



Konten Kreator sebagai Agen Edukasi dalam Pembelajaran Islam di Ruang Digital

¹ Su'eb, ² Zaini

Institut Agama Islam al-Khoziny¹, STAI AL-Hamidiah²,

¹mohsyuaib99@gmail.com,

²zainipesma@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam praktik pendidikan Islam, khususnya di kalangan generasi muda. Artikel ini membahas profil, latar belakang, dan model edukasi Islam yang dikembangkan oleh tiga konten kreator Muslim Indonesia, yaitu Hanan Attaki, Gus Iqdam, dan Kadam Sidik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis konten digital melalui platform YouTube, Instagram, dan TikTok. Hanan Attaki menonjol dengan model *edutainment pedagogy*, yang menggabungkan narasi, visual sinematik, dan bahasa populer untuk meningkatkan keterlibatan *audiens* muda dalam pembelajaran Islam. Gus Iqdam mengimplementasikan pendekatan *affective learning*, memadukan humor, cerita keseharian, dan bahasa santai untuk menciptakan kedekatan emosional serta internalisasi nilai-nilai Islam. Sementara Kadam Sidik menggunakan pendekatan *situated learning* dengan konten reflektif yang menekankan pengalaman psikologis dan sosial *audiens* sebagai titik masuk dalam pemahaman ajaran Islam. Studi ini menunjukkan bahwa konten kreator dapat berperan sebagai *educational facilitator* di ruang digital, menjembatani teori keislaman klasik dengan konteks hidup generasi digital. Model pembelajaran yang adaptif dan partisipatif ini berpotensi memperluas akses pendidikan Islam dan meningkatkan relevansi nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: *Edutainment pedagogy*, *Learning experience* generasi muda, Pendidikan Islam digital.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era *Society 5.0* telah membawa perubahan paradigmatis dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk pendidikan dan penyebaran pengetahuan agama Islam (Mardiana dkk., 2021, hlm. 65). Fenomena *digital transformation*, khususnya melalui media sosial dan platform video seperti YouTube, TikTok, Instagram, maupun podcast, menciptakan ruang baru bagi proses *knowledge dissemination* yang lebih cepat, luas, dan partisipatif. Media digital menjadi alat komunikasi, begitu juga telah bertransformasi menjadi *digital pedagogy* yaitu pedagogi berbasis teknologi yang memberi kesempatan bagi pembelajaran yang lebih interaktif, personal, dan adaptif terhadap kebutuhan *audiens* generasi milenial dan Generasi Z (Sudarma, 2025, hlm. 715). Dalam konteks pendidikan Islam, transformasi ini membuka peluang kuat bagi konten kreator Muslim untuk berperan sebagai agen edukasi yang memproduksi konten *edutainment* Islam yang relevan secara sosial budaya dan mudah diakses oleh khalayak luas.

Perubahan perilaku konsumsi media generasi muda yang semakin *digitally native* menunjukkan bahwa model pembelajaran tradisional yang bersifat satu arah tidak lagi memadai untuk menarik minat mereka dalam belajar Islam. Media sosial menjadi ruang pembelajaran informal yang memiliki potensi besar untuk mentransmisikan pengetahuan agama secara efektif. Di sinilah muncul peran konten kreator sebagai *educational influencer* atau agen edukasi yang mampu menjembatani konteks keilmuan Islam dengan bahasa visual, gaya komunikasi ringan, dan format interaktif yang diminati oleh *audiens* digital masa kini. Fenomena ini juga relevan dengan konsep *media literacy*, yaitu kemampuan pengguna media untuk memahami, mengevaluasi, dan membuat konten secara kritis baik sebagai konsumen maupun produsen informasi (Komara & Widjaya, 2024, hlm. 156).

Dalam konteks yang lebih spesifik, fenomena konten kreator Muslim yang memadukan pendidikan Islam dan media digital telah menjadi subjek kajian berbagai penelitian empiris yang menunjukkan dampak nyata terhadap audiensnya. Sebagai contoh, studi tentang Hanan Attaki menunjukkan bahwa strategi dakwah interaktif melalui TikTok dan Instagram berhasil membentuk keterlibatan (*engagement*) audiens secara intensif, khususnya generasi muda. Penelitian ini menemukan bahwa pendekatan komunikatif yang *relatable* dan penggunaan bahasa sehari-hari membuat konten dakwah Hanan Attaki lebih mudah dicerna oleh khalayak muda, sehingga memicu kedekatan emosional dan ketertarikan audiens terhadap pesan keislaman yang disampaikan (Muharrifah & Sikumbang, 2025, hlm. 24).

Begitu pula fenomena di platform digital lainnya, seperti konten dakwah yang dibawakan oleh Kadam Sidik di TikTok. Penelitian yang mengkaji pendekatan psikologi dan komunikasi dalam konten dakwahnya menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang empatik, sederhana, dan relevan dengan isu kehidupan sehari-hari memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman keislaman dan pengalaman spiritual pemirsa. Pendekatan psikologis ini mencerminkan peran penting konten kreator sebagai fasilitator pembelajaran informal Islam yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun ikatan emosional dengan audiensnya (Ika dkk., 2025, hlm. 421).

