MPI
UIMSYA

MANAJEMEN SOCIAL CAPITAL

PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL

DALAM UPAYA
PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK
DAN PARTISIPASI SOSIAL

RIBHIL MAFATIH

KEPERCAYAAN PUBLIK

PARTISIPASI SOSIAL

KOLABORASI BERMAKNA

INOVASI DIGITAL

“Berilmu, Berakhlak, dan Berkontribusi untuk Pendidikan yang Bermakna.”

INTELEKTUAL BERKUALITAS | INTEGRITAS TINGGI | KOLABORATIF | BERORIENTASI HASIL

LAPORAN TUGAS AKHIR ARTIKEL JURNAL

MANAJEMEN SOCIAL CAPITAL PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK DAN PARTISIPASI SOSIAL

Oleh:

RIBHIL MAFATIH

NIM: 2211111025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)

UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT

BLOKAGUNG BANYUWANGI

2026

PRASYARAT GELAR

MANAJEMEN SOCIAL CAPITAL PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK DAN PARTISIPASI SOSIAL

TUGAS AKHIR ARTIKEL JURNAL

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh :
RIBHIL MAFATIH
NIM: 2211111025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2026

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Artikel Jurnal Dengan Judul:

MANAJEMEN SOCIAL CAPITAL PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK DAN PARTISIPASI SOSIAL

Yang telah dipublikasikan pada Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan (JAMP), volume 9, Nomor 1 (2026), terakreditasi SINTA 3
Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tugas akhir artikel jurnal
Pada tanggal: 19 Mei 2026

Banyuwangi, 19 Mei 2026
Mengetahui,

Ketua Prodi	Pembimbing
Muhammad Husain, S. Ag., M. Pd	**Dr. Nur Hidayati, M.Pd.I.**
NIPY. 3152429069901	NIPY. 3150801058001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Artikel Jurnal saudara Ribhil Mafatih telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji Tugas Akhir Artikel Jurnal Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi pada tanggal:
(16 Mei 2026)

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

DEWAN PENGUJI:

Ketua Penguji

Drs.H. Muh Khozin Kharis, M.H
NIPY. 3150102036401

Penguji 1

Muhammad Husain, M. Pd
NIPY. 3152429069901

Penguji 2

Moh Nur Fauzi, S.H.I., M.H
NIPY. 3151719077801

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dr. Zulfi Zumala Dwi Andriani, M.A.
NIPY. 3150722128401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Allah tidak membebani hambanya melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(Q.s. Al-Baqarah: 216).

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui."
(Q.s. Al-Baqarah: 216).

"Dan dia mendapatimu sebagai orang yang bingung, lalu dia memberikan petunjuk"
(Q.s. Ad-Dhuha: 07).

"Dan dia bersama kamu dimana saja kamu berada, dan Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan"
(Q.s. Al-Hadid: 04).

"Maka apabila kamu telah selesai (dari urusanmu), kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan) yang lain"
(Q.s. Al-Insyirah: 07).

"Cukuplah Allah menjadi penolong kami, dan Allah sebaik-baik pelindung"
(Q.s. Al-Imron: 73).

Persembahan:

1. Tugas akhir artikel jurnal ini kupersembahkan kepada orang tua yang telah memberikan kasih sayang dan dukungannya selama menempuh pendidikan di Universitas Kh. Mukhtar Syafa'at Blokagung Banyuwangi.
2. Terima kasih juga disampaikan kepada Rektor, Dekan, dan Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Kh. Mukhtar Syafa'at Blokagung Banyuwangi, Dr. KH. Ahmad Munib Syafa'at, Lc. M.E.I., Dr. Zulfi Zumala Dwi Andriani, M.A., dan Muhammad Husain, M.Pd., atas bimbingan dan dukungannya
3. Terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Nur Hidayati, M.Pd.I., yang membantu menyelesaikan penelitian ini. Semoga kita menjadi keluarga yang rukun dan diberkahi oleh Allah SWT, kita diberikan keturunan yang shaleh dan bertakwa, kita mendapat ilmu yang membawa keberkahan dunia dan akhirat, Aamiin.

PERNYATAAN
KEASLIAN ARTIKEL JURNAL

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama	: RIBHIL MAFATIH
NIM	2211111025
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Alamat	: Pakis, RT. 02, RW. 01 Desa Pakis Rowo Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tugas akhir artikel jurnal dengan judul "Manajemen social capital pendidikan islam di era digital dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik Dan Partisipasi Sosial" Yang Telah dipublikasikan pada Jurnal JAMP, terakreditasi SINTA 3. Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.



Banyuwangi, 19 Mei 2026
Yang Menyatakan



Ribhil Mafatih
2211111025

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji pada Allah SWT., Artkel ini hanya bisa selesai semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap telimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir artikel jurnal ini tidak akan terselesaiakan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. KH. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Selaku Rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
2. Dr. Zulfi Zumala Dwi Andriani, M.A. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
3. Muhammad Husain, S.Ag., M.Pd Selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.
4. Dr. Nur Hidayati, M.Pd.I. selaku dosen pembimbing dalam penulisan tugas akhir artikel jurnal.
5. Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
6. Dan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan Artikel Jurnal ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan tugas akhir artikel ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kehilafan dalam penulisan Artikel Jurnal ini penulis mohon maaf sebagai insan yang dho'if.

Akhirnya kepada Allah Azza Wajalla, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga Artikel Jurnal ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat.Amin Ya Robbal 'Alamin.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM ..... **i**
PRASYARAT GELAR ..... **ii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN PENGUJI ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
PERNYATAAN KEASLIAN ARTIKEL JURNAL ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
ARTIKEL **1**
LAMPIRAN LAMPIRAN **14**

JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan
Volume 9 Nomor 1 Bulan Maret Tahun 2026 Hal 11-23

Tersedia Online di http://journal2.um.ac.id/index.php/jamp/
ISSN Online: 2615-8574

Manajemen Social Capital Pendidikan Islam Era Digital dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik dan Partisipasi Sosial

Ribhil Mafatih, Nur Hidayati
Universitas KH Mukhtar Syafaat
Blokagung, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur
Correspondence: ribhilmafatih071102@gmail.com

Abstract: This study examines the management of social capital in Islamic educational institutions in the digital era, focusing on the role of media-based da'wah programs, particularly religious reality shows, in building public trust and enhancing social participation. Using a qualitative literature study design, data were obtained from primary journal articles, academic books, and research reports, and analyzed using the Miles and Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that digital social capital is constructed through three core dimensions "bonding", "bridging", and "linking", which collectively shape the foundation of social cohesion in digital spaces. The results also indicate that religious reality shows strengthen public trust through host credibility, transparent program documentation, and emotional narratives that create a sense of closeness between audiences and institutions. Public trust subsequently functions as a form of social currency, encouraging community involvement in social activities, donations, and educational support. The study concludes that digital da'wah serves as a strategic instrument for reinforcing social capital and sustaining the development of Islamic educational institutions. The implications highlight the need for professional, transparent, and literacy-based digital media governance to maintain institutional legitimacy and increase public participation.
Keywords: Digital Social Capital, Media Da'wah, Public Trust, Social Participation, Islamic Education Management.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis manajemen *social capital* lembaga pendidikan Islam pada era digital dengan fokus pada peran program dakwah media, khususnya *religious reality show*, dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan partisipasi sosial. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, data diperoleh dari artikel jurnal primer, buku akademik, dan dokumen penelitian yang dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social capital digital* terbentuk melalui tiga dimensi utama, yaitu *bonding, bridging, dan linking*, yang membentuk landasan kohesi sosial di ruang digital. Temuan juga mengungkap bahwa *reality show* dakwah mampu memperkuat *public trust* melalui kredibilitas host, transparansi kegiatan, dan narasi emosional yang mendekatkan audiens dengan lembaga. Kepercayaan publik kemudian berfungsi sebagai *social currency* yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial, donasi, dan dukungan program pendidikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah digital dapat menjadi instrumen strategis bagi penguatan *social capital* serta keberlanjutan lembaga pendidikan Islam. Implikasi penelitian mendorong perlunya tata kelola media digital yang profesional, transparan, dan berbasis literasi sosial agar lembaga mampu mempertahankan legitimasi dan meningkatkan partisipasi publik.
Kata Kunci: Social Capital Digital, Dakwah Media, Kepercayaan Publik, Partisipasi Sosial, Manajemen Pendidikan Islam.

