

## OPTIMALISASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMAHAMAN AGAMA PADA MAHASISWA

**Khoiro Ramadona<sup>1</sup>, Depi Putri<sup>2</sup>, Erwin Rochmansyah<sup>3</sup>, Elce Purwandari<sup>4</sup>**  
Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau<sup>1,2,3,4</sup>  
[khoioramadona07@gmail.com](mailto:khoioramadona07@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dakwah melalui TikTok sebagai media digital dalam membentuk pemahaman agama di kalangan mahasiswa serta mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, dan tantangan yang muncul dalam dakwah digital tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan 8 narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi platform strategis dalam menyebarkan pesan dakwah secara cepat dan visual menarik, sehingga mampu menarik perhatian mahasiswa yang sangat aktif di media sosial. Namun, keterbatasan durasi video yang singkat berpotensi menyebabkan penyampaian materi dakwah kurang tuntas dan dapat menimbulkan pemahaman yang keliru jika tidak didukung oleh pendidikan formal dan bimbingan ahli agama. Penelitian ini juga menemukan bahwa dakwah digital berfungsi sebagai pengantar dan motivasi awal, sementara pemahaman mendalam tetap membutuhkan forum pembelajaran konvensional. Kesimpulannya, dakwah melalui TikTok memiliki peran penting dalam konteks dakwah modern, namun perlu didukung oleh literasi media digital bagi pembuat konten dan audiens agar kualitas pemahaman agama tetap terjaga. Pendidikan formal harus berperan aktif dalam mengimbangi dan mengintegrasikan dakwah digital agar memberikan dampak yang optimal.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Dakwah TikTok, Komunikasi Keagamaan

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effectiveness of dakwah delivered through TikTok as a digital medium in shaping university students' religious understanding, as well as to identify the strengths, limitations, and challenges associated with such digital dakwah. The research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with eight informants. The findings indicate that TikTok has become a strategic platform for disseminating dakwah messages rapidly through visually engaging content, thereby attracting students who are highly active on social media. However, the platform's short video duration may result in incomplete delivery of religious material and can lead to misconceptions if not supported by formal religious education and guidance from qualified scholars. The study also reveals that digital dakwah primarily functions as an introduction*

*and an initial source of motivation, whereas deeper religious comprehension still requires conventional learning forums. In conclusion, dakwah via TikTok plays an important role in contemporary religious communication, but it must be supported by digital media literacy among both content creators and audiences to maintain the quality of religious understanding. Formal education should actively complement and integrate digital dakwah to achieve optimal impact.*

**Keywords:** *Digital Dakwah, TikTok Preaching, Religious Communication*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat, namun generasi muda justru mengalami kegersangan spiritual meskipun akses terhadap ilmu agama sangat terbuka. Ironisnya, media sosial yang sangat potensial untuk menjadi sarana dakwah malah lebih banyak dipakai untuk hiburan semata.

Perubahan gaya hidup mahasiswa di era digital tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial, terutama TikTok. Aplikasi berbasis video ini telah menjadi bagian dari keseharian generasi milenial dan Gen Z. Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau, sebagai lembaga pendidikan tinggi berbasis keislaman, memiliki tanggung jawab dalam membentuk karakter religius mahasiswanya. Oleh karena itu, media digital seperti TikTok dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif dan menarik. TikTok menawarkan format video pendek yang kreatif, menarik, dan mudah dicerna, yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan pendekatan kekinian.

Berdasarkan data, pada tahun 2023 TikTok telah digunakan oleh lebih dari 2 miliar pengguna di seluruh dunia dan diunduh sebanyak lebih dari 3 miliar kali. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna aktif TikTok

mencapai lebih dari 120 juta (Kemp, 2023). Sebagian besar pengguna berasal dari kelompok usia 16–24 tahun, yang sebagian besar adalah mahasiswa. Selain itu terdapat lebih dari 265,4 juta pengguna media sosial di Indonesia, menjadikannya lahan subur untuk penyebaran dakwah Islam secara digital (Supriadi & Purwanto, 2019).

Menurut Mardiana (2020) bahwa media digital menjadi tren teknologi yang sangat populer di kalangan generasi milenial karena akses cepat dan mudah. Dalam konteks dakwah, Hayat & Riam (2022) menegaskan pentingnya kemampuan komunikasi dalam menyampaikan pesan agama. Sejalan dengan itu, Parhan et al (2020) mengemukakan bahwa konsep dakwah digital melalui media sosial seperti TikTok memungkinkan penyampaian pesan Islam yang menarik secara audio-visual.

Beberapa studi sebelumnya telah membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan pemahaman agama. Fuad (2019) menyatakan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada masjid dan majelis, melainkan telah berkembang melalui berbagai media digital. Abdullah & Mubarak (2019) menekankan bahwa dakwah melalui media digital memberikan jangkauan

yang lebih luas dengan biaya rendah dan potensi pengaruh yang lebih besar. Bahkan, Tapscott menjelaskan bahwa generasi digital sangat terikat dengan media sosial karena aspek kebebasan, hiburan, dan kolaborasi yang ditawarkannya (Ritonga et al., 2023; Suharyono, 2022)

Selain itu berdasarkan kajian artikel jurnal dalam tiga tahun terakhir, penelitian-penelitian tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga fokus utama. Pertama, penelitian yang menitikberatkan pada efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah digital dalam menjangkau audiens yang luas, seperti penelitian oleh Akram dkk. dalam Peran Dakwah Digital dalam Mendorong Perubahan Sosial pada Generasi Z yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang strategis penyebaran dakwah di era globalisasi (Akram et al., 2025). Kedua, penelitian yang mengkaji kualitas dan bentuk penyajian konten dakwah di media sosial, terutama yang bersifat visual dan berdurasi singkat, sebagaimana ditunjukkan oleh Fahrudy et al., (2026) dalam Dakwah Digital di TikTok untuk Generasi Z yang menegaskan bahwa konten singkat, visual, dan interaktif lebih mudah diterima oleh generasi digital.

