

Analysis of Animated Cartoons on the Instagram Account @taarts_gram as a Medium of Da'wah for Youth

تحليل الرسوم المتحركة في حساب إنستغرام @taarts_gram كوسيلة الدعوة للشباب

Mushoddiq. S¹, Abdul Aziz², Saepul Anwar³

^{1,2,3} Insitut Muslim Cendekia, Sukabumi, Indonesia

E-Mail: mushoddiqmushoddiq67@gmail.com¹; abdulaziz@arraayah.ac.id²;
saepulanwar@edu.mc.ac.id³

Submission: 13-05-2026

Revised: 14-05-2026

Accepted: 20-02-2026

Published: 28-07-2026

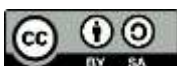
Abstract

The development of digital media has transformed the methods of Islamic da'wah, particularly through visual-based social media platforms such as Instagram. Animated content has emerged as one of the contemporary communication approaches capable of attracting young audiences in the digital era. This study aims to analyze the use of animated cartoons on the Instagram account @taarts_gram as a medium of da'wah for youth, especially Millennials and Generation Z. The research employs a descriptive qualitative approach using content analysis methods to examine several Instagram Reel videos published on the account. The data were collected through observation, video transcript documentation, visual content analysis, and semi-structured interviews with the account owner. The findings indicate that animated cartoons function not only as entertainment media but also as an effective visual communication tool in delivering Islamic messages to young audiences. The study further reveals that visual elements such as animated characters, short texts, motion, narration, and attractive visual composition contribute significantly to audience engagement and message comprehension. In addition, the integration of digital da'wah messages with contemporary visual styles strengthens the relevance of Islamic communication within modern social media culture. This study contributes to the development of digital da'wah studies, Islamic media, and visual communication research in contemporary Islamic discourse.

Keywords: Digital Da'wah, Animated Cartoons, Instagram, Visual Communication, Youth

Abstrak

Perkembangan media digital telah mengubah metode dakwah Islam, khususnya melalui platform media sosial berbasis visual seperti Instagram. Konten animasi muncul sebagai salah satu pendekatan komunikasi kontemporer yang mampu menarik perhatian audiens muda di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan animasi pada akun Instagram @taarts_gram sebagai media dakwah bagi kalangan muda, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi untuk mengkaji beberapa video Instagram Reel yang dipublikasikan pada akun tersebut. Data penelitian diperoleh melalui observasi, dokumentasi transkrip video, analisis unsur visual, serta wawancara semi terstruktur dengan pemilik akun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa animasi tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan,



tetapi juga menjadi sarana komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada generasi muda. Unsur visual seperti karakter animasi, teks singkat, gerak visual, narasi suara, dan komposisi visual yang menarik terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens terhadap pesan dakwah. Selain itu, integrasi pesan dakwah digital dengan gaya visual kontemporer memperkuat relevansi komunikasi Islam dalam budaya media sosial modern. Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian dakwah digital, media Islam, dan komunikasi visual dalam diskursus Islam kontemporer.

Kata kunci : Dakwah Digital, Animasi, Instagram, Komunikasi Visual, Pemuda

ملخص البحث

أدى تطور الإعلام الرقمي إلى تغيير أساليب الدعوة الإسلامية، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي القائمة على المحتوى البصري مثل إنستغرام. وقد أصبحت الرسوم المتحركة من الوسائل الاتصالية الحديثة القادرة على جذب فئة الشباب في البيئة الرقمية المعاصرة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استخدام الرسوم المتحركة في حساب إنستغرام @taarts_gram بوصفها وسيلة دعوية موجهة إلى الشباب، خاصة من جيل الألفية وجيل Z. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المحتوى لتحليل عدد من مقاطع Instagram Reel المنشورة في الحساب. وتم جمع البيانات من خلال الملاحظة، وتوثيق النصوص الصوتية، وتحليل العناصر البصرية، إضافة إلى إجراء مقابلة شبه منظمة مع صاحب الحساب. وأظهرت نتائج البحث أن الرسوم المتحركة لا تؤدي وظيفة ترفيهية فقط، بل تمثل وسيلة فعالة في الاتصال البصري والدعوة الرقمية لنقل الرسائل الإسلامية إلى الجمهور الشبابي. كما بينت النتائج أن عناصر الحركة، والشخصيات الكرتونية، والنصوص المختصرة، والسرد الصوتي، تسهم في جذب انتباه المتابعين وتعزيز فهم الرسائل الدعوية. وتؤكد الدراسة أن توظيف الأساليب البصرية الحديثة في الدعوة الرقمية يسهم في تطوير الخطاب الإسلامي المعاصر داخل وسائل التواصل الاجتماعي. وتسهم هذه الدراسة في تعزيز الدراسات المتعلقة بالدعوة الرقمية والإعلام الإسلامي والاتصال البصري في البيئة الرقمية الحديثة.

