

Pendidikan Islam di Era Media Sosial: Studi Etnografi Visual atas Strategi Dakwah @halalcorner dalam Membentuk Pola Konsumsi Halal

Nur Isra' Ahmad
Universitas Negeri Makassar, Indonesia
e-mail: nur.isra.ahmad@unm.ac.id

Supriadi
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia
e-mail: supriadi.hamid@uin-alauddin.ac.id

Abstract: This study aims to analyze visual da'wah strategies, understand the formation of halal consumption patterns, and examine the role of social media as a non-formal Islamic education space that is in accordance with the dynamics of the digital generation. The approach used is qualitative with a visual ethnography method that focuses on @halalcorner accounts and interviews with the followers of the content. The results of the study show that the visual da'wah strategy is @halalcorner effective in conveying halal messages in a simple, attractive, and relevant way to the communication style of the digital generation. Varied content in the form of infographics, reels, and halal symbols is not only a means of information, but also encourages audience involvement in discussions that strengthen collective awareness while forming more critical and selective halal consumption patterns. The presence of halal classes, live forums, and talk shows further emphasizes the role of this account as a non-formal Islamic education space that is adaptive, flexible, participatory, and contextual. The implications of these findings show that visual-based digital da'wah can be a strategic approach in strengthening halal literacy and the formation of Islamic character of the digital generation.

Keywords: Islamic Education, Social Media, Halal Corner, Halal Consumption

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dakwah visual, memahami terbentuknya pola konsumsi halal, serta menelaah peran media sosial sebagai ruang pendidikan Islam nonformal yang sesuai dengan dinamika generasi digital. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode etnografi visual yang fokus pada akun @halalcorner dan wawancara dengan para pengikut konten tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah visual @halalcorner efektif dalam menyampaikan pesan kehalalan secara sederhana, menarik, dan relevan dengan gaya komunikasi generasi

digital. Konten variatif berupa infografis, reels, dan simbol halal tidak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga mendorong keterlibatan audiens dalam diskusi yang memperkuat kesadaran kolektif sekaligus membentuk pola konsumsi halal yang lebih kritis dan selektif. Kehadiran kelas halal, forum live, dan talk show semakin menegaskan peran akun ini sebagai ruang pendidikan Islam nonformal yang adaptif, fleksibel, partisipatif, dan kontekstual. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital berbasis visual dapat menjadi pendekatan strategis dalam memperkuat literasi halal dan pembentukan karakter Islami generasi digital.

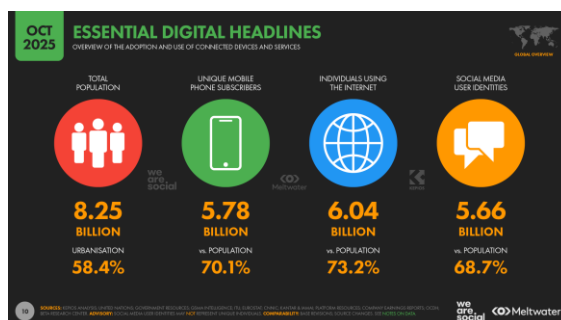
Kata Kunci: Pendidikan Islam, Media Sosial, Halal Corner, Konsumsi Halal

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia,¹ termasuk dalam bidang pendidikan dan keagamaan. Data terbaru dari laporan We Are Social menunjukkan bahwa dari total populasi dunia sebesar 8,25 miliar jiwa, sebanyak 6,04 miliar orang (73,2%) telah menggunakan internet, dan terdapat 5,66 miliar identitas pengguna media sosial (68,7%) yang aktif secara global.² Fakta ini menegaskan dominasi media digital di era saat ini, di mana akses internet dan media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari. Kehadiran media sosial tidak hanya memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga mengubah cara masyarakat memperoleh pengetahuan, membangun interaksi sosial, dan menginternalisasi nilai-nilai kehidupan.

¹ Aulia Nur Hakim and Leni Yulia, "Dampak Teknologi Digital Terhadap Pendidikan Saat Ini," *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 1 (2024): 145–63.

² We Are Social, *Digital 2026 Global Overview Report (2026)*, <https://wearesocial.com/id/blog/2025/10/digital-2026-global-overview-report/>.



Gambar 1. Essential Digital Headlines, Oktober 2025³

Dominasi media digital tersebut semakin nyata dalam konteks Indonesia. Sebagaimana Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024 mencatat jumlah pengguna internet mencapai 221,5 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi. Mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia produktif, yakni generasi z (34,4%) dan milenial (30,6%), yang dikenal sebagai digital native dengan intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial.⁴ Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan pengetahuan, sikap, dan perilaku.⁵ Dengan demikian, media sosial memiliki potensi besar untuk diintegrasikan di dalam pendidikan Islam, terutama dalam membangun literasi halal dan internalisasi nilai-nilai Islami di kalangan generasi muda.

Sejalan dengan konteks tersebut, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube berkembang menjadi medium strategis yang tidak

³ We Are Social, Digital 2026 Global Overview Report.

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang (2024), <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

⁵ Katarina Rensa Nana et al., "Etika Media Sosial Dan Implikasinya Bagi Individu Dan Masyarakat," *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 2, no. 3 (2025): 288-99, <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i3.295>.

hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang edukasi yang berpengaruh.⁶ Kemudahan akses, sifat interaktif, serta daya jangkau yang luas menjadikan media sosial sebagai sarana efektif dalam menyampaikan berbagai nilai, termasuk nilai-nilai keagamaan.⁷ Hal ini membuka peluang besar bagi integrasi pendidikan Islam dalam ruang digital sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman.

Perkembangan tersebut selanjutnya berdampak pada transformasi khususnya dalam praktik pendidikan Islam. Model pembelajaran yang sebelumnya bersifat konvensional dan terpusat pada lembaga formal seperti sekolah atau pesantren kini mengalami pergeseran menuju model yang lebih fleksibel, terbuka, dan berbasis digital.⁸ Pendidikan Islam tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan juga berlangsung dalam ruang-ruang virtual yang memungkinkan interaksi tanpa batas antara pendidik dan peserta didik.⁹ Dengan tingginya jumlah pengguna internet, ruang digital telah berkembang menjadi ruang belajar baru yang potensial bagi proses internalisasi nilai-nilai keislaman secara lebih luas dan adaptif.

Pemanfaatan media sosial dalam pendidikan Islam tidak hanya terbatas pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga mencakup transformasi metode dakwah yang lebih adaptif, visual, dan

⁶ "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat Dalam Ekonomi Kreatif | JETCH: Journal Economy, Technology, Social and Humanities," accessed April 22, 2026, <https://jetch.id/index.php/jetch/article/view/71>.

