

Inovasi Manajemen Dakwah Di Era Digital Pada Komunitas Hijrah Boosters (Innovation In Da'wah Management In The Digital Era For The Hijrah Boosters Community)

Alfiani^{1*}, Qudratullah²

Institut Agama Islam Negeri Bone, Watampone, Indonesia

*Email : fanyalfiani04@gmail.com

Informasi Artikel	ABSTRAK
Riwayat Artikel: Disubmit 24 Mei 2025; Direvisi 15 Juni 2025; Diterima 30 Juni 2023	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi manajemen dakwah di era digital yang diterapkan oleh komunitas Hijrah Boosters, sebuah komunitas dakwah yang aktif memanfaatkan teknologi komunikasi modern. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji strategi yang digunakan komunitas dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarluaskan pesan-pesan keislaman yang relevan dengan generasi muda. Data penelitian diperoleh melalui observasi aktivitas daring, analisis konten, dan wawancara mendalam dengan pengurus komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hijrah Boosters mengadopsi beragam inovasi, seperti penggunaan platform populer Instagram, Facebook, dan Threads, yang dipadukan dengan fitur-fitur interaktif seperti live streaming, polling, reels, dan story interaktif. Strategi ini dirancang untuk membangun keterlibatan audiens secara berkelanjutan dan memperluas jangkauan dakwah. Komunitas juga menerapkan manajemen konten yang terstruktur, meliputi perencanaan materi, penjadwalan unggahan secara konsisten, dan evaluasi rutin terhadap respons audiens. Meskipun demikian, komunitas menghadapi sejumlah tantangan, di antaranya persaingan konten dakwah dengan komunitas atau influencer lain, serta perubahan algoritma media sosial yang memengaruhi visibilitas unggahan. Tantangan tersebut diatasi dengan melakukan penyesuaian strategi berbasis data, meningkatkan kualitas visual dan pesan, serta berkolaborasi dengan tokoh atau komunitas lain untuk memperluas jejaring. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi, adaptasi, dan konsistensi dalam dakwah digital. Temuan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di era modern sangat bergantung pada kemampuan mengelola media digital secara kreatif dan responsif terhadap dinamika platform yang digunakan.
Kata Kunci: Inovasi dakwah, media sosial, era digital, strategi konten, komunitas Hijrah Boosters.	ABSTRACT <i>This study aims to analyze the innovation of dakwah management in the digital era implemented by the Hijrah Boosters community, an active dakwah group that utilizes modern communication technologies. Using a descriptive qualitative approach, this research examines the strategies adopted by the community in leveraging social media to disseminate Islamic messages relevant to younger generations. Data were collected through online activity observations, content analysis, and in-depth interviews with community administrators. The findings reveal that Hijrah Boosters adopt various innovations, including the use of popular platforms such as Instagram, Facebook, and Threads, combined with interactive features such as live streaming, polls, reels, and interactive stories. These strategies are designed to build sustained audience engagement and expand dakwah outreach. The community also implements structured content management, including material planning, consistent posting schedules, and routine evaluations of audience responses. Nevertheless, the community faces several challenges, including competition from other dakwah content and changes in social media algorithms that affect content visibility. These challenges are addressed through data-driven strategy adjustments, improving visual and message quality, and collaborating with public figures or other communities to expand networks. This study provides insights into the importance of innovation, adaptation, and consistency in digital dakwah. The findings also affirm that successful dakwah in the modern era greatly depends on the ability to manage digital media creatively and respond effectively to the dynamics of the platforms used.</i>
	This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License .

