

Analisis Nilai-Nilai Religiusitas Anggota Komunitas *Muslim Support Muslim* dalam Aktivitas Dakwah Digital di Platform X

Rahma Allya Riady^{*}, Malki Ahmad Nasir, Muhammad Fadhli Muttaqien

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

rahmaallya96@email.com, malki_tea@unisba.ac.id, Muhammadfadhlimuttaqien@unisba.ac.id

Abstract. The phenomenon of digital da'wah through social media presents a new space for strengthening religiosity based on online communities. One such form is Muslim Support Muslim (MSM) community on platform X, which functions as a digital da'wah forum. This study aims to analyze the values of religiosity that emerge among members of MSM community in digital da'wah activities on platform X. The type of research used is qualitative, employing a descriptive-analytic method, with data collected through online observation and open-ended questionnaires administered to community members. Data analysis was conducted using the five dimensions of religiosity theory by Ancok and Suroso. The results show that the religiosity values of MSM community members are reflected in all five dimensions of religiosity with varying levels of depth. The dimensions of belief (ideology) and practice (akhlaq) are the most dominant, manifesting through narratives of faith and changes in members' attitudes to become more polite in the digital space. Meanwhile, in the knowledge dimension, this community serves as a source of new information for some members while acting as a reminder for others. Da'wah activities on MSM have proven to be a platform for spiritual strengthening and behavioral improvement reflected in the digital space.

Keywords: *Religiosity, Digital Da'wah, Muslim Support Muslim (MSM).*

Abstrak. Fenomena dakwah digital melalui media sosial menghadirkan ruang baru bagi penguatan religiusitas berbasis komunitas *online*. Salah satu bentuknya adalah komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) di platform X yang berfungsi sebagai wadah dakwah digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-nilai religiusitas yang muncul pada anggota komunitas MSM dalam aktivitas dakwah digital di platform X. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif analitik, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi *online* dan kuesioner terbuka kepada anggota komunitas. Analisis data menggunakan teori religiusitas lima dimensi Ancok dan Suroso. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai religiusitas anggota komunitas MSM tercermin dalam lima dimensi religiusitas dengan tingkat kedalaman yang berbeda-beda. Dimensi keyakinan dan pengamalan (akhlak) menjadi yang paling dominan muncul melalui narasi keimanan dan perubahan sikap anggota yang lebih santun di ruang digital. Sementara pada dimensi pengetahuan, komunitas ini berperan sebagai sumber informasi baru bagi sebagian anggota sekaligus sebagai pengingat (*reminder*) bagi anggota lainnya. Aktivitas dakwah di MSM terbukti menjadi wadah penguatan spiritual dan perbaikan perilaku yang tercermin di ruang digital.

Kata Kunci: *Religiusitas, Dakwah Digital, Muslim Support Muslim (MSM).*

A. Pendahuluan

Pola komunikasi masyarakat modern telah berubah mengikuti perkembangan teknologi digital. Di Indonesia, penetrasi internet menunjukkan pertumbuhan setiap tahunnya. Data dari survei tahun 2025 yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 229 juta rang, mewakili sekitar 80,66% dari total populasi (APJII, 2025). Statistik ini menunjukkan bahwa internet memainkan peran peting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (APJII, 2025).

Media sosial telah muncul sebagai salah satu *platform* paling berpengaruh untuk interaksi di era digital. Aplikasi seperti Instagram, Tiktok, Youtube, dan X (sebelumnya Twitter) tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun koneksi, berpartisipasi dalam diskusi, dan bertukar ide. Generasi muda, dikenal sebagai pengguna paling aktif dalam *platform-platform* ini. Menurut data dari APJII, individu berusia 13-28 tahun merupakan kelompok terbesar pengguna internet di Indonesia (APJII, 2025). Fakta ini memungkinkan media sosial memiliki peran penting baik dalam membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan menyerap nilai-nilai sosial maupun keagamaan (Iryani, 2023).