⁷ Jusuf Agustian Widodo and Rosdinar Pangaribuan, "Dari Mimbar Ke Layar Media Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Keagamaan," *Jurnal Sosiologi Agama Dan Teologi Indonesia* 3, no. 1 (2025): 290-307, <https://doi.org/10.24246/sami.vol3i1pp290-307>.

⁸ Ita Nurwita et al., *Inovasi Pembelajaran PAI di Era Digital* (Indonesia Emas Group, 2025).

⁹ Zahratun Halimah et al., "Digitalisasi Studi Islam: Arah Baru Pendidikan Islam Indonesia Menuju Masyarakat 5.0," *At-Tarbiyah Jurnal Pendidikan, Kebudayaan Dan Keislaman* 7, no. 2 (2025): 380-95, <https://doi.org/10.21462/atjpkk.v7i2.146>.

kontekstual.¹⁰ Dakwah tidak lagi disampaikan secara satu arah, melainkan dikemas dalam bentuk konten yang menarik seperti video pendek, infografis, dan narasi visual yang mudah dipahami oleh audiens (peserta didik).¹¹ Fenomena ini melahirkan bentuk dakwah digital yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan mampu membentuk gaya hidup masyarakat. Dengan demikian, dakwah digital berperan sebagai sarana internalisasi nilai Islami yang lebih dekat dengan keseharian masyarakat modern.

Seiring dengan perkembangan tersebut, muncul berbagai akun dakwah berbasis media sosial yang mengintegrasikan ajaran Islam dengan praktik kehidupan sehari-hari, salah satunya dan menjadi fokus pada penelitian ini adalah @halalcorner. Akun ini tidak hanya menyampaikan pesan normatif tentang kehalalan, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk konten visual yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi generasi digital.¹² Melalui strategi komunikasi yang kreatif dan interaktif, akun ini berpotensi membentuk pola pikir sekaligus perilaku konsumsi halal masyarakat sebagai bagian dari praktik keberagamaan.¹³ Keberhasilan akun ini menunjukkan bahwa dakwah digital dapat menjadi model integrasi pendidikan Islam yang efektif di era

¹⁰Mudiono Mudiono and Muhammad Mudzakir, "Transformation of Islamic Educational Management in The Digital Era: Transformasi Manajemen Pendidikan Islam Di Era Digital: Kajian Konseptual Tentang Peluang Dan Tantang," *At Tandhim | Journal of Islamic Education Management* 1, no. 1 (2025): 47-57, <https://doi.org/10.53038/tndm.v1i1.287>.

¹¹Fiansi Dwi Arista et al., "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z," *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA* 1, no. 4 (2025): 412-20, <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

¹²Putri Ayushifa Kurniati et al., "Transformasi Kesadaran Halal Di Era Media Sosial: Studi Netnografi Pada Konten Instagram Di Indonesia," *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 2, no. 1 (2026): 468-78, <https://doi.org/10.59435/menulis.v2i1.983>.

¹³Merinda Hana Aulia and Nabilah Fitriyani, "STRATEGI KOMUNIKASI INFLUENCER HALAL DALAM MENYAMPAIKAN PRODUK SECARA SYARIAH SEBAGAI UPAYA EDUKASI SYARIAH," *Gunung Djati Conference Series* 56 (August 2025): 1666-75.

media sosial.

Pola konsumsi halal merupakan salah satu aspek penting dalam ajaran Islam yang tidak hanya berkaitan dengan hukum, tetapi juga mencerminkan kesadaran spiritual dan identitas seorang muslim.¹⁴ Pada era digital saat ini, kesadaran terhadap konsumsi halal tidak hanya dibentuk melalui lembaga formal, tetapi juga melalui media sosial yang menghadirkan berbagai informasi, rekomendasi, dan representasi visual mengenai produk halal.¹⁵ Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membentuk literasi halal dan perilaku konsumsi masyarakat muslim.¹⁶ Lebih dari itu, konsumsi halal yang diperkuat melalui dakwah digital juga menjadi bagian dari pendidikan karakter Islami yang menekankan tanggung jawab dan amanah.

Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan bahwa media sosial telah menjadi media penting dalam pendidikan Islam kontemporer. Laily menemukan bahwa instagram dapat berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang lebih interaktif dan sesuai dengan gaya belajar generasi digital, karena mampu menyajikan materi keagamaan dalam bentuk visual yang menarik.¹⁷ Penelitian Hasan juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial tidak hanya memperluas akses terhadap sumber belajar, tetapi juga memperkaya variasi metode pengajaran serta

¹⁴ Nur Isra' Ahmad, AYAT-AYAT EKONOMI: Perspektif Islam Terhadap Problematika Ekonomi (Solok, 2025); Raihan Syah Pratama and Ilham Firmansyah, "Tantangan Dan Peluang Pola Konsumsi Islami Di Era Modern," *Karimah Tauhid* 3, no. 3 (2024): 2818–25, <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12328>.

¹⁵ Nurul Qomariyah et al., "Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Restoran Viral Tanpa Sertifikat Halal Di Kota Bandung," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 5, no. 1 (2026): 127–34, <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.5824>.

¹⁶ Reni Prastiwi, "PENGARUH GAYA HIDUP HALAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI GENERASI MILENIAL," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025): 164–95.

¹⁷ Irene Mardiatul Laily et al., "Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era 4.0," *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2022): 160–74, <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>.

membuka ruang diskusi yang lebih dinamis bagi peserta didik.¹⁸ Sementara itu, dalam penelitian Yulianti menekankan bahwa penggunaan media sosial terbukti mendukung proses belajar generasi muda, terutama melalui pembelajaran informal yang berlangsung secara berkesinambungan dalam keseharian mereka.¹⁹ Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis dalam penyampaian nilai-nilai keislaman secara lebih fleksibel dan kontekstual.

Meskipun penelitian sebelumnya telah memberi kontribusi dalam memahami peran media sosial sebagai sarana pembelajaran agama, fokus kajiannya masih terbatas pada fungsi umum tanpa menyinggung dimensi yang lebih spesifik. Pada keterbatasan tersebut muncul peluang untuk meneliti strategi dakwah digital yang dikemas secara visual dan pengaruhnya terhadap pola konsumsi halal masyarakat. Pendekatan etnografi visual membuka ruang untuk menyingkap makna simbolik dari konten dakwah sekaligus memperlihatkan peran media sosial sebagai arena pendidikan nonformal yang turut membentuk praktik keberagaman sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa integrasi antara pendidikan Islam digital, analisis visual dakwah, dan dimensi konsumsi halal yang belum banyak disentuh dalam kajian terdahulu.