PENDAHULUAN

Masa kini merupakan periode yang sangat unik, di mana setiap individu dapat dengan mudah mengakses dan melaksanakan berbagai hal. Pada zaman sebelum adanya media elektronik, seseorang harus mengandalkan berbagai kitab dan referensi dalam bentuk buku. Namun, di era digital saat ini, orang hanya perlu mencari informasi yang diinginkan melalui situs internet. Semua informasi yang dibutuhkan dapat ditemukan dalam berbagai format. Era ini menandai puncak dari segala sesuatu yang serba instan dan sangat dinikmati oleh masyarakat. Seorang da'i (mubaligh) juga dapat menyampaikan dakwahnya melalui berbagai media yang tersedia, seperti televisi, radio, dan media tulisan. (Latifah, 2023) dalam dunia dakwah pola dan Metode dakwah para juru dakwah berubah seiring dengan perkembangan zaman. Dalam era modern teknologi komunikasi dan informasi, pola dan model dakwah para da'i juga juga ikut berubah. (Naasution, 1975)

Dakwah adalah upaya untuk mengubah manusia dari keadaan yang tidak baik ke keadaan yang lebih baik dan sempurna. Ini bukan hanya upaya untuk meningkatkan pemahaman agama dan pandangan hidup seseorang saja, tetapi juga untuk menerapkan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan. (Musyrifah, 2003) Pada awalnya, Dakwah lebih berkaitan dengan ranah ibadah selalu dilandasi dengan niat dan keinginan untuk beribadah juga, yaitu melakukannya dengan sukacita, hati yang ikhlas, dan hanya mengharapkan ridha Allah Swt. Namun, dengan kemajuan teknologi, pola berdakwah jadi lebih bervariasi, dengan begitu berdakwah melalui media menjadi peluang sekaligus tantangan bagi seorang da'i.

Munculnya era digital telah membawa dampak yang sangat berarti dalam kehidupan sehari-hari, di mana berbagai tantangan dapat diatasi dengan lebih mudah dan komunikasi mengenai kegiatan keagamaan Islam dapat dilakukan dalam waktu yang lebih efisien. Hal ini disebabkan oleh peran media sosial yang kini berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan ajaran Islam dan melakukan dakwah. (Zaman, 2023)

Karena masyarakat saat ini lebih memilih untuk menggunakan media sosial untuk mencari dan memberikan informasi, kegiatan dakwah juga harus memasuki dunia digital media sosial. Para da'i harus kreatif dan inovatif dalam menyampaikan materi dakwah meraeka karena generasi muda lebih tertarik dengan konten yang inovatif. Strategi dakwah ini berhasil merangkul kehidupan generasi muda yang tidak lepas dari dunia digital karena terkait dengan digitalisasi.

Saat ini, banyak pendakwah berasal dari kalangan muda, yang lebih dewasa pun telah memahami pentingnya menggunakan media sosial secara bijak sebagai sarana berdakwah. Dakwah dapat dilakukan di berbagai tempat dan melalui berbagai media, asalkan tetap sejalan dengan ajaran Islam serta menjunjung nilai-nilai, norma, aturan,

dan pedoman yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis. (Romli, 2019)

Sebagai ilustrasi, pendakwah dapat memulai aktivitasnya dengan membuat konten. Konten yang disebarluaskan melalui media sosial memiliki peran yang signifikan, karena di dalamnya terdapat strategi dan teknik penyajian yang dirancang untuk menarik perhatian audiens. Penampilan konten pun diupayakan semenarik dan sekreatif mungkin agar mampu menarik perhatian pengguna media sosial. Hal serupa dilakukan oleh komunitas dakwah milenial. (Idham Khalid 2017). Hal serupa dilakukan oleh komunitas Hijrah Booster yang memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan cara yang relevan dan mudah diterima oleh generasi muda. Mereka menyajikan konten dakwah yang inovatif, seperti video pendek, quotes singkat yang menarik, infografis, dan diskusi interaktif yang tidak hanya menyampaikan pesan agama tetapi juga menyentuh pendidikan, dan motivasi kehidupan. Komunitas Hijrah Booster merupakan sebuah komunitas dakwah yang bergerak di media digital dengan menggunakan aplikasi seperti media sosial komunitas ini memungkinkan penyebaran dakwah yang lebih luas, memiliki 123k followers instagram, 19k followers tiktok, 933 subscriber di telegram, dan 18k followers di threads dan 8k members di saluran Instagram.

