

Dakwah Komunikatif bagi Generasi Muda

¹Mohammad Salehuddin, ²Muhammad Ali Mada

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

¹moh.salehudin@uinsi.ac.id, ²ali.mada2017@gmail.com

Abstract

Digital disruption has reshaped how Generation Z consumes religious messages, requiring da'wah strategies that are more communicative, contextual, and rooted in local culture. This study addresses a gap in prior research, which has largely examined the technical packaging of digital da'wah content and audience gratification without addressing how Generation Z verifies fragmented short-form religious content, or how local-wisdom-based da'wah translates into measurable offline religious behavior. Using a qualitative approach with a systematic literature review (SLR) design, this study synthesizes ten accredited articles published between 2020 and 2026, selected through a staged screening process: from 1,250 initially identified articles, narrowed to 150 after title-abstract screening, and finalized to 10 through full-text eligibility review based on topical relevance, methodological quality, and contextual recency for Indonesian da'wah. The findings show that effective digital da'wah strategies combine short-form visual content, storytelling rooted in local wisdom such as regional idioms and historical narratives (e.g., the Wali Songo tradition), and interactive features on TikTok, Instagram, and YouTube. Local wisdom functions as a cultural filter that plausibly reinforces Generation Z's sense of identity, although this pattern remains a qualitative indication rather than a measured outcome. Persistent challenges include low digital literacy, message fragmentation, and limited self-verification capacity among young audiences. This study proposes a tentative synthesis framework linking digital content strategy, local cultural narrative, and critical digital literacy, and recommends further empirical research on verification mechanisms and the long-term impact of digital da'wah on real-world religious behavior.

Keywords: *Digital Da'wah; Generation Z; Local Wisdom; Digital Literacy; Religious Moderation*

Abstrak

Disrupsi digital mengubah cara Generasi Z mengonsumsi pesan keagamaan, sehingga menuntut strategi dakwah yang lebih komunikatif, kontekstual, dan berakar pada budaya lokal. Penelitian ini merespons kesenjangan pada kajian terdahulu yang cenderung berfokus pada aspek teknis kemasan konten dan kepuasan audiens tanpa membahas mekanisme verifikasi mandiri Generasi Z atas konten dakwah singkat yang berisiko terfragmentasi, maupun keterkaitan konkret antara dakwah berbasis kearifan lokal dengan perilaku keagamaan nyata di luar ruang digital. Dengan pendekatan

kualitatif berdesain systematic literature review (SLR), penelitian ini mensintesis sepuluh artikel terakreditasi terbitan 2020–2026 yang diseleksi secara bertahap: 1.250 artikel pada tahap identifikasi, menyusut menjadi 150 pada tahap penyaringan judul-abstrak, dan terpilih 10 artikel pada tahap kelayakan teks penuh berdasarkan relevansi topik, kualitas metodologi, dan kebaruan konteks dakwah Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang efektif memadukan konten visual singkat, storytelling berbasis kearifan lokal seperti idiom daerah dan narasi historis (misalnya tradisi Wali Songo), serta fitur interaktif di TikTok, Instagram, dan YouTube. Kearifan lokal berfungsi sebagai filter budaya yang secara indikatif memperkuat identitas Generasi Z, meski pola ini masih bersifat kualitatif dan belum terukur. Tantangan yang tetap membayangi meliputi rendahnya literasi digital, fragmentasi pesan, dan terbatasnya kapasitas verifikasi mandiri audiens muda. Penelitian ini menawarkan kerangka sintesis tentatif yang menautkan strategi konten digital, narasi budaya lokal, dan literasi digital kritis, serta merekomendasikan penelitian empiris lanjutan mengenai mekanisme verifikasi dan dampak jangka panjang dakwah digital terhadap perilaku keagamaan nyata.