Menindaklanjuti peluang tersebut, penelitian ini dipandang penting karena berusaha mengkaji integrasi pendidikan Islam melalui media sosial dengan sudut pandang etnografi visual. Fokus kajian diarahkan

¹⁸ Ahmad Afandi Hasan et al., "Peran Media Sosial Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2025): 278–84, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.942>.

¹⁹ Putri Yulianti et al., "Kajian Literatur: Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Generasi Muda," *Indonesian Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (2024): 113–23, <https://doi.org/10.31949/ijie.v2i1.10114>.

tidak hanya pada isi pesan dakwah, tetapi juga pada strategi visual yang digunakan oleh @halalcorner dalam membentuk pola konsumsi halal sebagai bagian dari praktik keberagamaan. Kebaruan penelitian terletak pada penggabungan tiga aspek utama pendidikan Islam, media sosial, dan konsumsi halal dalam satu kerangka analisis berbasis visual. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi dakwah visual, memahami proses terbentuknya pola konsumsi halal, serta menelaah peran media sosial sebagai ruang pendidikan Islam nonformal yang adaptif terhadap dinamika generasi digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran praktis mengenai efektivitas dakwah visual dalam memperkuat literasi halal di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif²⁰ dengan metode etnografi visual, karena tujuan utamanya adalah menyingkap makna simbolik dari konten dakwah digital serta memahami visualisasi pesan keagamaan berperan dalam membentuk pola konsumsi halal masyarakat.²¹ Objek penelitian difokuskan pada konten dakwah visual yang diproduksi dan disebar oleh akun @halalcorner di media sosial, sedangkan subjek penelitian mencakup audiens atau pengikut akun tersebut yang berinteraksi melalui komentar, berbagi, maupun testimoni. Data dikumpulkan melalui observasi digital (netnografi) terhadap konten visual berupa infografis, poster, dan video pendek; dokumentasi arsip konten yang relevan dengan tema konsumsi halal; serta wawancara mendalam dengan pengikut akun untuk menggali persepsi, interpretasi,

²⁰ Nur Isra' Ahmad et al., "Pemahaman Dan Preferensi Ibu Pada Produk Kosmetik Halal Anak Di Kecamatan Manggala Kota Makassar," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 6 (2025): 8448–60, <https://doi.org/10.61104/alz.v3i6.2792>.

²¹ Muzakkir and Istikomah Istikomah, *Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial) | At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah"*, April 25, 2024, <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.3419>.

dan praktik konsumsi halal yang terbentuk dari interaksi dengan dakwah visual.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data untuk menyeleksi konten dan interaksi yang relevan, kategorisasi tema berdasarkan strategi dakwah visual, pembentukan pola konsumsi halal, dan peran media sosial sebagai ruang pendidikan Islam nonformal, serta interpretasi etnografi visual untuk menafsirkan simbol, warna, teks, dan bentuk visual dalam konten dakwah.²² Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, dengan mengacu pada literatur akademik dan kajian-kajian yang relevan dalam bidang pendidikan Islam, dakwah digital, dan konsumsi halal, serta pengecekan ulang interpretasi dengan informan kunci.²³ Dengan demikian, metode ini memberikan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami dakwah digital sebagai bentuk pendidikan Islam yang adaptif di era media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Dakwah Visual @halalcorner

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar di dalam penyampaian dakwah kepada masyarakat. Jika dahulu dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah langsung atau tulisan panjang, kini media sosial menghadirkan ruang baru yang menuntut pesan disampaikan secara singkat, visual, dan mudah dipahami.²⁴ Sebagaimana akun @halalcorner yang merupakan fokus

²² Hendry and Daniel H.F Manongga, ANALISIS KONTEN BERBASIS GROUNDED THEORY | Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik (Semarang, 2024), <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/543>.

²³ "Literatur Riview Dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Khusus | Innovative: Journal Of Social Science Research," accessed April 22, 2026, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/17407>.

²⁴ Ana Khoirunnisa Ana and Amalia Roiehana Shofa, "The Role of Social Media in Increasing the Relevation and Accessibility of Dakwah: Challenges and Strategies of ILJ: Islamic Learning Journal (Jurnal Pendidikan Islam) E-ISSN: 2985-6094. DOI: <https://doi.org/10.54437/ilj> Prodi PAI STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

penelitian ini, di mana akun ini hadir sebagai salah satu pionir dakwah digital yang fokus pada isu halal, memanfaatkan kekuatan visual untuk menjangkau pengguna yang lebih luas.

Berdasarkan data Social Blade, akun @halalcorner memiliki 363.813 followers, mengikuti 171 akun, dan telah mengunggah 4.160 konten dengan engagement rate sebesar 0,53% (± 1.879 likes dan ± 44 komentar per konten) per tanggal 24 April 2026.²⁵ Angka ini menunjukkan jangkauan dakwah digital yang luas, konsistensi produksi konten, serta interaksi nyata dengan audiens. Strategi ini penting karena generasi digital lebih responsif terhadap konten berbasis gambar, video, dan simbol dibandingkan teks panjang, sehingga dakwah visual menjadi relevan dan efektif dalam konteks masyarakat modern.

Salah satu bentuk konten dalam akun ini adalah infografis. Infografis berfungsi menyederhanakan isu halal menjadi informasi praktis.²⁶ Infografis pada konten 'Nama Lain Babi dalam Makanan' yang diunggah pada 10 April 2026 dengan jumlah likes 1.003 dan komentar 6 menyajikan data faktual melalui ilustrasi sederhana, sehingga pengguna dapat lebih mudah memahami istilah-istilah yang sering muncul pada label makanan. Dominasi warna hijau dan putih pada infografis menghadirkan kesan kesucian dan kesegaran, sekaligus memperkuat identitas halal yang konsisten dengan nilai Islam.²⁷ Tipografi modern tanpa kait yang bersih dan jelas

Dakwah," *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (2023): 41-50, <https://doi.org/10.35905/jkmd.v5i1.5552>.

²⁵Social Blade, Halal Corner Instagram Analytics Report (2026), <https://socialblade.com/instagram/user/halalcorner>.

²⁶ Itryah and Najalina Velis Firdaus, "Strategi Mengelola Beban Kerja Menggunakan Infografis Di DPRD Kota Palembang," *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2025): 314-18, <https://doi.org/10.59431/ajad.v5i2.561>.