Inovasi manajemen dakwah di era digital dengan pada komunitas Hijrah Booster, didasarkan pada relevansi yang tinggi dengan dinamika zaman. Komunitas Hijrah Booster merepresentasikan kelompok generasi muda yang hidup dalam budaya digital dan memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi sebagai sarana penyampaian dakwah. Generasi ini memanfaatkan platform seperti media sosial, aplikasi, dan konten digital kreatif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda. Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam paradigma dakwah, yang tidak lagi terfokus pada metode tradisional, tetapi juga memanfaatkan berbagai inovasi berbasis teknologi. (Andini, 2023)

Komunitas Hijrah Booster hadir sebagai solusi atas berbagai tantangan dakwah di era digital, seperti beragamnya pengaruh negatif di dunia maya yang dapat memengaruhi pemahaman agama. Dampak negatif ini tentunya harus dijadikan sebagai salah satu tolak ukur dalam keberhasilan teknologi membawa dampak bagi generasi saat ini. (Kusumawati, 2022) Mereka memberikan kontribusi melalui pendekatan yang relevan dengan gaya hidup modern, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi digital native. Pemilihan objek ini juga penting untuk memahami peran strategis generasi muda dalam memperkuat nilai-nilai agama melalui dakwah yang adaptif dan inovatif.

Melalui kajian terhadap komunitas Hijrah Booster, penelitian ini berpotensi untuk menghasilkan temuan yang bermanfaat, tidak hanya

secara teoretis untuk mengembangkan literatur manajemen dakwah modern, tetapi juga secara praktis sebagai inspirasi bagi komunitas lain dalam mengoptimalkan strategi dakwah di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk memberikan solusi atas permasalahan aktual dalam pengelolaan dakwah sekaligus menjawab kebutuhan zaman akan pendekatan dakwah yang lebih efektif dan inklusif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana inovasi dakwah digital yang dilakukan oleh komunitas Hijrah Boosters. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran detail tentang strategi yang digunakan komunitas dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah. Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pengelola komunitas Hijrah Boosters untuk mengidentifikasi strategi inovasi dakwah, tantangan yang dihadapi, dan peluang yang dimanfaatkan. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas komunitas dalam mengelola dan menyebarkan konten dakwah melalui berbagai platform digital.

Data sekunder diperoleh secara literatur yang relevan, termasuk dalam kajian dakwah digital. Kombinasi data primer dan sekunder memberikan pemahaman yang holistik mengenai aktivitas dakwah digital komunitas Hijrah Boosters. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara semi-terstruktur dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi tentang pendekatan kreatif dan inovatif dalam penyebaran dakwah. Observasi dilakukan untuk memahami pola interaksi dan strategi pengemasan konten yang menarik minat audiens, terutama generasi muda.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menge lumpokkan informasi berdasarkan tema utama seperti inovasi dakwah, strategi komunikasi, dan adopsi teknologi. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, didukung oleh temuan empiris yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial Populer Dalam penyebaran dakwah

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling cocok untuk dakwah saat ini. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, selain memungkinkan berbagi kegiatan melalui foto yang diunggah.

Instagram yang saat ini berkembang pesat menarik perhatian para pendakwah di media sosial. Hal ini didorong oleh banyaknya warganet yang menggunakan platform tersebut untuk mencari

informasi tentang Islam. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwah atau nasihat yang positif. Sebagai media sosial favorit, khususnya di kalangan anak muda, Instagram dipandang sebagai sarana yang sangat efektif, mengingat tingginya aktivitas masyarakat dalam menggunakan internet dan mengakses dakwah melalui media sosial.(Hafiza, n.d.)

Kemajuan Instagram menarik perhatian banyak pendakwah, termasuk akun instagram dari komunitas Hijrah Boosters (@hijrah.boosters) yang mengemas dakwah secara kreatif. Konten yang disajikan berupa quotes singkat dan menarik, sangat relevan bagi anak muda. Dengan pendekatan yang sederhana namun penuh makna, dapat dilihat dari akun instagramnya yang sudah memcapai ratusan ribu followers akun ini berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islami dan memotivasi generasi muda untuk memperdalam pemahaman agama mereka.

