



Inovasi Konten Islami Sebagai Bentuk Kewirausahaan Kreatif di Kalangan Generasi Muda Muslim

Nurul Adha¹, Irwanto², Siti Nuraini³, Dini Septia⁴, Risky⁵

^{1,2,3,4,5} Institut Agama Islam Daar Al-Uluum Asahan, Indonesia

Corresponding Author: ✉ : irwanto@iaidu-asahan.ac.id

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received

01 November 2025

Revised

05 December 2025

Accepted

20 December 2025

Key Word

How to cite

Perkembangan teknologi digital telah mendorong generasi muda Muslim untuk berkreasi melalui pembuatan konten Islami di berbagai platform media sosial. Fenomena ini tidak hanya menjadi bentuk syiar, tetapi juga membuka peluang kewirausahaan kreatif yang semakin diminati. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana inovasi konten Islami dikembangkan oleh generasi muda serta bagaimana strategi kreatif tersebut mampu memberikan nilai ekonomi tanpa mengabaikan prinsip-prinsip Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur dan observasi media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreator muda memanfaatkan teknologi, storytelling, desain visual, dan digital marketing untuk menciptakan konten Islami yang menarik serta relevan bagi pengguna digital masa kini. Inovasi tersebut terbukti memberikan dampak positif, baik dalam meningkatkan literasi keagamaan maupun membuka peluang usaha yang produktif. Dengan demikian, konten Islami menjadi ruang kolaboratif antara dakwah dan kewirausahaan kreatif yang potensial dikembangkan oleh generasi muda Muslim.

Inovasi Konten Islami, Kewirausahaan Kreatif, Generasi Muda Muslim, Dakwah Digital

<https://pusdikra-publishing.com/index.php/jsr>



This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membuka peluang besar bagi generasi muda untuk berkreasi dan berwirausaha melalui media sosial. Salah satu bentuk kreativitas yang berkembang adalah pembuatan konten Islami, baik dalam format video pendek, desain grafis, podcast, hingga tulisan dakwah populer (Hasbi et al., 2024). Konten ini bukan hanya menjadi sarana syiar, tetapi juga media untuk membangun personal branding dan peluang ekonomi (Musrifah, 2022).

Generasi muda Muslim saat ini memiliki gaya komunikasi yang lebih dinamis, dekat dengan teknologi, dan terbiasa mengakses informasi secara cepat (Aifanisa Rahman & Muhammad Taufik, 2024). Hal ini memberikan ruang yang luas untuk menghadirkan dakwah yang lebih kreatif, menarik, dan sesuai kebutuhan zaman. Di

sisi lain, tantangan muncul karena maraknya informasi keagamaan yang kurang valid, serta persaingan ketat di dunia kreator digital (Nadiyah & Muh. Nur Rochim Maksum, 2024).

Oleh karena itu, inovasi konten Islami sebagai bentuk kewirausahaan kreatif menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji (Marsinah et al., 2025). Bagaimana generasi muda menggabungkan nilai-nilai Islam, kreativitas, serta strategi digital marketing untuk membangun usaha dan memberikan dampak positif bagi masyarakat menjadi poin penting dalam penelitian ini (Al-Kahfi et al., 2025).

Selain itu, perkembangan budaya digital telah mengubah cara masyarakat, khususnya generasi muda, mengonsumsi informasi keagamaan. Dakwah yang dulu didominasi ceramah langsung kini sudah bergeser menuju platform digital yang lebih cepat, ringkas, dan visual. Kondisi ini membuat kreator muda dituntut untuk menghadirkan konten Islami yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu bersaing dengan konten hiburan lain yang sangat beragam. Kreativitas menjadi kunci utama dalam menghasilkan konten yang relevan, mudah dipahami, serta tetap sesuai dengan nilai-nilai syariat. Dengan demikian, inovasi konten Islami bukan hanya soal menyampaikan pesan agama, tetapi juga tentang bagaimana membangun komunikasi digital yang efektif.

Di sisi lain, peluang ekonomi dari dunia kreator konten berkembang sangat pesat. Monetisasi platform digital, kerja sama dengan brand halal, hingga penjualan produk digital Islami menjadi sumber pemasukan baru bagi generasi muda. Kondisi ini memperkuat bahwa inovasi konten Islami dapat menjadi bentuk kewirausahaan kreatif yang menjanjikan. Namun, peluang tersebut juga harus diimbangi dengan integritas moral, tanggung jawab dakwah, serta kemampuan memahami ajaran Islam dengan benar agar tidak terjadi penyebaran informasi yang menyesatkan. Oleh karena itu, kajian mengenai inovasi konten Islami dalam perspektif kewirausahaan kreatif menjadi penting untuk melihat bagaimana generasi muda Muslim memadukan kreativitas, nilai agama, dan strategi bisnis secara harmonis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan observasi terhadap media digital. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai praktik kewirausahaan kreatif berbasis konten Islami serta dinamika dakwah digital yang berkembang di kalangan generasi muda. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan kontekstual berdasarkan data yang diperoleh dari berbagai sumber.

