



Strategi Dakwah Digital di TikTok dan Implikasinya terhadap Pemahaman Keagamaan Generasi Z

Rif'ah^{*1}, Muhammad Zulkifli², Khalilurrahman³

^{*1,2,3}Institut Agama Islam Darussalam Martapura, Indonesia

Email: ^{*1}rifah@iaidarussalam.ac.id, ²sudutwarna@gmail.com, ³khalilurrahman@gmail.com

^{*}Correspondence

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap pemahaman keagamaan remaja di era digital. Perkembangan teknologi informasi telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama informasi bagi remaja, termasuk informasi keagamaan. TikTok sebagai platform video pendek yang populer di kalangan Generasi Z dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang lebih menarik, kreatif, dan mudah dipahami. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman keagamaan remaja. Penyampaian materi yang singkat, visual, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan remaja membuat pesan dakwah lebih mudah diterima. Kehadiran pendakwah seperti Husain Basyaiban, Syam El Marusy, Hanan Attaki, Agam Fachrul Samudra, dan Hamzali Abradinezhad turut meningkatkan minat remaja dalam mempelajari ajaran Islam melalui media sosial. Meskipun demikian, diperlukan sikap kritis dalam memilih konten dakwah agar informasi keagamaan yang diperoleh tetap sesuai dengan ajaran Islam yang benar.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Tiktok, Generasi Z.*

Abstract

This study aims to analyze the influence of TikTok da'wah content on adolescents' religious understanding in the digital era. The rapid development of information technology has made social media one of the main sources of information for young people, including religious knowledge. TikTok, as a popular short-video platform among Generation Z, has been utilized by Islamic preachers to deliver religious messages in a more attractive, creative, and easily understandable manner. This research employed a library research method with a descriptive qualitative approach. The results indicate that da'wah content on TikTok has a positive influence on adolescents' religious understanding. The delivery of religious messages through short, visual, and communicative content makes the information easier to understand and more appealing to young audiences. The presence of preachers such as Husain Basyaiban, Syam El Marusy, Hanan Attaki, Agam Fachrul Samudra, and Hamzali Abradinezhad has also increased adolescents' interest in learning Islamic teachings through social media. However, adolescents need to be critical in selecting religious content to ensure that the information obtained aligns with authentic Islamic teachings.

Keywords: *Digital Preaching, TikTok, Generation Z.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial masyarakat. Kehadiran internet melahirkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan X yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta membangun jaringan tanpa batas ruang dan waktu.



Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi utama bagi berbagai kalangan, khususnya remaja. Perubahan ini menandai pergeseran model komunikasi dari media konvensional menuju komunikasi digital yang lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat¹.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, berbagai aktivitas keagamaan juga mengalami transformasi digital. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara tatap muka kini dapat disampaikan melalui berbagai platform digital. Kondisi ini membuka peluang bagi para da'i untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan demikian, dakwah tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, melainkan dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital.

Dakwah merupakan aktivitas penting dalam Islam yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan serta menjalankan ajaran agama sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis². Dakwah memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keagamaan umat Islam. Oleh karena itu, keberadaan media digital menjadi sarana yang potensial untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, terutama generasi muda yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi. Pemanfaatan media digital dalam dakwah diharapkan mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan sekaligus memperluas jangkauan audiens.

Dalam perspektif teori New Media yang dikemukakan oleh Pierre Levy, media baru merupakan hasil perkembangan teknologi digital yang memiliki karakteristik interaktif, berbasis jaringan, mudah dimodifikasi, dan memungkinkan partisipasi aktif pengguna dalam menciptakan maupun menyebarkan konten. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai ruang yang dinamis dalam proses pertukaran informasi, termasuk informasi keagamaan. Pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat berperan sebagai produsen konten yang turut menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas³.

Salah satu media sosial yang mengalami pertumbuhan sangat pesat adalah TikTok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat dan membagikan video pendek dengan berbagai fitur menarik seperti musik, teks, efek visual, dan animasi. TikTok menjadi platform yang sangat populer di kalangan remaja karena mampu menyajikan informasi secara singkat, kreatif, dan mudah dipahami. Berdasarkan berbagai laporan penggunaan media sosial di Indonesia, mayoritas pengguna TikTok berada pada rentang usia remaja hingga dewasa muda, sehingga platform ini memiliki potensi besar sebagai media penyampaian pesan keagamaan kepada generasi muda⁴.