Contoh empiris lainnya adalah respon generasi milenial terhadap konten dakwah dari Muhammad Iqdam atau dikenal sebagai *Gus Iqdam* yang disebarakan melalui kanal YouTube resmi dan media sosial lainnya. Analisis netnografi terhadap channelnya menunjukkan pertumbuhan pesat jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi, karena kontennya menyentuh kehidupan nyata dan menciptakan komunitas virtual yang berpartisipasi aktif dalam diskusi nilai-nilai Islam. Bahkan, konten edukasi Gus Iqdam yang dikemas secara informal namun bermakna memberikan ruang bagi generasi milenial untuk merenungkan dan menginternalisasi nilai-nilai karakter dalam kehidupan sehari-hari (Hasyim Iskandar & Binti Amanah, 2024, hlm. 135).

Peran konten kreator sebagai agen edukasi telah berperan sebagai penyampaian informasi materi keislaman, begitu juga melibatkan proses pembentukan karakter (*character education*), internalisasi nilai moral, dan motivasi pengikut untuk menetapkan perilaku positif. Studi tentang nilai-nilai pendidikan karakter dalam konten dakwah Gus Iqdam menemukan bahwa pesan-pesan moral seperti *honesty*, *patience*, *empathy*, *respect*, dan *responsibility* secara konsisten dikomunikasikan melalui *storytelling*, humor, dan analogi kehidupan sehari-hari yang mudah dipahami oleh generasi digital. Meskipun tidak semua audiens langsung melakukan transformasi perilaku, penelitian ini menegaskan bahwa penyampaian nilai moral melalui konten kreator memiliki potensi kuat menjadi medium pendidikan agama yang efektif.

Fenomena konten kreator Muslim dalam pendidikan Islam juga relevan dengan tantangan dan peluang yang dihadapi dunia pendidikan formal dan nonformal. Keberadaan konten kreator melengkapi keterbatasan institusi pendidikan formal, seperti keterbatasan sumber daya manusia, tantangan geografis, dan kesenjangan akses terhadap materi pembelajaran yang berkualitas.

Konten edukasi keislaman yang disebarakan di platform digital mampu menjawab kebutuhan *educational equity* atau pemerataan akses pendidikan, sehingga memungkinkan individu belajar kapan saja dan di mana saja tanpa keterbatasan ruang dan waktu. Hal ini menegaskan bahwa konten kreator bukan sekadar *influencer*, tetapi juga berperan sebagai *knowledge broker* yang memperluas akses terhadap pendidikan Islam di era digital (Hakim & Harapandi Dahri, 2025, hlm. 187).

Namun demikian, munculnya fenomena konten kreator Muslim dalam pendidikan Islam juga memunculkan implikasi penting yang perlu dikaji lebih jauh secara ilmiah, seperti kualitas konten keagamaan, akurasi pesan keislaman, etika dakwah digital, tanggung jawab sosial kreator, serta kebutuhan *digital literacy* bagi audiens agar tidak hanya menjadi *passive receiver*, tetapi juga *active learner*. Adanya hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten kreatif dan menarik, ada risiko distorsi nilai atau penyederhanaan pesan agama yang dapat menyebabkan *misunderstanding* di kalangan audiens jika tidak dikelola secara hati-hati. Isu ini menegaskan pentingnya pendekatan kritis dalam mengkaji konten kreator sebagai agen edukasi Islam, mengingat peranannya yang semakin signifikan dalam membentuk persepsi, pemahaman, dan praktik keagamaan masyarakat di ruang digital.

Berdasarkan fenomena-fenomena empiris dan kajian literatur tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis secara sistematis peran konten kreator sebagai agen edukasi dalam konteks pembelajaran Islam di ruang digital. Penelitian ini mengambil perspektif *communication theory*, *digital pedagogy*, dan *religious education* untuk memahami bagaimana konten kreator mendesain, menyampaikan, dan memengaruhi pemahaman audiens terhadap nilai-nilai Islam dalam format digital.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistik untuk memahami secara mendalam fenomena konten kreator sebagai agen edukasi dalam pembelajaran Islam di ruang digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berorientasi pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada penafsiran makna, strategi komunikasi, dan konstruksi pesan edukatif yang diproduksi serta didistribusikan melalui media sosial (Juliani & Syahbudin, 2025, hlm. 15). Desain penelitian yang digunakan adalah netnografi (*digital ethnography*), yaitu metode penelitian yang mengkaji praktik sosial, budaya komunikasi, dan interaksi yang terjadi dalam lingkungan digital (Kozinets, 2015, hlm. 70).

