

The Concept of Preaching to Adolescents in the Era of Gadget Society

Abu Risky

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia
2208052063@webmail.uad.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received: August 22, 2025

Accepted: September 6, 2025

Published: September 8, 2025

DOI : 10.20885/abhats.vol6.iss2.art6
PP : 173-186

Keywords:

Da'wah; Youth; Digital; Media; Ethics

ABSTRACT

This study discusses the concept of da'wah (Islamic preaching) directed toward adolescents in the era of the gadget society, which is characterized by a high dependence on digital technology and social media. Adolescents represent an age group that is highly vulnerable to external influences, both positive and negative, making the right approach to da'wah particularly important. This research employs a literature review method to identify relevant da'wah strategies within the digital context. The findings indicate that social media plays a strategic role in disseminating Islamic values to adolescents through various forms of content such as writings, videos, podcasts, and direct interaction. Digital da'wah enables two-way communication, facilitates the clarification of teachings, and fosters emotional closeness between da'i (preacher) and mad'u (audience). Furthermore, this study emphasizes the need for collaborative da'wah, responsive monitoring of audiences, and the strengthening of religious education through creative and educational digital media. The novelty of this research lies in the integration of multimodal approaches, case studies of youth communities, the application of social theory, and the direct involvement of adolescents in determining the effectiveness of da'wah. Thus, da'wah in the digital era is not only a medium for delivering information but also an essential instrument in shaping the morals, identity, and spiritual awareness of adolescents.

Konsep Berdakwah pada Remaja di era Gadget society

ABSTRAK

Kata kunci:

Dakwah; Remaja; Digital; Media; Akhlak

Penelitian ini membahas konsep dakwah kepada remaja di era gadget society yang ditandai dengan ketergantungan tinggi pada teknologi digital dan media sosial. Remaja merupakan kelompok usia yang rentan terhadap pengaruh eksternal, baik positif maupun negatif, sehingga pendekatan dakwah yang tepat menjadi sangat penting. Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk mengidentifikasi strategi dakwah yang relevan dalam konteks digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam penyebaran nilai-nilai islam kepada remaja melalui berbagai bentuk konten, seperti tulisan, video, podcast, dan interaksi langsung. Dakwah digital memungkinkan komunikasi dua arah, memfasilitasi klarifikasi ajaran, serta membangun kedekatan emosional antara da'i dan mad'u. Selain itu, penelitian menekankan perlunya dakwah kolaboratif, pemantauan responsif terhadap audiens, serta penguatan pendidikan agama berbasis media digital yang kreatif dan edukatif. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi pendekatan multimodal, studi kasus komunitas remaja, penerapan teori sosial, serta keterlibatan langsung remaja dalam menentukan efektivitas dakwah. Dengan demikian, dakwah di era

digital bukan hanya sarana penyampaian informasi, tetapi juga instrumen penting dalam pembentukan akhlak, identitas, dan kesadaran spiritual remaja.

A. PENDAHULUAN

Berdakwah merupakan salah satu cara untuk menyebarkan ajaran agama dan nilai-nilai moral kepada masyarakat, termasuk di kalangan remaja. Dalam konteks remaja, berdakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi agama, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membentuk karakter, identitas, dan perilaku positif. Remaja, yang berada pada fase transisi antara kanak-kanak dan dewasa, sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, pendekatan berdakwah yang efektif dan relevan sangat penting untuk membantu mereka memahami dan menginternalisasi nilai-nilai agama (Yuliasih, 2022).

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar; mereka adalah orang-orang yang beruntung.” [Ali Imran/3 : 104]

Konsep dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da’i (komunikator) kepada mad’u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan human oriented menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia. Seperti yang termaktub dalam Al-Qur’an :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Serulah (manusia) kepada jalan Rabbmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik.” [An-Nahl/16 : 125]

Perkembangan budaya barat dan teknologi yang semakin maju membuat para remaja sangat sensitif terhadap penyimpangan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini merupakan era “*gadget society*”. Sifatnya membuat orang merasa nyaman, Namun era ini juga membawa dampak yang besar terhadap perubahan sikap dan perilaku manusia. Di era digital saat ini, remaja menghadapi tantangan baru akibat perkembangan teknologi dan penggunaan gadget yang meluas. Gadget society, yang ditandai dengan ketergantungan pada perangkat elektronik, membawa dampak signifikan terhadap perilaku dan pola pikir remaja. Seperti Kecanduan Media Sosial Remaja sering kali menghabiskan waktu berlebihan di media sosial, yang dapat mengganggu konsentrasi dan interaksi sosial yang sehat (Usman, 2016). Pengaruh Negatif Konten Digital Paparan terhadap konten yang tidak sesuai, seperti kekerasan dan pornografi, dapat mempengaruhi nilai dan perilaku remaja. Isolasi Sosial Meskipun terhubung secara virtual, banyak remaja yang

mengalami kesepian dan isolasi karena kurangnya interaksi tatap muka. Identitas dan Perbandingan Sosial Media sosial dapat memicu perbandingan sosial yang merugikan, menyebabkan rendahnya rasa percaya diri dan kecemasan (Kahfi & Zuliana, 2022).