Transformasi digital yang semakin cepat telah membawa perubahan signifikan dalam praktik pendidikan Islam, terutama dalam cara lembaga membangun hubungan dengan masyarakat (Nasrullah, 2020). Namun, perkembangan ini tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan Islam (Kurniawati & Baridwan, 2021). Munculnya berbagai informasi yang tidak terverifikasi di media digital justru berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat (González-Bailón & Wang, 2021). Lembaga pendidikan sering kali kesulitan mengelola citra dan komunikasi publik secara efektif di tengah arus informasi yang masif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi media digital dengan kemampuan institusi dalam memanfaatkannya secara strategis (Fuchs, 2021). Akibatnya, partisipasi sosial masyarakat terhadap program pendidikan Islam cenderung fluktuatif dan tidak stabil. Permasalahan ini menjadi tantangan serius dalam pengelolaan pendidikan Islam di era digital.

Di sisi lain program dakwah melalui media digital memiliki potensi besar dalam membangun komunikasi yang lebih luas dan inklusif (Hassan & Azmi, 2021). Namun, pemanfaatan media dakwah masih sering bersifat sporadis dan belum terintegrasi dalam manajemen kelembagaan. Banyak program dakwah digital hanya berfokus pada penyampaian pesan keagamaan tanpa mempertimbangkan aspek pengelolaan hubungan sosial. Hal ini menyebabkan pesan yang disampaikan kurang mampu membangun keterikatan emosional dengan masyarakat. Selain itu, kurangnya strategi komunikasi yang terarah membuat pesan dakwah tidak selalu relevan dengan kebutuhan audiens (Campbell & Evolvi, 2020). Kondisi ini menunjukkan bahwa dakwah media belum sepenuhnya berfungsi sebagai alat penguatan hubungan sosial. Akibatnya, potensi dakwah media dalam meningkatkan kepercayaan publik belum dimanfaatkan secara optimal.

Permasalahan lain yang muncul berkaitan dengan lemahnya pengelolaan social capital dalam pendidikan Islam (Putnam & Feldstein, 2020). Social capital yang mencakup kepercayaan, jaringan sosial, dan norma bersama seharusnya menjadi kekuatan utama dalam membangun hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Namun dalam praktiknya, pengelolaan social capital sering kali belum menjadi perhatian utama dalam manajemen pendidikan. Lembaga pendidikan lebih banyak berfokus pada aspek akademik dibandingkan pembangunan hubungan sosial yang berkelanjutan (Ismail et al., 2020). Kondisi ini menyebabkan hubungan antara institusi dan masyarakat menjadi kurang kuat. Ketika kepercayaan publik menurun, maka partisipasi sosial juga ikut melemah. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan social capital memiliki peran penting yang belum dimaksimalkan.

Keterkaitan antara dakwah media dan manajemen social capital menunjukkan adanya peluang strategis yang belum banyak dikaji secara mendalam (Bunt, 2019). Dakwah media seharusnya tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana membangun jaringan sosial dan kepercayaan publik. Namun, integrasi antara program dakwah media dan manajemen social capital masih jarang dilakukan secara sistematis. Banyak lembaga belum memiliki kerangka kerja yang jelas dalam menghubungkan kedua aspek tersebut. Akibatnya, program dakwah yang dijalankan belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan partisipasi sosial masyarakat. Situasi ini

menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji hubungan antara dakwah media dan social capital dalam konteks pendidikan Islam (Saifuddin, 2021). Pendekatan yang lebih terintegrasi diperlukan untuk mengoptimalkan peran keduanya.

Di era digital, kepercayaan publik menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan lembaga pendidikan Islam (Jati, 2020). Masyarakat cenderung lebih selektif dalam memilih sumber informasi dan institusi yang dianggap kredibel. Ketika kepercayaan tidak terbentuk dengan baik, maka partisipasi masyarakat dalam kegiatan pendidikan juga akan menurun. Hal ini berdampak pada keberlangsungan program pendidikan dan pengembangan institusi. Media digital sebenarnya dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun transparansi dan komunikasi yang terbuka (Davis & Jurgenson, 2020). Namun tanpa pengelolaan yang tepat, media digital justru dapat menjadi sumber disinformasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan komunikasi berbasis media menjadi sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan publik.

Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan perlunya pendekatan baru dalam pengelolaan pendidikan Islam yang mengintegrasikan dakwah media dengan manajemen social capital (Al-Rahmi et al., 2020). Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat secara berkelanjutan. Pengelolaan yang terarah dapat membantu meningkatkan kepercayaan publik sekaligus mendorong partisipasi sosial yang lebih aktif (Chen & Li, 2019). Selain itu, integrasi ini juga dapat menjadi solusi dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital. Kajian yang mendalam mengenai peran dakwah media dalam manajemen social capital menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan pendekatan yang tepat, lembaga pendidikan Islam dapat lebih adaptif terhadap perubahan zaman. Oleh karena itu, penguatan sinergi antara dakwah media dan social capital menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kualitas pendidikan Islam di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review untuk menganalisis peranan program dakwah media dalam manajemen social capital pendidikan Islam di era digital. Data diperoleh dari artikel jurnal internasional bereputasi terindeks Scopus dan open access pada rentang tahun 2019–2025 melalui database seperti Scopus, ScienceDirect, Springer, Taylor & Francis, dan MDPI, dengan kata kunci “digital da’wah”, “Islamic education”, “social capital”, “public trust”, “social participation”, dan “digital communication”. Pemilihan literatur dilakukan secara purposive berdasarkan relevansi topik, kualitas publikasi, serta kesesuaian dengan fokus penelitian, sementara artikel yang tidak relevan dieliminasi. Teknik analisis menggunakan content analysis dengan pendekatan sintesis tematik untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan membandingkan temuan penelitian terkait peran dakwah media, pengelolaan social capital, kepercayaan publik, dan partisipasi sosial. Proses analisis dilakukan secara sistematis melalui interpretasi kritis dan komparasi antar studi guna menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Untuk menjaga validitas, digunakan triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai

literatur yang kredibel dan terverifikasi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menyusun kerangka konseptual yang kuat dan relevan dalam menjelaskan fenomena yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