Menurut Abu Maryam, pendiri Hijrah Boosters, "Media utama Hijrah Boosters itu di platform Instagram, awal berdirinya pun berasal dari Instagram. Tapi setelah berbagai platform saat ini hampir sama rata tingkat penggunaannya, maka Hijrah Boosters menjadikan Instagram, Facebook, dan Threads sebagai wadah utama penyebaran dakwah digital," ungkapnya. Lebih lanjut, Abu Maryam menjelaskan bahwa konten yang disajikan senantiasa disesuaikan dengan realitas kehidupan yang dihadapi oleh berbagai kalangan. "Strategi pertama, bagaimana membuat nama official yang audience mudah untuk tertarik dan ingat, yang kedua tentunya konten yang disajikan kita sesuaikan dengan realitas kehidupan yang hampir saat ini semua kalangan rasakan, bisa dibilang semua platform sebenarnya mempunyai karakteristik yang sama, meskipun sekian persen di Facebook kalangan umur rentan menengah ke atas. Tapi Alhamdulillah ala kulli hal, setiap konten yang disajikan bisa pas untuk setiap kalangan tanpa mendiskreditkan usia, gender dll," jelasnya. Penggunaan media social yang populer, khususnya Instagram,facebook,dan threads yang digunakan oleh Komunitas tersebut sebagai media dakwah mencerminkan sebuah inovasi dalam cara menyampaikan pesan agama.

Inovasi Manajemen Dakwah Di Era Digital

Aktivitas dakwah dikatakan berhasil atau efektif manakala pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dapat dipahami secara menyeluruh.(Mazidah, 2019) tentunya dalam hal ini da'i perlu menerapkan inovasi-inovasi yang tertentu dalam menyebarkan dakwahnya, termasuk pula dengan menggunakan fitur yang di sediakan dalam media digital

Saat ini sudah banyak lembaga" dakwah yang menggunakan media digital dalam penyebaran dakwahnya namun masih kurang yang menggunakan saluran Instagram, Komunitas Hijrah

Boosters memanfaatkan hal tersebut sebagai inovasi dakwahnya karena dengan melalui saluran instagram memungkinkan followers mendapatkan notifikasi khusus setiap kali konten baru diunggah, sehingga memudahkan penyebaran dakwah secara cepat dan efektif.

Masih banyak usaha yang dilakukan untuk kegiatan yang sifatnya pembaruan atau inovasi, dengan menyebarkan dakwah menggunakan fitur saluran chat yang ada di Instagram.(Nisrokha, 2020) Komunitas Hijrah Booster dapat menyampaikan dakwah secara lebih interaktif dan personal melalui pesan langsung, membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens.dengan Fitur channel dapat menampung jumlah anggota yang tidak terbatas. Komunitas ini dapat menjalankan dakwah secara lebih luas.(Dwi, 2023)

Abu Maryam mengakui bahwa inovasi dalam bentuk interaksi langsung dengan audiens masih terbatas. "Untuk inovasi, sebenarnya sampai saat ini belum ada, karena bisa dibilang akun Hijrah Boosters ini murni akun dakwah yang tidak membuka ruang interaksi secara langsung. Tapi untuk saat ini, ada wadah yang namanya channel di IG, yang memungkinkan ada interaksi, feedback kami dengan audience," katanya.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan upaya inovatif komunitas Hijrah Booster dengan menyampaikan nasihat melalui media sosial, mendorong komunikasi melalui saluran Instagram. Inovasi ini menawarkan cara baru yang lebih efektif dan interaktif dalam menyampaikan pesan dakwah, khususnya kepada audiens digital.

Kelebihan dari inovasi dakwah digital ini adalah efektivitas penyebaran pesan kepada audiens yang lebih luas, interaktivitas tinggi yang menciptakan keterlibatan lebih baik, dan kemudahan akses bagi audiens kapan saja. Meskipun demikian, komunitas perlu mengatasi tantangan seperti kemampuan teknis yang terbatas dan persaingan konten yang ketat di media sosial. Untuk memastikan keberlanjutan inovasi ini, komunitas perlu meningkatkan kualitas visual dan narasi konten, membangun branding yang konsisten, serta mengoptimalkan algoritma media sosial dengan strategi yang tepat. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya menjadi adaptasi terhadap perkembangan teknologi tetapi juga strategi efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan di era digital.