Di era yang semakin menuntut ini, banyak aktivitas manusia yang digantikan oleh mesin. Hal ini menunjukkan bahwa pemikiran manusia semakin maju sehingga memungkinkan kita menciptakan alat-alat yang canggih dan modern. Semakin maju ilmu pengetahuan manusia, maka semakin besar pula perkembangan teknologi maju yang diciptakan manusia. Kecanggihan teknologi secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi perkembangan moral (Uddin & Muhid, 2021).

Penelitian ini mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam bidang dakwah dan komunikasi di era Society 5.0 sebuah fase transformasi yang menyatukan dunia fisik dan digital melalui kemajuan teknologi. Media sosial menjadi sarana strategis bagi para da'i, pemuka agama, dan umat dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan heterogen. Dalam ranah dakwah, platform ini memfasilitasi penyampaian pesan-pesan keagamaan, ceramah, serta materi edukasi spiritual secara lebih efektif. Selain itu, fitur interaktifnya memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah berupa tanya jawab, diskusi, dan klarifikasi, yang mendukung pendalaman pemahaman keagamaan. Media sosial juga dimanfaatkan untuk penggalangan dana keagamaan dan kegiatan sosial, serta sebagai medium informasi terkait agenda-agenda keagamaan (Efendi et al., 2023).

Konsep berdakwah pada remaja mencakup berbagai pendekatan dan strategi yang dirancang untuk menyampaikan ajaran Islam kepada generasi muda. Remaja, sebagai fase transisi dari kanak-kanak menuju dewasa, mengalami banyak perubahan fisik dan psikologis, yang menjadikan mereka kelompok yang rentan terhadap pengaruh eksternal. Oleh karena itu, dakwah yang efektif sangat penting untuk membentuk karakter dan akhlak mereka.

Studi kasus beberapa komunitas remaja masjid, Komunitas dakwah dan lain-lain Mereka awalnya terdiri dari kelompok kecil yang berkumpul setiap hari. Namun, aktivitas komunitas ini lebih banyak beralih ke dunia digital seiring berkembangnya media sosial: membuat konten dakwah singkat di Instagram, berbagi kutipan inspiratif di grup WhatsApp, dan mengadakan rapat Zoom online. Mereka menghadapi masalah karena terganggu oleh perangkat elektronik, seperti game online, hiburan di TikTok, dan arus budaya populer yang seringkali bertentangan dengan nilai agama, meskipun mereka tetap aktif di internet. Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan gagasan dakwah baru yang sesuai dengan karakter digital asli.

Masa remaja merupakan fase kehidupan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, dari usia 10 hingga 19 tahun. Masa remaja merupakan tahap perkembangan manusia yang unik dan masa penting dalam meletakkan dasar-dasar kesehatan yang baik (Risky, Abu, 2024). Remaja mengalami pertumbuhan fisik, kognitif, dan psikososial yang pesat. Hal ini memengaruhi cara mereka merasa, berpikir, membuat keputusan, dan berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka, di dalam al-Qur'an masa muda disebutkan dengan fase *Quwwah* inilah yang disebutkan oleh para ulama usia muda adalah masa fit (semangat) untuk beramal. Oleh karena itu, manfaatkanlah dengan sebaik-baiknya. (Nurfitri et al., 2021).

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ ضَعْفٍ ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ ضَعْفٍ قُوَّةً ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ ضَعْفًا وَشَيْبَةً يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ وَهُوَ

الْعَلِيمُ الْقَدِيرُ

“Allah, Dialah yang menciptakan kamu dari keadaan lemah, kemudian Dia menjadikan (kamu) sesudah keadaan lemah itu menjadi kuat, kemudian Dia menjadikan (kamu) sesudah kuat itu lemah (kembali) dan beruban. Dia menciptakan apa yang dikehendakinya dan Dialah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Kuasa.” (QS. Ar Ruum: 54)

Ibnu Katsir mengatakan, “(Dalam ayat ini), Allah Ta’ala menceritakan mengenai fase kehidupan, tahap demi tahap. Awalnya adalah dari tanah, lalu berpindah ke fase nutfah, beralih ke fase ‘alaqoh (segumpal darah), lalu ke fase mudh-goh (segumpal daging), lalu berubah menjadi tulang yang dibalut daging. Setelah itu ditiupkanlah ruh, kemudian dia keluar dari perut ibunya dalam keadaan lemah, kecil dan tidak begitu kuat. Kemudian si mungil tadi berkembang perlahan-lahan hingga menjadi seorang bocah kecil. Lalu berkembang lagi menjadi seorang pemuda, remaja. Inilah fase kekuatan setelah sebelumnya berada dalam keadaan lemah. Lalu setelah itu, dia menginjak fase dewasa (usia 30-50 tahun). Setelah itu dia akan melewati fase usia senja, dalam keadaan penuh uban. Inilah fase lemah setelah sebelumnya berada pada fase kuat. Pada fase inilah berkurangnya semangat dan kekuatan. Juga pada fase ini berkurang sifat lahiriyah maupun batin. Oleh karena itu, Allah Ta’ala berfirman (yang artinya), “kemudian Dia menjadikan (kamu) sesudah kuat itu lemah (kembali) dan beruban”(Tahqiq: Prof. Dr. Hikmat bin Basyir bin Yasin., n.d.).

