An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Dakwah untuk Generasi Remaja

Siti Syarifah Tanjung, Ahmad Arqan Caniago, Ariq assyadiq Nur pohan, Fajar Ardiansyah, Alya Dwina, Ryansyah Hasibuan, Ahmad Tamrin Sikumbang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah di kalangan remaja dalam perspektif ilmu komunikasi Islam. Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu platform komunikasi yang paling banyak digunakan oleh remaja untuk memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif melalui metode studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari berbagai sumber ilmiah berupa jurnal, buku, artikel, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan komunikasi Islam, dakwah digital, media sosial, dan perilaku remaja. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendukung penyebaran pesan-pesan dakwah kepada remaja melalui penyajian konten yang kreatif, interaktif, dan mudah diakses. Media sosial juga berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman agama, membentuk karakter religius, serta memperkuat identitas keislaman remaja. Meskipun demikian, terdapat berbagai tantangan seperti penyebaran informasi keagamaan yang tidak valid, rendahnya literasi digital, dan persaingan dengan konten hiburan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi dakwah yang inovatif, edukatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda agar media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi Islam di era digital.

Kata Kunci: *media sosial, komunikasi Islam, dakwah digital, remaja, komunikasi dakwah.*

Abstract

This study aims to analyze the utilization of social media as a medium of da'wah communication among adolescents from the perspective of Islamic communication studies. The rapid development of digital technology has made social media one of the most widely used communication platforms by adolescents to access various information, including religious content. This research employed a qualitative approach with a descriptive design through a library research method. Data were collected from various academic sources, including journals, books, articles, and previous studies related to Islamic communication, digital da'wah, social media, and adolescent behavior. Data analysis was

conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that social media plays a significant role in supporting the dissemination of Islamic messages among adolescents through creative, interactive, and easily accessible content. Social media also contributes to enhancing religious understanding, fostering religious character, and strengthening Islamic identity among young people. However, several challenges remain, including the spread of invalid religious information, low digital literacy, and competition with entertainment content. Therefore, innovative, educational, and youth-oriented da'wah communication strategies are needed to optimize the use of social media as an effective medium of Islamic communication in the digital era.

Keywords: *social media, Islamic communication, digital da'wah, adolescents, da'wah communication.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi, terutama di kalangan remaja. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang pertukaran informasi, pembentukan opini, serta media penyampaian nilai-nilai keagamaan. Remaja sebagai kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial memiliki karakteristik yang dekat dengan perkembangan teknologi digital sehingga lebih mudah menerima informasi melalui platform daring dibandingkan media konvensional. Fenomena ini memberikan peluang baru bagi aktivitas dakwah Islam untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Media sosial memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara cepat, interaktif, dan tanpa batas geografis. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah menjadi kebutuhan yang penting dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan keislaman kepada generasi muda (Aslamiyah & Ilmiyah, 2024).

Dalam perspektif Islam, aktivitas komunikasi memiliki kedudukan yang sangat penting karena menjadi sarana penyampaian kebenaran, nasihat, dan ajaran agama kepada umat manusia. Al-Qur'an menegaskan pentingnya menyampaikan pesan dengan cara yang baik sebagaimana firman Allah Swt. dalam Surah An-Nahl ayat 125: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik."* Ayat ini menunjukkan bahwa dakwah harus dilakukan melalui komunikasi yang bijaksana, santun, dan sesuai dengan kondisi mad'u. Pada era digital, prinsip tersebut dapat diterapkan melalui pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah yang mampu menjangkau remaja secara lebih efektif. Kehadiran teknologi digital memberikan kesempatan bagi para dai, lembaga pendidikan Islam, maupun komunitas dakwah untuk menyampaikan nilai-nilai Islam melalui konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. Strategi komunikasi dakwah yang adaptif menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan penyebaran pesan Islam di ruang digital (Rahmah, 2024).

Tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh remaja menjadikan platform digital sebagai ruang sosial baru yang memengaruhi pola pikir, perilaku, dan gaya hidup mereka. Remaja saat ini menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mengakses berbagai jenis konten digital, termasuk konten keagamaan. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pengembangan dakwah Islam melalui media sosial. Namun, di sisi lain, derasnya arus informasi juga membawa berbagai tantangan seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, radikalisme, hingga konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi media sosial agar tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi dan dakwah yang mampu membentuk karakter religius remaja. Literasi digital dan kemampuan memilih informasi yang benar menjadi aspek penting dalam mendukung efektivitas dakwah di era digital (Suwarno, 2023).

Media sosial memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya efektif sebagai sarana komunikasi dakwah. Pertama, media sosial memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan menjangkau audiens yang luas. Kedua, fitur interaktif yang tersedia memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan mad'u. Ketiga, penggunaan konten visual seperti video pendek, infografis, dan podcast mampu meningkatkan minat remaja dalam menerima pesan keagamaan. Berbagai akun dakwah di Instagram, TikTok, dan YouTube telah berhasil menarik perhatian jutaan pengguna melalui penyajian materi Islam yang ringan, menarik, dan mudah dipahami. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi telah berkembang mengikuti dinamika teknologi komunikasi modern. Pemanfaatan media sosial secara optimal terbukti dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada generasi muda (Setyawan, 2023).

Selain menjadi media penyebaran informasi keagamaan, media sosial juga berperan dalam membentuk tingkat religiusitas remaja. Konten dakwah yang disajikan secara menarik dapat meningkatkan pemahaman agama, menumbuhkan motivasi beribadah, serta memperkuat identitas keislaman generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa intensitas paparan konten dakwah di media sosial memiliki hubungan positif terhadap peningkatan religiusitas remaja. Semakin sering remaja mengakses konten dakwah yang berkualitas, semakin besar peluang terbentuknya perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen pembinaan moral dan spiritual. Oleh sebab itu, pengelolaan konten dakwah yang kreatif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan remaja menjadi faktor utama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di era digital (Lubis, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah untuk generasi remaja merupakan isu yang penting untuk dikaji dalam perspektif ilmu komunikasi Islam. Perkembangan teknologi digital telah menciptakan ruang dakwah baru yang menawarkan berbagai peluang sekaligus tantangan. Pemanfaatan media sosial yang tepat dapat menjadi solusi dalam menyampaikan ajaran Islam secara efektif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai strategi komunikasi dakwah melalui media sosial, faktor-faktor yang mendukung keberhasilannya, serta dampaknya terhadap pembentukan kesadaran keagamaan remaja. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan komunikasi Islam yang adaptif terhadap perkembangan

teknologi sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana dakwah yang edukatif, inspiratif, dan berorientasi pada pembentukan karakter Islami generasi muda (Rianto, 2023; Rahmah, 2024).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah di kalangan remaja. Penelitian deskriptif memungkinkan peneliti menggambarkan berbagai bentuk aktivitas dakwah yang dilakukan melalui media sosial serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan keagamaan kepada remaja. Fokus penelitian diarahkan pada penggunaan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook sebagai media komunikasi dakwah. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah berupa jurnal, buku, artikel, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan komunikasi Islam, dakwah digital, media sosial, dan perilaku remaja. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perkembangan dakwah digital dalam perspektif ilmu komunikasi Islam (Rahmah, 2024).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan kajian literatur dari berbagai sumber akademik yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi berbagai informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis untuk memudahkan proses interpretasi dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan yang ditemukan dari berbagai sumber data. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai referensi ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Dengan metode tersebut diharapkan diperoleh gambaran yang objektif mengenai optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah bagi remaja di era digital (Suwarno, 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling dekat dengan kehidupan remaja. Perkembangan teknologi digital yang pesat menyebabkan perubahan pola komunikasi dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi berbasis internet. Remaja memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk memperoleh hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, termasuk informasi keagamaan. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan-pesan dakwah yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi pengembangan komunikasi Islam yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Berdasarkan berbagai kajian yang dianalisis, mayoritas remaja cenderung lebih tertarik pada penyampaian materi keagamaan yang dikemas secara visual, singkat, dan interaktif dibandingkan metode dakwah konvensional. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial

memiliki potensi yang besar sebagai media dakwah yang mampu menjangkau generasi muda secara lebih efektif dan efisien (Rahmah, 2024).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah menunjukkan adanya perubahan strategi dalam penyampaian pesan Islam. Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah di masjid, majelis taklim, atau forum keagamaan lainnya, kini aktivitas dakwah berkembang melalui berbagai platform digital. Para dai dan lembaga dakwah memanfaatkan fitur video pendek, siaran langsung, podcast, dan infografis untuk menarik perhatian audiens remaja. Strategi ini dinilai efektif karena sesuai dengan karakteristik generasi digital yang lebih menyukai informasi yang cepat, ringkas, dan mudah dipahami. Selain itu, media sosial memungkinkan penyebaran pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Keunggulan tersebut menjadikan media sosial sebagai instrumen penting dalam pengembangan komunikasi Islam modern. Adaptasi metode dakwah terhadap perkembangan teknologi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas penyampaian nilai-nilai keislaman kepada remaja (Setyawan, 2023).

Dalam perspektif komunikasi Islam, pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah sejalan dengan prinsip penyampaian pesan secara bijaksana dan penuh hikmah sebagaimana yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Komunikasi dakwah yang dilakukan melalui media sosial harus tetap memperhatikan etika komunikasi Islam, seperti kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab dalam menyampaikan informasi. Konten dakwah yang disampaikan secara santun dan edukatif cenderung lebih mudah diterima oleh remaja dibandingkan konten yang bersifat menghakimi atau provokatif. Penelitian ini menemukan bahwa akun-akun dakwah yang mengedepankan pendekatan persuasif dan humanis memiliki tingkat keterlibatan audiens yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaiannya. Oleh karena itu, penerapan prinsip komunikasi Islam menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah digital di kalangan remaja (Lubis, 2024).

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan remaja. Berbagai konten dakwah yang membahas akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah memberikan kesempatan bagi remaja untuk memperoleh pemahaman Islam secara lebih luas. Kemudahan akses terhadap berbagai sumber keislaman membuat remaja dapat belajar agama tanpa harus terbatas pada ruang kelas atau majelis tertentu. Selain itu, fitur interaktif seperti kolom komentar dan sesi tanya jawab memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan audiens. Kondisi ini membantu remaja memperoleh penjelasan yang lebih mendalam mengenai berbagai persoalan keagamaan yang mereka hadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas akses terhadap konten dakwah yang berkualitas berpengaruh terhadap peningkatan pemahaman agama dan kesadaran beribadah di kalangan remaja. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai sarana edukasi keagamaan yang efektif pada era digital (Rianto, 2023).

Selain meningkatkan pengetahuan agama, media sosial juga berperan dalam pembentukan karakter religius remaja. Konten dakwah yang berisi motivasi, nasihat, dan ajakan untuk melakukan kebaikan dapat memengaruhi sikap serta perilaku pengguna media sosial. Banyak remaja yang mengaku memperoleh inspirasi untuk memperbaiki kualitas ibadah, meningkatkan kepedulian sosial, serta menghindari perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam setelah

mengikuti akun-akun dakwah tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana pembinaan moral dan spiritual. Pengaruh positif tersebut semakin kuat apabila pesan dakwah disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja. Oleh karena itu, media sosial memiliki potensi besar sebagai media pembentukan karakter Islami yang sesuai dengan kebutuhan generasi digital saat ini (Aslamiyah & Ilmiyah, 2024).

Meskipun memiliki banyak manfaat, penelitian ini juga menemukan berbagai tantangan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah. Salah satu tantangan utama adalah maraknya penyebaran informasi keagamaan yang tidak memiliki dasar ilmiah yang jelas. Kemudahan dalam mengunggah konten menyebabkan siapa pun dapat menyampaikan informasi agama tanpa memiliki kompetensi yang memadai. Akibatnya, muncul berbagai bentuk misinformasi dan pemahaman keagamaan yang kurang tepat di kalangan remaja. Selain itu, persaingan dengan konten hiburan yang lebih menarik sering kali membuat pesan dakwah kurang mendapat perhatian. Kondisi ini menuntut para pelaku dakwah untuk lebih kreatif dalam menyusun dan menyampaikan konten agar tetap mampu menarik minat audiens. Literasi digital yang baik juga diperlukan agar remaja mampu memilih dan memverifikasi informasi keagamaan yang mereka peroleh melalui media sosial (Suwarno, 2023).

Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas konten menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi dakwah di media sosial. Konten yang disajikan secara kreatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens cenderung memperoleh respons yang lebih positif dibandingkan konten yang monoton. Penggunaan desain visual yang menarik, video pendek yang informatif, serta bahasa yang komunikatif menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan remaja. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten juga berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah digital. Remaja cenderung mengikuti akun yang aktif dan rutin menyajikan materi yang relevan dengan kehidupan mereka. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang profesional dan terencana menjadi kebutuhan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi dakwah. Strategi komunikasi yang tepat akan membantu pesan-pesan Islam tersampaikan secara lebih luas dan berdampak positif bagi audiens (Rahmah, 2024).

Dari sudut pandang ilmu komunikasi Islam, media sosial dapat dipahami sebagai media yang mendukung proses tabligh atau penyampaian pesan keagamaan kepada masyarakat. Kehadiran media sosial memperluas ruang komunikasi dakwah sehingga tidak lagi terbatas pada komunikasi langsung. Komunikasi yang berlangsung melalui media digital memungkinkan penyampaian pesan kepada jutaan pengguna dalam waktu yang singkat. Namun demikian, keberhasilan komunikasi dakwah tetap bergantung pada kemampuan komunikator dalam memahami karakteristik audiens. Remaja sebagai generasi digital memiliki kebutuhan dan pola komunikasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Oleh sebab itu, pendekatan dakwah yang digunakan harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan budaya digital tanpa mengurangi substansi ajaran Islam. Pendekatan yang adaptif akan meningkatkan efektivitas komunikasi sekaligus memperkuat relevansi dakwah Islam di tengah perkembangan teknologi modern (Setyawan, 2023).

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa kolaborasi antara lembaga pendidikan, keluarga, dan komunitas dakwah memiliki peran penting dalam mendukung optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah. Sekolah dan madrasah dapat memanfaatkan media sosial sebagai media pembelajaran agama yang lebih menarik bagi peserta didik. Orang tua juga memiliki tanggung jawab dalam mengawasi serta mengarahkan penggunaan media sosial agar memberikan manfaat bagi perkembangan spiritual anak. Sementara itu, komunitas dakwah dapat berperan sebagai penyedia konten yang edukatif dan sesuai dengan kebutuhan remaja. Sinergi antara berbagai pihak tersebut akan membantu menciptakan lingkungan digital yang positif dan mendukung proses pembentukan karakter Islami. Dengan adanya kerja sama yang baik, media sosial dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana komunikasi dakwah yang efektif dan berkelanjutan (Lubis, 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung komunikasi dakwah di kalangan remaja. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga berfungsi sebagai media pendidikan, pembinaan karakter, serta penguatan identitas keislaman generasi muda. Meskipun terdapat berbagai tantangan seperti misinformasi dan persaingan dengan konten hiburan, manfaat yang ditawarkan media sosial dalam mendukung dakwah Islam jauh lebih besar apabila dikelola secara tepat. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi komunikasi dakwah yang inovatif, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik remaja. Dengan pemanfaatan yang optimal, media sosial dapat menjadi instrumen yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam, meningkatkan kesadaran keagamaan, serta membentuk generasi muda yang berakhlak mulia dan mampu menghadapi tantangan kehidupan di era digital (Rianto, 2023; Aslamiyah & Ilmiyah, 2024).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana komunikasi dakwah di kalangan remaja pada era digital. Pemanfaatan platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan-pesan keislaman karena sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan komunikasi generasi muda. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman agama, membentuk karakter religius, serta memperkuat identitas keislaman remaja. Meskipun terdapat berbagai tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak valid dan dominasi konten hiburan, media sosial tetap memiliki potensi besar untuk mendukung aktivitas dakwah apabila dikelola secara kreatif, edukatif, dan berlandaskan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial melalui kolaborasi antara dai, lembaga pendidikan, keluarga, dan komunitas dakwah menjadi langkah penting dalam membangun generasi muda yang religius, berakhlak mulia, dan mampu memanfaatkan teknologi secara positif.