الكلمات المفتاحية: الدعوة الرقمية، الرسوم المتحركة، إنستغرام، الاتصال البصري، الشباب

المقدمة

تُعدُّ شهدت وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً أدى إلى تغيير أنماط الاتصال والتفاعل في المجتمع الرقمي، وأصبحت المنصات الرقمية جزءاً أساسياً من الحياة اليومية (Al-Harbi, 2025)، خاصة لدى فئة الشباب من جيل الألفية وجيل Z. ومن بين هذه المنصات يبرز إنستغرام بوصفه من أكثر الوسائل المعتمدة على المحتوى البصري، حيث يجمع بين الصورة، والحركة، والصوت، والنصوص المختصرة في تقديم الرسائل الإعلامية والتواصلية (Manurung, 2023). وقد انعكس هذا التحول الرقمي على أساليب الدعوة الإسلامية التي لم تعد تقتصر

على الوسائل التقليدية، بل اتجهت نحو توظيف الوسائط الرقمية الحديثة للوصول إلى الجمهور بصورة أكثر فاعلية وتفاعلا (Alnadi, 2025).

وفي سياق الدعوة الرقمية، ظهرت الرسوم المتحركة بوصفها إحدى الوسائل البصرية القادرة على جذب انتباه الجمهور الشبابي، نظرا لاعتمادها على عناصر الحركة، والألوان، والشخصيات الكرتونية، والأسلوب السريع في عرض الرسائل (Subandrio, 2025). كما تسهم هذه الوسيلة في تبسيط الموضوعات الدينية وتقديمها بصورة تتناسب مع طبيعة الاستخدام السريع لوسائل التواصل الاجتماعي. وتشير بعض الدراسات إلى أن المحتوى البصري القصير أصبح أكثر تأثيرا في البيئة الرقمية المعاصرة، خاصة لدى فئة الشباب التي تميل إلى التفاعل مع الرسائل المختصرة والجذابة بصريا (Basten, 2025).

ويعد حساب إنستغرام @taarts_gram من النماذج المعاصرة التي توظف الرسوم المتحركة في تقديم المحتوى الدعوي عبر مقاطع Instagram Reel القصيرة. ويتميز الحساب باستخدام أسلوب بصري يعتمد على الشخصيات الكرتونية، والنصوص المختصرة، والسرد الصوتي، إضافة إلى معالجة موضوعات دينية واجتماعية وفكرية ترتبط بواقع الشباب المعاصر. كما أن المحتوى لا يقتصر على تقديم النصائح الدينية التقليدية، بل يتناول أيضا قضايا اجتماعية وفكرية معاصرة، مثل شمولية الإسلام، والهوية الدينية، والنقد الاجتماعي، مما يعكس تطورا في طبيعة الخطاب الدعوي داخل البيئة الرقمية (Boumechta, 2020).

وقد تناولت دراسات سابقة موضوع الدعوة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وركز بعضها على استخدام الإعلام الجديد في نشر الرسائل الإسلامية، بينما اهتمت دراسات أخرى بتحليل الاتصال البصري في المحتوى الرقمي. كما ناقشت بعض البحوث أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب، وأشارت إلى أهمية الوسائط البصرية في تعزيز التفاعل مع الرسائل الدعوية (Nuradi, 2024). ومع ذلك، فإن معظم الدراسات السابقة ركزت على المحتوى الدعوي التقليدي أو على الجوانب العامة للإعلام الرقمي، في حين ما زالت الدراسات المتعلقة بتحليل الرسوم المتحركة الدعوية في إنستغرام محدودة نسبيا، خاصة تلك التي تربط بين الاتصال البصري وخصائص الجمهور الشبابي (Alhamami, 2020).