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, artikel, dan

buku yang relevan dengan tema kewirausahaan kreatif dan dakwah digital. Selain itu, dilakukan observasi terhadap konten Islami yang disebarakan melalui berbagai platform media digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast. Observasi ini difokuskan pada bentuk penyajian konten, pesan dakwah yang disampaikan, serta respons audiens. Penelitian ini juga menganalisis sejumlah contoh kreator muda Muslim yang secara aktif memproduksi konten Islami sebagai bagian dari aktivitas kreatif dan kewirausahaan mereka.

Tahap kedua adalah analisis data. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan cara mengklasifikasikan berbagai bentuk inovasi konten Islami yang muncul di media digital. Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi strategi kreatif dan strategi bisnis yang diterapkan oleh kreator muda dalam mengelola dan mengembangkan konten mereka. Dari proses ini, ditarik pola hubungan antara kreativitas, nilai-nilai syiar Islam, dan peluang ekonomi yang dihasilkan melalui media digital.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis data yang telah dikaitkan dengan konsep dan temuan dalam literatur yang relevan. Tahap ini bertujuan untuk merangkum hasil penelitian serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai peran kewirausahaan kreatif dalam pengembangan dakwah Islami di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Inovasi Konten Islami

Generasi muda Muslim menghadirkan berbagai bentuk konten inovatif, seperti:

- a. Video dakwah singkat dengan gaya cerita visual (storytelling).
- b. Konten desain grafis seperti quotes ayat Qur'an atau motivasi Islami.
- c. Podcast islami yang membahas isu-isu anak muda.
- d. Konten edukasi fiqh praktis yang dikemas ringan dan mudah dipahami.
- e. Animasi Islami, ilustrasi, dan komik digital.
- f. Digital product seperti e-book, template dakwah, preset desain, dan kelas online.

Perkembangan konten Islami di media sosial semakin terlihat melalui kreativitas para pemuda Muslim dalam memanfaatkan berbagai fitur digital. Mereka memahami bahwa pengguna internet saat ini lebih menyukai pesan yang disampaikan secara singkat, visual, dan menarik. Karena itu, teknik penyajian seperti narasi visual, video pendek, ilustrasi, dan animasi mulai banyak digunakan. Cara ini membuat nilai-nilai Islam dapat disampaikan melalui format yang lebih segar dan sesuai dengan pola konsumsi generasi digital (Khairullah & Recha Mardianty Rachmi, 2024).

Di samping inovasi tampilan, kreator muda juga memperluas variasi topik yang disampaikan. Konten-konten yang diangkat biasanya berkaitan dengan persoalan yang dekat dengan audiens, seperti adab sehari-hari, motivasi Islami, pengelolaan keuangan berbasis syariah, hingga pembahasan tentang kesehatan mental dalam perspektif

agama. Tema yang lebih ringan dan aplikatif ini membuat dakwah terasa tidak kaku, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya kalangan remaja dan dewasa muda (Aziza & Basit, 2025).

Dari sisi pengembangan usaha, kreativitas dalam membuat konten Islami memberikan peluang bagi para kreator untuk membangun branding yang khas. Mereka memanfaatkan konsistensi gaya visual, pemilihan bahasa yang ramah, serta interaksi dengan pengikut sebagai strategi untuk memperkuat identitas digital. Selain itu, berbagai fitur monetisasi, kerja sama promosi, dan penjualan produk digital membantu mereka mengembangkan model usaha berbasis dakwah. Dengan demikian, konten Islami dapat berfungsi sebagai sarana syiar sekaligus sebagai ruang usaha kreatif.

Meski demikian, para kreator tetap berhadapan dengan sejumlah tantangan. Salah satu persoalan terbesar adalah menjaga keakuratan materi yang disampaikan, mengingat tidak semua kreator memiliki latar belakang keilmuan agama yang memadai. Konflik antara pesan dakwah dan orientasi viral juga menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika tuntutan pasar digital mendorong konten yang sensasional. Selain itu, kompetisi yang semakin ketat membuat para kreator perlu terus beradaptasi dengan tren tanpa meninggalkan prinsip-prinsip Islami yang menjadi dasar konten mereka.

Walaupun menghadapi berbagai hambatan, inovasi konten Islami tetap membawa banyak manfaat. Konten yang disajikan dengan kreatif mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai ajaran Islam dan menyediakan ruang dakwah yang lebih inklusif. Di sisi lain, peluang ekonomi yang muncul dari aktivitas kreator konten mendorong tumbuhnya ekosistem kewirausahaan kreatif di kalangan generasi muda Muslim. Dengan bekal literasi digital, pemahaman agama yang benar, dan komitmen terhadap etika, generasi muda dapat terus mengembangkan konten Islami yang produktif dan berpengaruh.

Kewirausahaan Kreatif Berbasis Konten Islami

Usaha kreatif yang berbasis pada konten Islami merupakan bentuk wirausaha digital yang memadukan unsur dakwah dengan inovasi media. Para pemuda Muslim memanfaatkan beragam platform media sosial untuk menyampaikan pesan agama dalam format menarik seperti video singkat, ilustrasi, podcast, dan artikel edukatif. Penyajian yang kreatif melalui teknik bercerita dan visual yang estetik membuat dakwah menjadi lebih relevan bagi pengguna internet. Aktivitas ini juga memungkinkan kreator memperoleh pemasukan melalui iklan, endorsement produk halal, maupun penjualan materi digital bernuansa Islami (Ashidiqi et al., 2022).