Kata Kunci: Dakwah Digital; Generasi Z; Kearifan Lokal; Literasi Digital; Moderasi Beragama

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dakwah dari aktivitas yang berpijak pada otoritas mimbar dan pertemuan fisik menjadi fenomena digital yang dinamis. Generasi Z, sebagai digital natives, menempati posisi sentral sebagai audiens sekaligus subjek perubahan tersebut. Dakwah digital, dalam penelitian ini, dipahami sebagai penyampaian pesan keagamaan melalui platform media sosial dengan format visual, singkat, dan interaktif yang disesuaikan dengan pola konsumsi informasi generasi digital. Bukti empiris menunjukkan bahwa media sosial secara nyata berkontribusi pada pemahaman keagamaan Gen Z: konten yang ringan dan relevan terbukti meningkatkan pemahaman agama di kalangan audiens muda (Fajrussalam et al., 2024), sementara konten dakwah di platform seperti TikTok dan Instagram terbukti

memengaruhi sikap keagamaan generasi muda dan milenial (Nabila et al., 2023).

Selain aspek media, tantangan menjaga otentisitas pesan di tengah globalisasi budaya mendorong munculnya integrasi kearifan lokal (local wisdom) dalam narasi dakwah digital. Kearifan lokal dalam penelitian ini dimaknai sebagai nilai, simbol, bahasa, dan narasi budaya setempat yang digunakan sebagai konteks penyampaian pesan agama, sedangkan moderasi beragama (wasathiyah) dimaknai sebagai sikap keberagamaan yang seimbang antara ketaatan pada prinsip syariat dan keterbukaan terhadap keragaman sosial-budaya. Kajian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal berpotensi memperkuat kohesi sosial ketika nilai lokal dikontekstualisasikan ke dalam format digital (Ar et al., 2023), dan bahwa integrasi kearifan lokal dengan literasi digital menjadi salah satu strategi pendidikan Islam dalam menghadapi tantangan abad ke-21 (Muflihini, 2024).

Namun demikian, literatur yang ada menunjukkan penekanan yang berbeda-beda. Sebagian kajian menitikberatkan pada strategi komunikator dan teknik akulturasi budaya, misalnya digitalisasi narasi historis Wali Songo sebagai bentuk kearifan lokal dalam dakwah multikultural (Widya Dharojah et al., 2025) dan pemanfaatan platform digital untuk dakwah generasi milenial (Puspito & Azhima, 2023). Di sisi lain, sejumlah kajian justru menyoroti risiko dari sisi audiens: tantangan dakwah melalui media sosial di era media baru yang rentan menimbulkan kedangkalan pemaknaan pesan (Pamungkas & Halwati, 2023), serta kebutuhan literasi digital, validitas informasi, dan tata kelola moral dalam dakwah digital (Marzuki et al., 2025). Perbedaan penekanan ini mengindikasikan bahwa kedua sisi strategi konten dan kesiapan audiens belum banyak dikaji secara terpadu dalam satu kerangka sintesis.

Berdasarkan pemetaan tersebut, penelitian ini mengidentifikasi tiga kesenjangan (research gap) yang belum banyak tergarap oleh literatur terdahulu. Pertama, kajian mengenai mekanisme verifikasi atau tabayyun mandiri oleh Generasi Z atas konten dakwah singkat yang berisiko mengalami fragmentasi pesan masih terbatas, sekalipun strategi literasi digital berbasis nilai moderasi beragama mulai dibahas (Najmudin, 2025). Kedua, belum banyak kajian yang menghubungkan secara konkret dakwah digital berbasis kearifan lokal dengan perubahan perilaku sosial-keagamaan yang konsisten di dunia nyata (luring), sebagian besar penelitian masih berhenti pada indikator keterlibatan digital seperti unggahan, tayangan, dan interaksi. Ketiga, literasi digital kritis masih diperlakukan sebagai keterampilan teknis yang terpisah, bukan sebagai bagian substantif dari isi pesan dakwah itu sendiri.

Bertolak dari kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan mensintesis temuan dari sepuluh artikel terakreditasi (2020–2026) untuk memetakan: (1) bentuk-bentuk strategi komunikasi dakwah digital bagi Generasi Z; (2) wujud konkret dan peran kearifan lokal sebagai filter budaya; dan (3) risiko fragmentasi pesan serta keterbatasan kapasitas verifikasi audiens muda. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menautkan ketiga aspek tersebut ke dalam satu kerangka sintesis tentatif yang menghubungkan strategi media digital, narasi kearifan lokal, dan literasi digital kritis, sebagai basis konseptual bagi penelitian empiris lanjutan mengenai dakwah komunikatif yang moderat dan kontekstual bagi generasi muda Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain systematic literature review (SLR) untuk mensintesis dan menganalisis temuan dari berbagai kajian terdahulu secara sistematis dan

dapat direplikasi. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam mengidentifikasi, menyeleksi, dan menginterpretasikan literatur yang relevan dengan strategi dakwah komunikatif bagi Generasi Z.