Ketiga, penelitian yang menyoroti dampak dakwah digital terhadap pemahaman dan perilaku keagamaan audiens, seperti penelitian Rejeki dkk. dalam Dakwah Video Pendek terhadap Pemahaman Nilai Islam Gen Z yang menemukan bahwa konten video pendek berpengaruh terhadap pemahaman nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Rejeki et al., 2024).

Selain itu, Nasution & Irma melalui Ketertarikan Mahasantri terhadap Konten Dakwah di TikTok juga menegaskan bahwa konsumsi dakwah digital didorong oleh kebutuhan informasi, hiburan, dan relevansi sosial. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji platform TikTok sebagai media dakwah dengan pendekatan yang komprehensif yang melibatkan perspektif mahasiswa, da'i, akademisi, dan pengamat media secara bersamaan, sehingga masih terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih mendalam (Nasution & Irma, 2025).

Penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) pada beberapa aspek penting. Pertama, penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada TikTok sebagai media dakwah yang saat ini menjadi platform populer di kalangan generasi muda. Kedua, penelitian ini tidak hanya melihat dari sisi audiens, tetapi juga melibatkan berbagai perspektif informan seperti mahasiswa, dai (konten kreator), akademisi, dan pengamat media sosial sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif. Ketiga, penelitian ini mengkaji dakwah digital tidak hanya dari aspek efektivitas penyebaran pesan, tetapi juga dari sisi kualitas pemahaman agama, tantangan literasi digital, serta hubungan antara dakwah digital dan pendidikan formal.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah di Universitas Islam Nusantara Al-Azhar Lubuklinggau, dengan fokus pada bagaimana TikTok dimanfaatkan sebagai media dakwah serta

dampaknya terhadap pemahaman agama mahasiswa. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan berbagai informan yang memiliki latar belakang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah menganalisis efektivitas dakwah melalui TikTok dalam membentuk pemahaman agama mahasiswa, serta mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, dan tantangan yang muncul dalam praktik dakwah digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung hanya menyoroti satu aspek, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih integratif dengan menggabungkan analisis konten, perspektif multi-informan, serta kajian literasi digital, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif dan berkualitas.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana TikTok dimanfaatkan secara optimal sebagai media dakwah serta pengaruhnya terhadap peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara holistik dan kontekstual, terutama dalam konteks dakwah digital di kalangan mahasiswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas mahasiswa dalam menggunakan

TikTok sebagai media dakwah, termasuk jenis konten yang diunggah dan interaksi yang terjadi. Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan yang dipilih secara purposif untuk mewakili berbagai sudut pandang. Subjek penelitian dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu informan utama, informan kunci, dan informan tambahan.

Penelitian ini melibatkan sejumlah informan kunci untuk menggali pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah. Informan utama terdiri dari empat mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah, yaitu MAA (semester 2), MU (semester 4), WC (semester 6), dan RA (semester 8), yang aktif menggunakan TikTok. Informan kunci adalah USB, seorang da'i dan kreator konten dakwah di TikTok. Sementara itu, informan tambahan mencakup dua akademisi, AG dan SU, serta seorang pengamat media sosial, IN. Seluruh informan dipilih secara purposif guna memperoleh perspektif mendalam dari sisi praktis, akademik, dan fenomena sosial dakwah digital.

Analisis data dilakukan secara induktif dengan mengikuti tahapan analisis kualitatif dari Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah digital berbasis media sosial, khususnya

TikTok.

## HASIL PENELITIAN

Seiring berkembangnya era digital, media sosial seperti TikTok telah menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan-pesan dakwah. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital menunjukkan respons yang unik terhadap konten-konten keagamaan yang mereka temukan di platform tersebut. Melalui wawancara mendalam dengan beberapa mahasiswa dan tokoh terkait, penelitian ini mengungkap berbagai pengalaman, pemahaman, serta dampak dakwah digital melalui TikTok dalam kehidupan keagamaan mereka. Berikut ini adalah hasil temuan yang diperoleh.

Berikut ini disajikan hasil wawancara dengan salah satu informan, yaitu MAA, mahasiswa semester 2

*“Saya cukup sering menonton konten dakwah di TikTok, terutama yang muncul di beranda (FYP) dan dirasa menarik. Saya memilih menonton karena penyampaiannya singkat, padat, serta menggunakan bahasa kekinian yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga lebih mudah dipahami. Setelah menonton, saya merasa lebih tenang dan termotivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Saya menyukai konten yang membahas hal-hal ringan namun berdampak, seperti adab dalam kehidupan sehari-hari karena mudah diaplikasikan. Menurutnya, konten dakwah di TikTok sangat membantu menjelaskan hal-hal kompleks secara sederhana dan visual. Saya juga pernah mempraktikkan ajaran yang*

*diperoleh, seperti menjaga lisan dan sholat tepat waktu. Kelebihan TikTok, menurut saya, terletak pada kemampuannya menyebarkan konten secara cepat dan luas. Namun, saya juga mencatat adanya kekurangan, seperti konten yang tidak valid karena lebih mengutamakan viralitas daripada substansi dakwah. Menurut penilaian saya kualitas konten dakwah di TikTok sangat bervariasi ada yang mendalam dan berbobot, tetapi juga ada yang dangkal dan minim sumber terpercaya. Meski tidak signifikan, saya mengakui ada peningkatan pemahaman agama, terutama kesadaran terhadap hal-hal kecil dalam ajaran Islam yang sebelumnya kerap saya abaikan”.*