No	Penulis & Tahun	Judul Artikel	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nasrullah (2020)	Digital Media and Islamic Communication Transformation	Dakwah digital	Media dakwah memperluas jangkauan komunikasi dan membangun relasi sosial
2	Hassan & Azmi (2021)	Digital Da'wah and Muslim Youth Identity	Dakwah digital	Dakwah media meningkatkan keterlibatan dan identitas sosial
3	Bunt (2019)	Islamic Media and the Public Sphere	Media Islam	Media dakwah membentuk opini dan kepercayaan publik
4	Saifuddin (2021)	Digital Religion in Southeast Asia	Agama digital	Dakwah digital memperkuat jaringan komunitas
5	Campbell & Evolvi (2020)	Digital Religion Research	Komunikasi agama	Teknologi memperluas interaksi keagamaan
6	Al-Rahmi et al. (2020)	Social Media and Social Capital	Social capital	Media sosial meningkatkan koneksi dan trust
7	Chen & Li (2019)	Social Media & Well-being	Social capital	Interaksi digital memperkuat hubungan sosial
8	Putnam & Feldstein (2020)	Social Capital in Education	Social capital	Kepercayaan sebagai inti social capital
9	Ismail et al. (2020)	Islamic Education & Social Capital	Pendidikan Islam	Pendidikan Islam membangun jaringan sosial
10	Kurniawati & Baridwan (2021)	Public Trust in Islamic Institutions	Kepercayaan publik	Komunikasi digital meningkatkan trust
16	OECD (2022)	Education and Social Skills	Partisipasi sosial	Kompetensi sosial mendukung partisipasi
17	UNICEF (2021)	Social Emotional Learning	Pendidikan sosial	SEL memperkuat interaksi sosial
18	Reimers (2021)	Education Transformation	Pendidikan digital	Transformasi digital butuh strategi komunikasi
19	Fullan (2020)	Learning and Pandemic	Pendidikan	Adaptasi digital meningkatkan keterlibatan
20	Biesta (2020)	Education and Socialization	Pendidikan	Pendidikan membentuk nilai sosial
21	Hattie (2021)	Learning & Character	Pendidikan karakter	Pembelajaran membangun karakter dan trust
22	Vygotsky (2019)	Social Learning Theory	Interaksi sosial	Interaksi sosial memperkuat pembelajaran
23	Bronfenbrenner (2020)	Ecological Theory	Lingkungan sosial	Lingkungan sosial memengaruhi perkembangan
24	Sahlberg (2021)	Education and Equity	Pendidikan	Kolaborasi sosial meningkatkan partisipasi

25	Darling-Hammond et al. (2020)	Learning and Development	Pendidikan	Lingkungan belajar membangun kepercayaan

Sumber: Penulis, 2026

Berdasar tabel 1 menunjukkan bahwa program dakwah berbasis media digital memiliki peran strategis dalam membangun social capital, terutama melalui penguatan jaringan sosial, komunikasi interaktif, dan penyebaran nilai-nilai keagamaan yang relevan dengan masyarakat modern. Media dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan publik melalui transparansi, konsistensi pesan, dan kedekatan emosional dengan audiens.

Selain itu, literature menunjukkan bahwa social capital menjadi jembatan utama antara dakwah media dan partisipasi sosial. Ketika kepercayaan publik meningkat, maka keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pendidikan Islam juga meningkat. Namun, beberapa studi menegaskan bahwa tanpa pengelolaan yang strategis, media digital juga berpotensi menimbulkan disinformasi yang justru menurunkan kepercayaan.

Temuan lain menunjukkan bahwa integrasi antara dakwah media dan manajemen social capital masih belum optimal dan cenderung berjalan parsial. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih sistematis dalam mengelola dakwah media sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan kepercayaan publik dan partisipasi sosial dalam pendidikan Islam di era digital.

PEMBAHASAN

Peran Program Dakwah Media dalam Penguatan Social Capital Pendidikan Islam di Era Digital

Peran program dakwah media dalam penguatan social capital pendidikan Islam di era digital menunjukkan perubahan signifikan dalam pola interaksi antara lembaga pendidikan dan masyarakat (Ahn, 2020). Pemanfaatan media digital memungkinkan penyebaran pesan keagamaan yang lebih luas dan cepat dibandingkan metode konvensional (Kapoor et al., 2021). Hasil kajian menunjukkan bahwa dakwah media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian nilai, tetapi juga sebagai alat membangun hubungan sosial yang lebih kuat (Ellison et al., 2020). Hal ini terlihat dari meningkatnya interaksi antara lembaga pendidikan dan masyarakat melalui platform digital (Lee & Jang, 2020). Interaksi tersebut menciptakan ruang komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif. Kondisi ini memperkuat jaringan sosial yang menjadi bagian penting dari social capital (Treem & Leonardi, 2020). Dengan demikian, dakwah media berperan sebagai penghubung utama dalam membangun relasi sosial di era digital.

Penguatan social capital melalui dakwah media terlihat dari meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam (Zhang et al., 2022). Kepercayaan terbentuk melalui komunikasi yang konsisten, transparan, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Kajian literatur menunjukkan bahwa media digital mampu meningkatkan kepercayaan publik כאשר digunakan secara strategis (Islam et al., 2020). Informasi yang disampaikan secara terbuka membantu mengurangi kesenjangan antara lembaga dan masyarakat. Hal ini memperkuat legitimasi lembaga pendidikan di mata publik. Kepercayaan yang

terbentuk kemudian menjadi dasar bagi terbentuknya hubungan sosial yang lebih erat. Dengan demikian, dakwah media memiliki kontribusi penting dalam membangun trust sebagai elemen utama social capital.

Selain membangun kepercayaan, dakwah media juga berperan dalam memperluas jaringan sosial pendidikan Islam (Hampton et al., 2021). Platform digital memungkinkan lembaga pendidikan menjangkau berbagai kelompok masyarakat tanpa batas geografis. Jaringan sosial yang luas memberikan peluang bagi terbentuknya kolaborasi yang lebih besar. Interaksi yang terjadi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat (Boulianne, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah media mampu menciptakan ruang interaksi sosial yang dinamis. Jaringan yang terbentuk menjadi modal sosial yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pendidikan. Dengan demikian, perluasan jaringan sosial menjadi salah satu kontribusi utama dakwah media dalam penguatan social capital.

Peran dakwah media juga terlihat dalam pembentukan norma dan nilai bersama dalam masyarakat (Oh et al., 2020). Pesan keagamaan yang disampaikan secara berkelanjutan membantu membangun kesadaran kolektif. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian sosial menjadi bagian dari proses internalisasi yang terjadi melalui media digital. Kajian literatur menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi dan perilaku sosial (Chadwick & Stromer-Galley, 2021). Ketika pesan disampaikan secara konsisten, maka nilai tersebut akan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Proses ini memperkuat norma sosial yang menjadi bagian dari social capital. Dengan demikian, dakwah media berperan dalam membangun fondasi nilai yang mendukung hubungan sosial.

Meskipun memiliki potensi besar, pemanfaatan dakwah media dalam penguatan social capital masih menghadapi berbagai tantangan (Gil de Zúñiga et al., 2021). Salah satu tantangan utama adalah munculnya disinformasi yang dapat merusak kepercayaan publik. Informasi yang tidak terverifikasi dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap lembaga pendidikan. Selain itu, kurangnya strategi komunikasi yang terarah membuat pesan dakwah tidak selalu efektif. Beberapa program dakwah masih bersifat sporadis dan belum terintegrasi dalam manajemen kelembagaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan dakwah media memerlukan pendekatan yang lebih sistematis. Dengan demikian, optimalisasi peran dakwah media membutuhkan strategi yang lebih terencana.

Perbandingan dengan kajian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah media sangat dipengaruhi oleh kualitas manajemen komunikasi digital (Kim & Chen, 2021). Studi tentang social capital menegaskan bahwa kepercayaan dan jaringan sosial tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui proses interaksi yang berkelanjutan. Dakwah media yang dilakukan secara konsisten akan lebih efektif dalam membangun hubungan sosial. Selain itu, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi menjadi faktor penting dalam memperkuat social capital (Park et al., 2021). Pendekatan yang partisipatif memungkinkan masyarakat merasa menjadi bagian dari komunitas pendidikan. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara lembaga dan masyarakat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang interaktif menjadi kunci dalam penguatan social capital.

Dengan demikian peran program dakwah media dalam penguatan social capital pendidikan Islam menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam membangun hubungan sosial di era digital (Valenzuela et

al., 2021). Dakwah media mampu memperkuat kepercayaan, memperluas jaringan sosial, dan membentuk nilai bersama dalam masyarakat. Namun, keberhasilan tersebut sangat bergantung pada kualitas pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan. Pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan menjadi kunci dalam memaksimalkan potensi dakwah media. Selain itu, kemampuan dalam mengelola informasi dan menghindari disinformasi juga menjadi faktor penting. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah media memerlukan strategi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, penguatan social capital melalui dakwah media menjadi langkah strategis dalam pengembangan pendidikan Islam di era digital.