Kemudahan akses terhadap konten dakwah di TikTok memberikan peluang bagi remaja untuk memperoleh pengetahuan agama secara lebih praktis. Berbagai kreator dakwah memanfaatkan format video singkat untuk menyampaikan materi keislaman seperti akidah, ibadah, akhlak, motivasi Islami, hingga kajian keagamaan sehari-hari. Penyampaian yang ringan dan komunikatif membuat konten dakwah lebih mudah diterima oleh remaja. Namun demikian, derasnya arus informasi di media sosial juga menimbulkan tantangan berupa kemungkinan munculnya konten keagamaan yang kurang valid atau tidak sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, dan Meity Suryandari dalam artikel berjudul *Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja* menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang efektif dalam menyebarkan ajaran Islam kepada generasi muda. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital memberikan

¹ Ahmad Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 18–29.

² Silvia Riskha Fabriar, *Dakwah di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning* (Penerbit NEM, 2024), 76.

³ Luluk Tri Harinie et al., *PEMASARAN DIGITAL* (CV. Intelektual Manifes Media, 2024), 20.

⁴ Fadhila Amalia Putri Sangadji et al., "Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital," *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 143–49.

peluang bagi umat Islam untuk memperkuat dakwah melalui media sosial, meskipun pengguna tetap harus bijak dalam memanfaatkan platform tersebut agar terhindar dari dampak negatif yang mungkin muncul⁵.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Lutfiana Allisa dan Agus Triyono mengenai *Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak* menemukan bahwa konten dakwah di TikTok berpengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja. Semakin tinggi intensitas remaja mengakses konten dakwah di media sosial, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas yang dimiliki⁶. Hal ini semakin diperkuat dengan penelitian Muhammad Alfito Deanoza yang juga menunjukkan bahwa konten dakwah yang dikemas secara kreatif, menarik, dan emosional mampu memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan perilaku keagamaan Generasi Z⁷.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana edukasi keagamaan yang berpotensi membentuk pemahaman agama remaja. Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara dakwah digital dan religiusitas, penelitian mengenai pengaruh konten dakwah TikTok terhadap pemahaman keagamaan remaja masih perlu dikaji lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana konten dakwah di TikTok memengaruhi pemahaman keagamaan remaja, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan publikasi akademik yang relevan dengan topik pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap pemahaman keagamaan remaja. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi, membaca, mengkaji, dan mengelompokkan berbagai referensi yang berkaitan dengan dakwah digital, media sosial TikTok, dan pemahaman keagamaan remaja. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan menelaah, membandingkan, dan menginterpretasikan temuan-temuan dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap pemahaman keagamaan remaja di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan. Salah satu media sosial yang mengalami pertumbuhan sangat pesat adalah TikTok. Aplikasi yang diluncurkan oleh ByteDance pada tahun 2016 ini awalnya dikenal sebagai platform hiburan berbasis video pendek, namun seiring perkembangannya TikTok menjadi ruang yang dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, seperti edukasi, bisnis, aktivisme sosial, hingga dakwah Islam⁸.

Karakteristik TikTok yang mengutamakan konten audiovisual, durasi singkat, serta algoritma yang mampu menyebarkan konten secara luas menjadikan platform ini hari ini

⁵ Shafa Tasya Kamilah et al., "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja," *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 50–62, <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>.

⁶ Lutfiana Allisa and Agus Triyono, "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 26–38, <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>.

⁷ Muhammad Alfito Deanoza H et al., "Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z," *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2025): 01–12, <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.

⁸ Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2020): 199–208, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

semakin efektif untuk menjangkau pengguna, khususnya Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital⁹. Kondisi tersebut juga kemudian membuka peluang baru bagi para dai untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dengan metode yang lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Secara konseptual, dakwah merupakan aktivitas mengajak, menyeru, dan membimbing manusia menuju jalan Allah SWT melalui penyampaian ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah secara langsung, tetapi juga dapat memanfaatkan berbagai media komunikasi yang berkembang di masyarakat. Dalam unsur-unsur dakwah terdapat dai sebagai penyampai pesan, *mad'u* sebagai penerima pesan, *maddah* atau materi dakwah, *wasilah* atau media dakwah, *thariqah* atau metode dakwah, serta atsar atau dampak yang dihasilkan dari proses dakwah tersebut¹⁰. Dalam konteks era digital, TikTok dapat berfungsi sebagai wasilah atau media dakwah yang memungkinkan pesan-pesan Islam disampaikan kepada khalayak yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah sangat sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Generasi yang lahir setelah tahun 1995 ini tumbuh bersama internet, media sosial, dan teknologi digital sehingga memiliki pola konsumsi informasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z lebih menyukai informasi yang disampaikan secara visual, ringkas, interaktif, dan mudah dipahami. Mereka cenderung memperoleh pengetahuan melalui video, media sosial, dan internet dibandingkan melalui media konvensional seperti buku atau surat kabar. Oleh karena itu, dakwah yang dikemas dalam bentuk video pendek dengan bahasa sederhana dan visual menarik memiliki peluang lebih besar untuk diterima oleh Generasi Z. Mayoritas generasi Z kurang menyukai penyampaian materi dakwah yang terlalu panjang, formal, dan monoton karena dianggap membosankan dan tidak sesuai dengan kebiasaan mereka dalam mengakses informasi¹¹.

