



Pandangan Generasi Z terhadap Perubahan Dakwah di Era Digital

Ummu Chalimatus Sa'diyah¹, Agus Machfud Fauzi²

¹Universitas Negeri Surabaya

²Universitas Negeri Surabaya

Correspondence Email : ummu.23174@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine Generation Z's views on changes in da'wah in the digital era. Along with the rapid development of technology, da'wah as a form of religious communication has undergone a significant transformation. Generation Z, who grew up in a digital environment, has a different perspective on da'wah practices compared to previous generations. Using qualitative research methods through in-depth interviews and observations, this study involved student participants who are part of Generation Z. The data obtained were analyzed using a sociological perspective. The data obtained were analyzed using the sociology of religion perspective and Manuel Castells' community network theory. The results show that digital technology, especially social media, not only expands the reach of da'wah, but also changes the pattern of interaction between preachers and mad'u (preachers and listeners). Dakwah is no longer limited to physical spaces such as mosques or assemblies, but has expanded to online platforms that are more inclusive and flexible. Generation Z sees da'wah in the digital era as more effective and relevant to their globally connected lives, but they also face challenges related to the credibility and authenticity of online da'wah content.

Keyword : Generation Z, Digital Da'wah, Network Society.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pandangan Generasi Z terhadap perubahan dakwah di era digital. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi agama mengalami transformasi yang signifikan. Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan digital, memiliki cara pandang yang berbeda terhadap praktik dakwah dibandingkan generasi sebelumnya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi, penelitian ini melibatkan partisipan mahasiswa yang merupakan bagian dari Generasi Z. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan perspektif sosiologi agama dan teori jaringan masyarakat dari Manuel Castells. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital, terutama media sosial, tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga mengubah pola interaksi antara dai dan mad'u (pendakwah dan pendengar). Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang fisik seperti masjid atau majelis, tetapi telah merambah ke platform online yang lebih inklusif dan fleksibel. Generasi Z melihat dakwah di era digital sebagai sarana yang lebih efektif dan relevan dengan kehidupan mereka yang terhubung secara global, namun mereka juga menghadapi tantangan terkait kredibilitas dan otentisitas konten dakwah di dunia maya.

Kata Kunci : Generasi Z, Dakwah Digital, Jaringan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Di era yang serba digital ini, perubahan telah banyak terjadi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk teknologi yang sangat dibutuhkan tiap individu (Suwahyu 2024). Salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan yaitu *smartphone*, dimana dalam *smartphone* ini terdapat media sosial yang juga memiliki banyak pengguna. Media sosial ini merupakan tempat para individu terhubung dengan satu sama lain yang mengharuskan penggunaannya menggunakan internet. Sebagian besar, media sosial digunakan untuk berkomunikasi dan memberikan berbagai informasi yang tidak terbatas ruang dan waktu. Contoh dari media sosial ini yaitu WhatsApp, Facebook, X (dulu Twitter), YouTube, dan Tiktok. Oleh karena itu, media sosial ini sangat populer dan hampir tiap individu di seluruh dunia mempunyai media sosial dalam *smartphon*enya (Fronika and Pendidikan n.d.).

Media sosial yang populer ini juga banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Menurut laporan (We Are Social 2024) pada Januari 2024, bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang yang setara dengan 49,9% penduduk Indonesia. Dari banyaknya pengguna media sosial tersebut, berbagai informasi dari berita faktual hingga berita palsu pun ada di dalamnya. Sehingga, media sosial ini memiliki sisi positif maupun negatif bagi penggunaannya (Asmawati, Pramesty, and Afiah 2022).

Pengaruh dari media sosial ini menyebabkan penggunaannya mengalami ketergantungan, terutama pada generasi muda. Sehingga perlu pengawasan untuk membatasi penggunaannya. Tetapi, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi tetapi juga menjadi suatu

platform dimana orang-orang melakukan aktivitas lainnya seperti kegiatan keagamaan (Dozan and Hadi 2020).