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة، يتبين وجود فجوة بحثية تتعلق بتحليل الرسوم المتحركة بوصفها وسيلة دعوية بصرية موجهة إلى الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي. كما أن الدراسات السابقة لم تركز بصورة كافية

على كيفية توظيف العناصر البصرية، مثل الحركة والشخصيات الكرتونية والنصوص المختصرة، في بناء الرسائل الدعوية داخل منصة إنستغرام. إضافة إلى ذلك، ما زالت العلاقة بين خصائص جيل الألفية وجيل Z وأساليب التلقي البصري في المحتوى الدعوي الرقمي تحتاج إلى مزيد من الدراسة والتحليل (Alfiyatul et al., 2025).

وتتمثل جدة هذا البحث في أنه يجمع بين تحليل الرسوم المتحركة، والدعوة الرقمية، والاتصال البصري، ودراسة الجمهور الشبابي في إطار بحثي واحد. كما يركز البحث على حساب دعوي معاصر يستخدم الرسوم المتحركة في معالجة القضايا الدينية والاجتماعية داخل منصة إنستغرام، وهو ما يمنح الدراسة بعدا حديثا في مجال الإعلام الإسلامي والدعوة الرقمية. وتسهم هذه الدراسة أيضا في توضيح دور الوسائط البصرية الحديثة في تطوير الخطاب الدعوي بما يتناسب مع طبيعة الثقافة الرقمية المعاصرة (Nas, 2025).

وبناء على ذلك، يهدف هذا البحث إلى تحليل استخدام الرسوم المتحركة في حساب إنستغرام @taarts_gram بوصفها وسيلة دعوية موجهة إلى الشباب، مع الكشف عن عناصر الاتصال البصري المستخدمة في المحتوى، وبيان دورها في جذب الجمهور وتبسيط الرسائل الإسلامية داخل البيئة الرقمية الحديثة. كما يسعى البحث إلى إبراز إسهام الرسوم المتحركة في تطوير أساليب الدعوة الإسلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة لدى فئة الشباب من جيل الألفية وجيل Z.

منهج البحث

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي بهدف دراسة استخدام الرسوم المتحركة في حساب إنستغرام @taarts_gram بوصفها وسيلة دعوية موجهة إلى فئة الشباب، خاصة من جيل الألفية وجيل Z. ويعد هذا المنهج مناسباً لطبيعة الدراسة؛ لأنه يركز على وصف الظواهر الإعلامية وتحليل مضمونها بصورة علمية لفهم خصائص الرسائل الدعوية وأساليب تقديمها داخل البيئة الرقمية (Siswanto, 2025). كما استخدم البحث أسلوب تحليل المحتوى لتحليل مجموعة من مقاطع Instagram Reel المنشورة في الحساب، وذلك من خلال دراسة العناصر البصرية واللغوية والصوتية التي تسهم في بناء الرسالة الدعوية (Elviria, 2025).

واعتمدت الدراسة على البيانات النوعية المستمدة من عدة مصادر، شملت مقاطع الفيديو الدعوية المنشورة في الحساب، والنصوص الصوتية للمحتوى، إضافة إلى المقابلة شبه المنظمة مع صاحب الحساب. كما تم الاستفادة من التفاعل الجماهيري في التعليقات بوصفه مؤشرا على مدى قبول الرسائل الدعوية وتأثيرها لدى المتابعين. وركزت

عملية التحليل على عدد من الجوانب، مثل نوع الرسالة الدعوية، وطبيعة الخطاب المستخدم، والعناصر البصرية في الرسوم المتحركة، وأساليب جذب انتباه الجمهور الشبابي (Aisyah et al., 2025).

وقد اختار الباحث عددا من مقاطع الفيديو التي تمثل نماذج متنوعة من المحتوى الدعوي المنشور في الحساب، بهدف الوصول إلى تحليل أكثر شمولية لطبيعة الرسائل وأساليب عرضها. كما جرى تحليل العناصر البصرية المستخدمة في الرسوم المتحركة، مثل الشخصيات الكرتونية، والحركة، والنصوص المختصرة، والألوان، والسرد الصوتي، وعلاقتها بفاعلية الاتصال الدعوي داخل منصة إنستغرام (Faumi, 2024).