²⁷Muhammad Maulana Isthiqlal Rachim et al., "Mendefinisikan Ulang Visualisasi Kesegaran Dalam Iklan Minuman Ringan: Semiotika Sprite & Kenyataan Yang

mendukung keterbacaan pesan, sehingga informasi dapat diakses dengan mudah oleh khalayak. Infografis ini menjadi pintu masuk utama dalam strategi dakwah visual karena mampu menyederhanakan pengetahuan syariah yang kompleks menjadi informasi praktis yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

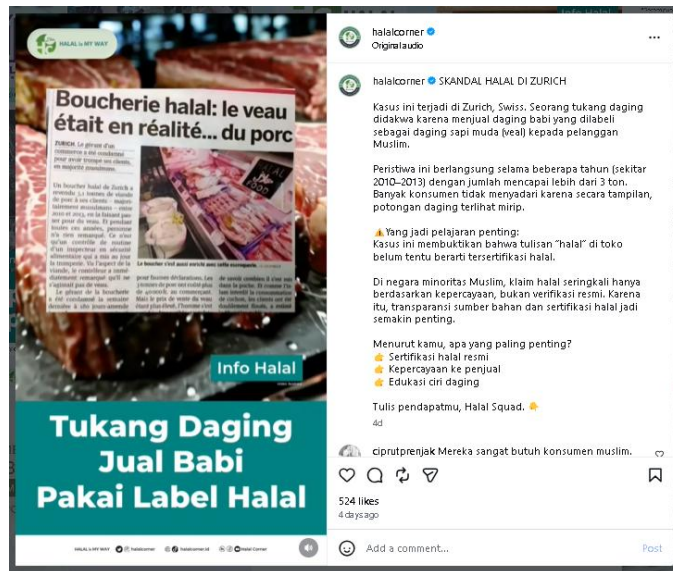


Gambar 2. Nama Lain Babi dalam Makanan

Sumber: Akun Instagram @halalcorner

Bentuk konten lain yang efektif adalah video pendek atau reels yang berfungsi sebagai sarana storytelling dakwah. Misalnya pada konten "Tukang Daging Jual Babi Pakai Label Halal" diunggah pada 19 April 2026, dengan jumlah likes sebanyak 537 dan komentar 19. Unggahan ini menyajikan isu aktual dengan durasi singkat, sehingga mudah dibagikan dan memicu diskusi. Pada reels ini, teks overlay dengan tipografi jelas dan warna kontras memastikan pesan tetap terbaca meskipun dalam format video singkat. Reels memperlihatkan pola komunikasi dakwah yang interaktif, karena khalayak tidak hanya menonton tetapi juga memberikan komentar, berbagi pengalaman, dan

menyebarkan konten ke lingkaran sosial mereka.²⁸ Dengan demikian, reels menjadi penghubung antara pesan visual yang statis dengan interaksi digital yang dinamis, memperkuat peran dakwah sebagai ruang dialog.



Gambar 3. Tukang Daging Jual Babi Pakai Label Halal

Sumber: Akun Instagram @halalcorner

Selain infografis dan reels, penggunaan simbol halal juga menjadi elemen penting dalam strategi dakwah visual. Logo Halal Corner, ikon bulan sabit, serta warna hijau-putih digunakan secara konsisten untuk memperkuat identitas dakwah. Simbol ini bukan hanya penanda visual, tetapi juga representasi nilai syariah yang menegaskan keaslian pesan dakwah.²⁹ Dengan simbol yang konsisten, khalayak lebih percaya pada konten yang disampaikan. Simbol halal juga berfungsi

²⁸ Lukmanul Hakim, *Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform TikTok Dan Instagram Reels* | *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, January 14, 2026, <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/aljamahiria/article/view/10102>.

²⁹ Shelna Azima Azam et al., "Peningkatan Kesadaran Halal Melalui Optimalisasi Instagram Pada Situs @halalcorner & @halal.Indonesia," *Journal of Economics, Law, and Humanities* 4, no. 1 (2025): 23-32, <https://doi.org/10.21154/jelhum.v4i1.4409>.

sebagai pengingat spiritual yang sederhana namun kuat, karena setiap kali khalayak melihat logo atau warna khas tersebut, mereka langsung mengaitkannya dengan nilai halal dan kewajiban syariah.³⁰ Hal ini menunjukkan bahwa simbol visual memiliki peran penting dalam proses internalisasi nilai halal. Lebih jauh, konsistensi penggunaan simbol ini juga memperkuat branding dakwah digital sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya ingat tinggi dan mudah dikenali oleh khalayak luas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Logo @halalcorner

Sumber: Akun Instagram @halalcorner

Setelah menampilkan berbagai bentuk konten visual seperti infografis, reels, dan simbol halal, akun @halalcorner juga menghadirkan konten yang bersifat aktual dan responsif terhadap isu yang sedang berkembang. Misalnya pada konten "Butterbeer Halal Ga?" yang diunggah pada 29 Maret dengan jumlah likes 3.341 dan komentar 57, terlihat beberapa audiens merespon isu halal yang dekat dengan tren populer. Pada kolom komentar, muncul beragam

³⁰Arih Inas Atiqahwati, ISLAM DAN BUDAYA KONSUMTIF: KOMODIFIKASI SIMBOL KEAGAMAAN DALAM MASYARAKAT MUSLIM URBAN | Jazirah: Jurnal Peradaban Dan Kebudayaan, 6 (Desember 2025), <https://doi.org/10.51190/jazirah.v6i2.269>.

ILJ: Islamic Learning Journal (Jurnal Pendidikan Islam)

E-ISSN: 2985-6094. DOI: <https://doi.org/10.54437/ilj>

Prodi PAI STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

tanggapan seperti “Pernah beli sih... tapi terakhir kesana udah nggak lagi. Mending air putih ajalah” atau “Nox nuhun infonya min, skip biar aman wess”. Bahkan ada yang menegaskan “Bukan sesuatu yg harus banget dicoba apalagi statusnya syubhat”. Komentar-komentar ini menunjukkan sikap kritis dan kehati-hatian, sekaligus menandakan bahwa audiens tidak hanya mencari informasi, tetapi juga mengambil keputusan praktis untuk menghindari produk yang statusnya meragukan.