Transformasi digital telah mendorong peralihan dalam praktik dakwah dari metode konvensional ke *platform* digital. Dakwah, yang dulunya erat terkait dengan ceramah tatap muka di masjid, kini dapat diakses melalui media sosial. Penggunaan media sosial membuat dakwah lebih fleksibel dalam bentuk, jangkauan, dan interaksi (Hidayat & Nuri, 2024). Penelitian berjudul “Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan” menyoroti beberapa aspek kunci dari dakwah digital kontemporer, termasuk kemudahan penyampaian pesan, potensi untuk membangun komunitas dakwah online (Fauzi, 2023). Namun, lebih dari sekadar efektivitas penyampaian pesan, dakwah digital juga menghadirkan ruang baru bagi umat Muslim untuk memungkinkan tumbuhnya nilai-nilai religiusitas melalui interaksi dan pengalaman keagamaan yang terjadi di dunia maya.

Dalam kaitan diatas maka, fenomena dakwah digital saat ini tidak terbatas pada ulama atau pemimpin agama, tetapi juga dilakukan oleh komunitas Muslim di media sosial. Komunitas online memberikan ruang bagi pemuda Muslim untuk terlibat dalam aktivitas sosial dan spiritual dengan beragam peran, seperti penggerak, penyelenggara, donatur, motivator, dan pendukung moral (Hariyanti, 2017). Kehadiran komunitas tersebut berfungsi sebagai *safe space* untuk berbagi pengalaman religius atau mencari motivasi keagamaan, juga untuk memperkuat rasa persaudaraan. Fenomena ini menunjukkan potensi bahwa dakwah digital dapat berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyebaran pesan keislaman, tetapi juga sebagai ruang yang memungkinkan terjadinya proses internalisasi nilai-nilai religiusitas (Mubarok & Sunarto, 2024).

Salah satu komunitas dakwah digital yang menonjol dan relevan untuk dikaji adalah *Muslim Support Muslim* (MSM) yang aktif di *platform* X. Komunitas ini menunjukkan bagaimana individu Muslim menciptakan ruang horizontal untuk berdakwah dan saling mendukung secara spiritual dalam lingkungan digital. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian berjudul “Agama, Media, dan Masyarakat di Era”, bahwa komunitas online di media sosial memungkinkan umat beragama untuk berbagi keyakinan, dan mendukung satu sama lain, terlepas dari batasan geografis (Andriyana & Andrian, 2024). Dalam konteks ini, komunitas MSM dapat dipahami sebagai bentuk nyata dakwah digital yang merepresentasikan integrasi antara nilai-nilai islam, solidaritas keagamaan, dan pengalaman religiusitas di ruang virtual.

Komunitas *Muslim Support Muslim* merupakan salah satu komunitas dakwah digital yang aktif yang memanfaatkan *platform* X sebagai media penyebaran pesan keislaman. Dengan 180.000 pengikut, MSM berfokus pada berbagi nasihat, dukungan moral, dan konten keagamaan yang sederhana dan mudah diakses (MSM, 2025). Fenomena ini menarik untuk dikaji karena MSM tidak hanya berfungsi sebagai wadah penyebaran pengetahuan Islam, tetapi juga adanya indikasi sebagai ruang pembentukan dan penguatan nilai-nilai religiusitas melalui interaksi digital yang berkelanjutan di antara para anggotanya

Sejauh ini, berbagai penelitian mengenai dakwah digital lebih banyak berfokus pada teknis penyampaian pesan, efektivitas media, atau pada perubahan perilaku *mad'u*, dibandingkan pada nilai-nilai religiusitas yang muncul dalam interaksi dakwah digital. Seperti pada penelitian berjudul “Efektivitas Media Sosial sebagai Media Dakwah di Era Digital: Study Literature Review” menunjukkan bahwa media sosial sangat efektif dalam menyebarkan pesan-pesan agama melalui jaringan yang luas dan interaksi pengguna yang aktif (Wahyuni & Harahap, 2023). Penelitian lain

berjudul “Sosialisasi Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Efektivitas: Dakwah Digital Sebagai Proses Komunikasi Interaktif di Kalangan Gen Z”, menyoroti bahwa dakwah digital menciptakan komunikasi dua arah antara penceramah dan audiens, bukan hanya penyampaian satu arah (Sumardi et al., 2025). Namun, penelitian yang secara khusus menelaah bagaimana nilai-nilai religiusitas anggota dalam komunitas dakwah digital, seperti MSM di *platform X*, belum banyak dikaji secara mendalam.