Segala kegiatan telah berevolusi dengan adanya perkembangan teknologi. Sekarang, sudah banyak kegiatan yang dilaksanakan secara online yang sebelumnya lebih sering dilakukan secara tatap muka. Hal ini terjadi akibat adanya Covid-19 yang melanda, menyebabkan transformasi menuju dunia digital. Sehingga memaksa para masyarakat untuk berubah. Sebagai contoh, pada kegiatan keagamaan di dalam agama Islam terdapat kegiatan tahlilan, istighosah, dakwah, dan sebagainya, yang dimana kegiatan tersebut dilakukan secara tatap muka, menjadi ditiadakan sementara dan kegiatan seperti dakwah dilakukan secara virtual (Irawan, Lukman, and Imanuddin Effendi 2024).

Dalam ajaran Islam, terdapat kegiatan seperti menyampaikan pesan kepada para umat muslim lainnya untuk mengajak menuju kebaikan dalam mencapai kebahagiaan hidup yang dimana pemberi pesan ini tidak dilakukan oleh sembarang orang dan hanya dapat dilakukan oleh seseorang yang sudah memiliki ilmu agama yang tinggi, kegiatan ini dinamakan dengan dakwah dan orang yang memberikan pesan tersebut biasa disebut dengan da'I (Amalia Putri Resta Tultuffia Sari Amanah Noor Pauseh n.d.). Dakwah ini merupakan suatu kegiatan yang penting bagi umat muslim karena kegiatan ini dilakukan untuk menyebarkan ajaran Islam (Hanif, Husna, and Salmiati 2023). Kegiatan ini diharapkan agar tetap dilakukan apapun situasinya demi mensejahterahkan umat muslim untuk selalu berada di jalan yang benar, baik di berbagai kalangan. Oleh karena itu, dakwah ini sangat penting untuk dilakukan agar ajaran Islam tidak terputus.

Salah satu hal untuk melestarikan kegiatan dakwah ini, yaitu dengan menerapkan dakwah digital. Peran generasi muda sangat penting dalam hal ini, karena lebih paham akan teknologi yang sedang berkembang, terutama pada Gen Z yang telah tumbuh di era digital. Orang-orang dari generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010, karena mereka telah terpapar internet dan smartphone sejak usia dini sehingga mereka disebut sebagai penduduk asli digital (Zis, Effendi, and Roem 2021). Pemahaman Gen Z terhadap teknologi sangat berperan penting dalam perkembangan dakwah, dan memiliki peluang yang besar dalam menarik perhatian Gen Z lainnya untuk mempengaruhi pandangan mereka dalam memahami agama.

Berkembangnya teknologi ini juga mempengaruhi pemahaman para Gen Z sehingga menimbulkan beberapa tantangan baru dalam praktik dakwah. Salah satunya yaitu, bagaimana teknologi digital ini mengubah interaksi antara sang da'i (pendakwah) dan mad'u (pendengar). Dalam dunia digital, hubungan ini lebih dapat disesuaikan dan tersebar di mana audiens tidak hanya pasif menerima pesan, tetapi juga aktif berinteraksi, berbagi, dan bahkan membuat konten keagamaan. Permasalahan lainnya yaitu, bagaimana menjaga pesan dakwah yang tersebar tetap autentik dan kredibel di tengah banyaknya konten digital yang tidak selalu dapat dipercaya.

Penelitian ini berfokus pada pandangan Gen Z terhadap perubahan dakwah di era digital. Sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi, Gen Z mungkin memiliki perspektif yang berbeda mengenai dakwah dibandingkan generasi sebelumnya. Rumusan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu bagaimana pandangan dan pengalaman Gen Z terhadap di era digital serta bagaimana peran teknologi digital dalam mengubah cara Gen Z

berinteraksi dengan dakwah. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi inti permasalahan dalam penelitian ini, yang berusaha memahami bagaimana transformasi dakwah di era digital dipersepsikan oleh Gen Z.