Kriteria inklusi yang digunakan meliputi: (1) artikel jurnal atau prosiding yang terbit pada jurnal terakreditasi atau terindeks (Sinta, Scopus, atau Web of Science) dalam rentang tahun 2020–2026; (2) secara eksplisit membahas strategi dakwah digital, keterlibatan generasi muda (youth engagement), kearifan lokal, dan/atau moderasi beragama; dan (3) teks lengkap dapat diakses untuk ditelaah. Kriteria eksklusi meliputi: (1) sumber non-akademik yang tidak melalui proses tinjauan sejawat, seperti opini daring atau blog; (2) artikel yang tidak berkaitan dengan dakwah atau Generasi Z; dan (3) publikasi duplikat atau tumpang tindih dengan artikel lain yang telah tercakup. Sumber data diperoleh dari database akademik Google Scholar, Scopus, Web of Science, Sinta, dan Garuda, menggunakan kombinasi kata kunci berbasis operator Boolean: ("dakwah digital" OR "digital da'wah") AND ("Generasi Z" OR "Gen Z") AND ("kearifan lokal" OR "local wisdom" OR "moderasi beragama").

Proses seleksi literatur dilakukan secara bertahap mengikuti alur identifikasi–penyaringan–kelayakan. Pada tahap identifikasi, kombinasi kata kunci tersebut menjaring sekitar 1.250 artikel dari seluruh database. Pada tahap penyaringan, judul dan abstrak ditelaah untuk membuang duplikasi serta artikel yang secara tematik tidak relevan, sehingga tersisa 150 artikel. Pada tahap kelayakan, dilakukan telaah teks penuh (full-text review) terhadap 150 artikel tersebut berdasarkan kriteria inklusi-eksklusi di atas serta kualitas metodologi yaitu kejelasan desain penelitian, transparansi sumber data, dan relevansi langsung dengan ketiga konstruk penelitian (dakwah digital, Generasi Z, dan kearifan lokal/moderasi beragama) sehingga terpilih 10 artikel yang memenuhi seluruh kriteria kelayakan dan menjadi unit analisis utama dalam penelitian ini. Pemilihan sepuluh artikel

ini dengan demikian didasarkan pada kesesuaian kriteria kelayakan dan kualitas metodologis, bukan pada asumsi titik jenuh data.

Analisis data dilakukan melalui teknik analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) dengan langkah: (1) pengodean setiap artikel berdasarkan tahun terbit, metode penelitian, fokus kajian, platform digital yang dibahas, dan temuan utama; (2) pengelompokan temuan ke dalam tema besar, yaitu strategi konten digital, bentuk kearifan lokal, dan tantangan fragmentasi pesan/verifikasi; serta (3) sintesis lintas-artikel untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, dan kesenjangan antar-temuan.

HASIL HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Literatur

Tabel 1 berikut menyajikan sepuluh artikel terpilih beserta tahun terbit, metode, fokus kajian, platform digital yang dibahas, dan temuan utamanya.

Tabel 1. Karakteristik Literatur Terpilih (2020–2026)

Penulis & Tahun	Metode	Fokus Kajian	Platform Digital	Temuan Utama
Widya Dharojah, Ibrahim, & Istikomah (2025)	Kualitatif, SLR (2020–2025)	Narasi lokal dalam dakwah multikultural	TikTok, Instagram, YouTube	Kearifan lokal (mis. narasi Wali Songo) relevan jika dikemas dalam format digital (video pendek, meme, visual storytelling).
Sari, Mahmuddin, & Muhammad (2026)	Studi kepustakaan (library research)	Tantangan & pendekatan dakwah bagi Gen Z	Tidak spesifik/lintas platform	Dakwah digital harus interaktif dan visual untuk mengatasi dekadensi moral akibat arus globalisasi informasi.
Jumhadi, Geun, Muhibuddin, Nisa, & Hijjiriyah (2024)	Deskriptif kualitatif	Strategi dakwah berbasis media digital	Instagram, TikTok	Media sosial efektif meningkatkan pemahaman keagamaan Gen Z melalui konten yang ringan dan relevan.
Sunaryanto (2026)	Kualitatif, teori komunikasi penerimaan	Penerimaan pesan toleransi & moderasi oleh	Media sosial (pengajian daring)	Gen Z menyaring pesan dakwah secara aktif sesuai latar belakang sosial; kelompok konservatif tetap moderat