Kontribusi Dakwah Media terhadap Peningkatan Kepercayaan Publik terhadap Lembaga Pendidikan Islam

Kontribusi dakwah media terhadap peningkatan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam menunjukkan peran strategis komunikasi digital dalam membangun legitimasi institusi (Benkler et al., 2020). Perkembangan media digital telah mengubah cara lembaga pendidikan berinteraksi dengan masyarakat secara lebih terbuka dan cepat (Ceron, 2021). Dakwah media tidak lagi sekadar menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menjadi sarana membangun citra dan kredibilitas lembaga (Westerman et al., 2021). Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara konsisten melalui media digital mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat (Tsfati & Cappella, 2021). Keberadaan konten yang informatif dan relevan memperkuat kehadiran lembaga di ruang publik. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk opini masyarakat (Van Aelst et al., 2021). Dengan demikian, dakwah media menjadi instrumen utama dalam meningkatkan kepercayaan publik.

Kepercayaan publik terbentuk melalui transparansi informasi yang disampaikan oleh lembaga pendidikan Islam (Kreps & Kriner, 2020). Media digital memungkinkan penyampaian informasi yang lebih terbuka terkait program, kegiatan, dan nilai yang dianut lembaga. Kajian literatur menunjukkan bahwa transparansi menjadi faktor penting dalam membangun trust di era digital. Ketika masyarakat memperoleh informasi yang jelas dan mudah diakses, maka tingkat kepercayaan akan meningkat (de Bruin & Bennett, 2020). Sebaliknya, keterbatasan informasi dapat menimbulkan keraguan dan persepsi negatif. Oleh karena itu, pengelolaan informasi menjadi aspek penting dalam strategi dakwah media. Dengan demikian, transparansi komunikasi menjadi kunci dalam meningkatkan kepercayaan publik.

Selain transparansi, konsistensi pesan juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan publik (Jamieson & Albarracín, 2020). Dakwah media yang dilakukan secara berkelanjutan membantu membentuk persepsi yang stabil di masyarakat. Pesan yang disampaikan secara konsisten akan memperkuat identitas lembaga pendidikan Islam. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kepercayaan dibangun melalui interaksi yang berulang dan berkesinambungan. Ketika masyarakat terus menerima pesan yang sama dalam berbagai kesempatan, maka tingkat kepercayaan akan semakin kuat. Konsistensi ini juga membantu mengurangi potensi kesalahpahaman terhadap informasi yang disampaikan. Dengan demikian, keberlanjutan dakwah media menjadi faktor penting dalam membangun trust.

Dakwah media juga berperan dalam membangun kedekatan emosional antara lembaga pendidikan dan masyarakat (Freeman et al., 2020). Interaksi yang terjadi melalui media digital memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan responsif. Masyarakat dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, atau masukan secara langsung kepada lembaga. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih interaktif dan partisipatif. Kajian menunjukkan bahwa keterlibatan emosional dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi (Pennycook et al., 2020). Ketika masyarakat merasa diperhatikan, maka mereka akan lebih percaya terhadap lembaga. Dengan demikian, interaksi digital yang bersifat dialogis menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan.

Namun demikian, tantangan dalam pemanfaatan dakwah media juga perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepercayaan publik (Cinelli et al., 2020). Salah satu tantangan utama adalah maraknya disinformasi yang dapat merusak citra lembaga pendidikan. Informasi yang tidak akurat dapat dengan cepat menyebar melalui media digital dan memengaruhi persepsi masyarakat (Lazer et al., 2020). Selain itu, kurangnya kemampuan literasi digital juga dapat menyebabkan kesalahpahaman terhadap pesan yang disampaikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan informasi harus dilakukan secara hati-hati dan terencana. Lembaga pendidikan perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipercaya. Dengan demikian, pengendalian informasi menjadi bagian penting dalam menjaga kepercayaan publik.

Perbandingan dengan kajian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah media dalam meningkatkan kepercayaan publik sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan (Guess et al., 2020). Studi tentang komunikasi digital menegaskan pentingnya interaksi dua arah dalam membangun hubungan yang kuat. Dakwah media yang bersifat satu arah cenderung kurang efektif dalam membangun kepercayaan. Sebaliknya, pendekatan yang interaktif memungkinkan terjadinya dialog antara lembaga dan masyarakat. Hal ini memperkuat hubungan sosial yang menjadi dasar kepercayaan publik (Vraga & Bode, 2020). Selain itu, penggunaan media yang tepat juga memengaruhi efektivitas komunikasi. Dengan demikian, strategi komunikasi yang adaptif menjadi kunci dalam meningkatkan kepercayaan.

Kontribusi dakwah media terhadap peningkatan kepercayaan publik menunjukkan bahwa komunikasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan pendidikan Islam (Allcott et al., 2020). Dakwah media mampu membangun transparansi, konsistensi, dan kedekatan emosional dengan masyarakat. Faktor-faktor tersebut menjadi dasar dalam pembentukan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Namun, keberhasilan tersebut sangat bergantung pada kemampuan lembaga dalam mengelola komunikasi secara efektif. Pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan menjadi kunci dalam memaksimalkan peran dakwah media. Selain itu, pengelolaan informasi yang akurat juga menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan. Dengan demikian, dakwah media menjadi strategi utama dalam memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.

Peranan Dakwah Media terhadap Partisipasi Sosial Masyarakat dalam Pendidikan Islam

Peranan dakwah media dalam meningkatkan partisipasi sosial masyarakat dalam pendidikan Islam menunjukkan adanya transformasi dalam pola keterlibatan publik di era digital (Boulianne, 2020). Media digital memungkinkan masyarakat untuk terhubung dengan lembaga pendidikan secara lebih cepat dan luas (Kapoor et al., 2021). Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa dakwah media mampu membuka ruang komunikasi yang lebih inklusif dan interaktif (Treem & Leonardi, 2020). Partisipasi masyarakat tidak lagi terbatas pada kehadiran fisik, tetapi juga melalui keterlibatan digital (Kim & Chen, 2021). Hal ini sejalan dengan konsep partisipasi sosial modern yang menekankan fleksibilitas dan keterbukaan akses. Interaksi yang terjadi melalui media digital memperkuat hubungan antara masyarakat dan lembaga pendidikan (Ellison et al., 2020). Dengan demikian, dakwah media menjadi sarana strategis dalam memperluas partisipasi sosial masyarakat.

Dakwah media berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keterlibatan dalam pendidikan Islam (Lee & Jang, 2020). Konten dakwah yang disampaikan melalui platform digital mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat dengan efektif. Informasi yang relevan dan kontekstual mendorong masyarakat untuk lebih memahami peran mereka dalam pendidikan. Kajian menunjukkan bahwa komunikasi yang persuasif dapat memengaruhi sikap dan perilaku sosial (Gil de Zúñiga et al., 2021). Hal ini memperkuat pandangan bahwa penyampaian pesan yang tepat dapat meningkatkan partisipasi. Masyarakat yang memiliki kesadaran tinggi cenderung lebih aktif dalam berbagai kegiatan pendidikan. Dengan demikian, dakwah media berfungsi sebagai sarana edukasi sosial yang efektif.

Selain meningkatkan kesadaran dakwah media juga berperan dalam membangun motivasi masyarakat untuk berpartisipasi (Oh et al., 2020). Pesan yang disampaikan secara inspiratif mampu mendorong keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pendidikan. Hal ini sejalan dengan teori motivasi sosial yang menekankan pentingnya dorongan internal dalam perilaku partisipatif. Interaksi yang terjadi melalui media digital memberikan pengalaman yang memperkuat keinginan untuk terlibat (Hampton et al., 2021). Masyarakat merasa memiliki peran dalam mendukung keberhasilan pendidikan. Kondisi ini memperkuat hubungan emosional antara masyarakat dan lembaga pendidikan. Dengan demikian, dakwah media berkontribusi dalam meningkatkan motivasi partisipasi sosial.