Penelitian yang berkaitan tentang dakwah di era digital telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Misalnya, studi oleh (Naami and Naamy 2023) yang berjudul "Transformasi Sosial Dakwah Tuan Guru; Dari Tradisional Menuju Era Digital" mengkaji perubahan dakwah yang dilakukan oleh para Tuan Guru di Lombok, dari metode tradisional menuju penggunaan teknologi seperti pemanfaatan media sosial. Penelitian lainnya oleh (Mabrur and Hairul 2022) yang berjudul "Transformasi Dakwah Pesantren di Era Digital; Membaca Peluang dan Tantangan" menganalisis tentang tantangan dan peluang yang dihadapi pesantren saat melakukan transformasi dakwah melalui media digital. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Bobby Rachman Santoso, (Hakim et al. 2024) yang berjudul "Transformasi Dakwah di Era Digital: Studi Penyampaian Pesan Islami Ustaz Abi Azkaria Terhadap Remaja Gamers pada Channel @abiazkaria" yang mengkaji bagaimana Ustaz Abi Azkaria menggunakan platform game Mobile Legends untuk berdakwah kepada remaja gamers dan berhasil menarik perhatian anak muda dengan cara yang relevan dengan minat mereka. Penelitian lainnya yaitu "Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital" oleh (Prodi et al. 2022) Nurul Hidayatul Ummah yang membahas bagaimana media sosial menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan pesan dakwah, seperti potensi dan peran media sosial dalam memperluas jangkauan dakwah secara global, di kalangan pengguna media dakwah.

Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji pandangan

Gen Z terhadap dakwah digital, terutama dari perspektif sosiologi agama. Dengan menggunakan teori jaringan masyarakat dari Manuel Castells, penelitian ini akan mengisi celah dalam kajian sebelumnya dengan memfokuskan pada bagaimana jaringan digital membentuk pola komunikasi dan interaksi dalam dakwah di kalangan Gen Z.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pandangan Generasi Z terhadap perubahan dakwah di era digital, serta bagaimana teknologi digital mempengaruhi cara mereka menerima dan berinteraksi dengan pesan-pesan dakwah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika dakwah di era digital, terutama terkait dengan peran jaringan sosial dalam membentuk pola interaksi keagamaan di kalangan generasi muda. Harapannya, hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi penting bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan bagi Generasi Z di masa mendatang, serta memberikan wawasan bagi para dai dan penggiat dakwah dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih optimal.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif sendiri bermakna sebagai suatu penelitian yang tidak menggunakan data statistik, melainkan data deskriptif dari lisan atau kata-kata tertulis dan juga perilaku dari orang yang diamati (Murdiyanto n.d.). Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana pandangan para mahasiswa terhadap permasalahan yang terjadi. Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara para mahasiswa yang berkaitan dengan penelitian, observasi di lapangan maupun berselancar di media sosial, dan beberapa studi literatur terpercaya seperti dokumen, jurnal, berita, dan web terpercaya. Analisis data

dilakukan dengan reduksi data, display data dan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi Generasi Z terhadap Dakwah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, mayoritas partisipan yang merupakan Gen Z dan berstatus mahasiswa ini menunjukkan pandangan yang positif terhadap perubahan dakwah di era digital. Banyak platform di media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat penyebaran dakwah ini, seperti YouTube, Instagram, X (Twitter), dan TikTok. Dalam media sosial dapat dengan mudah untuk menarik perhatian para Gen Z karena kemudahan aksesnya dan penyampaian dakwah yang dianggap lebih menarik. Gen Z mengapresiasi fleksibilitas yang ditawarkan oleh dakwah digital, di mana mereka dapat mengakses ceramah agama kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat waktu atau tempat.

Salah satu partisipan mengungkapkan

“Saya rasa dakwah secara online memudahkan kita untuk mengakses konten dakwah tersebut kapan dan dimana saja, tanpa perlu mengganggu aktivitas kita sehari-hari (lebih fleksibel). Selain itu, dapat memberikan kemudahan juga bagi pendakwah seperti misalnya para da'i atau ustaz tidak perlu datang ke Lokasi langsung untuk menyebarkan dakwahnya.”

Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z cenderung mengapresiasi pendekatan dakwah yang disesuaikan dengan gaya hidup digital mereka. Dakwah melalui media sosial dinilai lebih fleksibel karena

bisa diakses kapan saja dan di mana saja, tanpa harus menghadiri majelis pengajian secara langsung, karena para partisipan tersebut sibuk dengan kegiatan lain. Selain itu, konten dakwah melalui media sosial ini dapat disimpan oleh para audiens sehingga sewaktu-waktu jika ingin melihat konten dakwah tersebut dapat ditonton lagi. Konten dakwah yang viral di media sosial juga dapat dengan mudah menjangkau audiens yang lebih banyak untuk mempengaruhi pemikiran orang-orang terhadap suatu hal.