Dakwah berperan penting dalam Pembentukan Akhlak, Dakwah dapat membantu remaja mengembangkan moral dan etika yang baik. Melalui berbagai metode, seperti ceramah, diskusi, dan keteladanan, remaja diajak untuk memahami nilai-nilai Islam. Pengurangan Perilaku Menyimpang Dengan pendekatan dakwah yang tepat, remaja dapat diarahkan untuk menjauhi perilaku negatif seperti narkoba, perjudian, dan kenakalan lainnya. Metode seperti pembinaan kelompok seni atau kegiatan positif lainnya terbukti efektif dalam mengurangi perilaku menyimpang. Pendidikan Agama Dakwah juga berfungsi sebagai sarana pendidikan agama yang mendalam, membantu remaja memahami ajaran Islam dan aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari (Hanafi & Ali, 2023).

Kebaruan dalam Penelitian Ini, Penelitian ini berusaha untuk menggali konsep berdakwah yang adaptif dan relevan dengan kondisi remaja di era gadget society. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada Pendekatan Multimodal Mengintegrasikan berbagai media digital dalam strategi berdakwah, seperti video, podcast, dan aplikasi mobile untuk menarik perhatian remaja. Studi Kasus Menganalisis bagaimana komunitas remaja yang aktif dalam dakwah dapat mengurangi dampak negatif dari gadget society (Risky & Perawironegoro, 2024). Penerapan Teori Sosial yaitu Menggunakan teori-teori sosial untuk memahami dinamika interaksi remaja dalam konteks berdakwah dan penggunaan teknologi. Feedback Langsung dengan Mengumpulkan umpan balik dari remaja tentang bentuk dakwah yang paling efektif dan menarik bagi mereka, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan konten dakwah di platform digital (Hamdan & Mahmuddin, 2021).

Dengan memahami tantangan dan mengadaptasi metode berdakwah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pembentukan karakter remaja serta meminimalisir dampak negatif dari gadget society.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan Literature review maksudnya adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis hasil-hasil penelitian yang

relevan dari sumber-sumber tertulis atau literatur yang ada (Risky et al., 2023). Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer melalui eksperimen atau survei, tetapi mengkaji data atau informasi yang sudah ada untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik tertentu. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, tren, teori, dan temuan penelitian sebelumnya dalam bidang studi tertentu (Najib, 2021).

Teori Habitus Pierre Bourdieu sangat relevan dalam menelaah Penelitian ini, Habitus remaja di era digital dibentuk oleh lingkungan sosial yang menekankan kecepatan, hiburan, dan interaksi virtual. Dakwah perlu hadir dengan menyesuaikan habitus ini tanpa kehilangan substansi, misalnya melalui e-sport dakwah competition, podcast Islami, atau challenge kebaikan di media sosial. Dengan pendekatan ini, agama tidak dipersepsikan sebagai hal kaku, melainkan hadir di ruang keseharian remaja.

Metode penelitian literatur review, juga dikenal sebagai tinjauan pustaka, merupakan sebuah metode penelitian sekunder yang digunakan untuk melakukan identifikasi, evaluasi, dan sintesis hasil-hasil penelitian yang relevan dengan topik tertentu. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran lengkap tentang status terkini dari pengetahuan dan penelitian di bidang yang sedang diteliti (Nurdianzah et al., 2023).

C. PEMBAHASAN

Dalam berdakwah di era *Gadget society* kepada remaja khususnya di Indonesia perlu strategi dan konsep dakwah yang baik. Konsep dan strategi dakwah sudah dijelaskan Allah Swt dalam Al-Qur'an surah Al-Nahl ayat 125, di dalam ayat tersebut Allah mengajarkan kepada Manusia yang hendak berdakwah hendaknya menyampaikan dakwahnya dengan Hikmah, maksudnya adalah dengan mengandung kebenaran yang bermakna, kemudian bil Mau'idhoh hasanah, yaitu dengan kalimat yang mengandung kebaikan, disampaikan dengan cara yang baik, dapat dihayati dan dapat diamalkan dalam kehidupan (Ahmed Al Khalidi, 2021).

Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologi bersala dari bahasa arab yaitu da''a, yad''u, da''watan, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon. Sedangkan secara terminology dakwah adalah mengajak atau menyeru kepada orang lain masuk ke dalam jalan Allah Swt. Dakwah terbagi menjadi beberapa:

Dakwah bil al-kitab

Merupakan metode menyampaikan ajaran Islam melalui media tulisan, baik dalam bentuk cetak, digital, maupun daring. Media yang digunakan dapat berupa surat kabar, majalah, buletin, jurnal, buku, dan platform internet lainnya. Penyampaian dakwah melalui tulisan ini dikenal juga dengan istilah dakwah bi al-qalam, yang mencakup berbagai bentuk karya tulis seperti artikel keislaman, sesi tanya jawab hukum Islam, rubrik dakwah, kolom pendidikan agama, kisah atau cerita bernuansa religius, cerpen Islami, puisi spiritual, khutbah yang dipublikasikan, pamflet dakwah, serta buku-buku keagamaan dan bentuk tulisan lainnya (Allisa & Triyono, 2023).

Menurut Samsul Munir Amin, dakwah bi al-qalam mencakup berbagai bentuk tulisan seperti artikel keislaman, sesi tanya jawab mengenai hukum Islam, rubrik dakwah dan pendidikan agama, kolom-kolom bertema Islam, kisah religius, cerpen bernuansa Islami, puisi keagamaan, khutbah yang dipublikasikan, pamflet dakwah, hingga buku-buku keislaman dan

jenis tulisan lainnya(Risky & Husain, Andi Musthafa, 2024).