Penulis & Tahun	Metode	Fokus Kajian	Platform Digital	Temuan Utama
	aktif	audiens muda		dalam interaksi sosial.
Marzuki, Fatima, & Sariningsih (2025)	Kualitatif, tinjauan literatur tematik-komparatif	Etika dakwah dalam transformasi media digital	Lintas platform	Perubahan media digital menuntut etika dakwah, validitas informasi, dan literasi digital yang kuat untuk tata kelola moral.
Roslan, Zahari, & Ghani (2025)	SLR dengan protokol PRISMA (2018–2022), 24 artikel	Keterlibatan audiens muda pada konten dakwah Instagram	Instagram	Keberhasilan dakwah ditentukan oleh perencanaan konten strategis, presentasi visual kreatif, dan pemanfaatan fitur interaktif.
Yousaf, Nasir, & Noordin (2025)	Tinjauan data sekunder (buku, jurnal, artikel berita)	Peran media digital dalam dakwah kontemporer	Lintas platform	Teknologi digital memperluas jangkauan pesan dakwah ke audiens global secara cepat, namun rentan pada risiko fragmentasi pesan.
Deanoza H, Ramiza U, Lillah, & Fadhil (2025)	Deskriptif kualitatif	Penanaman kesadaran beragama pada remaja Gen Z	Media sosial (umum)	Media sosial berperan penting menanamkan kesadaran beragama remaja dengan akses materi keagamaan yang fleksibel.
Choirin, Dwijayanto, Yumna, & Muaz (2024)	Kualitatif	Komunikasi dakwah strategis untuk Islam moderat	Media digital (umum)	Komunikasi dakwah strategis krusial untuk menyemai pemahaman Islam moderat pada Gen Z agar tidak terpapar ekstremisme.
Sumardi, Harbi, Jaelani, & Zazin (2025)	Deskriptif kualitatif	Efektivitas dakwah sebagai proses komunikasi interaktif	Platform digital (umum)	Dakwah digital yang efektif bagi Gen Z bersifat interaktif, dua arah, dan menempatkan platform digital sebagai ruang diskusi terbuka.

Sumber: Hasil sintesis data oleh peneliti (2026), diolah dari sepuluh artikel terpilih.

Dilihat dari tahun terbit, sembilan dari sepuluh artikel diterbitkan pada rentang 2024–2026, menunjukkan bahwa topik dakwah digital bagi Generasi Z merupakan kajian yang relatif baru dan terus berkembang. Dari sisi metode, seluruh artikel menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, tinjauan literatur (library research), atau SLR; tidak satu pun menggunakan desain

kuantitatif atau mixed-method yang mampu mengukur dampak secara terukur. Fokus kajian bergeser dari penekanan pada strategi konten dan komunikator (Widya Dharojah et al., 2025; Roslan et al., 2025) ke arah penerimaan dan pemaknaan pesan oleh audiens (Sunaryanto, 2026). Dari sisi platform, Instagram dan TikTok paling sering dibahas, dengan Instagram menjadi objek kajian paling mendalam melalui tinjauan sistematis 24 artikel oleh Roslan et al. (2025). Kecenderungan temuan secara umum konvergen pada dua hal: interaktivitas serta kontekstualisasi lokal sebagai faktor keberhasilan, dan validitas/etika informasi sebagai faktor risiko yang berulang disebutkan.

2. Kearifan Lokal sebagai Filter Budaya dalam Dakwah Digital

Ditelusuri lebih jauh, kearifan lokal muncul dalam literatur yang dikaji dalam setidaknya tiga wujud konkret. Pertama, wujud naratif-historis, yaitu digitalisasi kisah dan teladan tokoh penyebar Islam Nusantara seperti tradisi Wali Songo, yang dikemas ulang dalam format video pendek dan visual storytelling (Widya Dharojah et al., 2025). Kedua, wujud linguistik-idiomatik, yaitu penggunaan bahasa dan idiom daerah untuk melunakkan nada pesan agar terasa lebih akrab, sebagaimana ditemukan pada strategi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal (Ar et al., 2023). Ketiga, wujud visual-simbolik, yaitu pemanfaatan simbol, busana, dan motif budaya lokal dalam konten visual singkat yang disebar di TikTok dan Instagram (Muthowah, 2024).