Dengan begitu, para da'i diluar sana harus lebih berusaha untuk mengembangkan konten dakwah yang kreatif atau menarik bagi mad'u. Selain itu, konten dalam dakwah juga diharapkan untuk memberikan ilmu sesuai dengan ajaran agama seperti hadist, Al-Qur'an, maupun sumber-sumber yang kredibel dan tidak melenceng dari ajaran agama.

2. Peran Media Sosial dalam Perubahan Sosial

Penelitian ini juga menemukan bahwa dakwah di media sosial memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perubahan sosial di kalangan mahasiswa. Sebagian besar partisipan mengaku bahwa dakwah yang mereka konsumsi melalui media sosial mempengaruhi pemahaman mereka tentang agama dan memotivasi mereka untuk mengadopsi perilaku keagamaan tertentu, seperti menghindari perilaku negatif dan menjaga lisan saat interaksi secara langsung maupun melalui postingan mereka. Sebagian juga beranggapan bahwa mereka lebih paham dalam menangkap materi yang disampaikan. Dakwah digital ini juga dianggap memunculkan perubahan sosial dalam lingkup interaksi antar masyarakat.

Generasi Z sangat menghargai sifat dakwah yang interaktif di media sosial.

Banyak dari mereka merasa lebih terhubung dengan dai ketika mereka aktif menjawab pertanyaan audiens atau berinteraksi langsung melalui fitur komentar, live streaming, atau sesi tanya jawab. Berbeda dengan dakwah tradisional yang biasanya lebih satu arah, jenis komunikasi dua arah ini berbeda dengan audiens yang hanya menerima ceramah dan tidak memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pendakwah.

Selain itu, Generasi Z sering berpartisipasi dalam diskusi keagamaan di platform media sosial seperti grup WhatsApp, Telegram, atau forum online karena mereka percaya bahwa media sosial menciptakan komunitas virtual yang dapat membantu mereka belajar lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

Dari sini terlihat bahwa media sosial suatu hal yang penting dalam mendorong perubahan interaksi sosial di kalangan mahasiswa. Dakwah yang bersifat visual dan bersahabat dengan nilai-nilai generasi muda, seperti toleransi, kemandirian, dan semangat keagamaan yang modern, menjadi kekuatan yang mampu mendorong perubahan tersebut.

3. Tantangan Dakwah di Media Sosial

Menurut Generasi Z, kredibilitas merupakan suatu hal utama yang harus diperhatikan dalam dakwah di era digital. Partisipan harus lebih berhati-hati saat memilih informasi karena fakta bahwa banyak konten dakwah yang beredar di media sosial tidak selalu berasal dari sumber yang kredibel. Selain itu, beberapa peserta menyadari munculnya "hate speech" atau ujaran kebencian yang mengatasnamakan agama di media sosial. Mereka percaya bahwa meskipun media sosial memiliki banyak keuntungan,

mereka juga menjadi tempat di mana informasi agama dapat disalahgunakan untuk kepentingan ideologis atau politik tertentu.

Sebagian partisipan juga mengungkapkan kekhawatiran mereka tentang kualitas dan akurasi informasi keagamaan yang disebarluaskan melalui media sosial. Hal ini disebabkan karena siapapun dapat mengakses dan menyebarkan video dalam media sosial sehingga menimbulkan ketidakpercayaan para mahasiswa dalam keaslian konten dakwah yang tersebar.

Salah satu partisipan berkata, "Media digital membantu masyarakat sekarang dalam mempelajari ilmu agama secara online dengan lebih mudah. Tetapi, di sisi lain, dengan adanya kemudahan tersebut juga membuat banyak ilmu agama yang tersebar yang terkadang belum bisa dipastikan kebenarannya."

Kekhawatiran ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan akses mudah terhadap dakwah, ada kebutuhan akan validasi konten yang lebih kredibel. Oleh karena itu, diharapkan para da'i diluar sana dapat mencantumkan sumber yang valid akan konten dakwah yang dibuatnya.