Sementara itu, menurut Suf Kasman, dakwah melalui tulisan pada dasarnya bertujuan menyampaikan pengetahuan tentang Allah, ciptaan-Nya, dan kehidupan akhirat sebagai nilai-nilai kekekalan hidup. Metode dakwah ini merupakan bentuk penyampaian tertulis melalui media cetak yang dianggap relevan dalam menjawab dinamika dan tantangan zaman modern seperti saat ini(Parhan et al., 2022).

E-Dakwah

E-Dakwah adalah proses dakwah yang dilakukan melalui media cetak. Di tengah kemajuan teknologi informasi yang memungkinkan komunikasi semakin cepat dan luas, penyampaian pesan dakwah lewat tulisan menjadi semakin penting dan strategis. Oleh karena itu, media tulis harus dimaksimalkan agar wacana keislaman tetap hidup, berkembang, dan memenuhi kebutuhan umat di era digital(Mauludi et al., 2022).

Selain menggunakan tulisan, metode dakwah digital atau e-dakwah kini menjadi alternatif yang relevan seiring dengan perkembangan zaman yang mempengaruhi ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi. Kemajuan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk beraktivitas secara virtual. Akses terhadap informasi melalui internet menjadi semakin mudah dan luas(Marti et al., 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami lompatan besar yang memungkinkan penyebaran informasi tanpa batas, termasuk dalam hal keagamaan. Media digital telah menjadi alat komunikasi utama yang mencerminkan budaya masyarakat masa kini. Kehadiran platform virtual memungkinkan penyampaian pesan secara cepat dan efisien, menjadikan ilmu agama lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan dalam waktu singkat.

Efektivitas dakwah di era digital menjadi lebih terasa, terutama bagi masyarakat yang terbiasa dengan teknologi, seperti generasi muda. Dakwah kini dapat dilakukan secara lebih fleksibel, tanpa terhalang oleh batasan ruang dan waktu. Dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan sosial, media virtual memegang peranan penting sebagai sarana penyebaran nilai-nilai agama dan budaya yang relevan dengan kondisi masyarakat modern(Shafa Tasya Kamilah et al., 2023).

E-Dakwah merupakan pendekatan modern dalam menyampaikan pesan-pesan Islam dengan tujuan agar jangkauan dakwah menjadi lebih luas dan berdampak lebih besar. Secara substansi, misi dakwah yang dilakukan melalui media digital tetap sejalan dengan tujuan dakwah konvensional. Meski demikian, E-Dakwah bukanlah metode yang berdiri terpisah atau bersifat mandiri, melainkan saling melengkapi dengan bentuk dakwah tradisional. Dengan kata lain, kehadiran E-Dakwah berfungsi sebagai penguat bagi aktivitas dakwah di dunia nyata serta memperkuat esensi dari dakwah itu sendiri(Yu et al., 2022).

Merespons dinamika zaman, Fathul Wahid mengemukakan tiga alasan utama yang menjadikan E-Dakwah sangat relevan dan urgen dalam penyebaran ajaran Islam(Rahmdani & Amalia, 2023).

1. komunitas Muslim kini telah tersebar luas di berbagai penjuru dunia, dan internet menjadi media yang praktis serta ekonomis untuk menjalin komunikasi dan membangun jaringan antarumat Islam secara global.
2. Dominasi pemberitaan yang tidak berimbang dari berbagai media Barat tentang Islam memerlukan upaya pelurusan citra melalui media daring, yang memungkinkan penyebaran pemikiran-pemikiran Islam yang rasional, mencerahkan, dan penuh nilai

ketuhanan kepada khalayak dunia.

3. Pemanfaatan internet sebagai media dakwah menunjukkan bahwa umat Islam mampu beradaptasi dengan perkembangan peradaban modern, selama hal tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akidah Islam.

Dakwah on Environmental Awareness

Abdul Muhari, selaku Kepala Pusat Data, Informasi, dan Komunikasi Kebencanaan BNPB, menyampaikan bahwa selama tahun 2024 telah terjadi sebanyak 2.107 peristiwa bencana di Indonesia. Angka ini menunjukkan penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2023 yang mencatat sekitar 5.400 kejadian bencana.

Jumlah korban jiwa tertinggi sepanjang tahun 2024 tercatat pada bulan Maret, Mei, dan November. Pada Maret 2024, banjir bandang dan tanah longsor melanda Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatra Barat. Sementara itu, pada Mei 2024, bencana yang paling menonjol adalah banjir lahar di wilayah yang sama, menewaskan 56 orang, dengan 10 lainnya dinyatakan hilang dan diduga meninggal, sehingga total korban mencapai 66 jiwa. Di bulan November 2024, bencana tanah longsor, cuaca ekstrem, serta banjir lahar kembali terjadi dan menelan korban hingga 62 orang (Andi Khalbi et al., 2025).

Islam seharusnya memberikan perhatian serius terhadap isu lingkungan hidup. Sayangnya, hal ini masih menjadi pekerjaan rumah yang belum optimal direalisasikan. Berdasarkan laporan dari Kompas.com, kondisi lingkungan saat ini mencerminkan bahwa kepedulian terhadap alam masih terpinggirkan. Oleh karena itu, penulis menilai pentingnya menyuarakan dakwah tentang pelestarian lingkungan hidup dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang mendesak.