Peran dakwah media juga terlihat dalam memperluas bentuk partisipasi sosial masyarakat (Valenzuela et al., 2021). Partisipasi tidak hanya diwujudkan dalam bentuk kehadiran langsung, tetapi juga melalui aktivitas digital seperti diskusi, berbagi informasi, dan dukungan terhadap program pendidikan. Kajian literatur menunjukkan bahwa media digital menciptakan bentuk partisipasi yang lebih fleksibel dan adaptif (Ahn, 2020). Hal ini memungkinkan masyarakat dengan berbagai kondisi untuk tetap terlibat dalam kegiatan pendidikan. Interaksi yang terjadi menjadi lebih variatif dan dinamis. Kondisi ini memperkuat konsep partisipasi sosial dalam era digital. Dengan demikian, dakwah media memperluas dimensi partisipasi dalam pendidikan Islam.

Namun demikian pemanfaatan dakwah media dalam meningkatkan partisipasi sosial juga menghadapi berbagai tantangan (Islam et al., 2020). Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan akses

terhadap teknologi di masyarakat. Tidak semua individu memiliki kemampuan atau fasilitas untuk mengakses media digital secara optimal. Selain itu, tingkat literasi digital yang berbeda juga memengaruhi kualitas partisipasi. Kajian menunjukkan bahwa partisipasi yang efektif memerlukan pemahaman yang baik terhadap penggunaan media (Vraga & Bode, 2020). Kondisi ini dapat menyebabkan ketimpangan dalam keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, diperlukan upaya untuk meningkatkan akses dan literasi digital.

Perbandingan dengan kajian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah media sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan (Chadwick & Stromer-Galley, 2021). Pendekatan yang interaktif dan partisipatif lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat. Media digital yang memungkinkan dialog memberikan ruang bagi masyarakat untuk berkontribusi secara aktif (Westerman et al., 2021). Hal ini sejalan dengan teori komunikasi partisipatif yang menekankan pentingnya keterlibatan audiens. Keterlibatan yang tinggi akan memperkuat rasa memiliki terhadap program pendidikan. Kondisi ini mendorong keberlanjutan partisipasi sosial. Dengan demikian, strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah media.

Peranan dakwah media terhadap partisipasi sosial masyarakat dalam pendidikan Islam menunjukkan kontribusi yang signifikan (Zhang et al., 2022). Dakwah media mampu meningkatkan kesadaran, motivasi, dan bentuk partisipasi masyarakat secara lebih luas. Keberhasilan tersebut sangat bergantung pada kualitas pengelolaan media dan strategi komunikasi yang digunakan. Tantangan seperti kesenjangan akses dan literasi digital perlu menjadi perhatian dalam pengembangan program. Pendekatan yang inklusif dan adaptif menjadi kunci dalam meningkatkan partisipasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah media memiliki potensi besar dalam mendukung pendidikan Islam. Dengan demikian, pemanfaatan media digital secara strategis dapat memperkuat partisipasi masyarakat dalam pendidikan Islam.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program dakwah media memiliki peran strategis dalam memperkuat social capital, meningkatkan kepercayaan publik, dan mendorong partisipasi sosial dalam pendidikan Islam di era digital. Pemanfaatan media digital memungkinkan terbangunnya komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan berkelanjutan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Dakwah media terbukti mampu memperkuat jaringan sosial, membangun kepercayaan melalui transparansi dan konsistensi informasi, serta menciptakan kedekatan emosional dengan publik. Selain itu, dakwah media juga memperluas bentuk partisipasi masyarakat melalui keterlibatan digital yang lebih fleksibel dan inklusif. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas manajemen komunikasi, strategi penyampaian pesan, serta kemampuan lembaga dalam mengelola informasi secara akurat. Tantangan seperti disinformasi, kesenjangan akses teknologi, dan rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, integrasi dakwah media dengan manajemen social capital menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas pendidikan Islam di era digital.

SARAN

Lembaga pendidikan Islam perlu mengembangkan strategi dakwah media yang terintegrasi dengan manajemen komunikasi digital yang sistematis dan berkelanjutan. Penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang literasi digital dan manajemen media menjadi langkah penting untuk meningkatkan efektivitas program. Selain itu, diperlukan upaya untuk memastikan transparansi, konsistensi, dan relevansi konten dakwah agar mampu membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan. Lembaga juga perlu mengembangkan pendekatan komunikasi yang partisipatif untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat. Pemerataan akses teknologi dan peningkatan literasi digital masyarakat harus menjadi perhatian agar partisipasi sosial dapat berlangsung secara inklusif. Kolaborasi antara lembaga pendidikan, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya juga perlu diperkuat untuk mendukung pengembangan social capital. Dengan demikian, pemanfaatan dakwah media dapat dioptimalkan sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kepercayaan publik dan partisipasi sosial dalam pendidikan Islam.

DAFTAR RUJUKAN

Ahn, J. (2020). The effects of social media use on social capital in online communities. *Sustainability, 12*(8), 3252. https://doi.org/10.3390/su12083252

Alalwan, A. A. (2020). Mobile social media marketing: A new marketing channel among businesses. *Journal of Business Research, 109*, 574–585. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.043

Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2020). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics, 7*(2), 1–8. https://doi.org/10.1177/2053168020912102

Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Alturki, U., Aldraiweesh, A., Almutairi, A., & Al-Adwan, A. S. (2020). Social media use and its impact on learning among university students. *IEEE Access, 8*, 156620–156633. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3019496

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2020). Network propaganda and public trust in media systems. *Journal of Communication, 70*(2), 1–25. https://doi.org/10.1093/joc/jqaa003

Bimber, B., Flanagin, A. J., & Stohl, C. (2020). Collective action in organizations. *Information, Communication & Society, 23*(6), 1–18. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1602663

Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., et al. (2020). A 61-million-person experiment in social influence. *Nature, 489*(7415), 295–298. https://doi.org/10.1038/nature11421

Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects. *New Media & Society, 22*(5), 1–20. https://doi.org/10.1177/1461444819893977

Bunt, G. R. (2019). Islamic media and the public sphere. *Journal of Islamic Studies, 30*(3), 421–445. https://doi.org/10.1093/jis/etz021

Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Digital religion research. *Human Behavior and Emerging Technologies, 2*(1), 5–17. https://doi.org/10.1002/hbe2.149

Ceron, A. (2021). Social media and political accountability. *Information, Communication & Society, 24*(3), 1–17. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1647163

Chadwick, A., & Stromer-Galley, J. (2021). Digital media, power, and democracy. *Journal of Information Technology & Politics, 18*(2), 1–15. https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1837213

Chen, H., & Li, X. (2021). Social media and civic engagement. *Sustainability, 13*(5), 2768. https://doi.org/10.3390/su13052768

Chen, H. T., & Li, X. (2019). Mobile social media and well-being. *Telematics and Informatics, 42*, 101251. https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101251

Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., et al. (2020). COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports, 10*(1), 16598. https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5

