, bukan untuk membuktikan bahwa konten tersebut secara langsung menyebabkan perubahan karakter pada remaja.

G. Relevansi Pesan Dakwah Digital dengan Karakter Religius Remaja

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, pesan dakwah digital pada konten Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri memiliki relevansi dengan nilai karakter religius yang dibutuhkan dalam kehidupan remaja. Relevansi tersebut terlihat dari tema-tema yang dekat dengan persoalan kehidupan, seperti pergaulan, dosa, keinginan untuk berubah, kegagalan, godaan, pengendalian diri, hubungan dengan Allah, dan persoalan kehidupan sehari-hari.

Pesan mengenai pergaulan dan pengendalian diri, misalnya, relevan dengan kebutuhan remaja dalam menentukan lingkungan sosial dan menghadapi berbagai pengaruh dari lingkungan. Pesan tentang taubat dan memperbaiki diri juga relevan karena memberikan pemahaman bahwa kesalahan tidak harus menjadi alasan untuk berhenti memperbaiki diri.

Demikian pula pesan tentang kesabaran, tawakal, dan menghadapi kegagalan memberikan nilai yang dapat menjadi landasan sikap ketika menghadapi persoalan kehidupan. Sementara pesan tentang doa, keimanan, dan hubungan dengan Allah memperkuat dimensi spiritual dalam karakter religius.

Penggunaan Instagram sebagai media penyampaian pesan tersebut juga menunjukkan adanya perubahan cara dakwah disampaikan kepada masyarakat. Dakwah digital memungkinkan pesan keagamaan dikemas dalam bentuk yang lebih ringkas dan disebarluaskan melalui media yang digunakan sehari-hari. Penelitian mengenai dakwah digital juga menunjukkan bahwa perkembangan media sosial memberikan ruang baru bagi penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat digital.

Dalam konteks penelitian ini, relevansi tersebut tidak berarti bahwa setiap remaja yang melihat konten secara otomatis mengalami perubahan karakter. Karakter religius merupakan proses yang dipengaruhi berbagai faktor, termasuk lingkungan keluarga, pendidikan, pergaulan, dan pengalaman individu (Khairullah & Recha Mardianty Rachmi, 2024). Oleh karena itu, hasil penelitian lebih tepat menunjukkan bahwa pesan-pesan yang dianalisis memiliki nilai dan materi yang relevan untuk mendukung proses pembentukan karakter religius, bukan membuktikan hubungan sebab-akibat secara langsung (Annur et al., 2023).

H. Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa 20 konten Reels Instagram yang dianalisis memuat pesan dakwah dalam kategori akidah, syariah, dan akhlak. Berdasarkan kategori utama atau dominan, pesan akhlak menjadi kategori yang paling banyak ditemukan, yaitu 12 konten, diikuti pesan akidah sebanyak 6 konten dan pesan syariah sebanyak 2 konten.

Pesan-pesan tersebut mengandung berbagai nilai karakter religius, seperti keimanan, ketakwaan, tawakal, sabar, taubat, muhasabah, tanggung jawab, pengendalian diri, menjaga pergaulan, menjaga lisan, syukur, dan qanaah. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah digital yang diteliti tidak hanya menyampaikan aspek pengetahuan agama, tetapi juga mengarahkan audiens pada pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai keagamaan.

Dari perspektif Social Learning Theory, konten dakwah tersebut dapat dipahami sebagai media yang menyajikan nilai dan model perilaku yang dapat diamati oleh audiens. Karena itu, pesan-pesan tersebut memiliki relevansi dengan proses pembelajaran sosial dan mendukung tersedianya materi keagamaan yang dapat menjadi salah satu sumber dalam proses pembentukan karakter religius remaja.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan dakwah digital pada konten Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mencakup pesan akidah, syariah, dan akhlak, dengan dominasi kategori akhlak. Pesan tersebut memuat nilai-nilai karakter religius yang berhubungan dengan kehidupan pribadi, hubungan sosial, dan hubungan manusia dengan Allah. Relevansinya dengan karakter religius remaja terlihat dari kedekatan tema yang dibahas dengan persoalan kehidupan remaja serta nilai-nilai yang diarahkan pada keimanan, pengendalian diri, perbaikan diri, tanggung jawab, dan perilaku sosial yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 20 konten Reels Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah digital yang dianalisis mencakup tiga kategori utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Berdasarkan kategori utama atau dominan, pesan akhlak menjadi kategori yang paling banyak ditemukan, yaitu sebanyak 12 konten, diikuti pesan akidah sebanyak 6 konten dan pesan syariah sebanyak 2 konten. Pesan dakwah tersebut mengandung berbagai nilai karakter religius, seperti keimanan, ketakwaan, tawakal, kesabaran, taubat, muhasabah, tanggung jawab, pengendalian diri, menjaga pergaulan, menjaga lisan, syukur, dan qanaah. Nilai-nilai tersebut berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah, hubungan dengan diri sendiri, maupun hubungan dengan orang lain, sehingga pesan dakwah yang diteliti tidak hanya menyampaikan pengetahuan agama, tetapi juga memuat nilai yang berkaitan dengan sikap dan perilaku keagamaan.