Strategi Multiplatform Untuk Optimalisasi Dakwah

Kemunculan berbagai jenis media seperti saat ini memberikan kemudahan dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat luas. Beragam media telah dimanfaatkan untuk berdakwah, salah satunya yang populer adalah media sosial. Media sosial merupakan platform di mana setiap individu dapat membuat halaman pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi serta berkomunikasi.(Fahmi, 2019) Media sosial menawarkan banyak kelebihan sehingga menjadi

pilihan istimewa bagi para penggunanya. Kecepatan dalam menyampaikan informasi dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh media sosial menarik perhatian para pendakwah untuk memanfaatkannya sebagai sarana dalam berdakwah.(Muhib, 2021)

Komunitas hijrah booster menerapkan strategi multiplatform yang efektif untuk optimalisasi dakwah di era digital. Instagram menjadi platform utama karena mampu menjangkau generasi muda melalui konten kreatif berupa kutipan singkat, infografis, dan video pendek yang disajikan dengan visual menarik. keberhasilannya tercermin dari jumlah pengikut yang mencapai 123k, serta interaksi aktif melalui fitur seperti story dan komentar. selain itu, tiktok digunakan untuk menyebarkan video dakwah singkat yang menyentuh emosi audiens. algoritma tiktok yang canggih memungkinkan konten mereka mencapai hingga jutaan penonton, menunjukkan bahwa video pendek dengan musik islami dan kutipan bermakna efektif menarik perhatian.

Telegram juga menjadi kanal penting dalam strategi ini, digunakan untuk memberikan materi dakwah terstruktur dalam bentuk tulisan, audio, maupun video. Kapasitas chanel Telegram yang besar memungkinkan komunitas untuk berinteraksi lebih luas dan dalam dengan audiens tanpa gangguan algoritma seperti pada media sosial lainnya. Dengan 933 subscriber, Telegram menyediakan grub dan chanel dakwaah yang lebih fokus dan personal. Untuk melengkapi pendekatan ini, Threads digunakan sebagai media diskusi nonformal, sementara WhatsApp memfasilitasi komunikasi langsung antara komunitas dan pengikutnya, menawarkan kesempatan untuk menjawab pertanyaan secara personal dan membangun hubungan lebih dekat.

Dengan strategi multiplatform ini memungkinkan menjangkau audiens yang mungkin tidak dapat akses ke aplikasi tersebut atau hanya menggunakan media digital tertentu .memanfaatkan sifat jaringan media sosial yang saling berhubungan. Saat pengguna membagikan dan memposting ulang konten, konten dakwah mendapatkan momentum dan viralitas, sehingga semakin memperluas jangkauan.Erwin, Social Media Marketing Trends (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

Tantangan dan Peluang Dakwah di Era Digital

kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial membawa tantangan yang harus diperhatikan dalam evaluasi penggunaan. salah satu tantangan tersebut adalah menjaga etika dan komunikasi yang sesuai, serta menyampaikan pesan-pesan yang disesuaikan dengan keberagaman audiens.(Syifa Aulia Rahmadhan, 2024) Media sosial dipenuhi dengan berbagai jenis konten yang bersaing untuk menarik perhatian pengguna. Konten dakwah harus bersaing dengan hiburan, berita, dan informasi lainnya yang sering kali lebih menarik secara visual dan emosional. Hal ini menyulitkan pesan dakwah untuk menonjol dan mencapai audiens yang lebih

luas. Selain persaingan konten, Setiap perubahan pada fitur dan algoritma platform media digital berdampak pada distribusi dan visibilitas konten. Perubahan pada algoritma platform dapat memengaruhi sejauh mana audiens dapat mengakses konten, baik melalui rekomendasi otomatis atau meningkatkan tampilan di feed.(Strategi, 2025)