Davis, R., & Jurgenson, N. (2020). Context collapse. *Information, Communication & Society, 23*(4), 1–17. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1554041

de Bruin, W. B., & Bennett, D. (2020). COVID-19 risk perceptions. *Social Science & Medicine, 263*, 113297. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113297
de Zúñiga, H. G., Jung, N., & Valenzuela, S. (2020). Social media use for news. *Journal of Computer-Mediated Communication, 25*(1), 1–19. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz036
Ellison, N. B., Vitak, J., Gray, R., & Lampe, C. (2020). Social resources on social networks. *Social Media + Society, 6*(3), 1–15. https://doi.org/10.1177/2056305120947209
Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., et al. (2020). Conspiracy beliefs and trust. *Psychological Medicine, 52*(2), 1–13. https://doi.org/10.1017/S0033291720001890
Fuchs, C. (2021). Social media: A critical introduction. *TripleC, 19*(1), 1–20. https://doi.org/10.31269/triplec.v19i1.1234
Fuchs, C. (2021). Social media and participation. *Media, Culture & Society, 43*(4), 1–10. https://doi.org/10.1177/0163443720986034
Gil de Zúñiga, H., Barnidge, M., & Scherman, A. (2021). Social capital and participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 98*(2), 1–23. https://doi.org/10.1177/1077699020947606
Gil de Zúñiga, H., Diehl, T., & Ardévol-Abreu, A. (2021). Political efficacy. *Computers in Human Behavior, 116*, 106633. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106633
González-Bailón, S., & Wang, N. (2021). Networked disinformation. *Nature Human Behaviour, 5*(4), 456–463. https://doi.org/10.1038/s41562-021-01071-5
Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites. *Nature Human Behaviour, 4*(5), 472–480. https://doi.org/10.1038/s41562-020-0833-x
Hajli, N. (2020). Social commerce constructs. *International Journal of Information Management, 51*, 102033. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102033
Hampton, K. N., Rainie, L., Lu, W., et al. (2021). Social media and caring. *Information, Communication & Society, 24*(3), 1–20. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1645190
Hassan, R., & Azmi, M. N. L. (2021). Digital da'wah. *Religions, 12*(9), 742. https://doi.org/10.3390/rel12090742
Hwang, H., & Kim, K. O. (2021). Civic participation. *Telematics and Informatics, 60*, 101564. https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101564
Ismail, M. E., Abdullah, A. G. K., & Mohamad, M. M. (2020). Islamic education and social capital. *International Journal of Instruction, 13*(3), 1–16. https://doi.org/10.29333/iji.2020.1331a
Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., et al. (2020). COVID-19 infodemic. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103*(4), 1621–1629. https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812
Jamieson, K. H., & Albarracín, D. (2020). Media and misinformation. *PNAS, 117*(1), 1–6. https://doi.org/10.1073/pnas.1912440117
Jati, W. R. (2020). Religious authority and trust. *Jurnal Komunikasi, 36*(2), 1–17. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3602-01
Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., et al. (2020). Political participation. *Nature Human Behaviour, 4*(9), 1–7. https://doi.org/10.1038/s41562-020-00920-5
Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., et al. (2021). Social media research. *Information Systems Frontiers, 23*(3), 531–558. https://doi.org/10.1007/s10796-020-10028-1
Kim, Y. C., & Chen, H. T. (2021). Online participation. *Telematics and Informatics, 56*, 101503. https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101503
Kreps, S., & Kriner, D. L. (2020). Public trust. *Science Advances, 6*(43), eabd4563. https://doi.org/10.1126/sciadv.abd4563
Kurniawati, D., & Baridwan, Z. (2021). Digital communication. *Heliyon, 7*(12), e08542. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08542
Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2020). Online media and decision making. *Mass Communication and Society, 23*(3), 1–25. https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1686073
Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., et al. (2020). Fake news science. *Science, 359*(6380), 1094–1096. https://doi.org/10.1126/science.aao2998
Lee, C. S., & Ma, L. (2020). News sharing. *Computers in Human Behavior, 28*(2), 331–339. https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002
Lee, E., & Jang, Y. J. (2020). Social media and social capital. *Computers in Human Behavior, 102*, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.007

Nasrullah, R. (2020). Islamic communication transformation. *Sustainability, 12*(24), 10659. https://doi.org/10.3390/su122410659

Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2020). Life satisfaction. *Journal of Computer-Mediated Communication, 25*(1), 1–18. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz040

Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2021). Social networking immersion. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24*(1), 1–9. https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0341

Park, S., Fisher, C., & Fuller, A. (2021). Digital inequalities. *Information, Communication & Society, 24*(12), 1–17. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713841

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., et al. (2020). Fighting misinformation. *Psychological Science, 31*(7), 770–780. https://doi.org/10.1177/0956797620939054

Putnam, R. D., & Feldstein, L. (2020). Social capital in education. *Educational Research Review, 30*, 100326. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2020.100326

Saifuddin, A. F. (2021). Muslim communities. *Religions, 12*(5), 345. https://doi.org/10.3390/rel12050345

Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2020). Citizen engagement. *New Media & Society, 22*(5), 1–20. https://doi.org/10.1177/1461444819865314

Theocharis, Y., & van Deth, J. W. (2020). Political participation. *New Media & Society, 22*(2), 1–18. https://doi.org/10.1177/1461444818820510

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2020). Social media in organizations. *Communication Research, 47*(2), 1–28. https://doi.org/10.1177/0093650219872363

Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2021). Media trust. *Journal of Communication, 71*(1), 1–26. https://doi.org/10.1093/joc/jqaa040

Valenzuela, S., Bachmann, I., & Bargsted, M. (2021). Personal and political. *Communication Research, 48*(4), 1–24. https://doi.org/10.1177/0093650219832455

Van Aelst, P., Toth, F., Castro, L., et al. (2021). Media trust. *Digital Journalism, 9*(4), 1–20. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1836981

Vraga, E. K., & Bode, L. (2020). Defining misinformation. *Political Communication, 37*(1), 1–8. https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1716500

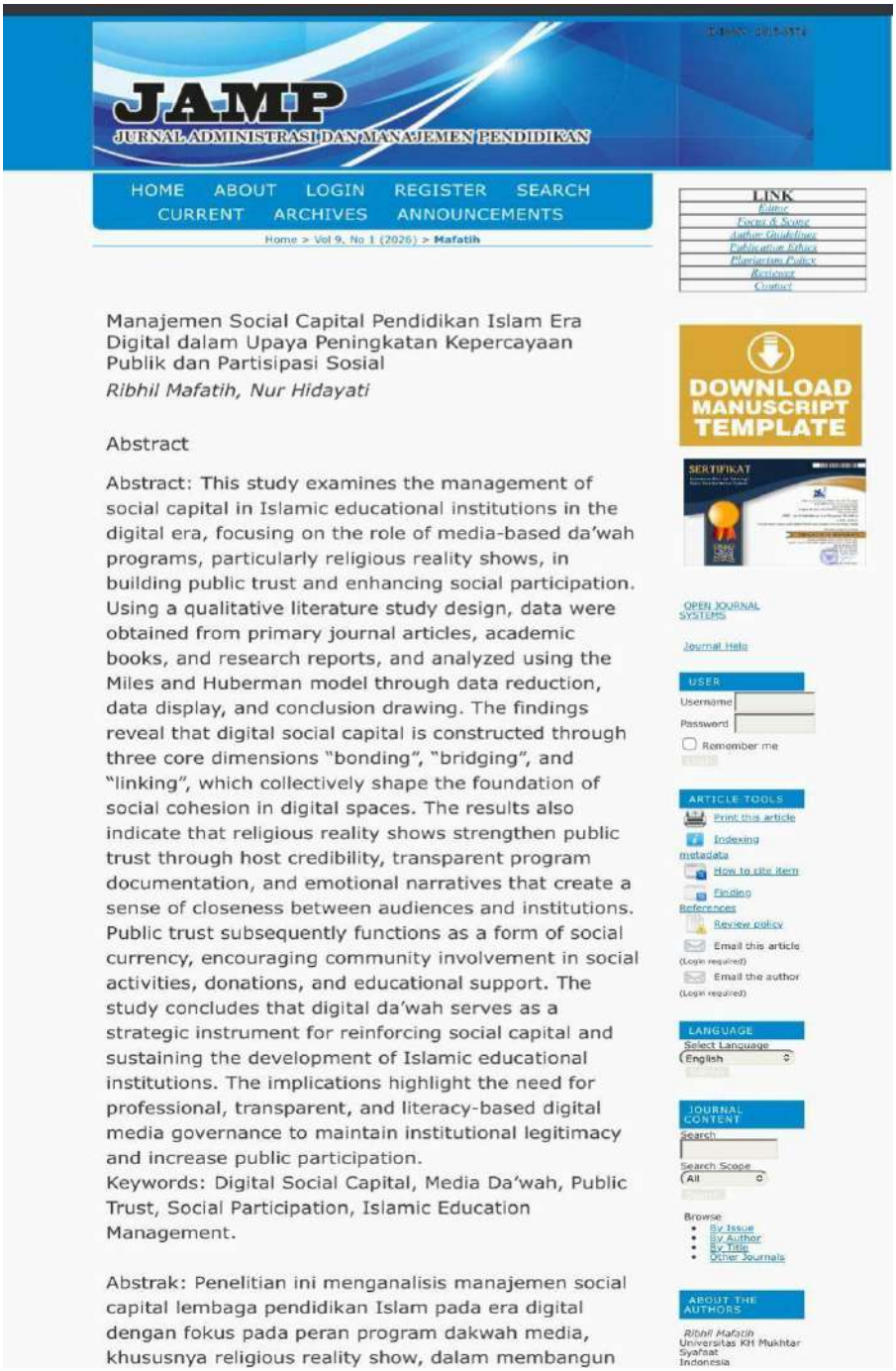
Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2021). Social media credibility. *Journal of Computer-Mediated Communication, 26*(2), 1–18. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab001