Berdasarkan perspektif Social Learning Theory, konten dakwah tersebut dapat dipahami sebagai media yang menyajikan nilai dan model perilaku yang dapat diamati oleh audiens. Pesan-pesan seperti bersabar, bertaubat, menjaga pergaulan, mengendalikan diri, dan memperbaiki diri dapat menjadi salah satu sumber pembelajaran sosial dalam proses pembentukan karakter religius. Pesan dakwah digital pada konten Instagram Ustadz Muhammad Nuzul Dziki memiliki relevansi dengan karakter religius remaja karena tema yang dibahas dekat dengan kehidupan mereka, seperti pergaulan, dosa, keinginan untuk berubah, kegagalan, godaan, pengendalian diri, dan hubungan dengan Allah. Namun, penelitian ini tidak membuktikan adanya perubahan perilaku secara langsung pada remaja karena penelitian berfokus pada analisis isi pesan dakwah digital. Oleh karena itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki nilai dan materi yang relevan untuk mendukung proses pembentukan karakter religius remaja, khususnya dalam aspek keimanan, pengendalian diri, perbaikan diri, tanggung jawab, dan perilaku sosial yang baik

DAFTAR PUSTAKA

- AB, M., & Muhamad. (2025). Peran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Penyiapan Materi Dakwah. *Ad-DA'WAH*, 23(1), 61–70. <https://doi.org/10.59109/addawah.v23i1.124>
- Abdul Muid, Farikha Irsyadah, N. A. (2021). Urgensi Perilaku Keagamaan Terhadap Pergaulan Bebas. *Kualitas Susu Kambing Peranakan Etawa Pada Berbagai Periode Laktasi Ditinjau Dari Sifat Fisik*, 5(03), 157–167.
- Agil Syakhirotul Rizkiyah, Desy Safitri, S. (2024). Dampak YouTube Shorts terhadap Pola Pikir dan Tingkah Laku Peserta Didik. *Jimad: Juranla Ilmiah Mutiara Pendidikan*, 2(1), 31–43.
- Ahmad Rizal, D., Maula, R., & Idamatussilmi, N. (2024). Transformasi Media Sosial Dalam Digitalisasi Agama: Media Dakwah Dan Wisata Religi. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 206–230. <https://doi.org/10.14421/mjsi.v9i2.3909>
- Annur, P. A., Susanti, E., & Gera, I. G. (2023). Urgensi Pendidikan Moral Sekolah Dasar dalam Membentuk Karakter Religius di Era Digital menurut Henry Alexis Rudolf Tilaar. *Jurnal Edukasi*, 1(3), 271–287. <https://doi.org/10.60132/edu.v1i3.182>
- Balqis, A. F. (2026). Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk Karakter Religius Peserta Didik. *Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 429–440. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v6i2.1251>
- Fatmawati, E. (2020). Kebebasan Informasi Kalangan Milenial Dalam Ber-media Sosial. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 10(2), 94. <https://doi.org/10.20473/jpua.v10i2.2020.94-103>
- Febrianti, S., Bahri, S., & Yanti, Y. (2025). Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Islami Di Era Digital. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 2572–2581.
- Fitri, R. L., & Ridwan, A. (2024). Social Studies in Education Pendidikan Akhlak di Era Digital : Pengaruh Konten Islami di Instagram Terhadap Pembentukan Karakter Remaja dalam Perspektif Sosial Feny Selly Pratiwi , ‘ Peran Komunikasi Digital Dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Me. *Social Studies in Education*, 02(02), 157–172.
- Indah Duwi Astutik. (2024). Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer dalam Dakwah Digital. *Haqqul Yaqin UIN Sunan Ampel Surabaya*, 20(02).
- Irawan, D. (2025). Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan

- Inovasi Digital). *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Khairullah, & Recha Mardianty Rachmi. (2024). Utilisasi Media Dan Komunikasi Visual Dalam Dakwah di Era 5.0. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(2), 124–135. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8667>
- Khalisa, N., & Suniarti, N. (2025). Jurnal Edusiana : Jurnal Ilmu Pendidikan Peran Pendidikan Agama Dalam Membentuk Iman dan Akhlak Siswa Sekolah Dasar. *Edusiana: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(2), 28–36.
- Khaliza, F. N. (2023). *Hubungan Intensitas Menonton Video Ceramah Ustaz Muhammad Nuzul Dzikri Melalui Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Followers*.
- Kurniawan, R., & Castrawijaya, C. (2025). Strategi Pemasaran Dakwah melalui Media Digital dalam Menarik Minat Masyarakat Belajar Ilmu Agama Islam Abstract : Keywords : Abstrak : Kata Kunci : Pendahuluan Era digital telah menggeser paradigma dakwah Islam dari metode konvensional yang berbasis tata. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 6(1), 13–26.
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah*, 3(2), 160–174. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>
- Miftahuddin. (2025). Pengaruh Komunikasi Dakwah terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *Insight Journal*, 1(2), 112–120.
- Muchammad Rafli Naufaldhi. (2024). Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0. In *Ayan* (Vol. 15, Issue 1).
- Muhammad Alfito Deanoza H, Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, & Abdul Fadhil. (2025). Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 01–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>
- Mulyono, N. K. (2007). Prosen Pencarian Identitas Diri Pada Remaja Muallaf. *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(12)(235), 245.
- Nathasya Manafe, Ongki Bani, Novantri Kelendou, Relis Roku Wag, Okma Feoh, & Yenry Anastasia Pelondou. (2026). Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Perkembangan Sosial, Psikologis, Dan Perilaku Remaja Yang Tidak Terbiasa Dengan Teknologi Sosial Media. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 2(1), 783–789. <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i1.2140>
- Padil, R., & Arifin, A. Z. (2024). Dakwah Pada Media Dalam Membentuk Identitas Sosial Remaja. *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(3), 106–113.
- Paskaria Simbolon, Yakobus Ndonga, D. S. (2025). Membangun Karakter Religius Melalui Pembiasaan Nilai-Nilai Positif Di Lingkungan Sekolah Dasar. *PERAN BAHASA INDONESIA DALAM MENJAGA IDENTITAS NASIONAL DI TENGAH PERKEMBANGAN GLOBALISASI Anggelina*, 11(01), 143–148.
- Purwasih, Y. (2024). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Degradasi Moral Pada Siswa Sekolah Dasar Di Era Digital*. 2(2), 306–312.
- Rifyal Luthfi MR, Ade Zaenul M, L. N. (2024). *Peran Pendidikan Islam Dan Konten Media Sosial Islami Dalam Membentuk Perilaku Sosial Anak Usia Dini Di RA Nurul Ikhlas Tasikmalaya*. 2(1), 306–312.
- Sinta Purnama Sari, Ahmad Wilayahtul Faqih, L. F. Z. (n.d.). *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Era Digital Melalui Instagram @Pesan-Trend Dalam Pembentukan Karakter Di Kalangan Remaja*.



- Syafrina, A. E., & Alfarisi, M. R. (2021). Penggunaan Media Sosial Facebook sebagai Sarana Komunikasi. *KOMASKAM*, 3(2), 17–28.
- Uddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Yusup, M. H. (2021). *Pesan Dakwah Video Motion Graphic Dalam Akun Instagram @Muhammadnuzuldzikri*. 167–186.
- Zahra, F., & Pratiwi, R. A. (2024). Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia. *Hikmah*, 18(2), 353–368. <https://doi.org/10.24952/hik.v18i2.12452>

ORIGINALITY REPORT

12%
SIMILARITY INDEX

11%
INTERNET SOURCES

6%
PUBLICATIONS

11%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Indraprasta PGRI Student Paper	10%
2	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%
3	journal2.uad.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		