Metode ini relevan karena ruang digital telah menjadi arena pembelajaran informal (*informal learning environment*) yang memungkinkan terjadinya proses *knowledge dissemination* secara luas dan partisipatif. Objek penelitian difokuskan pada konten edukasi Islam yang diproduksi oleh tiga kreator populer, yaitu Hanan Attaki, Kadam Sidik, dan Gus Iqdam. Pemilihan ketiga kreator tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria: memiliki jumlah pengikut yang besar, konten yang konsisten bertema pembelajaran Islam, tingkat interaksi audiens (*engagement*) tinggi, serta aktif pada platform YouTube. Penelitian ini difokuskan pada platform YouTube, secara spesifik melalui kanal Hanan Attaki melalui, Gus Iqdam Official dan Kadamsidik. Pada setiap kreator akan diambil lima video dan tayangan yang berbeda.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Rachman dkk., 2025, hlm. 78). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi konten yang relevan dan mengelompokkan berdasarkan tema seperti materi keislaman (akidah, akhlak, ibadah, motivasi spiritual), strategi komunikasi (*storytelling*, humor, bahasa populer, visual singkat), serta nilai pendidikan karakter yang disampaikan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (perbandingan

antarplatform dan antar kreator), triangulasi teori (*digital pedagogy, media literacy, dan communication theory*), serta audit trail yang mendokumentasikan proses penelitian secara sistematis. Penelitian ini juga mengacu pada konsep *media literacy* (Ahmadi & Ibda, 2019), untuk memahami posisi audiens sebagai pembelajar aktif yang tidak hanya menerima, tetapi juga menafsirkan dan merespons pesan keagamaan secara kritis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Profil Hanan Attaki, Muhammad Iqdam dan Kadam Sidik

3.1.1. Hanan Attaki Profil

Hanan Attaki lahir pada tahun 1981 di Aceh dan menjadi satu dari figur dakwah kontemporer yang paling berpengaruh di kalangan generasi muda Indonesia. Ia menempuh pendidikan Islam secara formal di Universitas Al-Azhar, Kairo, sebuah universitas tradisional terkemuka di dunia Islam, sehingga memiliki dasar teologis kuat yang mendukung legitimasi kontennya. Keilmuan klasik yang dipadu dengan pemahaman konteks sosial kontemporer menjadikan gaya dakwahnya tidak semata normatif, tetapi kontekstual dan relevan terhadap kehidupan sehari-hari generasi milenial dan Gen Z (Iqbal, 2025, hlm. 315). Attaki memulai pendidikannya di lingkungan pesantren sebelum menempuh studi lanjutan di Al-Azhar. Pendidikan di lingkungan pesantren membentuk landasan keislaman yang kuat dan kedekatan dengan metode pembelajaran tradisional, sedangkan pengalaman studi di luar negeri melatihnya untuk mengintegrasikan wacana Islam klasik dengan realitas global dan dinamika kehidupan modern. Kombinasi ini kemudian menjadi fondasi utama dalam pendekatan dakwahnya di era digital.

Hanan Attaki menunjukkan pola edukasinya yang identik dengan model *edutainment religion communication* yakni penggabungan *education, entertainment, dan religion* untuk menciptakan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga *engaging*. Model ini selaras dengan prinsip *digital pedagogy*, yaitu praktik pengajaran yang memanfaatkan media digital untuk menciptakan pengalaman belajar yang bermakna, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan pembelajar. Strategi komunikasi Attaki sering kali *relatable*, menggunakan bahasa populer yang familiar dengan istilah sehari-hari generasi muda. Dalam literatur komunikasi, strategi semacam ini sejalan dengan pendekatan *identification*, yaitu upaya membangun keterkaitan antara komunikator dan audiens melalui nilai, bahasa, atau pengalaman bersama (Foss, 2004). Selain itu, Attaki juga menggunakan elemen naratif dalam penyampaian materi seperti cerita kehidupan pribadi, analogi kontemporer, dan ilustrasi visual sehingga pesan dakwah menjadi mudah dipahami sekaligus bermakna.

Dalam praktiknya di platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, Attaki menggunakan dua format utama:

- a. *Long-form video* (YouTube) untuk pembahasan topik secara sistematis dan mendalam, sehingga audiens mendapatkan *deep learning* tentang tafsir ayat, kajian hadis, atau etika Islam.
- b. *Short-form video* (Instagram/TikTok) untuk pesan singkat, motivasi cepat (*microlearning*), atau refleksi kehidupan yang dapat dikonsumsi dalam durasi perhatian yang khas bagi pengguna media sosial. Strategi ini sesuai dengan prinsip *attention economy* di era digital, di mana konten harus ringkas, padat, dan menarik secara visual (Davenport & Beck, 2001, hlm. 90).

Model dakwah Attaki juga menekankan konseptualisasi pengalaman spiritual sebagai bagian penting dari kehidupan manusia modern, sehingga pesan religius tidak hanya berhenti pada pemahaman teks, tetapi juga pada internalisasi nilai dan implementasi dalam kehidupan sosial. Pendekatan semacam ini sejalan dengan teori *transformative learning*, yang menekankan bahwa

pembelajaran yang efektif bukan hanya penguasaan informasi, tetapi perubahan cara pandang dan pemaknaan (Freire, 1970, hlm. 70). Dengan demikian, model edukasi Attaki tidak hanya berperan sebagai penyampai ilmu agama, tetapi juga sebagai *facilitator of personal transformation* dan mediator *learning experience* dalam konteks kehidupan digital generasi muda.