Zainuddin, Z., & Perera, C. J. (2019). Flipped classroom. *Journal of Further and Higher Education, 43*(1), 115–126. https://doi.org/10.1080/0309877X.2017.1356916

Zhang, X., Wang, C., & Zhu, Y. (2022). Public trust in institutions. *Sustainability, 14*(9), 5432. https://doi.org/10.3390/su14095432

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. ARTIKEL PUBLISH



JAMP
JURNAL ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN PENDIDIKAN

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH
CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS

Home > Vol 9, No 1 (2026) > Mafatih

Manajemen Social Capital Pendidikan Islam Era Digital dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik dan Partisipasi Sosial

Ribhil Mafatih, Nur Hidayati

Abstract

Abstract: This study examines the management of social capital in Islamic educational institutions in the digital era, focusing on the role of media-based da'wah programs, particularly religious reality shows, in building public trust and enhancing social participation. Using a qualitative literature study design, data were obtained from primary journal articles, academic books, and research reports, and analyzed using the Miles and Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that digital social capital is constructed through three core dimensions "bonding", "bridging", and "linking", which collectively shape the foundation of social cohesion in digital spaces. The results also indicate that religious reality shows strengthen public trust through host credibility, transparent program documentation, and emotional narratives that create a sense of closeness between audiences and institutions. Public trust subsequently functions as a form of social currency, encouraging community involvement in social activities, donations, and educational support. The study concludes that digital da'wah serves as a strategic instrument for reinforcing social capital and sustaining the development of Islamic educational institutions. The implications highlight the need for professional, transparent, and literacy-based digital media governance to maintain institutional legitimacy and increase public participation.
Keywords: Digital Social Capital, Media Da'wah, Public Trust, Social Participation, Islamic Education Management.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis manajemen social capital lembaga pendidikan Islam pada era digital dengan fokus pada peran program dakwah media, khususnya religious reality show, dalam membangun

LINK
Editor
Focus & Scope
Author Guidelines
Publication Ethics
Plagiarism Police
Reviewer
Contact

DOWNLOAD MANUSCRIPT TEMPLATE

SERTIFIKAT

OPEN JOURNAL SYSTEMS
Journal Help

USER
Username
Password
Remember me

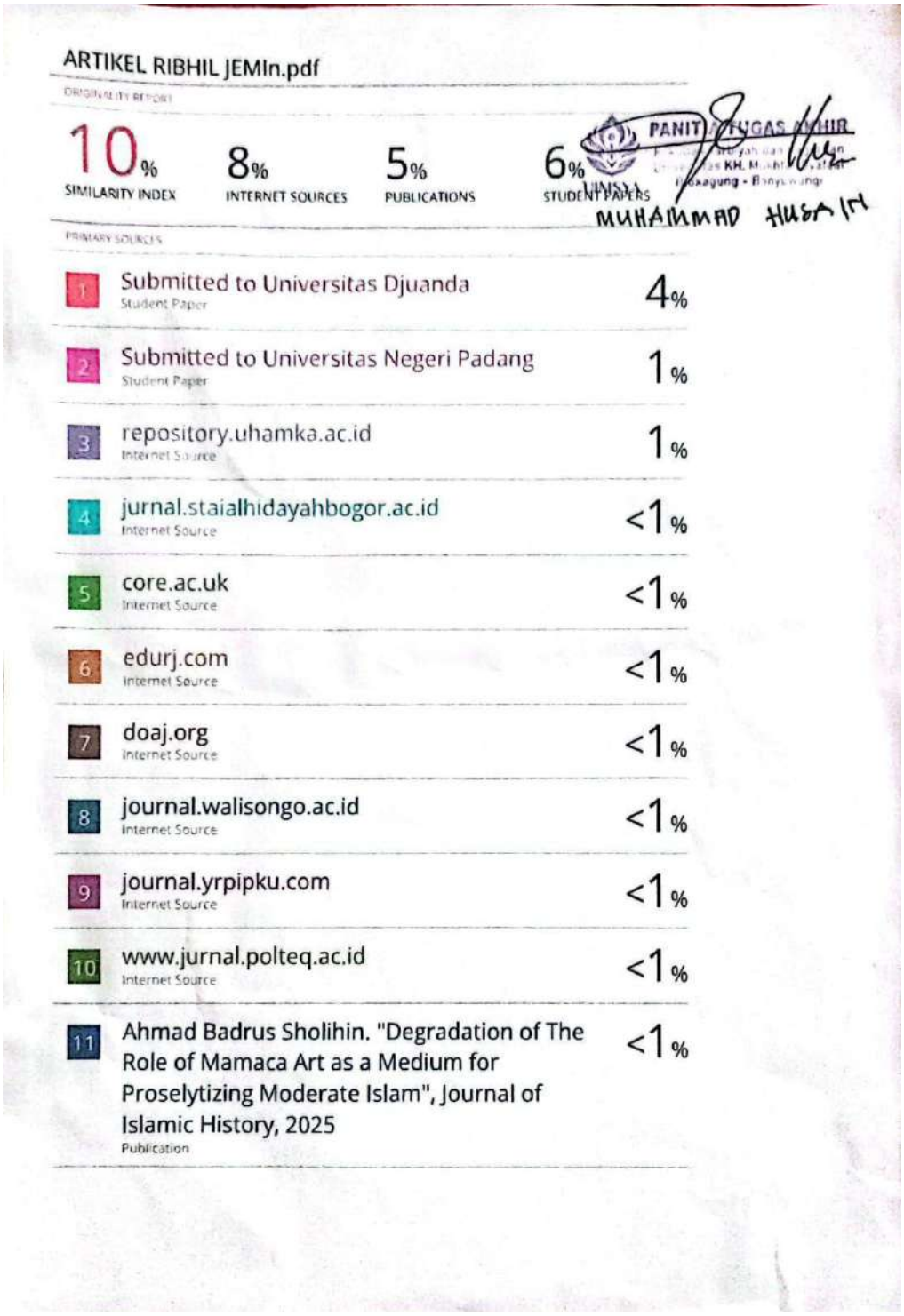
ARTICLE TOOLS
Print this article
Indexing metadata
How to cite item
Finding References
Review policy
Email this article (Login required)
Email the author (Login required)

LANGUAGE
Select Language
English

JOURNAL CONTENT
Search
Search Scope
All
Browse
By Issue
By Author
By Title
Other Journals

ABOUT THE AUTHORS
Ribhil Mafatih
Universitas KH Mukhtar Syafaat
Indonesia

2. CEK PLAGIASI



ARTIKEL RIBHIL JEMIn.pdf

ORIGINALITY REPORT

10%	8%	5%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PANITIA TUGAS AKHIR