Adapula pada konten “White Rabbit Mengandung Babi” yang diunggah pada 11 April dengan jumlah likes 589 dan komentar 32, respons pengguna lebih emosional karena terkait pengalaman masa kecil. Kolom komentar dipenuhi ekspresi penyesalan dan keterkejutan, seperti “Saya makan waktu kecil” yang dibalas dengan “me too”, lalu ditambahkan lagi “rasanya sakit banget waktu tau itu dr B2 kita bener² jaga makanan jgn sampai masuk yg haram eh eh permen itu sering masuk ke tubuh kita”. Interaksi ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merefleksikan pengalaman pribadi dan kolektif. Kesadaran baru ini memperkuat komitmen untuk lebih berhati-hati menjaga kehalalan konsumsi, sekaligus memperlihatkan bagaimana dakwah digital mampu menyentuh aspek emosional dan membentuk karakter Islami.

Berdasarkan kedua unggahan tersebut dapat disimpulkan bahwa konten @halalcorner tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pemicu refleksi, sikap kritis, dan pembentukan karakter Islami. Komentar pada Butterbeer menunjukkan sikap selektif dan rasional, sedangkan komentar pada White Rabbit memperlihatkan keterlibatan emosional yang mendalam. Keduanya sama-sama memperkuat peran @halalcorner sebagai ruang

pendidikan Islam nonformal yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan karakter konsumsi Islami masyarakat.

Untuk memperkuat temuan tersebut, hasil wawancara dengan beberapa followers akun @halalcorner menunjukkan bahwa konten aktual semacam ini membuat mereka lebih kritis terhadap tren konsumsi populer, lebih teliti membaca label makanan dan minuman, serta menjadikan akun tersebut sebagai rujukan utama dalam memastikan kehalalan produk. Sebagian informan juga menekankan bahwa interaksi di kolom komentar memberi ruang belajar bersama, sehingga dakwah visual tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun literasi halal melalui partisipasi aktif audiens.

Temuan ini sejalan dengan *Diffusion of Innovations Theory* yang dikemukakan oleh Everett Rogers, di mana ide atau praktik baru menyebar melalui saluran komunikasi dalam suatu komunitas.³¹ Followers @halalcorner menunjukkan tahapan adopsi inovasi halal mulai dari knowledge (mengetahui isu halal), attitude (bersikap kritis terhadap tren konsumsi), hingga practice (lebih teliti membaca label dan menjadikan akun sebagai rujukan utama). Hal ini menegaskan bahwa dakwah visual di media sosial berfungsi sebagai mekanisme difusi pengetahuan halal yang pada akhirnya membentuk gaya hidup Islami generasi digital.

Dengan demikian, strategi dakwah akun @halalcorner dapat dipandang sebagai pendekatan yang efektif dalam menjawab

³¹ Moch Zamzami and Heidy Arviani, "The Diffusion of AI Innovation by the UMKM Indonesia Community (@Umkmindonesiaofficial) in Digital Marketing Communication," *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2025): 619649, <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1285>.

kebutuhan generasi digital terhadap literasi halal.³² Melalui konten visual yang variatif, aktual, dan interaktif, akun ini tidak hanya menyampaikan informasi kehalalan secara sederhana dan mudah dipahami, tetapi juga mendorong keterlibatan pengguna dalam diskusi yang memperkuat kesadaran kolektif. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan Islam yang menekankan integrasi iman, ilmu, dan amal,³³ sehingga dakwah digital yang dijalankan @halalcorner mampu membentuk karakter muslim yang kritis, berhati-hati, dan konsisten dalam menjaga konsumsi sesuai tuntunan syariah. Dengan demikian, strategi dakwah visual ini layak dijadikan model pendidikan Islam nonformal yang relevan, adaptif, dan efektif di tengah masyarakat modern.

B. Media Sosial sebagai Ruang Pendidikan Islam Nonformal

Pendidikan Islam pada hakikatnya merupakan proses pembinaan manusia agar memiliki pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah.³⁴ Tujuannya tidak hanya membentuk kecerdasan intelektual, tetapi juga menanamkan iman, akhlak, dan amal yang selaras dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah.³⁵ Dengan demikian, pendidikan Islam erat kaitannya dengan pembentukan karakter, karena karakter Islami yang kuat akan menjadi fondasi bagi

³² Merinda Hana Aulia and Nabilah Fitriyani, "STRATEGI KOMUNIKASI INFLUENCER HALAL DALAM MENYAMPAIKAN PRODUK SECARA SYARIAH SEBAGAI UPAYA EDUKASI SYARIAH," *Gunung Djati Conference Series* 56 (August 2025): 1666–75.

³³ Fitriana Rusyay Ali Ahmad, "Pendidikan Karakter Berbasis Iman, Ilmu Dan Amal," *FUAD-International Conference on Islamic Studies* 2, no. 1 (2022), <https://e-proceedings.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/FICIS/article/view/1183>.

³⁴ Nur Isra' Ahmad, "Internalisasi Tasawuf Falsafi Fana Dan Wahdatul Wujud Dalam Pendidikan Islam," *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 3 (2025): 2782–92, <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1735>; Dian Fitriana, "HAKIKAT DASAR PENDIDIKAN ISLAM," *Tarbawy : Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 2 (2020): 143–50, <https://doi.org/10.32923/tarbawy.v7i2.1322>.

³⁵ Syahira Anastasya and Nining Sunuarti, "Integrasi Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Iman Dan Akhlak," *Edusiana: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 2 (2025): 46–57, <https://doi.org/10.70437/edusiana.v3i2.1597>.

perilaku sehari-hari.³⁶ Dalam konteks modern, pendidikan Islam juga dituntut untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, sehingga tetap relevan dalam membentuk pribadi muslim yang utuh.

Selain pendidikan formal yang berlangsung di sekolah atau perguruan tinggi, terdapat pula pendidikan Islam nonformal yang berlangsung di luar lembaga resmi. Pendidikan nonformal bersifat lebih fleksibel, kontekstual, dan dekat dengan kehidupan masyarakat.³⁷ Ia hadir dalam bentuk majelis taklim, kursus, pelatihan, hingga ruang digital yang memungkinkan proses belajar berlangsung secara interaktif. Pendidikan nonformal ini memberi ruang bagi masyarakat untuk belajar sesuai kebutuhan praktis mereka, sekaligus memperkuat pembentukan karakter Islami melalui pengalaman langsung.³⁸ Jelas bahwa pendidikan Islam nonformal menjadi pelengkap sekaligus penguat bagi pendidikan formal yang ada, terutama dalam membentuk sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Akun @halalcorner menjadi contoh nyata bagaimana media sosial berperan dalam pendidikan Islam nonformal. Akun ini tidak hanya menyajikan informasi seputar halal, tetapi juga menghadirkan program edukatif yang lebih terstruktur, seperti kelas halal yang dipromosikan melalui Instagram.³⁹ Program ini memberikan kesempatan bagi pelaku

³⁶Nur Isra' Ahmad, "Konsep Fana, Baqa', Dan Ittihad Abu Yazid al-Busthami Dan Relevansinya Dalam Pendidikan Islam," *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2025): 165-73, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.916>.