3.1.2. Muhammad Iqdam

Gus Iqdam, bernama lengkap Muhammad Iqdam Kholid, lahir pada tahun 1994 di Blitar, Jawa Timur. Ia dikenal sebagai pengasuh majelis Sabilu Taubah, sebuah forum kajian Islam yang ramai diikuti, baik secara langsung maupun melalui rekaman video di media sosial. Latar belakang pendidikan Gus Iqdam mencakup pembelajaran agama tradisional melalui pesantren, di mana ia dibekali dengan ilmu fiqh, tauhid, dan tasawuf. Pendekatan tradisional ini menjadi fondasi kuat dalam penyampaian dakwahnya, tetapi yang membedakannya adalah cara ia meringkaskan pesan tersebut dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami (Khoiri dkk., 2024, hlm. 50). Karisma Gus Iqdam terletak pada kemampuannya untuk menggabungkan wacana Islam klasik dengan humor, analogi kehidupan sehari-hari, dan bahasa yang tidak formal, sehingga pesan yang disampaikan terasa dekat dengan audiens dari berbagai latar belakang usia dan sosial.

Model edukasi Gus Iqdam dapat dikategorikan sebagai *affective-communication pedagogy* pendekatan yang menekankan keterlibatan emosional dan hubungan interpersonal dalam penyampaian pesan. Dalam literatur pendidikan agama, pendekatan semacam ini menciptakan *emotional resonance*, yaitu respons afektif dari audiens yang mampu memperkuat internalisasi nilai serta meningkatkan motivasi belajar (Lester dkk., 1998, hlm. 279). Komunikasi yang hangat, humoris, dan penuh empati menjadikan Gus Iqdam bukan hanya seorang *preacher* tetapi juga *companion* dalam perjalanan spiritual bagi banyak pengikutnya. Strategi komunikatifnya sering kali memakai humor khas lokal, analogi keseharian, dan cerita personal yang mampu memecah ketegangan pesan agama yang formal. Hal ini sejalan dengan gagasan *narrative pedagogy*, di mana cerita menjadi medium efektif untuk mentransfer nilai dan makna (Ironsides, 2006, hlm. 478). Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks media sosial yang cenderung menuntut keterlibatan afektif dan konten yang mampu memicu respons emosional.

Dalam praktiknya, Gus Iqdam memanfaatkan platform YouTube sebagai basis utama untuk menyebarkan rekaman kajian *Sabilu Taubah*. Video-video ini kemudian dipotong menjadi klip-klip pendek yang disebarluaskan melalui Instagram dan TikTok, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas. Pola ini mencerminkan strategi *platform ecology*, di mana konten didesain secara lintas platform untuk meningkatkan *reach* dan *engagement* (Van Dijck, Poell & De Waal, 2018).

Lebih jauh, model dakwah Gus Iqdam juga memadukan tradisi pesantren dengan praktik kontemporer digital, sehingga menghadirkan bentuk pembelajaran Islam yang bersifat *hybrid*: tradisional dalam substansi, namun modern dalam penyampaian. Hal ini mengurangi disonansi antara otoritas agama dan budaya pop, menghasilkan komunikasi pendidikan yang efektif untuk khalayak luas lintas usia.

3.1.3. Kadam Sidik

Kadam Sidik adalah konten kreator Muslim yang dikenal luas melalui platform TikTok dan Instagram dengan gaya dakwah yang sangat dekat dengan realitas kehidupan generasi muda. Informasi resmi mengenai tahun lahir atau pendidikan formalnya lebih terbatas dibanding kedua tokoh di atas, tetapi dari gaya bahasa dan tema kontennya dapat disimpulkan bahwa ia merupakan representasi generasi muda (*Gen Z*) yang menggabungkan pemikiran Islam dengan pengalaman emosional sehari-hari (Afiq & Islam, 2025, hlm. 254). Keunikan Kadam terletak pada pendekatannya yang mengintegrasikan perspektif psikologis dan spiritual dalam konten dakwah Islam. Tema-tema yang sering muncul meliputi kecemasan, tekanan sosial, kehilangan makna

hidup, ketidakpastian masa depan, dan identitas diri isu-isu yang sangat relevan dengan kondisi mental dan sosial generasi muda di era digital.

Model dakwah Kadam Sidik dapat dikategorikan sebagai *situated learning with narrative reflection* yaitu pendekatan pembelajaran yang menempatkan konteks pengalaman audiens sebagai titik awal pembelajaran (Ovens & Tinning, 2009, hlm. 1127). Dalam model ini, konten dakwah atau edukasi tidak dimulai dari teori atau teks agama yang abstrak, tetapi dari *felt experience* audiens yaitu realitas tekanan kehidupan digital, ketidakpastian identitas, atau rasa ingin dimengerti secara emosional. Dengan cara ini, pesan keagamaan menjadi relevan dan aplikatif secara langsung. Model naratif Kadam juga berakar pada teori *narrative therapy*, yang memandang cerita sebagai medium transformasi personal (White & Epston, 1990). Meskipun pendekatan ini berasal dari psikoterapi, dalam konteks edukasi Islam digital ia menjadi strategi untuk membantu audiens menemukan ruang reflektif atas masalah mereka melalui perspektif Islam bukan sekadar informasi keagamaan, tetapi dukungan emosional dan makna hidup.