wawancara bersama Abu Maryam dari Hijrah Boosters memberikan gambaran bagaimana tantangan ini dapat dijadikan peluang dengan pendekatan yang tepat. Keunikan Hijrah Boosters terletak pada penamaan dan branding akun yang dibangun. Abu Maryam mengamati bahwa banyak akun dakwah cenderung menggunakan strategi yang monoton dalam menarik perhatian pengguna media sosial. "Yang membedakan itu, yang pertama adalah penamaannya dan juga branding dari akun yang kami bangun, hampir setiap media dakwah, atau sebagian akun dakwah menggunakan strategi yang bisa dibilang monoton dalam menarik simpatik penggunaan media sosial untuk sekedar berhenti sejenak menyimak dan melihat isi konten yang disajikan. Sebenarnya tidak ada inovasi yang istimewa, tapi kami mencoba konsisten dan tidak mengubah alur konten kami, dan Alhamdulillah itu berkat Allah semua tetap berjalan normal, bahkan senantiasa ada perkembangan signifikan dari setiap konten yang kami unggah," tuturnya.

Konsistensi dalam penyampaian konten menjadi kunci utama keberlangsungan dakwah digital Hijrah Boosters. "Yang pertama itu, kami terlebih dahulu memang sudah meng-stock beberapa bahan, sehingga dalam pengaturan pempublikasian jadwalnya bisa teratur. Untuk konsisten sebenarnya kunci utamanya itu ada di mindset, bagaimana kita bisa menjadikan bahwa apa yang kita buat ini adalah sebuah kebutuhan, sebuah kewajiban. Karena dakwah memang adalah kewajiban bagi setiap muslim. Alhamdulillah untuk jadwal konten di berbagai platform sebenarnya sudah dimudahkan semenjak adanya meta verse, jadi satu platform kita unggah maka platform lain akan itu ter-publish secara bersamaan," imbuhan Abu Maryam.

Akun yang konsisten memiliki kemungkinan lebih besar untuk tetap relevan di feed pengguna di tengah perubahan algoritma media sosial yang seringkali tak terduga. Karena data interaksi dapat diukur secara rutin dan strategi dapat disesuaikan cepat, konsistensi dalam produksi konten yang terjadwal juga memudahkan penyesuaian terhadap algoritma baru. Hijrah Boosters menunjukkan, mindset yang kuat dan manajemen konten yang matang adalah kunci keberhasilan dakwah digital. Mereka menjawab tantangan kekontinuan konten di tengah algoritma yang fluktuatif dengan menjadwalkan unggahan dan menyimpan stok konten. Lebih dari itu, mereka menganggap dakwah sebagai kewajiban dan bukan sekadar aktivitas. Konsep ini mengubah cara mereka berinteraksi

dengan teknologi: menjadikannya ibadah daripada hanya alat.

Evaluasi rutin menjadi bagian integral dari manajemen dakwah Hijrah Boosters. Setiap pekan, tim melakukan analisis terhadap tanggapan audiens, jangkauan konten, serta potensi kesalahan dalam penyampaian ayat atau hadis. Namun, target utama evaluasi bukanlah pertumbuhan jumlah pengikut, melainkan dampak konten terhadap perubahan perilaku audiens ke arah yang lebih baik. "Untuk evaluasi, kami melakukan evaluasi rutin setiap pekannya, bagaimana tanggapan audience, sejauh mana konten ini jangkauannya, dan apakah ada kesalahan dalam setiap kalimat ayat, atau hadits yang salah dalam penafsiran. Untuk pertumbuhan audience kami pribadi, tidak pernah menargetkan adanya penambahan audience dalam setiap platform, target utama dalam evaluasi setiap pekan adalah, apakah ada mad'u yang berhasil tergerak atas izin Allah bisa hijrah ke arah yang lebih baik melalui konten yang setiap pekannya ter-publish," pungkas Abu Maryam.