جدول ١. عينة البحث

رقم	عنوان المحتوى	موضوع الدعوة	عناصر الرسوم المتحركة	مدة الفيديو
1	Jangan Takut Gak Kebagian Dunia	التوكل على الله	حركة الشخصيات والنصوص المختصرة	51 ثانية
2	Sogok Menyogok dalam Islam	القيم الأخلاقية	الحوار الكرتوني والسرد الصوتي	34 ثانية
3	Islam Bukan Sekadar Agama yang Memperbaiki Akhlak	شمولية الإسلام	الرموز البصرية والحركة	61 ثانية
4	Agama Itu Tempatnya di Masjid, Jangan Bawa ke Politik	الوعي الديني والاجتماعي	الشخصيات الكرتونية والنصوص	32 ثانية
5	Doa Orang yang Terdzalimi Itu Mustajab	الصبر والدعاء	المؤثرات البصرية والصوتية	43 ثانية
6	Sesungguhnya Agama (yang Diridai)	العقيدة والهوية الدينية	السرد الحوارية والحركة البصرية	29 ثانية

المصدر: تحليل محتوى مقاطع الفيديو المنشورة في حساب إنستغرام @taarts_gram

كما اعتمد البحث على تحليل عناصر الاتصال البصري للكشف عن طبيعة توظيف الرسوم المتحركة في بناء الخطاب الدعوي الرقمي. وركز التحليل على العلاقة بين الشكل البصري ووظيفة الرسالة الدعوية في جذب الجمهور الشبابي وتسهيل فهم المحتوى (Indari, 2025).

جدول ٢. تحليل عناصر الاتصال البصري

العنصر البصري	شكل الاستخدام	الوظيفة الدعوية
الشخصيات الكرتونية	عرض الشخصيات بأسلوب مبسط	جذب انتباه الشباب
الحركة البصرية	الانتقال السريع بين المشاهد	تعزيز التفاعل البصري
النصوص المختصرة	إبراز العبارات الأساسية	تسهيل فهم الرسالة
السرد الصوتي	توضيح المعاني الدينية	تقوية التأثير العاطفي
الألوان والتصميم	استخدام ألوان متناسقة	دعم الجاذبية البصرية

المصدر: نتائج تحليل عناصر الاتصال البصري في محتوى الرسوم المتحركة بحساب @taarts_gram

ولتحقيق مصداقية البيانات، استخدم الباحث أسلوب التثليث من خلال مقارنة نتائج تحليل المحتوى مع بيانات المقابلة والتفاعل الجماهيري في الحساب. كما جرى ربط نتائج التحليل بالإطار النظري المتعلق بالاتصال البصري والدعوة الرقمية لفهم كيفية توظيف الرسوم المتحركة في تقديم الرسائل الإسلامية داخل وسائل التواصل الاجتماعي (Sugiono, 2015).

النتائج والمناقشة

أظهرت نتائج البحث أن حساب إنستغرام @taarts_gram يوظف الرسوم المتحركة بوصفها وسيلة فعالة في تقديم الرسائل الدعوية داخل البيئة الرقمية، خاصة لدى فئة الشباب من جيل الألفية وجيل Z. ويتبين من تحليل المحتوى أن الرسائل الدعوية في الحساب لا تعتمد على الأسلوب الوعظي التقليدي فقط، بل تقدم من خلال معالجة بصرية معاصرة تجمع بين الحركة، والنصوص المختصرة، والسرد الصوتي، والعناصر الكرتونية (Agustina, 2026). وقد أسهم هذا الأسلوب في جعل الرسائل أكثر قرباً من طبيعة التفاعل السريع في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يميل الجمهور الشبابي إلى المحتوى البصري المختصر والجذاب (Astutik, 2024).

كما كشفت نتائج التحليل أن الرسوم المتحركة في الحساب تؤدي وظيفة اتصال بصري تتجاوز الجانب الترفيهي، إذ تسهم في تبسيط المفاهيم الدينية وتقديمها بصورة تتلاءم مع الثقافة الرقمية الحديثة. ويظهر ذلك بوضوح في مقاطع الفيديو التي تناولت موضوعات مثل التوكل على الله، والرشوة، وشمولية الإسلام، والعلاقة بين الدين والحياة

الاجتماعية (Linda, 2025). فقد اعتمدت هذه المقاطع على الحوار المختصر والحركة السريعة للنصوص والشخصيات الكرتونية، مما ساعد على إيصال الرسالة الدعوية بصورة مباشرة وسهلة الفهم.