³⁷Dwi Iwan Suranto et al., "Model Pengelolaan Pendidikan Islam Non Formal 'Bengkel Ngaji' Sebagai Alternatif Penguatan Nilai-Nilai Keagamaan Remaja," *Jambura Journal of Educational Management*, September 30, 2024, 573-86, <https://doi.org/10.37411/jjem.v5i2.3825>.

³⁸Rana Indah Setiawati and Imam Shofwan, "Implementasi Prinsip Pendidikan Orang Dewasa pada Pelatihan Tata Busana di Satuan Pendidikan Non Formal SKB Ungaran," *Lifelong Education Journal* 3, no. 1 (2023): 39-59, <https://doi.org/10.59935/lej.v3i1.180>.

³⁹Aulia and Fitriyani, "STRATEGI KOMUNIKASI INFLUENCER HALAL DALAM MENYAMPAIKAN PRODUK SECARA SYARIAH SEBAGAI UPAYA EDUKASI SYARIAH," August 2025.

usaha maupun masyarakat umum untuk memahami sistem sertifikasi halal secara praktis. Kehadiran kelas halal menunjukkan bahwa dakwah digital tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi berkembang menjadi ruang belajar aplikatif yang membekali audiens dengan pengetahuan sekaligus keterampilan nyata. Hal ini sekaligus berkontribusi pada pembentukan karakter muslim yang kritis, berhati-hati, dan bertanggung jawab dalam konsumsi.

Selain kelas halal, @halalcorner juga aktif menyelenggarakan kegiatan live dan talk show. Misalnya, program Kabar Halal yang ditayangkan melalui YouTube @mqfmjogja, serta talk show bertema Halal & Thayyib di Radio Dakta 107 FM. Kegiatan ini memperluas jangkauan dakwah digital sekaligus memperkuat fungsi edukatif akun halalcorner dengan menghadirkan narasumber ahli. Dengan adanya forum interaktif ini, audiens tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga dapat berdialog dan mengajukan pertanyaan secara langsung. Proses ini memperlihatkan bahwa pendidikan Islam nonformal melalui media sosial mampu membentuk karakter kolektif yang lebih sadar, kritis, dan peduli terhadap nilai halal.

Hasil wawancara dengan beberapa followers memperkuat peran edukatif akun @halalcorner. Informan menyatakan bahwa mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru tentang konsep halal, tetapi juga terdorong untuk lebih selektif dalam memilih produk dan bahkan mengikuti kelas halal yang diselenggarakan. Mereka juga menekankan bahwa interaksi di kolom komentar memberi ruang belajar bersama, sehingga dakwah digital ini tidak hanya memengaruhi aspek kognitif, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku konsumsi Islami dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan Islam nonformal melalui media sosial berperan langsung dalam pembentukan karakter muslim yang lebih bertanggung jawab

dan berhati-hati.

Temuan wawancara di atas sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyoroti peran @halalcorner sebagai media pendidikan Islam nonformal. Penelitian Zahra menunjukkan bahwa konten akun tersebut berisi kampanye gaya hidup halal yang dikemas melalui isu-isu aktual, dengan inti pesan berupa ajakan kepada masyarakat muslim untuk terlebih dahulu memastikan status kehalalan produk, terutama yang berasal dari luar negeri.⁴⁰ Penelitian lain juga menegaskan bahwa @halalcorner menyajikan edukasi halal secara praktis, sekaligus membangun branding gaya hidup halal, dan memperkuat kesadaran keagamaan melalui ruang digital yang interaktif.⁴¹ Sejalan dengan itu, penelitian Azam juga menekankan bahwa media sosial berfungsi sebagai agen sosial dalam membentuk kesadaran halal, di mana edukasi melalui Instagram terbukti efektif menjangkau audiens luas dan mendorong partisipasi aktif.⁴² Konsistensi temuan ini dengan hasil wawancara followers memperlihatkan bahwa interaksi di kolom komentar menjadi ruang belajar bersama, memperkuat literasi halal, dan membentuk sikap kritis terhadap tren konsumsi populer.

Jika dikaitkan dengan teori pendidikan Islam kontemporer, peran @halalcorner mencerminkan tiga pilar utama yang menjadi landasan pendidikan, yaitu ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Ontologi menegaskan manusia sebagai makhluk beriman dan berilmu, epistemologi menekankan integrasi wahyu, akal, dan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan, sedangkan aksiologi menekankan pembentukan akhlak mulia dan kesiapan menghadapi tantangan

⁴⁰ Shabrina Zahra and Ira Wirasari, "Analisis Visual Pada Konten Instagram Halal Corner Analisis Visual Pada Konten Instagram Halal Corner," *JURNAL RUPA* 8 (December 2023): 1-10, <https://doi.org/10.25124/rupa.v8i2.5737>.

⁴¹ Kurniati et al., "Transformasi Kesadaran Halal Di Era Media Sosial."

⁴² Azam et al., "Peningkatan Kesadaran Halal Melalui Optimalisasi Instagram Pada Situs @halalcorner & @halal.Indonesia."

global.⁴³ Ketiga pilar ini tampak nyata dalam konten *halalcorner* yang mengemas pengetahuan halal secara praktis, mendorong sikap kritis audiens terhadap tren konsumsi, serta membentuk karakter Islami melalui interaksi digital. Dengan demikian, dakwah visual *@halalcorner* dapat dipandang sebagai implementasi pendidikan Islam nonformal yang relevan dengan kebutuhan generasi digital sekaligus memperkuat literasi halal sebagai bagian dari pembentukan insan kamil.

Berdasarkan hal di atas, maka akun *@halalcorner* juga dapat dipandang sebagai model dakwah digital yang berperan dalam pendidikan Islam nonformal yang mengintegrasikan nilai-nilai keimanan, pengetahuan, dan akhlak. Melalui kelas halal, kegiatan live, talk show, konten aktual, interaksi komentar, serta strategi komunikasi visual, akun ini menghadirkan proses pembelajaran yang fleksibel, partisipatif, dan kontekstual. Peran ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ekosistem pendidikan Islam yang relevan dengan tantangan konsumsi modern dan kebutuhan generasi digital.⁴⁴ Akun *@halalcorner* terbukti mampu memperkuat literasi halal, membentuk sikap kritis, dan menanamkan gaya hidup Islami pada generasi digital, sehingga dakwah visual di media sosial dapat menjadi model implementasi pendidikan Islam kontemporer yang konsisten dengan tujuan pembentukan insan kamil sekaligus berkontribusi nyata dalam pembentukan karakter Islami yang kuat di tengah masyarakat.