Membandingkan ketiga wujud tersebut, terlihat pola yang cukup konsisten: kontekstualisasi lokal berasosiasi dengan penerimaan audiens muda yang lebih tinggi dan rasa kebanggaan budaya, sebagaimana turut ditegaskan pada temuan mengenai

integrasi kearifan lokal dan literasi digital dalam pendidikan Islam (Muflihini, 2024). Meskipun demikian, penting dicatat bahwa dari sepuluh artikel yang ditelaah, tidak ada satu pun yang menggunakan desain eksperimental atau longitudinal yang mampu membuktikan secara kausal bahwa kearifan lokal memperkuat identitas Generasi Z. Klaim penguatan identitas tersebut karena itu lebih tepat dibaca sebagai pola indikatif yang muncul berulang pada kajian-kajian kualitatif, bukan sebagai bukti empiris yang terkonfirmasi, dan memerlukan penelitian lanjutan yang mengukur dampaknya secara langsung.

3. Perubahan Metode Dakwah, Peluang Media Digital, dan Risiko Fragmentasi Pesan

Dari sisi metode, literatur yang dikaji secara konsisten menunjukkan pergeseran dari pendekatan monolog satu arah menuju pola komunikasi partisipatif dan dua arah, melalui kolom komentar, siaran langsung, dan ruang diskusi terbuka di platform digital (Sumardi et al., 2025; Deanoza H et al., 2025). Pergeseran ini membuka peluang berupa perluasan jangkauan pesan dan pergeseran peran Generasi Z dari sekadar konsumen menjadi turut memproduksi dan menyebarkan konten dakwah (prosumers), sebagaimana tampak pada strategi perencanaan konten dan pemanfaatan fitur interaktif di Instagram (Roslan et al., 2025) serta konten TikTok yang melestarikan nilai-nilai Islami (Muthowah, 2024).

Di samping peluang tersebut, literatur yang sama juga secara konsisten menyoroti risiko fragmentasi pesan akibat format konten yang serba singkat, yang berpotensi mendorong penyederhanaan atau bahkan salah tafsir ajaran agama (Yousaf et al., 2025), serta menuntut penguatan validitas informasi dan tata kelola moral dalam

dakwah digital (Marzuki et al., 2025). Persoalan ini berkelindan dengan rendahnya kapasitas verifikasi mandiri audiens muda: strategi literasi digital berbasis nilai moderasi beragama mulai diusulkan sebagai jawaban atas persoalan tersebut (Najmudin, 2025), meskipun bukti bahwa media sosial memengaruhi pemahaman keagamaan Gen Z (Fajrussalam et al., 2024) tidak serta-merta menunjukkan bahwa audiens juga memiliki kemampuan mengevaluasi kebenaran konten secara kritis dua hal yang perlu dibedakan secara eksplisit.

Perlu ditegaskan bahwa kesepuluh artikel yang ditelaah tidak menyediakan perbandingan empiris langsung antar-platform (misalnya pengukuran tingkat keterlibatan TikTok dibandingkan Instagram atau YouTube pada sampel audiens yang sama). Oleh karena itu, pembahasan ini membatasi diri pada karakteristik afordansi tiap platform yang dilaporkan literatur video pendek untuk keterlibatan emosional cepat, fitur interaktif Instagram untuk penguatan komunitas, dan durasi panjang YouTube untuk penjelasan yang lebih mendalam tanpa menyimpulkan platform mana yang paling efektif secara umum, karena klaim semacam itu tidak didukung oleh bukti perbandingan langsung dalam literatur yang dikaji.