ومن خلال تحليل العناصر البصرية، تبين أن الشخصيات الكرتونية تمثل عنصراً أساسياً في بناء الخطاب الدعوي داخل الحساب. وتؤدي هذه الشخصيات دوراً مهماً في جذب انتباه المتابعين وتخفيف الطابع الرسمي للخطاب الديني، الأمر الذي يجعل المحتوى أكثر قابلية للتلقي لدى الشباب (Hassan, 2025). كما أن استخدام الرسوم المتحركة بأسلوب مبسط يعزز من سهولة فهم الرسائل، خاصة في الموضوعات التي تتعلق بالقضايا الفكرية والاجتماعية المعاصرة.

وتشير نتائج المقابلة مع صاحب الحساب إلى أن اختيار الرسوم المتحركة لم يكن مجرد اختيار فني، بل يرتبط بطبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه البصرية. فقد أوضح أن المحتوى المعاصر يعتمد بصورة كبيرة على التأثير البصري، وأن الشباب يميلون إلى التفاعل مع الرسائل التي تقدم بطريقة سريعة وجذابة (Wulandari, 2025). ويتفق ذلك مع نظرية الاتصال البصري التي تؤكد أن العناصر المرئية تسهم في تعزيز عملية الإدراك والتفاعل مع الرسائل الإعلامية، خاصة في البيئة الرقمية التي تعتمد على الصورة والحركة بصورة أساسية.

كما أظهرت النتائج أن النصوص المختصرة داخل الفيديوهات تؤدي دوراً مهماً في توضيح الرسائل الدعوية وتعزيز فهمها. وقد استخدم الحساب عبارات قصيرة ومباشرة تتناسب مع طبيعة التصفح السريع في إنستغرام، الأمر الذي يساعد على تثبيت الفكرة الأساسية في ذهن المتابع. إضافة إلى ذلك، فإن السرد الصوتي المصاحب للرسوم المتحركة أسهم في تقوية التأثير العاطفي للمحتوى، خاصة في المقاطع التي تناولت موضوعات إيمانية ودعوية ذات طابع وجداني (Sy'dian, 2025).

ومن الجوانب المهمة التي كشفتها الدراسة أن المحتوى الدعوي في الحساب لا يقتصر على الموضوعات الأخلاقية التقليدية، بل يتناول أيضاً قضايا فكرية واجتماعية معاصرة، مثل العلاقة بين الدين والسياسة، والنقد الاجتماعي، وشمولية الإسلام (Lihmir, 2021). ويشير ذلك إلى تطور الخطاب الدعوي الرقمي واتجاهه نحو معالجة القضايا التي ترتبط بواقع الشباب المعاصر. كما يعكس هذا التوجه محاولة لتقديم الإسلام بوصفه منظومة شاملة تتفاعل مع مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والفكرية.

وأظهرت نتائج تحليل التفاعل الجماهيري أن غالبية التعليقات كانت ذات طابع إيجابي، وهو ما يدل على وجود قبول نسبي للمحتوى الدعوي المقدم عبر الرسوم المتحركة. كما بينت المقابلة أن بعض المتابعين يطلبون موضوعات

معينة أو يتفاعلون مع القضايا المطروحة في المحتوى، مما يشير إلى وجود تفاعل متبادل بين صانع المحتوى والجمهور. ويتضح من ذلك أن الرسوم المتحركة لا تؤدي وظيفة نقل الرسالة فقط، بل تسهم أيضا في بناء علاقة تفاعلية داخل البيئة الرقمية.

وبالمقارنة مع الدراسات السابقة، يتبين أن هذه الدراسة تختلف في تركيزها على تحليل الرسوم المتحركة بوصفها أداة اتصال بصري في الدعوة الرقمية، بينما ركزت أغلب الدراسات السابقة على الإعلام الإسلامي بصورة عامة أو على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدعوة دون تحليل معمق للعناصر البصرية (Kurnia, 2017). كما أن هذه الدراسة تربط بين خصائص الجمهور الشبابي وأساليب التلقي البصري للمحتوى الدعوي، وهو جانب ما زال محدودا في الدراسات المتعلقة بالإعلام الإسلامي الرقمي.