E. DAFTAR PUSTAKA

Anjeli, S. P., & Jamil, K. (2024). Construction of self-identity of teenagers using Instagram social media: Phenomenological study at Islamic University of North Sumatera. *The International Journal of Politics and Sociology Research*, 12(2), 139–146.

Aslamiyah, S., & Ilmiyah, N. (2024). Konten dakwah sebagai sumber dukungan spiritual dan mental bagi remaja generasi Z di era digital. *El-Hikmah: Jurnal Kajian dan Penelitian Dakwah*, 18(2), 145–159.

Azizah, N., & Kurniawan, D. (2024). Transformasi komunikasi dakwah pada era society 5.0. *Jurnal Dakwah Digital Indonesia*, 6(1), 22–36.

Fadilah, R., & Mulyani, S. (2023). Strategi komunikasi Islam dalam membangun literasi digital remaja. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 15(1), 41–54.

Hakim, L. (2025). Dakwah interaktif di media sosial: Analisis pola komunikasi dan respon audiens di platform TikTok dan Instagram Reels. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 112–128.

Harahap, S. R., Rangkuti, F. A. A., Khodijah, I., Prasanti, N., & Deliana, R. (2024). Efektivitas dakwah berbasis humor: Studi kasus di daerah Mandailing Natal. *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 4(2), 1–6.

Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2023). Literasi media dalam menangkal radikalisme pada siswa. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 31–41.

Jadidah, N., Hidayat, M., & Anwar, R. (2024). Penggunaan media sosial terhadap pemahaman nilai-nilai Islam pada generasi muda. *Academic Journal of Educational Research*, 5(1), 45–58.

Lubis, F. H. (2024). Literasi media dan komunikasi Islam dalam menghadapi tantangan dakwah digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 55–68.

Nurfadillah, A., & Suryadi, A. (2024). Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah bagi generasi muda Muslim. *Jurnal Komunikasi Islam Nusantara*, 8(1), 65–79.

Prasetyo, H., & Ramadhan, A. (2023). Komunikasi persuasif dalam dakwah digital kepada generasi Z. *Jurnal Kajian Dakwah Kontemporer*, 4(2), 90–103.

Rahmah, N. (2024). Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Studi literatur komunikasi Islam. *Nadwah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 30(1), 1–15.

Rahman, M., & Yuliana, D. (2024). Media sosial sebagai agen sosialisasi remaja di era digital. *Sosiopraxis: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(1), 15–29.

Rianto, A. (2023). Komunikasi dakwah digital dan pembentukan kesadaran keagamaan generasi muda. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 87–101.

Setyawan, A. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam dakwah: Tinjauan strategi akun Instagram sebagai media komunikasi Islam. *Al-Nahyan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2), 45–57.

Suwarno, E. (2023). Pendidikan agama Islam dan literasi media sosial dalam menghadapi era informasi bagi generasi muda Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam Kontemporer*, 7(2), 88–102.

Syafitri, N., & Hidayah, R. (2023). Pengaruh konten dakwah terhadap perilaku religius remaja pengguna media sosial. *Jurnal Pendidikan Agama Islam dan Dakwah*, 9(2), 120–134.

Tambunan, M. T., Harahap, S. R., & Silaen, M. D. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan perilaku remaja. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 4(3), 233–245.

Uriawan, W., Ijazi, M. S., Arraudy, N. R., Putri, O. S. P., & Santoso, R. D. (2025). A comparative analysis of Instagram and TikTok as Islamic da'wah media in the digital era. *Journal of Islamic Digital Communication*, 4(2), 76–91.

Wahyuni, E., & Firmansyah, M. (2024). Strategi komunikasi digital dakwah Islam dalam menjangkau generasi Z melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi Modern*, 5(1), 50–66.