Berdasarkan observasi awal terhadap dua belas unggahan anggota komunitas *Muslim Support Muslim* di *platform X*, terlihat bahwa aktivitas dakwah digital yang mereka lakukan memuat berbagai ekspresi nilai religiusitas sesuai dengan lima dimensi Ancok dan Suroso, yaitu keyakinan, peribadatan, pengamalan, pengetahuan, dan penghayatan (Ancok & Suroso, 2001). Anggota komunitas secara aktif membagikan refleksi spiritual, ajakan berbuat baik, hingga pengalaman ibadah seperti sedekah dan istikharah, yang menunjukkan adanya indikasi internalisasi nilai agama dalam interaksi digital sehari-hari. Keterbatasan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoroti aspek teknis dakwah digital membuka ruang bagi penelitian ini untuk menghadirkan perspektif baru, yaitu menganalisis nilai-nilai religiusitas yang tercermin dalam aktivitas komunitas MSM di *platform X*. Penelitian ini berfokus untuk menggambarkan bagaimana nilai-nilai religiusitas anggota komunitas ini tercermin dalam interaksi dan praktik dakwah digital mereka, sejalan dengan penelitian berjudul “Efektivitas Komunikasi Dakwah Komunitas Muslim *Support Muslim* Terhadap Perubahan Perilaku Anggota di *Platform X*” yang menyoroti efektivitas komunikasi dakwah komunitas MSM namun belum menelaah dimensi religiusitasnya secara mendalam (Oktaviani, 2025).

Penelitian mengenai nilai-nilai religiusitas dalam dakwah digital memiliki urgensi karena fenomena dakwah masa kini tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berkembang pesat di ruang digital, terutama melalui komunitas-komunitas Muslim seperti *Muslim Support Muslim* di *platform X*. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas kajian dakwah digital dengan pendekatan deskriptif analitik (Sugiyono, 2013), yaitu dengan mengidentifikasi dan menganalisis dimensi-dimensi religiusitas anggota komunitas sebagaimana dikemukakan oleh Ancok dan Suroso (Ancok & Suroso, 2001). Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan strategi dakwah digital yang lebih kontekstual dan berorientasi pada penguatan nilai-nilai religius di ruang online.

B. Metode

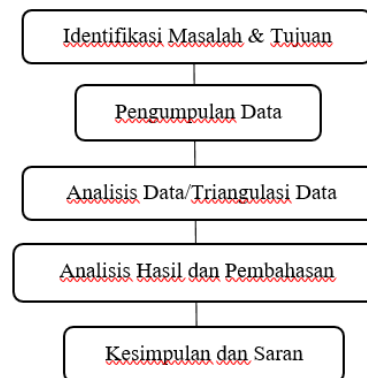
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitik berfokus pada penyajian deskripsi yang faktual, ringkas, dan langsung dari fenomena yang diteliti untuk menautkan data empiris dengan konsep dan teori yang relevan (Sandelowski, 2000). Melalui desain ini, peneliti menyajikan deskripsi faktual mengenai aktivitas dakwah digital komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) di *platform X* untuk kemudian ditautkan dengan teori religiusitas lima dimensi dari Ancok dan Suroso. Fokus penelitian adalah mengidentifikasi nilai-nilai religiusitas yang tercermin dalam interaksi digital anggota tanpa bertujuan melakukan generalisasi populasi yang luas. Lokasi penelitian dilakukan secara daring (*online*) pada ruang digital komunitas MSM dengan objek penelitian berupa nilai-nilai religiusitas yang tampak dalam setiap interaksi dakwah digital anggotanya.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan insidental (Sugiyono, 2013), yakni anggota komunitas yang memenuhi kriteria dan bersedia mengisi kuesioner daring via *Google Form*. Kriteria responden meliputi usia minimal 17 tahun dan aktif terlibat dalam aktivitas MSM dalam tiga bulan terakhir untuk menjamin relevansi data. Penentuan jumlah responden mengikuti prinsip *saturation point* (titik jenuh) (Sugiyono, 2013), di mana pengumpulan data dihentikan ketika tidak ditemukan lagi pola baru. Sumber data primer diperoleh langsung dari kuesioner terbuka, sementara data sekunder dikumpulkan melalui observasi online non-partisipatif terhadap unggahan, komentar, dan dokumen digital di *platform X*, serta didukung oleh literatur relevan seperti jurnal dan studi terdahulu.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap (Miles & Huberman, 1994). Pertama, reduksi data dilakukan dengan memilah dan mengategorikan jawaban kuesioner serta hasil observasi ke dalam lima dimensi religiusitas (keyakinan, peribadatan, pengamalan, pengetahuan, dan penghayatan). Kedua, penyajian data dilakukan secara naratif dan tematik melalui tabel atau matriks untuk memetakan bentuk aktivitas

dakwah seperti dukungan moral dan berbagi konten. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menganalisis pola yang muncul untuk memahami bagaimana dakwah digital di MSM berfungsi sebagai sarana penguatan spiritual dan internalisasi nilai agama secara partisipatif.