Berdasarkan hasil wawancara, MAA menunjukkan bahwa TikTok menjadi media dakwah yang efektif baginya karena penyajian kontennya yang singkat, relevan, dan mudah dipahami. Ia merasakan ketenangan dan motivasi setelah menonton konten dakwah, khususnya yang membahas hal-hal sederhana namun berdampak seperti adab sehari-hari. Ia juga mengaplikasikan ajaran dari konten tersebut dalam kehidupan nyata, seperti menjaga lisan dan disiplin sholat. Meski menilai kualitas konten dakwah di TikTok beragam, ia mengapresiasi kemampuannya dalam menjangkau audiens luas secara cepat. Ia menekankan pentingnya kehati-hatian dalam menyaring informasi agar tidak terjebak pada konten yang dangkal atau tidak valid.

Selanjutnya wawancara kepada MU mahasiswa aktif semester 4.

*“Saya menonton konten dakwah di TikTok sekitar tiga hingga empat kali dalam seminggu, biasanya saat*

waktu luang. Saya tertarik karena durasinya singkat, mudah dipahami, dan sering muncul di beranda (FYP). Setelah menonton, saya merasa lebih tenang, tersentuh, dan termotivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Saya menyukai konten dakwah berbentuk storytelling atau kisah inspiratif karena mudah dicerna dan terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari. Konten dakwah di TikTok menurut saya menyampaikan nilai agama secara ringkas dan aplikatif, sehingga membantu memahami ajaran agama dengan lebih baik. Saya tidak hanya pernah, tetapi sering mempraktikkan ajaran dari konten tersebut, seperti memperbaiki niat ibadah, memperbanyak dzikir, dan menjaga hubungan sosial. Ia melihat TikTok sebagai platform dakwah yang efektif karena pendekatannya ringan, cepat, dan mampu menjangkau generasi muda. Namun, saya juga menyoroti kelemahan seperti kurangnya kredibilitas beberapa konten atau penyederhanaan materi agama secara berlebihan yang kadang menimbulkan perdebatan. Secara umum, saya menilai kualitas konten cukup baik, namun menekankan pentingnya selektivitas karena tidak semua bersumber dari pendakwah yang kompeten. Saya merasa termotivasi dan mengalami peningkatan pemahaman agama, terutama dalam kepekaan terhadap nilai-nilai Islam yang sederhana namun bermakna dalam kehidupan sehari-hari”.

Hasil wawancara dengan MU, mahasiswa semester 4, menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memiliki daya tarik tersendiri karena durasinya singkat, mudah dipahami,

dan sering muncul secara tidak sengaja di beranda pengguna. MU merasa konten tersebut mampu memberikan ketenangan batin dan motivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik, terutama melalui pendekatan storytelling yang inspiratif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Ia menilai TikTok efektif sebagai media dakwah karena menjangkau generasi muda secara cepat dan ringan. Meski demikian, ia menyoroti pentingnya selektivitas karena ada konten yang tidak kredibel atau terlalu menyederhanakan ajaran agama. MU juga mengaku rutin mempraktikkan nilai-nilai Islam dari konten tersebut, seperti memperbaiki niat ibadah dan menjaga hubungan sosial, serta merasakan peningkatan dalam kesadaran dan pemahaman keagamaannya.

Selanjutnya wawancara kepada WC mahasiswa aktif semester 6.

“Saya hampir setiap hari menonton konten dakwah di TikTok, terutama saat santai atau sebelum tidur, dengan konten yang sering muncul otomatis di FYP. Saya memilih konten dakwah di TikTok karena durasinya singkat, padat, mudah dipahami, serta penyampaiannya ringan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Setelah menonton, saya merasa tenang, termotivasi, dan kadang sedih ketika dakwah menyentuh sisi kesalahan pribadi. Saya menyukai konten dari pendakwah terkenal seperti Gus Baha, Ustadz Abdul Somad, dan Ustadz Adi Hidayat yang menggunakan sumber Al-Quran dan hadis serta kitab ulama, karena kajiannya mudah dipahami dan aplikatif. Menurut saya, dakwah TikTok membantu memahami inti

*ajaran agama secara praktis walaupun tidak runtut, dan saya pernah mempraktikkan beberapa amalan yang dipelajari dari konten tersebut. Kelebihan dakwah di TikTok adalah aksesibilitas kapan saja dengan durasi singkat serta algoritma yang menyesuaikan minat pengguna. Namun, saya juga menyadari adanya konten kurang valid atau berisi opini pribadi tanpa dasar kuat, yang kadang memicu perdebatan karena perbedaan pendapat ulama. Saya menilai kualitas konten sangat bervariasi tergantung narasumber, dan menghindari konten yang bertentangan dengan ajaran ahlu sunnah wal jama'ah. Secara keseluruhan, saya merasa pemahaman agama meningkat meski secara dasar dan singkat, dengan TikTok berperan sebagai pengingat harian yang relevan dengan kondisi hati dan kebutuhan belajar diri saya”.*

Temuan dari wawancara bersama WC bahwa WC rutin menonton konten dakwah di TikTok hampir setiap hari karena durasinya singkat, penyampaiannya ringan, dan sesuai dengan kehidupan sehari-hari. Ia mengapresiasi konten dari pendakwah ternama yang berbasis Al-Quran, hadis, dan kitab ulama, yang membantunya memahami inti ajaran agama secara praktis meskipun tidak mendalam. WC mengaku pernah mempraktikkan beberapa ajaran dakwah tersebut. Kelebihan TikTok adalah kemudahan akses, durasi singkat, dan algoritma yang menyesuaikan minat pengguna. Namun, ia juga menyadari adanya konten kurang valid dan berisi opini pribadi yang bisa menimbulkan perdebatan. Meski begitu, TikTok

membantu meningkatkan pemahaman agama WC secara dasar dan menjadi pengingat harian yang relevan dengan kondisi pribadinya.