3.2 Transformasi Pembelajaran Islam dalam Ekosistem Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola penyebaran dan pembelajaran pengetahuan Islam. Jika sebelumnya pembelajaran Islam didominasi oleh institusi formal seperti pesantren, madrasah, dan majelis taklim, kini ruang digital telah menjadi lingkungan baru yang memungkinkan terjadinya proses pembelajaran secara fleksibel, terbuka, dan partisipatif. Transformasi ini mencerminkan pergeseran dari model pembelajaran konvensional menuju sistem digital learning ecosystem, yaitu ekosistem pembelajaran yang terintegrasi dengan teknologi, media sosial, dan interaksi virtual. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi sekadar sarana hiburan atau komunikasi, namun telah berkembang menjadi ruang knowledge dissemination yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat luas (Dede Titi, 2025, hlm. 15).

Karakteristik utama ruang digital adalah sifatnya yang *asynchronous* dan tanpa batas geografis. Audiens dapat mengakses materi keislaman kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan mereka. Hal ini menciptakan bentuk pembelajaran baru yang bersifat *self-directed learning* (Khairah dkk., 2025, hlm. 60), di mana individu secara mandiri memilih konten yang relevan dengan kebutuhan spiritual dan intelektualnya. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya konsumsi konten dakwah dan edukasi Islam di berbagai platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Platform tersebut memungkinkan penyampaian materi keagamaan dalam format yang lebih variatif, seperti video pendek, infografis, podcast, dan live streaming, sehingga lebih sesuai dengan preferensi generasi digital yang mengutamakan visualisasi dan kecepatan informasi.

Dalam konteks ini, kemunculan konten kreator Muslim menjadi bagian penting dari transformasi pembelajaran Islam. Mereka menyampaikan materi agama, dan juga mengemasnya dalam bentuk yang komunikatif dan kontekstual. Misalnya, Hanan Attaki dikenal dengan pendekatan dakwah yang dekat dengan budaya anak muda, menggunakan bahasa populer, ilustrasi kehidupan sehari-hari, dan visual yang menarik. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana strategi komunikasi digital dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat proses internalisasi nilai-nilai Islam.

Selain itu, ruang digital juga menciptakan bentuk pembelajaran yang bersifat interaktif. Audiens tidak lagi menjadi penerima pasif, tetapi dapat berpartisipasi melalui komentar, pertanyaan, atau diskusi virtual. Interaksi ini mencerminkan konsep *participatory culture*, di mana pengguna media menjadi bagian dari proses produksi dan distribusi pengetahuan. Dengan demikian, pembelajaran Islam di ruang digital berkembang menjadi dialog sosial yang dinamis antara kreator dan audiens. Transformasi ini juga membawa implikasi epistemologis terhadap otoritas keilmuan Islam. Jika sebelumnya otoritas keagamaan berada pada institusi formal atau ulama tradisional, kini terjadi

proses *decentralization of authority* di mana pengetahuan keagamaan dapat diakses dari berbagai sumber digital (Azzahra & Gusmaneli, 2025, hlm. 158). Kondisi ini membuka peluang bagi perluasan literasi keislaman, tetapi sekaligus menuntut kemampuan media literacy agar masyarakat mampu memilih sumber yang kredibel dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, transformasi pembelajaran Islam dalam ekosistem digital menunjukkan bahwa teknologi dapat mengubah media penyampaian, dan juga memengaruhi pola belajar, relasi otoritas, serta cara masyarakat memahami dan mempraktikkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

3.3 Konten Kreator sebagai Agen Edukasi dan Knowledge Broker

Dalam ekosistem digital, konten kreator berperan sebagai *educational influencer* atau agen edukasi yang menjembatani antara sumber pengetahuan keislaman dengan kebutuhan audiens (Zulaikha & Bashori, 2025, hlm. 649). Peran ini dapat dipahami melalui konsep *knowledge broker*, yaitu individu yang mentransformasikan pengetahuan kompleks menjadi informasi yang mudah dipahami dan relevan dengan konteks sosial audiens. Konten kreator mengedukasi dengan menyampaikan materi agama, serta melakukan proses seleksi, interpretasi, dan adaptasi pesan agar sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial. Peran ini terlihat jelas pada konten yang diproduksi oleh Kadam Sidik, yang dikenal dengan gaya komunikasi empatik dan reflektif (Rosdiyah dkk., 2026, hlm. 5598). Dalam banyak kontennya, ia mengangkat persoalan psikologis dan spiritual yang dihadapi generasi muda, seperti kecemasan, kegagalan, atau krisis makna hidup. Pendekatan ini menunjukkan integrasi antara pendidikan agama dan pendekatan psikologi, sehingga pembelajaran Islam yang awalnya bersifat normatif, pada akhirnya menjadi sebuah solutif yang kontekstual.