Tahapan-tahapan dalam penelitian ini secara sistematis digambarkan melalui bagan alur di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Riset

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan temuan penelitian mengenai nilai-nilai religiusitas yang termanifestasi dalam aktivitas dakwah digital pada komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) di platform X. Analisis dilakukan dalam tiga tahapan utama: (1) Analisis bentuk aktivitas dakwah digital dalam komunitas; (2) analisis nilai-nilai religiusitas anggota berdasarkan lima dimensi religiusitas Ancok dan Suroso; serta (3) analisis faktor pendukung dan faktor penghambat tercerminnya nilai religiusitas pada anggota komunitas MSM. Seluruh temuan ini didasarkan pada hasil kuesioner terbuka dan observasi online yang telah diolah menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman.

Hasil dan Pembahasan Temuan Pertama

Komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) bermanifestasi sebagai *online support group* masif yang memediasi interaksi keagamaan melalui teknologi. Dengan lebih dari 180.000 anggota, MSM mengintegrasikan identitas visual religius dan regulasi internal yang ketat untuk menjaga reliabilitas informasi (Jang et al., 2007). Temuan menunjukkan bahwa aktivitas dakwah dalam komunitas ini tidak lagi bersifat hierarkis, melainkan horizontal-partisipatif, di mana setiap anggota dapat berperan sebagai *da'i* sekaligus *mad'u* (Aminuddin, 2009).

Berdasarkan analisis terhadap interaksi harian yang konsisten (rata-rata 10–21 unggahan/hari), bentuk dakwah digital di MSM dapat diklasifikasikan ke dalam tiga tipologi utama. Pertama, munculnya dakwah *bil-qalam* atau literasi digital dalam bentuk tulisan (Faridah et al., 2021). Karena platform X berbasis teks, anggota sangat aktif membagikan kutipan ayat, nasihat singkat seputar akidah, hingga pengingat ibadah harian. Melalui tulisan-tulisan pendek ini, pesan agama menyebar dengan sangat cepat dan membentuk ekosistem informasi yang terus berputar setiap harinya bagi ratusan ribu anggota.

Kedua, terdapat pola dakwah *bil-hal* yang dikemas dalam narasi pengalaman pribadi (Faridah et al., 2021). Hal ini terlihat saat anggota menceritakan dampak nyata dari ibadah yang mereka jalani, seperti testimoni tentang ketenangan setelah rutin shalat dhuha. Di sini, dakwah tidak lagi terasa menggurui karena disampaikan melalui "bukti nyata" atau keteladanan dalam keseharian, yang kemudian memotivasi anggota lain untuk melakukan hal serupa.

Ketiga, komunitas ini menjadi wadah dakwah *mau'izah hasanah* melalui dukungan emosional (Faridah et al., 2021). Praktik ini terlihat nyata saat ada anggota yang meminta doa atau berbagi keluh kesah, yang kemudian direspons dengan kalimat-kalimat penguatan yang santun. Interaksi ini menciptakan ruang aman (*safe space*) di mana nasihat-nasihat baik disampaikan dengan penuh empati, sehingga mampu menguatkan mental dan spiritual anggota sekaligus membangun rasa

persaudaraan sesama Muslim di ruang digital.

MSM telah mengubah media sosial dari sekadar tempat mencari informasi menjadi ruang keagamaan baru. Dakwah yang terjadi di dalamnya tidak lagi bersifat kaku atau searah, tetapi melibatkan solidaritas dan dukungan moral yang saling menguatkan antaranggota dalam menghadapi tantangan zaman.