MUHAMMAD HUSAIN

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Djuanda Student Paper	4%
2	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	1%
3	repository.uhamka.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.staialhidayahbogor.ac.id Internet Source	<1%
5	core.ac.uk Internet Source	<1%
6	edurj.com Internet Source	<1%
7	doaj.org Internet Source	<1%
8	journal.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
9	journal.yrpipku.com Internet Source	<1%
10	www.jurnal.polteq.ac.id Internet Source	<1%
11	Ahmad Badrus Sholihin. "Degradation of The Role of Mamaca Art as a Medium for Proselytizing Moderate Islam", Journal of Islamic History, 2025 Publication	<1%

3. BUKU BIMBINGAN



NIM	**2211111025**
NAMA	**RIBHIL MAFATIH**
FAKULTAS	**TARBIYAH DAN KEGURUAN**
PROGRAM STUDI	**S1 MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**
PERIODE	**20252**
JUDUL	**MANAJEMEN SOCIAL CAPITAL PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL: ANALISIS PERAN PROGRAM DAKWAH MEDIA REALITY SHOW ADA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK PUBLIC TRUST DAN PARTISIPASI SOSIAL**

No	Periode	Tanggal Mulai	Tanggal Selesai	Uraian Masalah	Bimbingan
1	20252	10 Mei 2026	10 Mei 2026	Pengecekan abstrak	Artikel Tugas Akhir
2	20252	26 April 2026	29 April 2026	ACC Artikel	Artikel Tugas Akhir
3	20252	16 April 2026	25 April 2026	Pembuatan Curriculum Vitae	Artikel Tugas Akhir
4	20252	12 April 2026	15 April 2026	Pengecekan Lampiran-Lampiran	Artikel Tugas Akhir
5	20252	01 April 2026	11 April 2026	Cek Plagiasi (Turnitin)	Artikel Tugas Akhir
6	20252	02 Maret 2026	07 Maret 2026	Pengecekan Bibliography	Artikel Tugas Akhir
7	20252	07 Februari 2026	14 Februari 2026	Pengecekan discussion and acknowlegment	Artikel Tugas Akhir
8	20252	03 Januari 2026	17 Januari 2026	Pengecekan kembali intoduction, methods, result and discussion	Artikel Tugas Akhir
9	20251	08 Desember 2025	09 Desember 2025	Bibliography	Artikel Tugas Akhir
10	20251	06 Desember 2025	07 Desember 2025	Acknowlegment	Artikel Tugas Akhir
11	20251	01 Desember 2025	04 Desember 2025	Conglusion	Artikel Tugas Akhir
12	20251	29 November 2025	30 November 2025	Discussion	Artikel Tugas Akhir
13	20251	25 November 2025	27 November 2025	Result And Discussion	Artikel Tugas Akhir
14	20251	19 November 2025	24 November 2025	Methods	Artikel Tugas Akhir
15	20251	15 November 2025	18 November 2025	Introduction	Artikel Tugas Akhir
16	20251	10 November 2025	13 November 2025	Pengajuan judul lewat outline	Artikel Tugas Akhir

4. DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : RIBHIL MAFATIH
NIM 2211111025
TTL : Banyuwangi, 07 November 2002 Jenis Kelamin : Laki - laki
Agama : Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Dsn. Pakis, RT. 02/Rw. 01 Desa Pakis Rowo Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi

Riwayat Pendidikan Formal :

- Tk Islam Mandiri
- MI Islamiyyah 2 (lulus tahun 2016)
- MTs Al Amiriyah (lulus tahun 2019)
- MA Al-Amiriyyah (lulus tahun 2022)

Riwayat Pendidikan Non Formal :

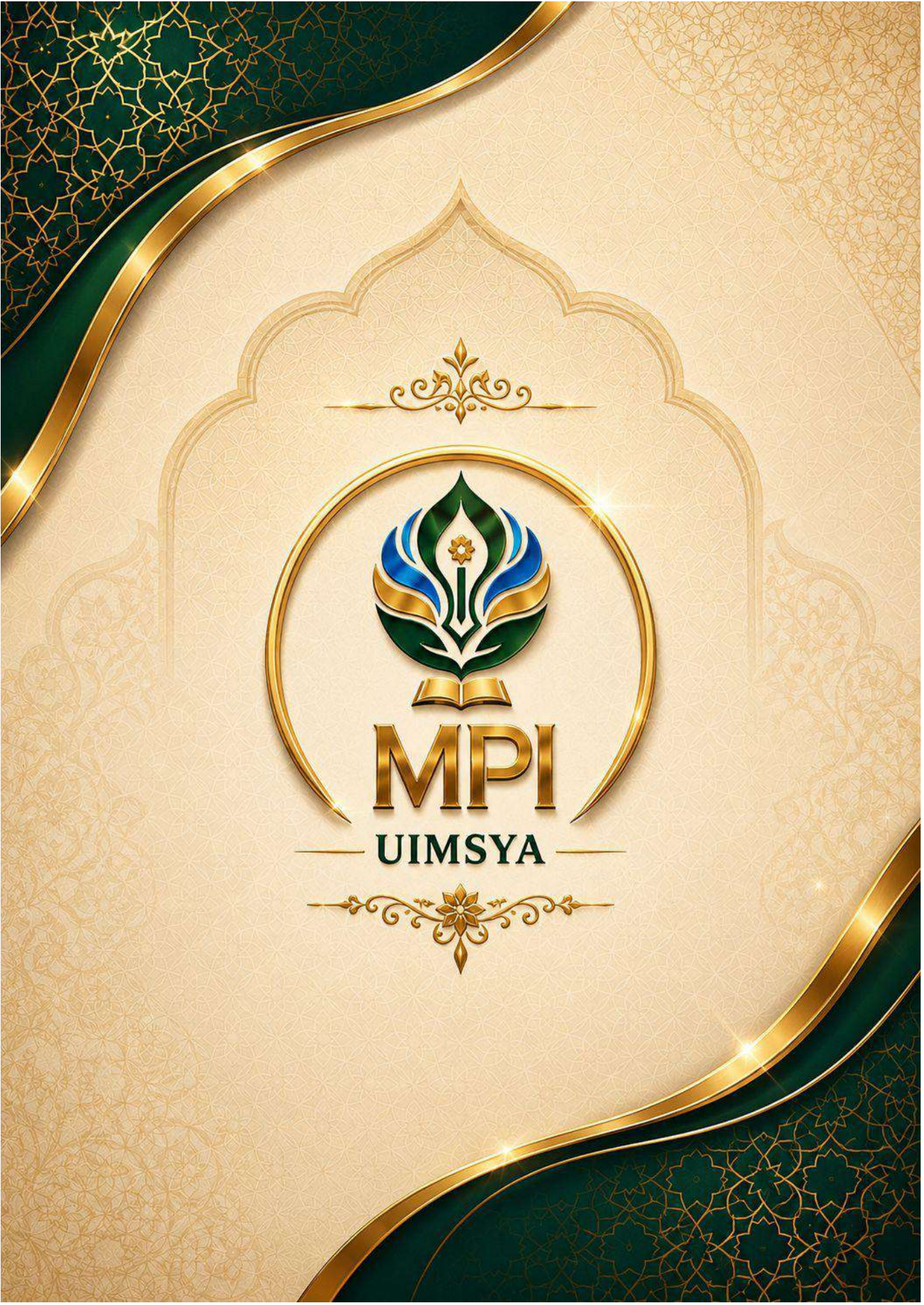
- Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah Ula 2019
- Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah Wustho 2022
- Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah Ulya

2024 Pengalaman Organisasi :

- Osis Ma & Unit
- ITMAM Pp Darussalam
- Pengurus Maziyyatul Fata
- Pengurus MBAD
- Pengurus Pp. Darussalam Blokagung

Banyuwangi, 19 Mei 2026

Ribhil Mafatih
NIM : 2211111025


MPI
UIMSYA