Sebagai agen edukasi, konten kreator juga menjalankan fungsi pedagogis tertentu. Mereka merancang struktur pesan yang sistematis, menggunakan *storytelling*, analogi, dan ilustrasi yang memudahkan pemahaman. Strategi ini sejalan dengan konsep digital pedagogy, yaitu praktik pembelajaran yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan bermakna. Dalam konteks ini, konten video pendek misalnya, berfungsi sebagai *microlearning*, yaitu pembelajaran dalam durasi singkat namun fokus pada satu konsep utama (Jamaludin, 2023, hlm. 1). Selain itu, konten kreator juga berperan dalam membangun komunitas belajar virtual. Audiens yang mengikuti konten secara rutin membentuk jaringan sosial berbasis minat keagamaan yang sama. Komunitas ini memungkinkan terjadinya pertukaran pengalaman, dukungan emosional, dan diskusi nilai-nilai Islam. Dengan demikian, peran kreator merupakan sebagai penyampai informasi, serta fasilitator komunitas pembelajaran lintas generasi.

Fenomena ini menunjukkan bahwa konten kreator telah menjadi bagian dari struktur baru dalam pendidikan Islam kontemporer. Mereka melengkapi peran lembaga formal dengan menyediakan akses pembelajaran yang lebih fleksibel, inklusif, dan responsif terhadap dinamika sosial masyarakat digital.

3.4 Strategi Komunikasi dan Digital Pedagogy dalam Konten Edukasi Islam

Keberhasilan konten kreator dalam menarik perhatian audiens tidak terlepas dari strategi komunikasi yang efektif. Dalam ruang digital yang kompetitif, pesan keagamaan harus dikemas secara menarik tanpa mengurangi substansi nilai-nilai Islam. Salah satu strategi utama adalah penggunaan *storytelling*, yaitu penyampaian pesan melalui narasi pengalaman yang relatable dengan kehidupan sehari-hari (Maknun & Adelia, 2023, hlm. 34). Pendekatan ini memudahkan audiens untuk memahami dan menginternalisasi pesan secara emosional. Contoh strategi ini dapat dilihat pada konten Gus Iqdam, yang sering menggunakan humor, bahasa sederhana, dan contoh

konkret dalam menyampaikan materi. Pendekatan ini menciptakan suasana pembelajaran yang santai namun bermakna, sehingga audiens merasa dekat dan tidak terintimidasi oleh materi keagamaan yang disampaikan.

Selain *storytelling*, strategi lain adalah penggunaan format visual yang dinamis, seperti potongan video singkat, teks *highlight*, dan musik latar yang mendukung suasana emosional. Format ini sesuai dengan karakteristik *attention economy*, di mana durasi perhatian pengguna media sosial relatif singkat. Oleh karena itu, pesan harus disampaikan secara ringkas, jelas, dan langsung pada inti pembahasan. Dari perspektif pedagogis, strategi ini mencerminkan praktik *learner-centered approach*, yaitu pendekatan pembelajaran yang berfokus pada kebutuhan dan karakteristik audiens (Ramadani dkk., 2025, hlm. 60). Konten disusun berdasarkan isu yang sedang viral atau relevan dengan kehidupan generasi muda, seperti hubungan sosial, kesehatan mental, atau motivasi diri. Dengan demikian, pembelajaran Islam menjadi kontekstual dan aplikatif.

Interaktivitas juga menjadi bagian penting dari digital pedagogy. Fitur komentar, *live session*, dan *polling* memungkinkan audiens untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran. Interaksi ini dapat meningkatkan *engagement*, dan juga memberikan umpan balik bagi kreator untuk menyesuaikan materi dengan kebutuhan audiens. Secara keseluruhan, strategi komunikasi dan digital pedagogy yang digunakan oleh konten kreator menunjukkan bahwa keberhasilan edukasi Islam di ruang digital bergantung pada kemampuan mengintegrasikan substansi keilmuan dengan pendekatan komunikasi yang adaptif dan inovatif.

3.5 Implikasi dan Tantangan Pendidikan Islam di Ruang Digital

Meskipun konten kreator memberikan kontribusi signifikan terhadap perluasan akses pembelajaran Islam, fenomena ini juga menghadirkan berbagai implikasi dan tantangan. Salah satu implikasi positif adalah meningkatnya literasi keislaman masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang sebelumnya kurang tertarik pada pembelajaran formal. Konten digital yang mudah diakses memungkinkan proses pembelajaran berlangsung secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, ruang digital juga membuka peluang bagi penyebaran nilai-nilai moderasi beragama, toleransi, dan akhlak sosial. Banyak konten kreator menekankan pentingnya sikap inklusif dan keseimbangan dalam beragama, sehingga berkontribusi pada penguatan harmoni sosial di masyarakat multikultural.