Hasil dan Pembahasan Temuan Kedua

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner terbuka, ditemukan bahwa keterlibatan anggota dalam komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) membawa perubahan spiritual yang nyata. Para informan mengungkapkan bahwa mereka kini merasa lebih berhati-hati dalam berucap dan bertindak karena adanya kesadaran bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap perbuatan. Konten dakwah yang dibagikan secara rutin juga membantu mereka menjadi lebih ikhlas dan sabar dalam menerima takdir, baik takdir baik maupun buruk. Fenomena ini menunjukkan adanya penguatan yang signifikan pada dimensi keyakinan (akidah) dalam konsep religiusitas (Ancok & Suroso, 2001).

Dalam hal aktivitas harian, para anggota melaporkan adanya peningkatan kedisiplinan dalam menjalankan ibadah, seperti shalat tepat waktu, rutin berdzikir, hingga membaca Al-Qur'an. Menariknya, motivasi dari sesama anggota juga mendorong mereka untuk mulai merutinkan ibadah sunnah seperti shalat dhuha dan tahajud. Kebiasaan baru untuk saling mengingatkan dalam kebaikan melalui konten islami ini merupakan bentuk ketaatan ritual yang merepresentasikan dimensi peribadatan (praktik agama) dalam konsep religiusitas (Ancok & Suroso, 2001).

Dalam aspek emosional, banyak anggota merasa tersentuh ketika menemukan unggahan atau doa yang sangat relevan dengan masalah pribadi yang sedang mereka hadapi. Pengalaman batin ini memunculkan perasaan tenang, rasa syukur yang mendalam, dan keyakinan bahwa mereka tidak berjuang sendirian karena Allah senantiasa mendengar doa-doa mereka. Kematangan rasa dan kedekatan spiritual yang didapat melalui interaksi daring ini mencerminkan penguatan pada dimensi pengalaman (penghayatan) dalam konsep religiusitas (Ancok & Suroso, 2001).

Selain aspek perasaan, komunitas MSM juga menjadi sarana bagi anggota untuk memperdalam wawasan keislaman mereka. Para informan mengaku mendapatkan banyak pengetahuan baru terkait fiqh, tauhid, hingga aturan praktis seperti hukum haid dan adab keseharian yang sebelumnya belum mereka pahami sepenuhnya. Pemahaman yang didapat dari diskusi dan konten edukatif ini menunjukkan bahwa komunitas berhasil menyentuh dimensi pengetahuan (ilmu) keagamaan anggota (Ancok & Suroso, 2001).

Perubahan yang paling terlihat di ruang publik adalah cara anggota berinteraksi dengan orang lain di media sosial. Mereka kini lebih mampu menahan emosi, lebih berempati, dan memilih untuk menggunakan bahasa yang santun saat menanggapi perbedaan pendapat daripada memperpanjang perdebatan. Perubahan perilaku sosial yang lebih bijak dan terkontrol di dunia maya ini merupakan manifestasi nyata dari dimensi pengamalan (akhlak), di mana nilai-nilai agama telah berubah menjadi perilaku nyata dalam hubungan antarsesama manusia (Ancok & Suroso, 2001).

Temuan ini menegaskan bahwa religiusitas anggota MSM tumbuh secara komprehensif, tidak hanya secara personal tetapi juga sosial. Kesungguhan para anggota untuk memperbaiki diri di tengah dinamika ruang digital membuahkan hidayah berupa keteguhan iman dan perbaikan perilaku. Dengan demikian, dakwah digital dalam komunitas MSM telah berhasil menjadi wadah internalisasi nilai-nilai keislaman yang utuh, mulai dari pembenahan keyakinan batin hingga perwujudan perilaku mulia (*akhlakul karimah*) di masyarakat digital.

Hasil dan Pembahasan Temuan Ketiga

Munculnya nilai-nilai religiusitas pada anggota komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Temuan ini dianalisis menggunakan konsep faktor yang memengaruhi religiusitas menurut Robert H. Thouless (Thouless, 2000). Berdasarkan analisis terhadap jawaban informan yang dikaitkan dengan konsep Robert H. Thouless, ditemukan bahwa faktor pendukung yang paling dominan adalah faktor sosial. Lingkungan komunitas yang suportif, pola interaksi yang tidak menghakimi, serta tradisi saling mengingatkan antaranggota menjadi katalis utama dalam menguatkan sikap religius. Hal ini sejalan dengan pandangan Thouless bahwa lingkungan kelompok memiliki peran sentral dalam membentuk sikap keberagamaan individu.