Wawancara selanjutnya kepada RA, mahasiswa aktif semester 8.

*“Saya tidak secara intens menonton konten dakwah di TikTok, melainkan lebih sering menemukan potongan-potongan ceramah secara tidak sengaja saat membuka aplikasi tersebut, sedangkan untuk menonton ceramah penuh biasanya ia memilih YouTube. Menurut pandangan saya, konten dakwah di TikTok sebagai pengingat positif terutama bagi generasi muda yang sering menggunakan platform ini, namun mengharapkan konten dakwah yang disukai adalah yang menjelaskan materi secara terperinci dan bertahap agar tidak terjadi kesalahpahaman. Menurut saya, dakwah di TikTok memberikan pengetahuan agama secara potongan-potongan yang membantu memperkuat pemahaman meskipun tidak menyeluruh. Saya juga mengamati adanya quotes dan motivasi yang sering diingat dan dibagikan sebagai pengingat bersama. Kelebihan dakwah melalui TikTok menurut saya adalah jangkauan yang luas karena penggunaannya didominasi generasi Z dan milenial yang aktif scrolling hampir sepanjang hari. Namun, kendala yang ditemukan adalah adanya potongan video yang kadang memicu kesalahpahaman dan provokasi karena video diedit tanpa konteks lengkap. Meski demikian, secara umum kualitas konten dakwah di TikTok dinilai cukup baik dan mampu memotivasi penontonnya. Saya merasa pemahaman agamanya sedikit meningkat melalui konten*

*dakwah di TikTok sebagai pemantik untuk mendalami materi lebih lengkap di platform lain seperti YouTube.*

Hasil wawancara dengan RA menunjukkan bahwa meskipun ia tidak secara intens menonton konten dakwah di TikTok, potongan-potongan ceramah yang muncul secara tidak sengaja tetap memberikan pengingat dan motivasi positif. RA lebih memilih menonton ceramah lengkap di YouTube untuk pemahaman yang lebih mendalam. Ia menyukai konten dakwah yang disampaikan secara terperinci dan bertahap agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dakwah di TikTok dianggap efektif menjangkau generasi muda dengan durasi singkat dan jangkauan luas, namun ada kekhawatiran terhadap potongan video yang bisa menimbulkan provokasi atau salah paham. Secara umum, konten dakwah di TikTok dinilai cukup baik dan membantu meningkatkan pemahaman agama secara dasar sekaligus mendorong untuk belajar lebih lanjut di platform lain.

Selanjutnya hasil wawancara kepada USB Selaku Informan Kunci yang juga seorang da'i dan kreator konten dakwah di TikTok menunjukkan bahwa

*“Motivasi saya membuat konten dakwah di TikTok bermula saat berdakwah di Bogor dan bertemu para ulama serta kiyai yang menyarankan pendakwah muda masuk ke platform tersebut karena mayoritas penggunanya adalah anak SMA, SMP, dan mahasiswa yang sering terpapar media sosial. Materi dakwah yang saya sampaikan fokus pada hal-hal dasar seperti menjaga sholat,*

*larangan pacaran dan zina, dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar pesan bisa diterima luas tanpa membahas detail rumit. Strateginya adalah menggunakan bahasa yang rendah dan jelas tanpa istilah yang sulit, sementara fitur TikTok seperti musik viral jarang digunakan karena tidak selalu cocok dengan konten dakwahnya, lebih mengutamakan kualitas video, pencahayaan, dan tata bahasa yang menarik. Tantangan terbesar adalah menjaga popularitas agar tidak melenceng dari tujuan utama berdakwah, serta mengabaikan komentar negatif karena fokus utamanya adalah amanah menyampaikan pesan agama, bukan popularitas. Respons audiens beragam namun saya tidak terlalu memantau komentar karena prioritasnya di pondok pesantren, meskipun mendapatkan umpan balik positif berupa surat dan hadiah dari mereka yang terbantu kontennya. Keberhasilan dakwah di TikTok tidak diukur dari jumlah followers atau likes, melainkan keikhlasan dan keberlanjutan dakwah sebagai amanah. Saya berharap dakwah digital terus berkembang sebagai aset berharga, terutama untuk menjangkau anak muda agar pola pikir mereka lebih baik dan lebih memahami agama secara sederhana, serta berharap dapat memberikan manfaat meski hanya kepada sebagian kecil orang. Peran TikTok menurutnya sangat penting dalam meningkatkan pemahaman agama masyarakat khususnya mahasiswa karena platform ini memiliki jangkauan luas dan audiens yang besar dari kalangan muda.*

Dari wawancara dengan USB, ditemukan bahwa motivasi utama berdakwah di TikTok berasal dari dorongan para ulama untuk menjangkau generasi muda yang aktif di media sosial. USB memilih materi dakwah yang sederhana dan mendasar seperti pentingnya sholat serta larangan pacaran dan zina, dengan bahasa mudah dipahami agar pesan tersampaikan efektif. Strategi utamanya adalah menggunakan bahasa yang rendah dan jelas tanpa istilah rumit, serta mengutamakan kualitas visual konten dibanding mengikuti tren musik viral. Tantangan terbesar adalah menjaga konsistensi dakwah tanpa terdoda popularitas dan mengabaikan komentar negatif. USB tidak terlalu fokus pada respons atau jumlah pengikut, melainkan melihat dakwah sebagai amanah yang harus dijalankan dengan ikhlas. Harapannya dakwah digital terus berkembang dan mampu menjangkau lebih banyak anak muda untuk memperbaiki pola pikir dan pemahaman agama secara luas.