⁴³ Aurana Zahro El Hasbi et al., "FILSAFAT PENDIDIKAN ISLAM (ONTOLOGI, EPISTEMOLOGI, DAN AKSIOLOGI) SEBAGAI LANDASAN PENDIDIKAN ISLAM," *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 6 (2023): 809–22.

⁴⁴ Najwa Kamellia Syahgita and Syamsul Aripin, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DAKWAH DAN PENDIDIKAN ISLAM BAGI GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF ETIKA DAKWAH DIGITAL," 1, no. 3 (2025), <https://purpendijournal.com/index.php/talif/article/view/73/23>.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa strategi dakwah visual yang dijalankan akun @halalcorner terbukti efektif dalam menyampaikan pesan kehalalan secara sederhana, menarik, dan relevan dengan gaya komunikasi generasi digital. Konten variatif berupa infografis, reels, simbol halal tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga mendorong keterlibatan audiens dalam diskusi yang memperkuat kesadaran kolektif sekaligus membentuk pola konsumsi halal yang lebih kritis dan selektif dengan hadirnya kelas halal, forum live, dan talk show, akun ini semakin jelas dapat dipandang sebagai ruang pendidikan Islam nonformal yang adaptif terhadap dinamika generasi digital, karena menghadirkan ekosistem pembelajaran yang fleksibel, partisipatif, dan kontekstual. Dengan demikian, strategi dakwah visual ini bukan hanya memperkuat literasi halal, tetapi juga menjadi model implementasi pendidikan Islam kontemporer yang relevan dengan tantangan global serta konsisten dengan tujuan pendidikan Islam, yakni membentuk insan kamil yang berkarakter Islami dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital berbasis visual dapat menjadi pendekatan strategis dalam memperkuat literasi halal di kalangan generasi digital, sekaligus membuka peluang bagi lembaga pendidikan Islam, organisasi dakwah, maupun otoritas halal untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi yang lebih interaktif dan responsif terhadap isu konsumsi modern. Oleh karena itu, disarankan bagi praktisi dakwah digital untuk terus mengembangkan konten kreatif dan aktual agar tetap relevan dengan kebutuhan audiens, bagi lembaga pendidikan Islam untuk mengintegrasikan praktik dakwah digital sebagai bagian dari kurikulum nonformal, serta bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan kajian komparatif dengan akun dakwah digital lain guna

melihat variasi strategi visual dan dampaknya terhadap pembentukan pola konsumsi Islami di berbagai komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Fitriana Rusyai Ali. "Pendidikan Karakter Berbasis Iman, Ilmu Dan Amal." *FUAD-International Conference on Islamic Studies* 2, no. 1 (2022). <https://e-proceedings.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/FICIS/article/view/1183>.

Ahmad, Nur Isra'. "Internalisasi Tasawuf Falsafi Fana Dan Wahdatul Wujud Dalam Pendidikan Islam." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 3 (2025): 2782-92. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1735>.

Ahmad, Nur Isra'. "Konsep Fana, Baqa', Dan Ittihad Abu Yazid al-Busthami Dan Relevansinya Dalam Pendidikan Islam." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2025): 165-73. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.916>.

Ahmad, Nur Isra', Supriadi, Muhammad Ashdaq, Diarti Andra Ningsih, and R. Nurhayati. "Pemahaman Dan Preferensi Ibu Pada Produk Kosmetik Halal Anak Di Kecamatan Manggala Kota Makassar." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 6 (2025): 8448-60. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i6.2792>.

Ana, Ana Khoirunnisa, and Amalia Roiehana Shofa. "The Role of Social Media in Increasing the Relevation and Accessibility of Dakwah: Challenges and Strategies of Dakwah." *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (2023): 41-50. <https://doi.org/10.35905/jkmd.v5i1.5552>.

Anastasya, Syahira, and Nining Sunuarti. "Integrasi Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Iman Dan Akhlak." *Edusiana: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 2 (2025): 46-57. <https://doi.org/10.70437/edusiana.v3i2.1597>.

Arih Inas Atiqahwati. *ISLAM DAN BUDAYA KONSUMTIF: KOMODIFIKASI SIMBOL KEAGAMAAN DALAM MASYARAKAT MUSLIM URBAN | Jazirah: Jurnal Peradaban Dan Kebudayaan*. 6 (Desember 2025). <https://doi.org/10.51190/jazirah.v6i2.269>.

Arista, Fiansi Dwi, Elsa, Abdur Razzaq, and Muhamad Yudistira Nugraha. "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z." *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA* 1, no. 4 (2025): 412-20. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

Aulia, Merinda Hana, and Nabilah Fitriyani. "STRATEGI KOMUNIKASI INFLUENCER HALAL DALAM MENYAMPAIKAN PRODUK SECARA SYARIAH SEBAGAI UPAYA EDUKASI SYARIAH." *Gunung Djati Conference Series* 56 (August 2025): 1666-75.

Aulia, Merinda Hana, and Nabilah Fitriyani. "STRATEGI KOMUNIKASI INFLUENCER HALAL DALAM MENYAMPAIKAN PRODUK SECARA SYARIAH SEBAGAI UPAYA EDUKASI SYARIAH." *Gunung Djati Conference Series* 56 (August 2025): 1666-75.

Azam, Shelna Azima, Amin Wahyudi, and Luhur Prasetyo. "Peningkatan Kesadaran Halal Melalui Optimalisasi Instagram Pada Situs @halalcorner & @halal.Indonesia." *Journal of Economics, Law, and Humanities* 4, no. 1 (2025): 23-32. <https://doi.org/10.21154/jelhum.v4i1.4409>.

Fitriana, Dian. "HAKIKAT DASAR PENDIDIKAN ISLAM." *Tarbawy: Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 2 (2020): 143-50. <https://doi.org/10.32923/tarbawy.v7i2.1322>.

Hakim, Aulia Nur, and Leni Yulia. "DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PENDIDIKAN SAAT INI." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 1 (2024): 145-63.

Hakim, Lukmanul. *Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform TikTok Dan Instagram Reels | Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*. January 14, 2026.