Relevansi Teori Habitus pada Dakwah di era Society 5.0

Teori habitus diciptakan oleh Pierre Bourdieu (1930–2002) untuk membantu memahami bagaimana pengalaman hidup dan struktur sosial memengaruhi cara seseorang berpikir, berperilaku, dan bertindak. Sistem disposisi yang tertanam dalam diri seseorang disebut habitus. Ini mencakup kebiasaan, gaya hidup, cara berpikir, dan preferensi yang dibentuk melalui interaksi sosial yang lama (Bourdieu, 1984). Habitus adalah hasil internalisasi dari lingkungan sosial, budaya, dan ekonomi seseorang, yang memandu tindakan mereka secara spontan (Mustikasari et al., 2023).

Habitus, menurut Bourdieu, tidak bekerja sendiri. Ia selalu berhubungan dengan ranah, atau lapangan, yang merupakan arena sosial di mana orang berinteraksi, bersaing, dan menghasilkan makna. Lapangan ini memiliki modal, yang dapat berupa modal sosial (jaringan, keterampilan), budaya (pengetahuan, keterampilan), ekonomi, atau simbolik (prestise, pengakuan). Oleh karena itu, perilaku yang ditunjukkan oleh remaja di era teknologi masyarakat tidak dapat dilepaskan dari kebiasaan digital yang dibentuk oleh lingkungan sosial-budaya mereka.

Di era Society 5.0, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam dakwah dan komunikasi keagamaan. Platform digital ini memungkinkan para tokoh agama dan komunitas keagamaan menjangkau khalayak yang lebih luas, menyebarkan ajaran agama, serta menyediakan materi pembelajaran keagamaan. Selain itu, media sosial juga menjadi ruang interaktif untuk berdiskusi dan bertukar gagasan di antara para pengikut. Hal ini mendukung terbentuknya jejaring yang kuat dan inklusif dalam memperluas serta memperkuat nilai-nilai spiritual di tengah masyarakat yang semakin terdigitalisasi (Alvizar Dayusman et al., 2023).

Di era Society 5.0, media sosial memainkan peran strategis dalam dakwah dan komunikasi karena kemampuannya menyebarkan pesan keagamaan secara cepat dan luas. Melalui platform

digital ini, para dai atau pendakwah dapat menjangkau audiens yang lebih besar, membangun interaksi langsung, serta menyampaikan nilai-nilai agama dan kemanusiaan secara efektif. Integrasi antara manusia dan teknologi dalam era ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang sangat potensial untuk memperluas pengaruh dakwah dan menyebarkan ajaran yang inklusif.

Kaplan dan Haenlein (2010) mengklasifikasikan media sosial ke dalam enam jenis, yaitu platform kolaboratif seperti Wikipedia, blog dan microblog seperti Twitter, media berbagi konten seperti YouTube, jejaring sosial seperti Facebook, dunia permainan daring seperti World of Warcraft, serta dunia maya sosial seperti Second Life. Sementara itu, O'Reilly (2011) memasukkan Facebook, Tik tok, Twitter, dan YouTube ke dalam kategori jejaring sosial secara umum. Dari berbagai jenis media sosial tersebut, beberapa di antaranya yang paling sering digunakan oleh masyarakat dan memiliki potensi besar untuk dijadikan sarana dakwah adalah jejaring sosial online, blog, grup mailing list, serta platform berbagi video seperti YouTube (Mazaya, 2022).

Strategi efektif Media sosial dalam dakwah kepada remaja di Era society 5.0

1. Konten Beragam Hadirkan berbagai konten menarik (tulisan, gambar, video, podcast) untuk audiens yang beragam.

Penyajian konten dakwah dalam format yang beragam seperti tulisan, gambar, video, dan podcast merupakan pendekatan strategis dalam komunikasi digital, terutama di era Society 5.0. Remaja sebagai digital native memiliki preferensi terhadap konten yang bersifat visual, interaktif, dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Oleh karena itu, penggunaan multimodal content menjadi penting untuk menjangkau dan menyentuh aspek afektif, kognitif, serta behavioral audiens muda (Kahfi & Zuliana, 2022).

Menurut Mayer (2005) dalam teori Multimedia Learning, informasi akan lebih efektif dipahami dan diingat apabila disampaikan melalui kombinasi teks dan visual (gambar, animasi, video). Selain itu, Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang adaptif terhadap perilaku dan preferensi audiens mampu meningkatkan keterlibatan (engagement) dan efektivitas penyampaian pesan.

Lebih lanjut, dalam konteks dakwah, Hafied Cangara (2012) menekankan bahwa penggunaan media yang sesuai dengan karakteristik mad'u (audiens dakwah) akan meningkatkan keberterimaan pesan keagamaan. Remaja, misalnya, lebih responsif terhadap pesan yang dikemas secara kreatif, inspiratif, dan disampaikan melalui medium yang mereka konsumsi setiap hari seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts (Nurfitri et al., 2021).