Kemudian wawancara bersama informan tambahan yaitu Dosen Prodi Manajemen Dakwah AG yang menyampaikan bahwa.

*“Saya melihat dakwah di era digital, khususnya melalui TikTok, sebagai media edukatif dan alternatif yang berpotensi positif jika digunakan dengan tepat, terutama untuk memperluas literasi informasi mahasiswa dan menjangkau daerah sulit dijangkau dai konvensional. Namun, dakwah di TikTok memiliki kekurangan seperti penyampaian informasi yang seringkali tidak utuh sehingga rawan salah tafsir, dan kurangnya interaksi langsung yang*

*bisa menghambat pembentukan karakter dan pemahaman mendalam. Dai atau konten kreator harus memperhatikan kualitas penyampaian, menyesuaikan bahasa dengan audiens, dan menghindari konten yang menimbulkan kontroversi agar dakwah bisa diterima secara luas dan tidak memecah masyarakat. Kualitas dakwah digital dinilai belum bisa menggantikan dakwah konvensional yang interaktif, seperti yang dilakukan Ustad Abdul Somad, sehingga media digital lebih sebagai alat bantu pendukung. Tantangan akademis meliputi kemampuan pengguna dalam memanfaatkan digital secara kritis tanpa kehilangan kemampuan berpikir mandiri, serta pengaruh negatif dari informasi yang salah atau setengah jadi. Pendidikan formal harus tetap mengedepankan pembiasaan dan pembentukan karakter secara langsung, sambil mengajarkan literasi digital agar mahasiswa tidak mudah terpengaruh konten negatif. Metode penelitian komparatif dianjurkan untuk menilai kelebihan dan kekurangan dakwah digital, dengan fokus pada kualitas dai sebagai faktor utama, bukan media itu sendiri. Rekomendasi saya adalah meningkatkan kualitas pribadi dai agar dakwah yang disampaikan melalui TikTok atau media digital lainnya menjadi lebih optimal dan bermanfaat bagi masyarakat luas”.*

Dari hasil wawancara dengan AG, diketahui bahwa dakwah melalui TikTok dipandang sebagai sarana alternatif yang efektif jika digunakan secara positif, terutama dalam memperluas literasi keagamaan di kalangan mahasiswa. AG menekankan pentingnya kualitas personal dai

dalam menyampaikan konten, bukan sekadar mengandalkan media, karena informasi yang disampaikan secara digital cenderung bersifat sepotong dan berisiko menimbulkan kesalahpahaman. Menurut AG, mahasiswa harus dibekali kemampuan literasi digital dan dasar keilmuan yang kuat agar tidak mudah terpengaruh oleh konten yang menyesatkan. Ia juga menyoroti pentingnya menyesuaikan konten dakwah dengan karakter audiens serta menjaga agar tidak menimbulkan kontroversi yang memecah masyarakat. Meskipun digitalisasi membawa kemudahan akses informasi, AG tetap menilai bahwa dakwah konvensional lebih optimal dalam membentuk karakter dan pemahaman mendalam karena adanya interaksi langsung. Oleh karena itu, pendidikan formal diharapkan mampu menjadi penyeimbang dalam menghadapi tantangan dakwah digital, dengan metode penelitian yang tepat seperti pendekatan komparatif untuk menilai efektivitas dan kualitas pesan keagamaan di media sosial.

Selanjutnya wawancara bersama dosen SU, beliau mengungkapkan bahwa.

*“Dakwah di era digital khususnya melalui TikTok berkembang sangat pesat dan efektif menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi Z, karena adanya interaksi dua arah melalui fitur komentar dan live. Kelebihan TikTok adalah jangkauan audiens yang luas, namun kekurangannya terletak pada minimnya peran guru dalam proses penyampaian ilmu, sehingga informasi yang diterima kadang tidak jelas kebenarannya. Media digital*

*sangat memengaruhi pemahaman keagamaan mahasiswa, karena mereka lebih sering mengakses konten keagamaan melalui gawai daripada mengikuti kajian langsung. Oleh karena itu, penting bagi dai atau konten kreator untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang benar, memperhatikan dalil, serta menyesuaikan konten dengan audiens yang luas agar tidak terjadi kesalahan pemahaman. Saya menilai kualitas dakwah di TikTok lebih menarik bagi anak muda dibandingkan dakwah konvensional yang lebih banyak diminati oleh kalangan ibu-ibu. Tantangan akademis dalam mengkaji dakwah digital adalah perlunya program kerja kampus berupa seminar atau kegiatan khusus untuk memperluas jaringan dakwah. Konten dakwah digital juga sangat memengaruhi perilaku keagamaan mahasiswa, karena mereka cenderung mengikuti tren yang berkembang di TikTok, termasuk dalam gaya berpakaian dan aktivitas keagamaan. Pendidikan formal dipandang lebih kuat dan ideal karena menyediakan interaksi langsung antara guru dan siswa, tidak seperti TikTok yang sifatnya lebih pasif dan tergantung pada individu. Penelitian yang efektif untuk mengkaji dakwah digital menurut saya adalah penelitian langsung terhadap materi yang disampaikan di TikTok dan respons audiens terhadapnya. SU merekomendasikan agar kampus mengorganisasi dakwah digital secara lebih sistematis, misalnya dengan menyiarkan langsung kegiatan keagamaan mahasiswa melalui TikTok, seperti praktik manasik haji dan umrah, agar masyarakat lebih*