ومن خلال ذلك، يتضح أن الرسوم المتحركة تمثل وسيلة دعوية معاصرة قادرة على التكيف مع التحولات الرقمية وخصائص الجمهور الحديث. كما تؤكد نتائج البحث أن توظيف الاتصال البصري داخل وسائل التواصل الاجتماعي يسهم في تطوير الخطاب الدعوي وجعله أكثر فاعلية في الوصول إلى الشباب داخل البيئة الرقمية المعاصرة.

خلاصة البحث

توصلت هذه الدراسة إلى أن الرسوم المتحركة في حساب إنستغرام @taarts_gram تمثل وسيلة فعالة في الدعوة الرقمية الموجهة إلى فئة الشباب، خاصة من جيل الألفية وجيل Z. وقد أظهرت نتائج تحليل المحتوى أن توظيف العناصر البصرية، مثل الشخصيات الكرتونية، والحركة، والنصوص المختصرة، والسرديات الصوتية، يسهم بصورة واضحة في جذب انتباه الجمهور وتسهيل فهم الرسائل الإسلامية داخل البيئة الرقمية. كما بينت الدراسة أن المحتوى الدعوي في الحساب لا يقتصر على الجوانب الأخلاقية التقليدية، بل يتناول أيضا قضايا فكرية واجتماعية معاصرة ترتبط بواقع الشباب وتفاعلاتهم داخل وسائل التواصل الاجتماعي.

وأوضحت نتائج البحث أن استخدام الرسوم المتحركة يعزز من فاعلية الاتصال البصري في الخطاب الدعوي، حيث يساعد الأسلوب البصري المبسط على تقديم المفاهيم الدينية بصورة أكثر قربا من طبيعة الثقافة الرقمية الحديثة. كما كشفت الدراسة أن الشباب يميلون إلى التفاعل مع المحتوى القصير والجذاب بصريا، وهو ما يجعل الرسوم المتحركة أداة مناسبة لنشر الرسائل الدعوية في المنصات الرقمية المعاصرة. إضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة

أن التفاعل الإيجابي من الجمهور يعكس قدرة هذا النوع من المحتوى على بناء علاقة تواصلية أكثر ديناميكية بين صانع المحتوى والمتابعين.

وتتمثل المساهمة العلمية لهذه الدراسة في ربطها بين الدعوة الرقمية والاتصال البصري وتحليل الرسوم المتحركة في إطار بحثي واحد، مع التركيز على خصائص الجمهور الشبابي في البيئة الرقمية. كما تقدم الدراسة إسهاما في تطوير الدراسات المتعلقة بالإعلام الإسلامي الرقمي من خلال تحليل المحتوى الدعوي البصري في منصة إنستغرام، وهو مجال ما زال بحاجة إلى مزيد من الدراسات الأكاديمية المعاصرة.

وبناء على ذلك، توصي الدراسة بضرورة تطوير أساليب الدعوة الرقمية بما يتناسب مع التحولات البصرية والثقافية في وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع توظيف الرسوم المتحركة والوسائط البصرية الحديثة في الخطاب الدعوي المعاصر، خاصة في المحتوى الموجه إلى الشباب.