Tidak hanya berperan dalam penyebaran pesan keagamaan, kewirausahaan kreatif melalui konten Islami juga membantu generasi muda membangun citra diri yang profesional. Dengan gaya komunikasi yang konsisten dan visual yang khas,

mereka dapat membentuk audiens yang setia dan berkembang(Saputra & Widana, 2024). Proses ini sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam bidang digital seperti pengeditan video, desain, pengelolaan media sosial, dan penyusunan pesan persuasif. Kombinasi antara kreativitas dan nilai-nilai Islam menjadikan model bisnis ini peluang yang strategis sekaligus sarana pembinaan diri bagi kreator Muslim di era teknologi.

KESIMPULAN

Inovasi dalam pembuatan konten Islami menunjukkan bahwa generasi muda Muslim mampu memadukan dakwah dengan kreativitas digital secara efektif. Melalui berbagai platform media sosial, mereka menghasilkan karya yang tidak hanya menyampaikan pesan keislaman secara menarik, tetapi juga menawarkan peluang ekonomi melalui konsep kewirausahaan kreatif. Konten yang mereka sajikan terbukti mampu menjangkau audiens lebih luas serta membuat nilai-nilai Islam lebih mudah dipahami oleh masyarakat masa kini.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa keberhasilan kewirausahaan kreatif berbasis konten Islami sangat dipengaruhi oleh pemahaman agama yang baik, kemampuan berinovasi, serta kecakapan dalam memanfaatkan strategi digital. Meskipun terdapat sejumlah tantangan seperti akurasi materi dan tekanan tren, generasi muda tetap memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha kreatif bernuansa dakwah. Dengan menjaga integritas moral serta etika dalam penyampaian pesan, konten Islami dapat terus berkembang menjadi media syiar yang produktif sekaligus peluang usaha yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, tumbuhnya usaha kreatif yang memanfaatkan konten Islami membuka ruang baru bagi anak muda Muslim untuk berdakwah sekaligus mengembangkan karier di bidang digital. Teknologi yang semakin maju memberi peluang besar bagi kreator untuk memperbesar pengaruhnya dan merancang usaha yang sesuai dengan perkembangan masyarakat modern. Selama proses produksi konten dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan berdasarkan pemahaman agama yang benar, bentuk kewirausahaan ini dapat menghadirkan manfaat yang signifikan bagi komunitas luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aifanisa Rahman, & Muhammad Taufik. (2024). Menggali Dilema Etis :PenggunaanTeknologi Komunikasi Digital Generasi Muda dalam Perspektif Islam. *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam*, 2(1), 28-38. <https://doi.org/10.32493/amq.v2i1.41883>
- Al-Kahfi, M. F., Nafiah, F. H., & Karmanto, G. D. (2025). Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam Di Era Digital. *Jurnal Muamalat Indonesia - Jmi*, 5(1), 718-730.

<https://doi.org/10.26418/jmi.v5i1.91330>

- Ashidiqi, A. H., Darmawanto, E., Wijanarko, K. D., & Ma'arif, S. (2022). Perancangan Visual Dakwah Islami Public Reminder Melalui Konten Kreatif Ilustrasi. *SULUH: Jurnal Seni Desain Budaya*, 5(2), 10–20. <https://doi.org/10.34001/jsuluh.v5i2.3589>
- Aziza, F. S., & Basit, A. (2025). Journal of Da'wah and Communication Inovasi Dakwah Ala Ustadz Hanan Attaki. *Journal of Da'wah and Communication*, 4(2), 57–74.
- Hasbi, M., Sucitra, S., & Fadillah, A. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 4(2), 17–23. <https://doi.org/10.31004/joecy.v4i2.135>
- Khairullah, & Recha Mardianty Rachmi. (2024). Utilisasi Media Dan Komunikasi Visual Dalam Dakwah di Era 5.0. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(2), 124–135. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8667>
- Marsinah, M., Fitri Indriani, R. R., & Hatidah, H. (2025). Peran Bisnis Islami Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif; Studi Observasi Terhadap Pelaku Usaha Di Komunitas Muslim. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 10(2), 221–240. <https://doi.org/10.36908/esha.v10i2.1348>
- Musrifah. (2022). Personal Branding: Membangun Karakter Melalui Content Writing Berbasis Media Sosial. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v6i1.863>
- Nadiyah, N. R., & Muh. Nur Rochim Maksum. (2024). Dinamika Dakwah Islam Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital: Perspektif Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah. *At-Tawasul*, 3(2), 90–101. <https://doi.org/10.51192/ja.v3i2.1032>
- Saputra, E. B., & Widana, G. O. (2024). Kemitraan Industri Dalam Mendorong Pemasaran Produk Kreatif Islami. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(8). <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i8.4123>