2. Interaksi Langsung Gunakan live streaming dan sesi tanya jawab untuk interaksi langsung.

- a. Live Streaming sebagai Sarana Dakwah

Penggunaan siaran langsung (melalui platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan lainnya) memberikan kesempatan bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan agama secara langsung dan waktu nyata. Hal ini memberikan kesan yang lebih nyata dan relevan, terutama bagi kalangan remaja yang cenderung

menyukai informasi yang cepat dan up to date. Dalam pandangan Gunther R. Kress (2010) melalui teori Multimodal Communication, bentuk komunikasi yang mengombinasikan unsur visual, audio, dan interaktif dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran serta keterlibatan emosional audiens.

b. Interaktif Melalui Sesi Tanya Jawab (Q&A):

Penyediaan sesi tanya jawab dalam dakwah digital memberikan ruang dialogis bagi remaja untuk mengajukan pertanyaan seputar persoalan keagamaan yang mereka hadapi dalam keseharian. Pendekatan ini sesuai dengan konsep komunikasi dakwah dialogis sebagaimana dijelaskan oleh Deddy Mulyana (2005), yang menekankan bahwa komunikasi dalam dakwah seharusnya terbuka, komunikatif, dan tidak bersifat satu arah atau otoriter.

c. Aspek Edukatif dan Inklusif:

Sesi Q&A secara langsung tidak hanya menjadi media klarifikasi terhadap ajaran Islam, tetapi juga menjadi sarana edukatif yang memungkinkan pendalaman materi keagamaan dengan pendekatan yang mudah dipahami. Di sisi lain, pendekatan ini mencerminkan semangat inklusivitas karena mampu menjangkau kalangan yang sebelumnya sulit hadir secara fisik dalam kegiatan dakwah, termasuk remaja dari daerah terpencil atau komunitas minoritas digital.

d. Urgensi Dakwah Digital bagi Generasi Muda

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sebagian besar pengguna internet di Indonesia merupakan kalangan remaja yang sangat aktif di media sosial dan terbiasa menggunakan fitur siaran langsung. Oleh sebab itu, dakwah yang memanfaatkan fitur live streaming dan sesi interaktif menjadi lebih kontekstual, mudah diakses melalui perangkat mobile, dan menarik bagi audiens muda (Rahmdani & Amalia, 2023).

3. Kolaborasi Komunitas Gabungkan komunitas agama untuk promosikan toleransi.

a. Dakwah Kolaboratif sebagai Sarana Mewujudkan Toleransi Sosial

Sebagaimana dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) dalam *The Social Construction of Reality*, realitas dalam masyarakat dibentuk secara dinamis melalui proses interaksi dan dialog yang berlangsung terus-menerus. Maka, membangun komunikasi antar komunitas agama melalui platform dakwah digital dapat menghasilkan kesepahaman sosial yang mendukung terciptanya masyarakat yang lebih inklusif dan damai.

b. Urgensi Kolaborasi Lintas Komunitas dalam Dakwah Digital

Kemitraan antara komunitas lintas agama dalam ruang digital dapat diimplementasikan melalui forum diskusi, kampanye toleransi di media sosial, kolaborasi podcast antar iman, serta kegiatan edukasi lintas keagamaan. Pendekatan ini relevan dengan konsep *interfaith communication* yang menekankan pentingnya dialog lintas agama sebagai strategi mengikis stereotip dan membangun solidaritas sosial (Little, 2007).



c. Komunikasi Inklusif dalam Dakwah

Teori komunikasi inklusif yang dikembangkan oleh Nick Couldry (2012) menekankan bahwa media seharusnya menjadi wadah ekspresi yang menghargai keberagaman sosial dan religius. Dengan mengadopsi model dakwah kolaboratif, ruang digital menjadi lebih terbuka bagi partisipasi lintas keyakinan, menciptakan dakwah yang tidak eksklusif tetapi merangkul seluruh lapisan masyarakat.

d. Relevansi dalam Konteks Society 5.0

Dalam era Society 5.0 yang menekankan integrasi teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan, pendekatan dakwah kolaboratif memperkuat peran media digital sebagai wahana penyebaran nilai-nilai Islam yang universal. Teknologi tidak hanya menjadi alat penyampai pesan, tetapi juga ruang kolaboratif antar komunitas untuk menanamkan nilai kasih sayang, toleransi, dan keadilan secara lebih luas (Mazaya, 2022).

4. Pemantauan Responsif Pantau tanggapan audiens dan respon secara bijaksana.

a. Konsep Pemantauan Responsif dalam Komunikasi Digital

Pemantauan responsif (responsive monitoring) adalah proses mengamati dan menanggapi umpan balik audiens secara aktif dan adaptif. Dalam konteks dakwah digital kepada remaja, hal ini melibatkan pemantauan komentar, reaksi, dan partisipasi remaja terhadap konten dakwah di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Menurut McQuail (2010), komunikasi massa yang efektif memerlukan kemampuan untuk menerima umpan balik dan mengadaptasi pesan agar sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik audiens.

b. Remaja sebagai Digital Natives dan Respons Dinamis

Remaja yang tumbuh dalam era digital (digital natives) cenderung menyukai interaksi yang cepat, transparan, dan autentik. Oleh karena itu, respons yang lambat atau kaku terhadap pertanyaan, kritik, atau ketertarikan mereka dapat mengurangi efektivitas dakwah. Sejalan dengan teori interaksi simbolik (Blumer, 1969), makna dibentuk dalam proses interaksi. Artinya, da'i perlu terlibat aktif dalam menjawab dan menanggapi dengan pendekatan yang empatik, edukatif, dan sesuai konteks budaya remaja.

c. Prinsip Dakwah yang Hikmah dan Mau'izhah Hasanah

Dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl: 125), Allah memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan "hikmah dan nasihat yang baik." Respons yang cepat dan bijaksana terhadap tanggapan remaja mencerminkan implementasi nilai dakwah yang lembut dan penuh pengertian. Hal ini penting untuk membangun kedekatan psikologis dan kepercayaan antara da'i dan mad'u.

d. Analitik Media Sosial sebagai Alat Evaluatif

Teknologi memungkinkan penggunaan tools seperti insight, analytics, dan engagement rate untuk membaca sejauh mana konten dakwah diterima oleh remaja.