*teredukasi melalui konten yang dikelola dengan baik”.*

Hasil wawancara dengan SU menunjukkan bahwa dakwah melalui TikTok sangat berpengaruh dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan kepada generasi muda karena sifatnya interaktif dan mudah diakses. TikTok dianggap lebih efektif menjangkau audiens luas dibandingkan dakwah konvensional, terutama dalam menarik perhatian mahasiswa. Namun, tantangan utamanya adalah kurangnya keterlibatan guru atau pendamping yang dapat memverifikasi kebenaran informasi, sehingga pendidikan formal masih dianggap penting untuk menyeimbangkan pengaruh dakwah digital. SU juga menekankan pentingnya metode penyampaian yang tepat, berbasis dalil, serta perlunya pengelolaan dakwah digital oleh institusi pendidikan agar lebih terarah dan berdampak, misalnya dengan menayangkan kegiatan keagamaan kampus secara live atau konten pendek yang edukatif di TikTok.

Selanjutnya hasil wawancara bersama Al-Ustadz IN seorang pengamat media sosial yang mengulas pola konsumsi media mahasiswa yang memberi wawasan tentang tren penggunaan TikTok sebagai media dakwah dan efektivitasnya. Menunjukkan bahwa.

*“Perkembangan dakwah melalui TikTok merupakan fenomena besar yang mempercepat penyebaran pesan keagamaan, terutama kepada generasi muda. Keunggulan utama dari dakwah digital adalah jangkauan luas dan kecepatan distribusi informasi, serta daya tarik visual yang mampu menggugah minat mahasiswa. Namun, kekurangannya terletak pada durasi*

*pendek yang sering membuat pesan tidak utuh, berisiko menimbulkan kesalahpahaman, apalagi jika disampaikan oleh orang yang tidak memiliki otoritas keilmuan. TikTok kerap menjadi pintu pertama bagi mahasiswa untuk mengenal agama, tetapi pemahaman yang diperoleh bersifat dangkal dan emosional jika tidak diimbangi dengan pendampingan lembaga pendidikan formal. Oleh karena itu, dai dan kreator konten perlu menyampaikan pesan berdasarkan referensi sahih, menjaga adab dakwah, serta memahami algoritma media sosial. Secara kualitas, dakwah TikTok masih belum sebanding dengan dakwah konvensional dalam hal kedalaman materi, sehingga sebaiknya digunakan sebagai pengantar atau motivasi. Tantangan akademis dalam meneliti efektivitas dakwah digital terletak pada cepatnya perubahan media sosial, keberagaman audiens, dan kompleksitas komunikasi. IN menyarankan pendekatan penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif untuk memahami dampak dakwah digital secara komprehensif. Untuk optimalisasi, ia merekomendasikan pelatihan keilmuan bagi kreator muslim dan peningkatan literasi digital bagi mahasiswa agar mereka mampu bersikap kritis terhadap konten keagamaan yang dikonsumsi. Pendidikan formal pun diharapkan responsif dan integratif dalam menyelaraskan kurikulum dengan perkembangan dakwah digital”.*

Hasil wawancara dengan IN mengungkap bahwa dakwah melalui TikTok menjadi fenomena besar dalam dunia digital yang mampu menyebarkan pesan agama secara

cepat dan luas, khususnya di kalangan mahasiswa. Media ini efektif menarik perhatian generasi muda, namun memiliki keterbatasan dari segi kedalaman materi dan validitas sumber karena durasi singkat dan tidak semua kreator memiliki kompetensi keilmuan. IN menekankan pentingnya pendampingan pendidikan formal agar pemahaman agama tidak dangkal atau keliru. Ia juga menyoroti perlunya pelatihan bagi konten kreator agar menyampaikan dakwah berdasarkan referensi sahih dan menjaga adab Islam, serta peningkatan literasi digital mahasiswa agar mampu menyaring konten secara kritis. Penelitian dakwah digital dinilai menantang karena cepatnya perubahan media sosial dan kompleksitas audiens, sehingga pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif disarankan untuk mengukur dampaknya secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan, temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah memiliki potensi besar dalam menjangkau generasi muda, khususnya mahasiswa, karena sifatnya yang cepat, menarik secara visual, dan mudah diakses. TikTok mampu menjadi pintu awal pengenalan nilai-nilai keagamaan dan memotivasi perubahan perilaku religius, meskipun sifatnya sering kali emosional dan tidak berkelanjutan tanpa pendampingan. Namun demikian, dakwah melalui TikTok juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan durasi yang menyebabkan kurangnya kedalaman materi, risiko kesalahpahaman akibat kurangnya literasi keagamaan, dan

munculnya konten dari kreator yang tidak memiliki otoritas keilmuan. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara pendidikan formal, lembaga dakwah, dan para konten kreator untuk memperkuat literasi digital dan keagamaan, serta memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan memiliki landasan ilmiah yang kuat dan disampaikan dengan cara yang sesuai dengan etika dakwah Islam.