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Pertama, masalah kualitas dan akurasi konten. Tidak semua kreator memiliki latar belakang keilmuan yang memadai, sehingga berpotensi terjadi penyederhanaan atau bahkan distorsi pemahaman agama. Kedua, fenomena *algorithmic influence*, di mana popularitas konten lebih ditentukan oleh algoritma platform daripada kualitas substansi. Ketiga, adanya kecenderungan komersialisasi dakwah yang dapat memengaruhi independensi dan orientasi edukatif konten. Dalam konteks ini, diperlukan standar etika dan tanggung jawab sosial bagi konten kreator agar tetap menjaga integritas pesan keislaman.

Dari sisi audiens, tantangan utama adalah rendahnya kemampuan *media literacy*. Tanpa kemampuan berpikir kritis, pengguna media sosial berisiko menerima informasi secara instan tanpa proses verifikasi. Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi bagian penting dalam pengembangan pendidikan Islam di era digital. Dengan mempertimbangkan peluang dan tantangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran konten kreator sebagai agen edukasi memiliki potensi besar dalam pengembangan pendidikan Islam, tetapi memerlukan sinergi antara kreator, institusi pendidikan, dan masyarakat untuk memastikan kualitas, kredibilitas, dan keberlanjutan proses pembelajaran di ruang digital.

Tabel 1. Matriks Analisis Komparatif Teoritis Konten Kreator Islam Digital

Aspek Teoritis	Hanan Attaki	Muhammad Iqdam (Gus Iqdam)	Kadam Sidik
Basis Pendekatan	<i>Edutainment</i> religion communication	Affective communication pedagogy	Situated learning & narrative reflection
Orientasi Pembelajaran	Transformasi kognitif dan spiritual	Keterlibatan emosional dan kedekatan interpersonal	Refleksi pengalaman personal dan pencarian makna
Strategi Komunikasi	Bahasa populer, visual menarik, analogi kontekstual	Humor, cerita keseharian, bahasa sederhana	Narasi empatik berbasis pengalaman psikologis
Peran Pedagogis	Facilitator of transformative learning	Emotional companion dalam pembelajaran spiritual	Support system reflektif dan makna hidup
Karakter Audiens	Milenial dan Gen Z urban	Audiens lintas usia dan latar sosial	Gen Z dengan isu mental dan identitas

4. Kesimpulan

Melalui beberapa pemaparan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan beberapa hal berikut. Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa ruang digital telah berkembang menjadi lingkungan pembelajaran alternatif yang memungkinkan proses *knowledge dissemination* berlangsung secara lebih fleksibel, terbuka, dan partisipatif. Media sosial yang pada awalnya berfungsi sebagai sarana hiburan atau komunikasi, kemudian bertransformasi menjadi ruang informal *learning* yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang memiliki karakteristik *digitally native*.

Kedua, temuan penelitian menunjukkan bahwa konten kreator berperan sebagai agen edukasi sekaligus *knowledge broker* yang menjembatani antara sumber ajaran Islam dengan kebutuhan audiens di era digital. Melalui proses seleksi, interpretasi, dan adaptasi pesan, materi keislaman yang kompleks disederhanakan menjadi konten yang komunikatif, kontekstual, dan mudah dipahami. Peran ini tercermin dalam praktik dakwah digital yang dilakukan oleh Hanan Attaki, yang menampilkan pendekatan visual dan bahasa populer bagi generasi muda, serta Kadam Sidik, yang mengintegrasikan dimensi psikologis dan spiritual dalam kontennya. Sementara itu, Gus Iqdam menunjukkan bahwa pendekatan humor, kesederhanaan bahasa, dan kedekatan kultural dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat internalisasi nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

Dari perspektif pedagogis, strategi yang digunakan oleh para kreator mencerminkan praktik *digital pedagogy* yang berorientasi pada kebutuhan audiens (*learner-centered approach*). Penggunaan *storytelling*, visual singkat, bahasa sederhana, serta pengangkatan isu-isu aktual menjadikan pembelajaran Islam lebih relevan dan aplikatif. Selain itu, fitur interaktif seperti komentar, *live session*, dan diskusi virtual menciptakan ruang dialog yang memungkinkan audiens berpartisipasi secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran Islam di ruang digital tidak lagi bersifat satu arah, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi dua arah yang dinamis dan partisipatif.