Ini sejalan dengan prinsip evidence-based communication, yaitu mengandalkan data dalam menyusun strategi komunikasi dakwah yang lebih akurat dan berdampak (Rogers, 2003).

e. Nilai Strategis Responsif terhadap Umpan Balik

Menjawab pertanyaan, kritik, atau apresiasi dari remaja secara responsif bukan hanya bentuk komunikasi dua arah, tetapi juga bentuk pembelajaran sosial. Ini memperkuat keterlibatan mereka dalam proses dakwah dan mendorong partisipasi aktif, yang pada akhirnya membentuk kesadaran beragama yang lebih matang dan mandiri.

5. Edukasi Agama Sediakan informasi edukatif tentang ajaran agama.

Era Society 5.0 merupakan konsep masyarakat modern yang mengintegrasikan teknologi canggih seperti artificial intelligence (AI), Internet of Things (IoT), dan big data untuk menciptakan solusi berbasis kemanusiaan. Tidak seperti era Society 4.0 yang lebih menekankan pada otomasi dan efisiensi industri digital, Society 5.0 berupaya menyeimbangkan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai etika, spiritualitas, dan humanisme. Dalam konteks ini, remaja sebagai generasi digital menghadapi tantangan ideologis yang cukup serius, termasuk pengaruh sekularisme, radikalisme, bahkan nihilisme yang dapat mengaburkan identitas keagamaannya.

Menghadapi tantangan tersebut, penyampaian pendidikan agama melalui media digital menjadi sangat penting. Edukasi keagamaan tidak lagi cukup disampaikan melalui metode konvensional, melainkan harus merambah ke ruang-ruang digital tempat para remaja aktif berinteraksi. Platform seperti YouTube, podcast, Instagram, hingga TikTok kini menjadi kanal yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam — seperti tauhid, akhlak, ibadah, dan muamalah dalam bentuk konten yang pendek, menarik, interaktif, dan mudah dicerna oleh generasi muda (Parhan et al., 2022).

Sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah:

"Katakanlah: 'Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?' Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran." (QS. Az-Zumar: 9)

Ayat ini menunjukkan bahwa pendidikan agama merupakan jalan menuju kemuliaan akal dan moral, serta harus dikemas dengan strategi dakwah yang bijak dan relevan dengan perkembangan zaman. Edukasi berbasis media dapat diwujudkan dalam bentuk video animasi yang menerangkan tata cara shalat, podcast dialogis seputar etika remaja menurut Islam, infografik kisah para Nabi di media sosial, hingga konten singkat "1 Menit Belajar Hadis" di TikTok.

Dakwah digital bukan sekadar menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga membentuk karakter, membangun kesadaran spiritual, dan menanamkan nilai-nilai luhur Islam secara perlahan namun mendalam. Hal ini sejalan dengan perintah Allah SWT:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." (QS. An-Nahl: 125)

Ayat tersebut menekankan pentingnya pendekatan dakwah yang edukatif (bi al-hikmah) dan persuasif (mau'izhah hasanah) yang sangat cocok dengan karakteristik psikologis remaja yang cenderung ingin memahami makna secara rasional dan emosional (Marti et al., 2023).

Dengan demikian, edukasi agama yang dirancang sesuai dengan tuntutan era digital akan mampu melahirkan generasi yang tidak hanya cakap teknologi, tetapi juga kuat secara spiritual. Mereka menjadi pribadi yang dapat menggunakan teknologi sebagai alat kebaikan dan menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial secara kontekstual dan produktif. Inilah esensi dari Society 5.0, di mana manusia menjadi pusat inovasi demi terciptanya masyarakat yang cerdas, beretika, dan religius (Andi Khalbi et al., 2025).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa dakwah pada remaja di era gadget society membutuhkan strategi yang adaptif, kreatif, dan berbasis teknologi. Remaja yang hidup di tengah arus digitalisasi memiliki kecenderungan tinggi terhadap media sosial, sehingga dakwah harus dikemas secara menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik psikologis mereka. Dakwah melalui media digital terbukti mampu memperluas jangkauan pesan, memfasilitasi komunikasi dua arah, serta memperkuat kedekatan emosional dengan audiens muda. Pendekatan multimodal dengan memanfaatkan berbagai format konten (video, tulisan, podcast, animasi) dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan.

Selain itu, strategi dakwah perlu melibatkan live streaming, diskusi interaktif, serta pemantauan responsif terhadap umpan balik audiens agar lebih kontekstual dan relevan. Kolaborasi antar komunitas keagamaan dalam ruang digital juga menjadi aspek penting untuk menumbuhkan sikap toleransi, inklusivitas, dan solidaritas sosial di kalangan remaja. Edukasi agama berbasis media digital tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga membentuk karakter, mengurangi perilaku menyimpang, serta menanamkan kesadaran spiritual.