المراجع

- Agustina, A. A. (2026). *Perancangan Motion Graphic sebagai Pengenalan Kain Tenun Lurik untuk Siswa SMK di Boyolali*. 5, 7–30.
- Aisyah, S., Noorhayati, S. M., & Hakim, H. R. (2025). *Interaksi Sosiologi Dakwah Studi Kasus Komentar Video Youtube @Ustaz Felix Siau*. 1, 131–148.
- Al-Ḥarbī. (2025). *Dawr al-Ḥukūmah al-Raqmiyyah wa Da'muhā lil Jihāt al-Ḥukūmiyyah fī Tabannī al-Tiqnīyāt al-Nāshi'ah li Tafīl al-Taḥawwul al-Raqmī: Dirāsah Ḥālah li Hay'at al-Ḥukūmah al-Raqmiyyah al-Su'ūdiyyah*. 1–14. <https://doi.org/10.5339/jist.2025.7>
- Alfiyatul, N. A., Naqmal, S., Jenar, B. M., & Sswanto, A. H. (2025). *Jurnal Penelitian Nusantara Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*. 1(1), 725–733.
- Alhamami, H. A. (2020). *Taḥlīl Muḥtawā Ba'd al-Mawāqī' al-Da'wiyyah al-Islāmiyyah 'alā Shabakat al-Intarnit: Dirāsah Waṣfiyyah - Mawqī' al-Islām al-Yawm, wa Mawqī' al-Mufakkirat al-Da'wiyyah, wa Mawqī' Dār al-Salām lil Da'wah al-Islāmiyyah*. 71(3), 71–90.
- Alnadi, A. (2025). *Tawzīf al-Ilām al-Raqmī fī al-Da'wah al-Islāmiyyah: Ru'yah Istishrāfiyyah*. 37(01), 98–111. <https://doi.org/10.33102/uij.vol37no01.667>
- Astutik, I. D. (2024). *Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer Dalam Dakwah Digital; Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan*. 20(02), 231–251.
- Basten, A. (2025). *Scroll, Like, Repeat: Analisis Kritis Komunikasi Orang Muda dalam Budaya Digital Kontemporer*. 35(34), 1–26. <https://doi.org/10.35312/serifilsafat.v35i34.264>
- Boumechta, N. (2020). *Al-Khiṭāb al-Da'wī al-Islāmī 'abra Wasīlat al-Tawāṣul al-Ijtimā'ī "al-Fīsibūk": Dirāsah Taḥlīliyyah Muqāranah*. 2(1), 111–122.
- Elviria, S. (2025). *Analisis Linguistik Multimodal dalam Komunikasi Digital Universitas Nurdin Hamzah Jambi: Strategi Pembentukan Brand Identity*. 9, 1559–1569. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>
- Faumi, N. (2024). *Analisis Konten Program Kajian Surah di YouTube TVUPI Digital sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. 7(November), 63–84.
- Hassan, A. A. (2025). *Al-Sard al-Mabthūth fī al-'Aysh al-Insānī: al-Ḥayāh Qiṣaṣ*. 4, 270–300. <https://doi.org/10.1163/27728250-12340067>
- Indari, I. (2025). *Peran Feminisme dalam Strategi Komunikasi Akun Instagram @evtessia*. 3(2), 97–105. <https://doi.org/10.61272/duid.1736083>
- Kurnia, N. (2017). *Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra yang Dilakukan oleh Japeli*. 47(2), 149–166.
- Lihmir, S. (2021). *Influence of Calcination Temperature on Size, Morphology and Optical Properties of ZnO/C Composite Synthesized by a Colloidal Method*. 21(3), 537–545. <https://doi.org/10.22146/ijc.56309>
- Linda, R. (2025). *Dakwah Kultural dan Keluarga Modern: Antara Pelestarian Nilai*

- Tradisional dan Tantangan Globalisasi*. 7, 130–143.
<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.Dakwah>
- Manurung, J. (2023). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment*. 8(2), 248–260.
<https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>
- Nas, M. E. (2025). *al-Da'wah ila al-Islam fi al-'Alim al-Mu'asir: al-Mabadi' wa al-Asalib* (Vol. 2, Issue Aralık). <https://doi.org/10.61272/duid.1736083>
- Nuradi. (2024). *Analysis of Generation Z 's Role in Community-Based Waqf Programmes : A Literatur Review*. 2(December), 16–26.
- Siswanto, A. H. (2025). *Transformasi Dakwah di Era Digital: Dari Model Normatif Menuju Dakwah Transformatif Berbasis Literasi Digital*. 02(04), 1130–1138.
- Subandrio. (2025). *"Sekilas" dan Kesadaran Ekologis dalam Narasi Visual: Studi Kreativitas Media Animasi sebagai Strategi Komunikasi Lingkungan*. 22–28.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabet.
- Sya'dian, T. (2025). *Penciptaan Animasi Frame by Frame Sebagai Media Promosi Universitas Potensi Utama*. 4(2), 381–394.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5209>
- Wulandari, S. (2025). *Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas*. 4(1), 71–78.
<https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.175>