Daftar Pustaka

- Afiq, M. A., & Islam, A. F. F. (2025). Etika Da'i Gen-Z Dalam Berdakwah Pada Akun Tiktok @kadamsidik00. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 3(5), 252–271. <https://doi.org/10.61722/jssr.v3i5.5617>
- Ahmadi, F., & Ibda, H. (2019). *Konsep dan aplikasi literasi baru di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0*. CV. Pilar Nusantara.
- Azzahra, A. H., & Gusmaneli, G. (2025). Implementasi Strategi Pembelajaran Ekspositori dalam Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(3), 155–169. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i3.1100>
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Press.
- Dede Titi. (2025). *Pengaruh Penggunaan media Belajar Melalui Aplikasi WhatsApps dan Youtube Terhadap Peningkatan Mutu Pembelajaran Digital di SMK Pesantren Ulumuddin Susukan Kabupaten Cirebon* [Masters, MPI UIN Siber Syekh Nurjati]. <https://repository.syekhnurjati.ac.id/>
- Foss, L. (2004). "Going Against the Grain..." *Construction of Entrepreneurial Identity Through Narratives* (SSRN Scholarly Paper No. 1497284). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=1497284>
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Herder and Herder.
- Hakim, F. & Harapandi Dahri. (2025). Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 187–206. <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>
- Hasyim Iskandar & Binti Amanah. (2024). RESPON GENERASI MILENIAL PADA KONTEN DAKWAH YOUTUBE AGUS MUHAMMAD IQDAM (ANALISIS NETNOGRAFI). *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 135–155. <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v4i2.3558>
- Ika, Az-Zahra, J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z: (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun Tiktok Kadam Sidik). *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 1(4), 421–433. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>
- Iqbal, M. I. M. (2025). Comparison of the Preaching Rhetoric of Ustadz Hanan Attaki and Habib Husein Ja'far on Instagram. *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah*, 15(1), 310–334. <https://doi.org/10.35905/komunida.v15i1.13160>
- Ironside, P. M. (2006). Using narrative pedagogy: Learning and practising interpretive thinking. *Journal of Advanced Nursing*, 55(4), 478–486. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2006.03938.x>
- Jamaludin, J. (2023). *Microlearning untuk Pembelajaran*. Tidar Media.
- Juliani, & Syahbudin. (2025). *Prinsip dan aplikasi metode penelitian kualitatif: Kajian teori dan praktik*. Merdeka Kreasi Group.
- Khairah, N., Surjono, H. D., & Nurmiati, E. (2025). Innovative E-Learning Strategies in Mathematics Education: Enhancing Self-Directed Learning and Student Motivation. *Media Pendidikan Matematika*, 13(1), 57–74. <https://doi.org/10.33394/mpm.v13i1.15412>

- Khoiri, I., Anrial, A., & Aditya Putra, R. (2024). *Menilik Dakwah Kontemporer Dai Melalui Media Youtube* [Undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Curup]. <http://e-theses.iaincurup.ac.id/6885/>
- Komara, D. A., & Widjaya, S. N. (2024). Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 155–174. <https://doi.org/10.20961/jpi.v10i2.85775>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE.
- Lester, J. C., Towns, S. G., & Fitzgerald, P. J. (1998). Achieving Affective Impact: Visual Emotive Communication in Lifelike Pedagogical Agents. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 10, 278–291.
- Maknun, L., & Adelia, F. (2023). PENERAPAN METODE STORYTELLING DALAM PEMBELAJARAN DI MI/SD. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar (JIPDAS)*, 3(1), 34–41. <https://doi.org/10.37081/jipdas.v3i1.1283>
- Mardiana, Aisyah, E. S. N., Hardini, M., & Riadi, B. (2021). Peran Teknologi Dalam Pendidikan Agama Islam Pada Globalisasi Untuk Kaum Milenial (Pelajar). *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial*, 1(1), 65–74. <https://doi.org/10.34306/alwaarits.v1i1.29>
- Muharrifah, E., & Sikumbang, A. T. (2025). The Effectiveness of Ustadz Hanan Attaki's Da'wah Sharing Time on Youtube. *Syar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 21–34. <https://doi.org/10.54150/syiar.v5i1.642>
- Ovens, A., & Tinning, R. (2009). Reflection as situated practice: A memory-work study of lived experience in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 25(8), 1125–1131. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2009.03.013>
- Rachman, H. A., Alam, M. D., & Putri, I. L. A. (2025). *PRINSIP PENELITIAN KUALITATIF*. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.
- Ramadani, A. R., Rohmaniah, H. F. R., Syafitri, D. L. S., Hermawan, C. H., & Mustikawati, A. M. (2025). Perspektif Guru Tentang Rancangan Pembelajaran yang Berpusat pada Siswa (Student Centered Learning): Teacher Perspectives on Student Centered Learning Design. *Biologiei Educația*, 5(1), 59–68. <https://doi.org/10.62734/be.v5i1.406>
- Rosdiyah, S., Bora, A. A., Syafitri, N., Mariyah, S., Salamah, N., Nuraini, F., Mukarromah, R. S., Salsabila, S., Wardah, Z. N., Pratama, I. F., Saputra, A. Z., Alfahira, P. N., Rahayu, I., Salsabila, R. S., Fuadi, A., & Kahfi, R. A. (2026). Pendekatan Psikologi Dan Komunikatif Dalam Konten Dakwah Kadam Sidik. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 5598–5606. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3898>
- Sudarma, S. (2025). DIGITAL LEARNING DAN INOVASI PEDAGOGIS: IMPLEMENTASI DIGITAL PEDAGOGY DALAM MENJAWAB TUNTUTAN ERA INDUSTRI 5.0 DI SMK ISLAM AL-AMIN PASIRGOMBONG CIKARANG UTARA. *At-Tajdid : Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 9(2), 714–722. <https://doi.org/10.24127/att.v9i2.4694>
- Zulaikha, P., & Bashori. (2025). Pengaruh Influencer Keagamaan terhadap Perubahan Gaya Hidup Religius Generasi Z: Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6), 648–668. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i6.528>