Selain faktor sosial, faktor intelektual (Thouless, 2000) juga muncul melalui cara penyampaian konten yang sederhana namun mendalam serta adanya diskusi yang merujuk pada sumber otoritatif. Proses penalaran dan variasi konten ini membantu anggota memahami ajaran Islam secara lebih rasional dan sistematis. Di sisi lain, faktor pengalaman pribadi turut memperkuat religiusitas melalui munculnya kemauan diri serta ketenangan batin (*inner peace*) saat anggota membaca cerita atau diskusi yang relevan dengan kondisi kehidupan mereka. Sinergi antara dukungan sosial, pemahaman intelektual, dan refleksi batin ini menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan spiritual di ruang digital.

Namun, proses penguatan religiusitas ini juga menghadapi beberapa hambatan. Faktor kebutuhan (Thouless, 2000), terutama keterbatasan waktu akibat kesibukan aktivitas sehari-hari, menjadi penghambat utama bagi konsistensi anggota dalam mengamalkan nilai-nilai keagamaan. Selain itu, faktor sosial di ruang digital terkadang memicu kebingungan ketika muncul perbedaan pandangan dalam diskusi yang tajam. Menariknya, ditemukan pula hambatan yang berasal dari faktor pengalaman pribadi berupa trauma keagamaan (*religious trauma*) dari masa lalu yang memengaruhi kecepatan individu dalam menyerap nilai-nilai baru.

Dinamika religiusitas anggota dalam komunitas MSM menunjukkan bahwa faktor sosial bertindak sebagai pisau bermata dua; ia bisa menjadi pendukung kuat melalui solidaritas kelompok, namun juga bisa menjadi penghambat melalui konflik opini. Keberhasilan internalisasi nilai religius pada akhirnya bergantung pada bagaimana individu mampu mengelola faktor-faktor intelektual dan kebutuhan batin mereka di tengah dinamika interaksi digital yang sangat cepat.

D. Kesimpulan

Komunitas *Muslim Support Muslim* (MSM) di platform X telah berhasil mentransformasi media sosial menjadi ekosistem dakwah digital yang efektif melalui perpaduan metode *bil-qalam*, *bil-hal*, dan *mau'izah hasanah*. Aktivitas ini secara nyata memperkuat kelima dimensi religiusitas anggota, dengan dimensi keyakinan (akidah) dan pengamalan (akhlak) sebagai unsur yang paling dominan melalui peningkatan rasa percaya pada takdir serta perbaikan etika berkomunikasi di ruang siber. Meskipun dimensi pengetahuan (ilmu) berdampak variatif, yakni sebagai sumber wawasan bagi anggota awam dan sekadar pengingat (*reminder*) bagi anggota yang telah paham, nilai-nilai religiusitas tetap terinternalisasi secara kolektif. Proses penguatan ini didorong secara dominan oleh faktor sosial berupa lingkungan yang suportif dan tidak menghakimi, namun di sisi lain juga menghadapi hambatan berupa keterbatasan waktu serta perbedaan pandangan dalam diskusi. Secara keseluruhan, penguatan religiusitas dalam ruang dakwah digital MSM sangat bergantung pada kualitas interaksi sosial dan kemampuan anggota dalam menyikapi dinamika perbedaan pendapat serta mengelola kesibukan aktivitas sehari-hari.

Berangkat dari temuan, maka untuk anggota komunitas disarankan untuk terus menjaga konsistensi interaksi positif serta lebih selektif dalam memperdalam pemahaman agama melalui sumber yang kredibel. Selain itu, institusi akademik diharapkan dapat menjadikan hasil ini sebagai referensi pengayaan kajian dakwah digital, sementara peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan studi melalui metode etnografi digital atau wawancara mendalam untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dakwah digital pada platform yang lebih beragam.

Ucapan Terimakasih

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan berbagai pihak yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu penulis. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta, Papah dan Mamah, yang telah menjadi sumber kekuatan, dan doa yang tidak pernah putus. Terima kasih atas segala pengorbanan hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah UNISBA.
3. Bapak M. Fauzi Arif, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UNISBA.
4. Ibu Dr. Nia Kurniati Syam, Dra., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UNISBA dan dosen wali yang telah memberikan arahan dan bantuan selama masa perkuliahan.