Keberhasilan TikTok sebagai media dakwah dapat dilihat dari munculnya sejumlah pendakwah muda yang berhasil menarik perhatian jutaan pengguna. Berdasarkan data primer yang diolah pada tahun 2022, beberapa pendakwah yang populer di TikTok antara lain Husain Basyaiban, Hanan Attaki, Syam El Marusy, Agam Fachrul Samudra, dan Hamzali Abradinejad. Dari kelima tokoh tersebut, Husain Basyaiban menjadi pendakwah dengan tingkat popularitas tertinggi.

Pada usia sekitar 20 tahun, akun TikTok @basyasman00 telah memiliki sekitar 5,5 juta pengikut dan 279,9 juta tanda suka. Popularitas ini jauh melampaui beberapa pendakwah lain seperti Syam El Marusy yang memiliki 3,6 juta pengikut dan 115,2 juta tanda suka, serta Hamzali Abradinejad dengan 3,5 juta pengikut. Sementara itu, Hanan Attaki yang telah lama dikenal sebagai pendakwah muda di berbagai platform media sosial memiliki sekitar 199,9 ribu pengikut TikTok dengan 1 juta tanda suka¹².

Tingginya popularitas Husain Basyaiban menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kedalaman materi yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan dai dalam memahami karakteristik audiens. Husain dikenal menggunakan bahasa yang ringan, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan remaja. Tema-tema yang diangkat berkaitan dengan permasalahan sehari-hari yang sering dihadapi anak muda, seperti pergaulan, percintaan, motivasi hidup, adab dalam bermedia sosial, serta berbagai persoalan keislaman yang dikemas secara sederhana. Selain itu, materi yang disampaikan selalu disertai dalil Al-Qur'an dan Hadis sehingga tetap memiliki landasan keilmuan yang kuat. Pola komunikasi yang

⁹ Sangadji et al., "Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital."

¹⁰ Ayu Febriana, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah:(Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun@ Syam_elmarusy)," *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 11, no. 02 (2021): 180–94.

¹¹ Robby Aditya Putra et al., "Media Dakwah TikTok Untuk Generasi Z," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 58–71.

¹² Allisa and Triyono, "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak," 28.

santai tetapi edukatif membuat konten-kontennya mudah dipahami dan diterima oleh Generasi Z¹³.

Syam El Marusy juga menjadi contoh dai yang berhasil memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah. Dalam berbagai kontennya, Syam menyampaikan materi tentang akidah, syariah, dan akhlak dengan memanfaatkan fitur-fitur kreatif yang tersedia di TikTok¹⁴. Penggunaan visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta pembahasan isu-isu yang sedang viral membuat pesan dakwahnya lebih dekat dengan audiens muda. Kehadiran fitur audiovisual memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih konkret sehingga audiens tidak hanya mendengar, tetapi juga melihat ilustrasi atau contoh yang mendukung materi yang disampaikan. Hal ini memperkuat pemahaman dan meningkatkan daya tarik dakwah dibandingkan metode penyampaian yang hanya berbentuk teks.

Keberhasilan para pendakwah di TikTok juga dapat dijelaskan melalui Teori Stimulus-Organism-Response (SOR). Dalam teori ini, media berfungsi sebagai stimulus yang memengaruhi organisme atau penerima pesan sehingga menghasilkan respons tertentu. Konten dakwah yang menarik secara visual, menggunakan bahasa sederhana, dan relevan dengan kebutuhan audiens berfungsi sebagai stimulus yang kuat¹⁵. Ketika pengguna TikTok memperhatikan dan memahami pesan yang disampaikan, mereka akan memberikan respons berupa peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, bahkan perubahan perilaku ke arah yang lebih positif.

Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah memiliki berbagai kelebihan. Pertama, jangkauan audiens yang sangat luas memungkinkan pesan dakwah tersebar dengan cepat ke berbagai daerah bahkan lintas negara. Kedua, fitur audiovisual membuat materi dakwah lebih menarik dan mudah dipahami. Ketiga, interaksi melalui komentar, fitur duet, dan siaran langsung memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan mad'u. Keempat, algoritma TikTok membantu penyebaran konten kepada pengguna yang memiliki minat serupa sehingga pesan dakwah dapat menjangkau target audiens yang lebih spesifik. Keunggulan-keunggulan tersebut menjadikan TikTok sebagai media dakwah yang efektif dalam menghadapi perubahan pola komunikasi masyarakat modern¹⁶.

Namun demikian, penggunaan TikTok sebagai media dakwah juga menghadapi berbagai tantangan. Arus informasi yang sangat cepat menyebabkan konten dakwah harus bersaing dengan berbagai jenis konten hiburan yang lebih menarik secara visual. Selain itu, durasi video yang relatif singkat membuat penyampaian materi keagamaan yang kompleks menjadi terbatas. Risiko munculnya kesalahpahaman, perdebatan di kolom komentar, hingga penyebaran informasi keagamaan yang kurang valid juga menjadi tantangan tersendiri. Para dai dituntut untuk memiliki pemahaman agama yang kuat sekaligus kemampuan komunikasi digital yang baik agar pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam dan dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi media dakwah yang efektif bagi Generasi Z. Keberhasilan para pendakwah seperti Husain Basyaiban, Syam El Marusy, Hanan Attaki, Agam Fachrul Samudra, dan Hamzali Abradinezad menunjukkan bahwa dakwah dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi tanpa mengurangi substansi ajaran Islam. Melalui pemanfaatan fitur audiovisual, bahasa yang komunikatif, serta materi yang relevan dengan kehidupan anak muda, TikTok mampu menjadi sarana penyebaran dakwah yang luas, menarik, dan efektif dalam membentuk pemahaman keagamaan generasi muda di era digital.

¹³ Yulia Nafa Fitri Randani et al., "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial," *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 587–601.

¹⁴ Febriana, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah."

¹⁵ Firamadhina and Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK."

¹⁶ Anggita Falestyana Sari and Lutfhi Ulfa Ni'amah, "Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ Baysasman00)," *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2022): 31–43.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan media dakwah yang efektif untuk menjangkau Generasi Z karena sesuai dengan karakteristik mereka yang dekat dengan teknologi dan lebih menyukai konten visual yang singkat serta mudah dipahami. Keberhasilan pendakwah seperti Husain Basyaiban, Syam El Marusy, Hanan Attaki, Agam Fachrul Samudra, dan Hamzali Abradinevad menunjukkan bahwa dakwah dapat disampaikan melalui media sosial dengan cara yang menarik tanpa mengurangi nilai-nilai Islam. Popularitas Husain Basyaiban yang paling tinggi menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana, pembahasan yang dekat dengan kehidupan anak muda, serta penyampaian yang komunikatif dapat meningkatkan minat generasi muda terhadap konten dakwah. Meskipun memiliki beberapa tantangan, seperti persaingan dengan konten hiburan dan keterbatasan durasi video, TikTok tetap memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran dakwah yang mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman keagamaan kepada Generasi Z di era digital.

REFERENSI

- Allisa, Lutfiana, and Agus Triyono. "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak." *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>.
- Fabriar, Silvia Riskha. *Dakwah di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning*. Penerbit NEM, 2024.
- Febriana, Ayu. "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah:(Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun@ Syam_elmarusy)." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 11, no. 02 (2021): 180–94.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2020): 199–208. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- H, Muhammad Alfito Deanoza, Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, and Abdul Fadhil. "Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z." *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2025): 01–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.
- Harinie, Luluk Tri, Fahrul Imam Santoso, Putra Petra Dumgair, et al. *PEMASARAN DIGITAL*. CV. Intelektual Manifes Media, 2024.
- Kamilah, Shafa Tasya, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, and Meity Suryandari. "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>.
- Putra, Robby Aditya, Exsan Adde, and Maulida Fitri. "Media Dakwah TikTok Untuk Generasi Z." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 58–71.
- Rafiq, Ahmad. "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat." *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 18–29.
- Randani, Yulia Nafa Fitri, Safrinal Safrinal, Jalimah Zulfah Latuconsina, and Muhammad Roy Purwanto. "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial." *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 587–601.
- Sangadji, Fadhila Amalia Putri, Amelia Cahya Syah Fitri, Rusdi Hidayat, and Maharani Ikaningtyas. "Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital." *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 143–49.

Sari, Anggita Falestyana, and Lutfhi Ulfa Ni'amah. "Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ Baysasman00)." *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2022): 31–43.