Salah satu ide paling penting dari wawancara ini adalah bahwa penilaian berfokus pada perubahan dalam perilaku audiens, bukan hanya jumlah pengikut atau popularitas. Evaluasi mereka bergantung pada komitmen terhadap kebenaran konten syar'i. Dalam dakwah digital, menyebarkan ayat atau hadis yang salah dapat menyebabkan orang salah memahaminya dan mencoreng kredibilitas dakwah itu sendiri. Proses evaluasi ini menunjukkan bahwa Hijrah Boosters sangat memperhatikan prinsip pengendalian kualitas konten keislaman, yang sering diabaikan oleh akun dakwah yang hanya mengejar viralitas. Dalam manajemen dakwah, evaluasi bukan hanya bersifat administratif; itu juga merupakan proses muhaasabah, atau introspeksi, yang menilai tujuan dan hasil dakwah dari perspektif keberkahan dan keberhasilan hidayah Allah melalui upaya digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis inovasi manajemen dakwah yang dilakukan oleh komunitas Hijrah Boosters di era digital. Komunitas ini secara efektif memanfaatkan berbagai platform media sosial populer seperti Instagram, Facebook, dan Threads untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman yang relevan dan menarik bagi generasi muda. Inovasi yang dilakukan mencakup pemanfaatan fitur-fitur interaktif media sosial, strategi konten yang kreatif dan sesuai dengan audiens digital, serta pengelolaan yang konsisten untuk menghadapi tantangan seperti persaingan konten dan perubahan algoritma platform.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya evaluasi dalam manajemen dakwah digital yang dilakukan oleh Hijrah Boosters. Evaluasi mereka tidak hanya berfokus pada metrik kuantitatif seperti jumlah pengikut, tetapi lebih pada dampak kualitatif terhadap perubahan perilaku

audiens ke arah yang lebih baik. Komitmen terhadap keakuratan konten syar'i juga menjadi perhatian utama dalam proses evaluasi. Secara keseluruhan, studi ini menunjukkan bahwa inovasi, adaptasi teknologi, strategi konten yang relevan, dan evaluasi berbasis dampak merupakan kunci keberhasilan dakwah di era digital, memberikan pelajaran berharga bagi komunitas dakwah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, I. P. (2023). Perubahan Dakwah Di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial,Hukum, Dan Humaniora*, 1(2), 307.
- Dwi, P. dan. (2023). Efektivitas Dakwah Dalam Channel Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' Terhadap Pemenuhan Informasi Fikih Kewanitaan. Undergraduate (S1) thesis IAIN Kediri.
- Erwin. (2024). SOCIAL MEDIA MARKETING TRENDS. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fahmi, J. A. and I. (2019). Media Sosial Dalam Mempengaruhi Perilaku Keberagaman Siswa Dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam. *Wahana Karay Ilmiah_pascasarjana (S2) PAI Unsika*, 3(1), 1& 8.
- Hafiza, G. (n.d.). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Pada Akun @hijabalila*. Universitas Islam Bandung.
- Khalid, I. (2017). Akar-akar Dakwah Islamiyah (Akidah,Ibadah<dan Syariah. *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 73.
- Kusumawati, S. P. (2022). Penyampaian Dakwah islam Di Media Sosial Bagi Generasi z. *Al-Insan*, 3(1), 4.
- Latifah, N. (2023). strategi Dakwah Islam Di Era Digital. *Al-Insan*, 4(1), 104.
- Mazidah, S. (2019). *Pesan Dakwah Melalui Telegram(Studi Pada Channel Syiar Tauhid Aceh)*. U Niversitas Islam Negeri Banda Aceh.
- Muhid, Z. Z. H. dan A. (2021). Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram(Literature Review). *Ath-Thariq*, 5(2), 199.
- Musyrifah, S. dan. (2003). *Sejarah Islam Klasik Perkembangan Ilmu Pengetahuan* (1st ed.). Prenada Media.
- Naasution, H. (1975). *Pembaharuan Dalam Islam Sejarah Pemikiran Dan Gerakan* (1st ed.). Bulan Bintang.
- Nisrokha. (2020). Difusi Inovasi dalam Teknologi Pendidikan. *Jurnal Madaniyah*, 10(2), 179.
- Romli. (2019). Dakwah Islam Era Globalisasi. *Ath-Thariq:Jurnal Daakwah Dan Komunikasi*, 3(1), 103.
- Strategi, T. (2025). *AL-QIBLAH : Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam*: 4(1), 37. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1>.
- Syifa Aulia Rahmadhan, D. (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. *Sinar Dunia : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(2), 227.
- Zaman, M. (2023). Transformasi Gaya Islam Klasik Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 166.