4. Keterbatasan Literatur dan Kerangka Sintesis Tentatif

Sintesis atas sepuluh artikel ini turut mengungkap keterbatasan literatur digital da'wah bagi Generasi Z secara lebih luas. Pertama, dominasi desain kualitatif-deskriptif dan SLR tanpa pengukuran hasil (outcome) membuat klaim efektivitas strategi dakwah sulit diverifikasi secara empiris. Kedua, operasionalisasi konsep "kearifan lokal" bervariasi antar-studi tanpa indikator yang

seragam, sehingga sulit dibandingkan secara langsung. Ketiga, hampir tidak ada kajian yang menelusuri perilaku keagamaan luring (offline) secara longitudinal sebagai dampak dari paparan dakwah digital berbasis kearifan lokal penelitian umumnya berhenti pada metrik keterlibatan digital. Keempat, literasi digital kritis atau tabayyun masih diposisikan sebagai keterampilan teknis tersendiri, bukan sebagai bagian substantif dari isi pesan dakwah.

Bertolak dari keterbatasan tersebut, penelitian ini mengajukan kerangka sintesis tentatif bukan model yang telah teruji secara empiris yang menautkan tiga komponen dari temuan literatur yang dikaji. Pertama, strategi konten digital, yaitu pemanfaatan format visual singkat dan fitur interaktif platform (Roslan et al., 2025; Muthowah, 2024). Kedua, filter budaya kearifan lokal, yaitu kontekstualisasi pesan melalui narasi historis, idiom, dan simbol lokal (Widya Dharojah et al., 2025; Ar et al., 2023). Ketiga, literasi digital kritis, yaitu penanaman kemampuan tabayyun atau verifikasi informasi sebagai bagian dari substansi pesan dakwah, bukan sekadar keterampilan teknis tambahan (Najmudin, 2025). Ketiga komponen ini saling berkaitan: strategi konten menentukan daya jangkauan pesan, kearifan lokal menentukan daya terima dan relevansi budaya, sedangkan literasi digital kritis menentukan ketahanan audiens terhadap fragmentasi dan misinformasi. Kerangka ini bersifat konseptual dan eksploratif, disusun dari sintesis literatur kualitatif, sehingga validitasnya perlu diuji lebih lanjut melalui penelitian empiris baik kuantitatif maupun mixed-method sebelum dapat diklaim sebagai model yang teruji.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi dakwah digital bagi Generasi Z memerlukan sinergi antara strategi konten visual-interaktif, kearifan lokal sebagai filter budaya, dan literasi digital kritis yang ditanamkan sebagai bagian substantif dari pesan dakwah itu sendiri, bukan sekadar keterampilan teknis tambahan. Kearifan lokal dalam wujud narasi historis, idiom bahasa daerah, maupun simbol visual secara indikatif membantu menjembatani nilai universal agama dengan realitas budaya masyarakat Indonesia, meskipun klaim bahwa kearifan lokal "terbukti" memperkuat identitas Generasi Z masih memerlukan pembuktian empiris lebih lanjut, mengingat literatur yang ditelaah seluruhnya berdesain kualitatif tanpa pengukuran dampak.