5. Bapak Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UNISBA dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan ilmu dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
6. Bapak Dr. Ahmad Muttaqin, S.Th.I., M.Hum., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UNISBA.
7. Bapak Muhammad Fadhli Muttaqien. S.kom.I., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan berharga, dan ketelitian dalam mengoreksi skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Dakwah UNISBA, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan dan membantu kelancaran urusan administratif selama masa studi.
9. Admin dan Anggota Komunitas *Muslim Support Muslim* di *Platform X*, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
10. Teman-teman penulis, khususnya Nesti, Nasywa, Salsabiila, dan Salma, yang selalu memberikan semangat, keceriaan, dan kebersamaan dalam melewati masa-masa perkuliahan.

Daftar Pustaka

- Aminuddin. (2009). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pustaka Setia.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. S. (2001). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. Retrieved <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Andriyana, P., & Andrian, B. (2024). Andriyana, P., & Andrian, B. (2024). Agama, Media, Dan Masyarakat Di Era Digital. *Borneo: Journal of Islamic Studies*, 4(2), 85–95. *Borneo: Journal of Islamic Studies*, 4(2), 85–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/borneo.v4i2.2810>
- APJII. (2025). SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET Sebagai perwakilan Pengurus APJII , kami dengan bangga mempersembahkan Profil Internet Indonesia 2025. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Ayu Rochmatulloh Ramdani, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Studi Deskriptif Pengelolaan Media Sosial Instagram melalui Quiz Time di Instastory Akun X. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 106–113. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.572>
- Faridah, Ni'mah, S., & Kusnadi. (2021). Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an. *Al-Mubarak: Jurnal Kajian Al-Quran & Tafsir*, 6(2), 164–170.
- Fauzi. (2023). Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal At Tabsyir*, 10(2), 254–270. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i2.23468>
- Hariyanti, P. (2017). Generasi Muda Muslim dan Gerakan Sosial Spiritual Berbasis Media Online. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 165–178. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.671>
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of Da ' wah Methods in the Social Media Era : A Literature Review on the Digital Da ' wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Iryani, J. (2023). Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial The Role Of Social Media In Spreading Religious Messages And Social Change Institut Teknologi dan

- Bisnis Bina Adinata Jl . Jalanjang Kabupaten Bulukumba Institut Teknologi dan Bisnis Bi.
PUSAKA: Jurnal Khazanah Keagamaan, 11(2), 359–372.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>
- Jang, H. Y., Ko, I. S., & Koh, J. (2007). The influence of online brand community characteristics on community commitment and brand loyalty. *The Influence of Online Brand Community Characteristics on Community Commitment and Brand Loyalty.*, 8.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- MSM. (2025). *Profil Komunitas Muslim Support Muslim di Platform X*. X.
<https://x.com/i/communities/1777717113236672918>
- Mubarak, A. R., & Sunarto, S. (2024). Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.1-11>
- Mujahidah, D., Khuza'i, R., & Suhendi, H. (2021). Efektivitas Program Pondok Pesantren Al-Qur'an Babussalam dalam Membina Masyarakat Muslim di Desa Ciburial. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 98–105. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.382>
- Oktaviani. (2025). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS MUSLIM SUPPORT MUSLIM TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU ANGGOTA DI PLATFORM X* Oktaviani. UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI.
- Sandelowski, M. (2000). Focus on research methods: Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing and Health*, 23(4), 334–340. [https://doi.org/10.1002/1098-240x\(200008\)23:4<334::aid-nur9>3.0.co;2-g](https://doi.org/10.1002/1098-240x(200008)23:4<334::aid-nur9>3.0.co;2-g)
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Sumardi, E., Harbi, H. A., Jaelani, M., & Zazin, M. (2025). Sosialisasi Dakwah Sebagai Proses Komunikasi : Efektivitas Dakwah Digital Sebagai Proses Komunikasi Interaktif di Kalangan Gen Z Da ' wah Socialization as a Communication Process : The Effectiveness of Digital Da ' wah as an Interactive Communication Proc. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 423–432. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/nusantara.v5i3.6445>
- Thouless, R. H. (2000). *Pengantar Psikologi Agama*. Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, R., & Harahap, S. R. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital. *AN-NADWAH*, 29(2), 162–172.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37064/nadwah.v29i2.18571>