Dengan demikian, dakwah di era Society 5.0 bukan sekadar penyampaian pesan agama, melainkan sebuah proses transformasi nilai yang memadukan teknologi dengan humanisme. Dakwah yang inovatif, responsif, dan relevan akan berkontribusi pada lahirnya generasi muda yang religius, berakarakter, cerdas digital, serta mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana kebaikan dan penyebaran nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed Al Khalidi. (2021). Penerapan Metode Dakwah Mauidzah Al-Hasanah Terhadap Pembinaan Remaja Gampong Uteun Geulinggang Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.54621/jn.v8i2.128>
- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>
- Alvizar Dayusman, E., Alimudin, A., & Hidayat, T. (2023). Kemanusiaan Dan Kesejahteraan Sosial Dalam Pemikiran Islam Kontemporer. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(1), 118–134. <https://doi.org/10.52266/tadjid.v7i1.1759>
- Andi Khalbi, Abdur Razzaq, & Selvia Assoburu. (2025). Efektivitas Dakwah Melalui Komunikasi Kelompok Pada Remaja Di TPQ Tabiatul Aftal Desa Muara Sindang Ilir Kecamatan Sindang Danau. *Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 13. <https://doi.org/10.47134/pjpi.v2i2.1413>
- Efendi, E., Fatin, M. A., & Sari, N. F. (2023). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(3), 1041–1048. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468>
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social*

- Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>
- Hanafi, R., & Ali, M. (2023). Pengaruh Ustadz Di Era Milenial. *Jurnal Hukum Dan Syariah*, 2(01), 2023.
- Kahfi, S., & Zuliana, V. (2022). Manajemen Dakwah didalam Era Society 5.0. *ASWALALITA : Journal of Dakwah Manajement*, 1(1), 20–40.
- Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran Video Dakwah di Youtube dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 102–118. <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994>
- Mauludi, M., Saleh, I., & Risky, A. (2022). Manajemen Masjid Darussalam Samarinda Dalam Melayani Musafir. *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.52833/masjiduna.v5i1.104>
- Mazaya, V. (2022). Smart Dakwah di Era Society 5.0 ; Da'i Virtual dalam New Media. *IQTIDA : Journal of Da'wah and Communication*, 2(01), 32–46. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v2i01.5366>
- Mustikasari, M., Arlin, A., & Kamaruddin, S. A. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam Memahami Realitas Sosial. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 9–14. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.5089>
- Najib, T. M. (2021). Strategi Pemasaran Kegiatan Sosial Keagamaan Remaja Masjid. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 25–40. <https://doi.org/10.14421/jd.2112020.2>
- Nurdianzah, E., Mahbub Wijaya, M., & Rohman, A. (2023). Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Sejarah Dakwah Nabi Muhammad Di Madinah Sebagai Sarana Penanaman Karakter Pada Remaja. *Jurnal Progress: Wahana Kreativitas Dan Intelektualitas*, 11(2), 163. <https://doi.org/10.31942/pgrs.v11i2.9865>
- Nurfitri, A., Rahma, D., Octaverino, M. I. Y., & Salsabila, N. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Pelajar Muslim Di Era Society 5.0. *AR-RASYID : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 73–81. <https://doi.org/10.30596/arrasyid.v2i1.10283>
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Rastiadi, H. A., & Maysaroh, M. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65–75. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.16633>
- Rahmdani, N. P., & Amalia, N. (2023). Media sosial sebagai media dakwah yang dilakukan remaja di era digital. *Journal Islamic Education*, 1(4), 396–404. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/668>
- Risky, Abu, W. (2024). Metode Pembelajaran Kinestetik-Auditori Visual dalam Pembelajaran Bahasa Arab bagi Non Penutur Asli. *ILUMINASI: Journal of Research in Education*, 2(2), 151–166. <https://doi.org/10.54168/iluminasi.v2i2.303>
- Risky, A., & Husain, Andi Musthafa, S. (2024). The Role of the Mosque in Educating Harmonious Families (A Study at Jogokariyan Mosque , Mantrijeron). *Journal of Proceedings Series No. 2 (2024) The 2nd International Conference of Islamic Education*, 2(2), 9–21.
- Risky, A., & Perawironegoro, D. (2024). Pengembangan Peta Dakwah Masjid Jogokariyan Yogyakarta sebagai Knowledge Management. *AT-TA'DZIM: Journal of Community Development*, 1(2), 63–82.
- Risky, A., Suyadi, & Husain, A. M. (2023). Qashash Al-Qur'an as Hypnoparenting in Children in Neuroscience Perspective. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies*, 6(1), 85–102. <https://doi.org/10.20885/ijiis.vol6.iss1.art5>
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, & Meity Suryandari. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>
- Tahqiq: Prof. Dr. Hikmat bin Basyir bin Yasin. (n.d.). *Tafsir Al-Qur'an Al-'Azhim Ibnu Katsir* (Cetakan



pe). Penerbit Dar Ibnul Jauzi.

- Uddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1), 1–8. <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/154/108>
- Yu, S., Abbas, J., Álvarez-Otero, S., & Cherian, J. (2022). Green knowledge management: Scale development and validation. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100244>
- Yuliasih, M. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millenial. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 4(2), 65–76. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v4i2.106>