Analisis konten dakwah yang dilakukan pada TikTok menunjukkan bahwa platform ini digunakan secara kreatif oleh para dai dan konten kreator untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan pendekatan yang ringan, singkat, dan visual menarik, sehingga lebih mudah diterima oleh generasi muda. Konten dakwah sering kali dikemas dalam bentuk motivasi, kutipan ayat atau hadits, nasihat harian, hingga respons terhadap isu-isu viral yang relevan dengan nilai-nilai Islam. Meskipun demikian, analisis juga menunjukkan bahwa tidak semua konten memiliki kedalaman materi atau validitas keilmuan yang memadai, bahkan beberapa di antaranya berpotensi menimbulkan kesalahpahaman jika tidak disertai referensi yang kuat dan penjelasan kontekstual. Selain itu, pola algoritma TikTok yang berbasis tren dapat mempengaruhi eksistensi konten dakwah, membuat sebagian kreator cenderung menyesuaikan gaya penyampaian demi viralitas ketimbang substansi keilmuan.

Namun demikian, penelitian ini juga mencatat adanya beberapa kendala seperti tantangan validitas konten dakwah yang tersebar di TikTok, di mana tidak semua konten

dibuat oleh individu yang memiliki latar belakang keilmuan agama yang memadai. Selain itu, durasi yang terbatas pada platform ini menyebabkan pesan-pesan dakwah sering kali disampaikan secara singkat dan tidak mendalam, sehingga berisiko menimbulkan pemahaman yang parsial atau bahkan keliru di kalangan audiens, khususnya mahasiswa yang baru mulai mengenal ajaran Islam. Tantangan lainnya adalah rendahnya literasi digital sebagian pengguna, yang menyebabkan mereka kesulitan membedakan antara konten dakwah yang sah dan yang sekadar bersifat opini pribadi. Dalam konteks akademik, kecepatan perkembangan media sosial dan keragaman karakteristik audiens juga menjadi hambatan dalam mengkaji efektivitas dakwah digital secara komprehensif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah yang efektif di kalangan mahasiswa, terutama dalam menarik perhatian dan menumbuhkan minat awal terhadap ajaran Islam. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas konten, kredibilitas penyampai dakwah, serta dukungan dari lembaga pendidikan formal dalam membimbing pemahaman keagamaan secara lebih mendalam dan berkelanjutan.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa dakwah melalui platform TikTok telah menjadi fenomena baru yang signifikan dalam menyebarkan pesan agama, khususnya di kalangan mahasiswa dan generasi muda.

TikTok memungkinkan penyebaran pesan dakwah dengan cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas, tanpa batasan geografis seperti dakwah tradisional khususnya di kalangan mahasiswa dan generasi muda. Temuan ini didukung oleh penelitian Fahrudy et al. dalam artikel *Dakwah Digital di TikTok untuk Generasi Z* yang menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media dakwah karena formatnya yang singkat dan visual menarik sehingga mudah diterima generasi muda (Fahrudy et al., 2026). Selain itu, penelitian Nasution & Irma dalam *Ketertarikan Mahasantri terhadap Konten Dakwah di TikTok* menegaskan bahwa mahasiswa tertarik pada konten dakwah karena kemudahan akses dan relevansi dengan kehidupan sehari-hari (Nasution & Irma, 2025).

Temuan mengenai kecepatan dan kemudahan akses menjadi faktor utama yang membuat dakwah digital efektif untuk menjangkau perhatian khalayak muda yang sehari-hari sudah akrab dengan media sosial juga sejalan dengan penelitian Akram et al., (2025) dalam *Peran Dakwah Digital dalam Mendorong Perubahan Sosial pada Generasi Z* yang menyatakan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan dakwah secara signifikan dibanding metode konvensional.

Namun demikian, keterbatasan durasi konten yang relatif pendek sering kali menyebabkan pembahasan dakwah menjadi kurang mendalam, sehingga potensi terjadinya kesalahpahaman atau pemahaman dangkal cukup besar jika tidak diimbangi oleh pendampingan dari ahli agama yang kredibel juga

didukung oleh penelitian Rejeki et al. dalam *Dakwah Video Pendek terhadap Pemahaman Nilai Islam Gen Z* yang menemukan bahwa konten singkat cenderung memberikan pemahaman parsial jika tidak diikuti kajian mendalam (Rejeki et al., 2024). Temuan ini menegaskan bahwa meskipun dakwah digital dapat berperan sebagai pengantar atau motivator awal, forum pembelajaran yang lebih formal dan struktural tetap dibutuhkan untuk memperdalam pemahaman agama. Selain itu Penelitian Wahyuni & Harahap dalam *Efektivitas Media Sosial dalam Dakwah Islam di Era Digital* juga menegaskan bahwa meskipun media sosial efektif sebagai sarana penyebaran pesan, kualitas pemahaman sangat bergantung pada kredibilitas sumber dan kemampuan literasi audiens (Wahyuni & Harahap, 2023)

Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa media digital berperan sebagai agen perubahan sosial yang cepat dan luas (McQuail, 2020), serta dengan studi sebelumnya yang mengamati pergeseran metode dakwah dari tradisional ke digital (Nasrullah, 2020). Namun, penelitian ini juga menyoroti kelemahan dakwah berdurasi pendek yang belum banyak dikaji dalam literatur sebelumnya, khususnya terkait risiko penyebaran informasi agama yang tidak utuh dan variatif kualitasnya. Hal ini melengkapi penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada aspek jangkauan dan aksesibilitas dakwah digital.