- <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/aljamahiria/article/view/10102>.
- Halimah, Zahratun, Maulida Fitriani, and Mukmin. "Digitalisasi Studi Islam: Arah Baru Pendidikan Islam Indonesia Menuju Masyarakat 5.0." *At-Tarbiyah Jurnal Pendidikan, Kebudayaan Dan Keislaman* 7, no. 2 (2025): 380–95. <https://doi.org/10.21462/atjpkk.v7i2.146>.
- Hasan, Ahmad Afandi, Nandika Dwi Pratama, and Herlini Puspika Sari. "Peran Media Sosial Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2025): 278–84. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.942>.
- Hasbi, Aurana Zahro El, Tarwilah, and Suraijiah. "FILSAFAT PENDIDIKAN ISLAM (ONTOLOGI, EPISTEMOLOGI, DAN AKSIOLOGI) SEBAGAI LANDASAN PENDIDIKAN ISLAM." *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 6 (2023): 809–22.
- Hendry and Daniel H.F Manongga. *ANALISIS KONTEN BERBASIS GROUNDED THEORY | Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. Semarang, 2024. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/543>.
- Itryah, and Najalina Velis Firdaus. "Strategi Mengelola Beban Kerja Menggunakan Infografis Di DPRD Kota Palembang." *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2025): 314–18. <https://doi.org/10.59431/ajad.v5i2.561>.
- Kurniati, Putri Ayushifa, Mutiara Salsabiilaa, and Maulana Syarif Hidayatullah. "Transformasi Kesadaran Halal Di Era Media Sosial: Studi Netnografi Pada Konten Instagram Di Indonesia." *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 2, no. 1 (2026): 468–78. <https://doi.org/10.59435/menulis.v2i1.983>.
- Laily, Irene Mardiatul, Anita Puji Astutik, and Budi Haryanto. "Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era 4.0." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2022): 160–74. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>.

"Literatur Riview Dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Khusus | Innovative: Journal Of Social Science Research." Accessed April 22, 2026. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/17407>.

Mudiono, Mudiono, and Muhammad Mudzakkir. "Transformation of Islamic Educational Management in The Digital Era: Transformasi Manajemen Pendidikan Islam Di Era Digital: Kajian Konseptual Tentang Peluang Dan Tantang." *At Tandhim | Journal of Islamic Education Management* 1, no. 1 (2025): 47-57. <https://doi.org/10.53038/tndm.v1i1.287>.

Muzakkir and Istikomah Istikomah. *Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial) | At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah."* April 25, 2024. <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.3419>.

Najwa Kamellia Syahgita and Syamsul Aripin. *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DAKWAH DAN PENDIDIKAN ISLAM BAGI GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF ETIKA DAKWAH DIGITAL.* 1, no. 3 (2025). <https://purpendijournal.com/index.php/talif/article/view/73/23>.

Nana, Katarina Rensa, Fadil Mas'ud, Stefani Bitu Gemian, Florentina Sanung, Aprilini Dima Keba, and Maria Trivonia Jelita. "Etika Media Sosial Dan Implikasinya Bagi Individu Dan Masyarakat." *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 2, no. 3 (2025): 288-99. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i3.295>.

Nur Isra' Ahmad. *AYAT-AYAT EKONOMI: Perspektif Islam Terhadap Problematika Ekonomi.* Solok, 2025.

Nurwita, Ita, Sahya Anggara, and Wati Irnawati. *Inovasi Pembelajaran PAI di Era Digital.* Indonesia Emas Group, 2025.

"Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat Dalam Ekonomi Kreatif | JETCH: Journal Economy, Technology, Social and Humanities." Accessed April 22, 2026. <https://jetch.id/index.php/jetch/article/view/71>.

- Prastiwi, Reni. "PENGARUH GAYA HIDUP HALAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI GENERASI MILENIAL." *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025): 164-95.
- Pratama, Raihan Syah, and Ilham Firmansyah. "Tantangan Dan Peluang Pola Konsumsi Islami Di Era Modern." *Karimah Tauhid* 3, no. 3 (2024): 2818-25. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12328>.
- Qomariyah, Nurul, Ahmad Rifaii, and Ace Somantri. "Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Restoran Viral Tanpa Sertifikat Halal Di Kota Bandung." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 5, no. 1 (2026): 127-34. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.5824>.
- Rachim, Muhammad Maulana Isthiqlal, Yenny Yenny, and Daniel Susilo. "MENDEFINISIKAN ULANG VISUALISASI KESEGRAN DALAM IKLAN MINUMAN RINGAN: SEMIOTIKA SPRITE KENYATAAN YANG MENYEGARKAN." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 4, no. 2 (2018): 23-32. <https://doi.org/10.10358/jk.v4i2.483>.
- Setiawati, Rana Indah, and Imam Shofwan. "Implementasi Prinsip Pendidikan Orang Dewasa pada Pelatihan Tata Busana di Satuan Pendidikan Non Formal SKB Ungaran." *Lifelong Education Journal* 3, no. 1 (2023): 39-59. <https://doi.org/10.59935/lej.v3i1.180>.
- Social Blade. *Halal Corner Instagram Analytics Report*. 2026. <https://socialblade.com/instagram/user/halalcorner>.
- Suranto, Dwi Iwan, Duski Ibrahim, Saipul Annur, and Sri Maryati. "Model Pengelolaan Pendidikan Islam Non Formal 'Bengkel Ngaji' Sebagai Alternatif Penguatan Nilai-Nilai Keagamaan Remaja." *Jambura Journal of Educational Management*, September 30, 2024, 573-86. <https://doi.org/10.37411/jjem.v5i2.3825>.
- We Are Social. *Digital 2026 Global Overview Report*. 2026. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/10/digital-2026-global-overview-report/>.

- Widodo, Jusuf Agustian, and Rosdinar Pangaribuan. "Dari Mimbar Ke Layar Media Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Keagamaan." *Jurnal Sosiologi Agama Dan Teologi Indonesia* 3, no. 1 (2025): 290-307. <https://doi.org/10.24246/sami.vol3i1pp290-307>.
- Yulianti, Putri, Akhmad Riadi, Fadia Zahratunnisa, Nur Aulia Amanda Fatimah, and Aulia Arrahima. "Kajian Literatur: Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Generasi Muda." *Indonesian Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (2024): 113-23. <https://doi.org/10.31949/ijie.v2i1.10114>.
- Zahra, Shabrina, and Ira Wirasari. "Analisis Visual Pada Konten Instagram Halal Corner." *JURNAL RUPA* 8 (December 2023): 1-10. <https://doi.org/10.25124/rupa.v8i2.5737>.
- Zamzami, Moch, and Heidy Arviani. "The Diffusion of AI Innovation by the UMKM Indonesia Community (@Umkmindonesiaofficial) in Digital Marketing Communication." *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2025): 619649. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1285>.