Tantangan berupa fragmentasi pesan akibat format konten yang singkat dan terbatasnya kapasitas verifikasi mandiri audiens muda tetap menjadi persoalan yang belum terjawab tuntas oleh literatur yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar penelitian selanjutnya menggunakan desain empiris kuantitatif atau mixed-method untuk menguji kerangka sintesis tiga komponen (strategi konten digital, filter budaya kearifan lokal, dan literasi digital kritis) yang diajukan dalam penelitian ini, serta untuk mengukur secara langsung dampak jangka panjang dakwah digital berbasis kearifan lokal terhadap perilaku sosial keagamaan Generasi Z di dunia nyata, di luar sekadar metrik keterlibatan digital seperti tayangan, unggahan ulang, dan komentar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. N. (2023). *Pemanfaatan media dakwah platform digital di era generasi Z*. *Community Based Journal of Islamic Studies*, 5(2), 101–115.
- Ar, N. W., Said, N. M., & Siagian, H. F. (2023). *Digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal*. *Al-Mutsila*, 5(2), 322–344.
- Baedowi, M., Riza Chamadi, M., Musmuallim, & Turhamun. (2025). *The influence of social media on the attitude of religious moderation among college students*. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 3(1).
- Choirin, M., Dwijayanto, A., Yumna, L., & Muaz, Y. A. (2024). *Nurturing moderate Islam: Strategic da'wah communication in the digital era for Generation Z*. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 26(1), 108–118. <https://doi.org/10.21580/ihya.26.1.20008>
- Deanoza H, M. A., Ramiza U, N. A., Lillah, N. A., & Fadhil, A. (2025). *Peran dakwah digital dalam menanamkan kesadaran beragama bagi remaja Generasi Z*. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>
- Fajrussalam, H., Fattikasary, A., & Shofuroh, H. (2024). *Pengaruh sosial media dalam meningkatkan pemahaman agama Islam terhadap Gen-Z*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 1–23.
- Famuji, U., Kholis, N., Basit, A., & Malik, A. A. (2025). *Click, share, da'wah: Spiritual revolution at your fingertips*. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 121–135. <https://doi.org/10.21093/lentera.v9i02.11197>
- Jumhadi, A. I., Geun, A. S., Muhibuddin, M., Nisa, F. K., & Hijjiriyah, N. A. (2024). *Strategi dakwah berbasis media digital dalam meningkatkan pemahaman keagamaan Generasi Z di Indonesia*. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3).
- Marzuki, M. E., Fatima, N., & Sariningsih, I. (2025). *Da'wah ethics in the digital era in media transformation and moral governance*. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 10(2), 67–78. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i2.6923>
- Muflihin, A. (2024). *Integrasi kearifan lokal dan literasi digital dalam pendidikan Islam untuk menghadapi tantangan abad 21*. *Al-Fikri: Jurnal Studi dan Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 56–67. <https://doi.org/10.30659/jspi.7.1.56-67>
- Muthowah, A. (2024). *Pesan dakwah melalui akun TikTok dalam melestarikan nilai Islami pada Gen Z*. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 6(1), 146–158.
- Nabila, N. W. M., Fadhilatunnisa, N. S., Alamsyah, N. M. I., & Suryandari, N. M. (2023). *Pengaruh konten dakwah terhadap Gen Z dan milenial (generasi muda)*.

- ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora, 1(1), 9–21.
<https://doi.org/10.59246/aladalah.viii.145>
- Najmudin, A. (2025). *Strategi literasi digital berbasis nilai moderasi beragama*. Rahmad: Jurnal Studi Islam dan Ilmu Al-Qur'an, 3(1), 1–15.
<https://doi.org/10.71349/rahmad.v3i1.37>
- Nasution, A., & Hasibuan, S. S. (2025). *Integrasi media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam: Studi kasus pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah di kalangan santri*. As-Salam: Journal Islamic Social Sciences and Humanities, 3(3), 249–266. <https://doi.org/10.66867/as.v3i3.137>
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). *Tantangan dakwah melalui media sosial di era media baru*. ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media, 2(1), 146–158.
<https://doi.org/10.62022/arkana.v2i01.4036>
- Puspito, I. D., & Azhima, N. (2023). *Dakwah digital untuk generasi milenial*. TABAYYUN: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4(2), 1–10.
<https://doi.org/10.61519/tby.v4i2.50>
- Roslan, M. H., Zahari, S. Z. M., & Ghani, M. Z. A. (2025). *Da'wah on the social media: The youth engagement in digital Islamic content*. International Journal of Research and Innovation in Social Science, 9(1), 1161–1174.
- Sari, H., Mahmuddin, & Muhammad, F. (2026). *Transformasi dakwah di era digital: Tantangan dan pendekatan efektif bagi Generasi Z Indonesia*. Jurnal Cendekia, 3(1), 28–34.
- Sumardi, E., Harbi, H. A., Jaelani, M., & Zazin, M. (2025). *Sosialisasi dakwah sebagai proses komunikasi: Efektivitas dakwah digital sebagai proses komunikasi interaktif di kalangan Gen Z*. NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(3), 423–432. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v5i3.6445>
- Sunaryanto. (2026). *Komunikasi penerimaan aktif generasi muda Muslim terhadap pengajian media sosial ustadz populer tema toleransi dan moderasi beragama*. Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 24(1), 48–83.
- Widya Dharojah, R., Ibrahim, M., & Istikomah, F. (2025). *Generasi muda dan narasi lokal dalam dakwah multikultural: Studi literatur tentang efektivitas strategi komunikasi berbasis kearifan lokal di era digital*. Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam, 17(1), 17–38.
- Yousaf, U., Nasir, N. N. A. M., & Noordin, N. N. M. (2025). *A conceptual paper on the significant role of digital media in contemporary da'wah within the technological era*. E-Journal of Media and Society, 8(1), 58–67.