Secara praktis, hasil penelitian ini mengindikasikan perlunya pengembangan kapasitas para dai dan konten kreator dakwah untuk lebih memahami prinsip-prinsip literasi media dan metodologi penyampaian dakwah yang sesuai dengan kaidah agama. Selain itu, lembaga pendidikan formal seperti pesantren dan perguruan tinggi harus berperan aktif dalam mengintegrasikan pendidikan keagamaan dengan literasi digital agar mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga kritis dalam menerima informasi. Secara kebijakan, hasil ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program pelatihan konten dakwah digital yang berstandar keilmuan dan etika dakwah Islam, sekaligus mendorong kolaborasi antara lembaga pendidikan dan komunitas digital.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah informan yang terbatas dan fokus pada satu platform media sosial, yaitu TikTok, sehingga generalisasi hasil masih perlu kehati-hatian. Selain itu, sifat algoritma TikTok yang dinamis dan berubah-ubah menjadi tantangan dalam mengukur dampak jangka panjang dakwah digital secara konsisten. Penelitian ini juga terbatas pada sudut pandang mahasiswa sebagai audiens utama, sehingga belum menggali perspektif kelompok usia atau latar belakang yang berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang mendalam terhadap konsumsi media dakwah di kalangan mahasiswa melalui TikTok sebagai platform yang relatif baru dan belum banyak dieksplorasi. Penelitian ini menggabungkan analisis konten, wawancara dengan narasumber ahli,

dan tinjauan literasi media yang menyeluruh, sehingga memberikan gambaran komprehensif tentang kelebihan dan kekurangan dakwah digital yang berdurasi singkat. Rekomendasi strategis terkait pelatihan literasi bagi dai dan audiens juga menjadi kontribusi penting yang belum banyak diangkat dalam kajian dakwah sebelumnya.

Saran untuk Penelitian berikutnya dapat memperluas objek studi dengan mengkaji platform media sosial lain seperti Instagram, YouTube, atau Facebook untuk melihat perbedaan pola dakwah digital di berbagai kanal. Selain itu, studi longitudinal diperlukan untuk memantau perubahan perilaku keagamaan audiens dalam jangka panjang serta mengkaji efektivitas intervensi pelatihan literasi media bagi dai dan mahasiswa. Pendekatan multidisipliner yang melibatkan psikologi komunikasi dan studi agama juga dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika dakwah digital di era modern.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dakwah melalui TikTok merupakan fenomena penting dalam penyebaran pesan agama di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Platform ini menawarkan kecepatan dan jangkauan luas yang tidak dimiliki oleh metode dakwah tradisional, sehingga efektif dalam menarik minat awal audiens terhadap materi keagamaan. Namun, keterbatasan durasi dan variatifnya kualitas konten dapat menimbulkan pemahaman yang dangkal atau keliru tanpa pendampingan dari ahli agama

yang kredibel. Oleh karena itu, dakwah digital tidak dapat menggantikan peran pendidikan formal dan forum keilmuan yang mendalam. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi media bagi dai dan audiens, serta perlunya kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pelaku dakwah digital untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas konten dakwah di era media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q., & Mubarak, D. F. (2019). Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(2), 177–198.  
<https://doi.org/10.15575/anida.v19i2.7589>
- Akram, S. F. Z., Rizki, P. K., Khoriyah, S., Maulani, M. I., Al-Ghifari, H., Priyono, D., Suyani, S., & Widodo, D. (2025). Peran Dakwah Digital dalam Mendorong Perubahan Sosial di Kalangan Generasi Z. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 346–356.  
<https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.37939>
- Fahrudy, D., Haryani, E. R. ., Rahman, N. N. A. ., & Parhan, M. . (2026). Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk Generasi-Z. *AD-DA'WAH*, 24(1), 15–30.  
<https://doi.org/10.59109/addawah.v24i1.148>

- Fuad, A. F. N. (2019). Modernity and The Islamists Notion of Active Da'wa. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 15(2), 187–202. <https://doi.org/10.18196/AIJIS.2019.0102.187-202>
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *Ilmu Al-Qur'an (IQ): Jurnal Pendidikan Islam*, 5(02), 227–240. <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 148–158. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468>
- McQuail, D. (2020). *McQuail's Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Nasrullah, M. (2020). *Literasi Media Digital Dan Tantangan Dakwah Di Era Modern*. Prenada Media Grup.
- Nasution, B. R., & Irma, A. (2025). Dakwah Islam Di Era Digital: Studi Tentang Ketertarikan Mahasantri Akademi Dakwah Indonesia (Adi) Aceh Terhadap Konten Dakwah Di Tiktok. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/10.38214/jurnal-dawahstidnatsir.v8i2.345>
- Parhan, M., Riezky, P., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media: (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki). *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 175–196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Rejeki, A. S., Prayoga, M. A. K., Al-fauzan, M. A., Anzani, S. R., Alzena, T., & Suresman, E. (2024). Dakwah Video Pendek: Sebuah Analisis Peranan Dakwah Digital terhadap Pemahaman Nilai-Nilai Islam bagi Gen Z. *Jurnal Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia*, 3(2), 27–32. <https://share.google/LooAOQw436Q6OYTN7>
- Ritonga, A. R., Dalimunthe, M. A., Veronica, A., Ginting, L. d. c. U., Nur'aini, N. (2023). The Effectiveness of Social Media As A Promotional Medium Of The University Of Sumatera Utara (USU) Library. *TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*. 6(2). 15-20. <https://talentaconfseries.usu.ac.id/>
- Suharyono, Y. (2022). Bridging Digital Communication Amongst Digital Natives. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i1.423>

- Supriadi, S., & Purwanto, M. R. (2019). Religious Learning with Social Media and Its Implication for Understanding Religion. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 8(6), 352–354.  
<https://doi.org/10.35940/ijeat.F1056.0986S319>
- Wahyuni, R., & Harahap, R. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital: Study Literature Review. *An-Nadwah*, 29(2), 162–172.  
<http://dx.doi.org/10.37064/an-nadwah.v29i2.18571>