Gen Z cenderung memilih ustaz atau da'i yang memiliki latar belakang pendidikan agama yang jelas dan diakui oleh lembaga keagamaan yang kredibel dalam hal kredibilitas. Partisipan mengatakan mereka sering memeriksa profil da'i di media sosial untuk mendapatkan informasi tentang pendidikan dan pengalaman dakwahnya sebelum memutuskan untuk mengikuti kontennya secara teratur. Kepercayaan meningkat pada dai yang aktif di media

sosial dengan konten yang interaktif dan mendidik.

Terdapat permasalahan dengan da'i yang lebih menekankan aspek hiburan daripada substansi dakwah. Beberapa orang yang berpartisipasi mengkritik dai-dai ini karena tampaknya mereka lebih berfokus pada popularitas atau jumlah pengikut daripada memberikan pelajaran agama yang mendalam. Hal ini menyebabkan Generasi Z menjadi skeptis terhadap beberapa konten dakwah yang terlihat lemah lembut, dan mereka lebih fokus pada tren media sosial daripada inti dakwah itu sendiri. Namun, topik-topik yang lebih rumit atau kontroversial jarang dibicarakan.

PEMBAHASAN

Media sosial adalah aplikasi interaktif atau alat berbasis Internet yang dapat diakses secara online dan digunakan untuk berkomunikasi dan mendistribusikan pesan antar individu atau kelompok.

Media sosial memungkinkan penggunaanya berinteraksi, bersosialisasi, bertukar pikiran, bermain, dan melakukan aktivitas lain tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial juga dapat digunakan untuk berbagai jenis komunikasi dua arah, termasuk kolaborasi, menulis, dan video (Dwistia et al. 2022).

Dalam konteks dakwah digital, Gen Z cenderung menerima dakwah yang disampaikan melalui media sosial dengan positif, selama konten tersebut relevan, otentik, dan disajikan dengan cara yang menarik. Gen Z juga merasakan adanya peningkatan dalam aspek keagamaan pribadi mereka, yang membuktikan bahwa media sosial mampu memfasilitasi perubahan sosial keagamaan.

Teori "network society" yang diusulkan oleh Manuel Castells menggambarkan struktur sosial yang khas dari Era Informasi. Dalam teori ini, Castells menjelaskan bahwa masyarakat jaringan adalah bentuk struktur sosial yang muncul akibat transformasi yang terjadi di seluruh dunia, yang dipicu oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis mikroelektronik. Masyarakat jaringan terbentuk melalui interaksi dalam produksi, konsumsi, pengalaman, dan kekuasaan yang dipengaruhi oleh budaya. Struktur sosial dinamis dan terus berubah oleh tindakan sosial, dengan masyarakat jaringan sebagai contoh utama. Jaringan informasi menjadi inti penggerak perubahan sosial, memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat (Anon 2000).

Dalam konteks ini, dakwah di era digital mencerminkan perubahan struktur sosial di mana pertukaran agama dan produksi serta penyebaran ajaran Islam tidak lagi terbatas pada ruang fisik. Hal ini sesuai dengan teori Castells yang menekankan bahwa hubungan antara da'i dan mad'u terjalin melalui jaringan digital, sehingga dakwah menjadi lebih ekspansif dan inklusif. Gen Z yang tumbuh dengan teknologi digital berperan aktif dalam perubahan ini. Mereka menggunakan media sosial dan platform digital sebagai alat baru untuk menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan keagamaan, menunjukkan bagaimana perubahan teknologi informasi berdampak pada cara dakwah dilakukan dan diterima di masyarakat.

Dalam teori Castell, jaringan informasi merupakan pusat dinamika masyarakat modern, dan hal ini juga berlaku dalam konteks dakwah digital. Pesan keagamaan dapat menyebar dengan cepat dan luas melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Sesuai dengan pandangan Castells mengenai jaringan informasi sebagai tulang punggung masyarakat, Gen Z

menggunakan teknologi ini untuk mengakses dan mendistribusikan konten dakwah. Terlebih lagi, dakwah digital memberikan ruang penafsiran ajaran Islam yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh budaya dan pengalaman masing-masing individu. Hal ini mencerminkan konsep "fragmentasi sensorik" dalam masyarakat berjejaring, yang memungkinkan Gen Z untuk menafsirkan ajaran agama secara lebih personal melalui konten digital, sehingga akan muncul variasi baru dalam penafsiran agama.

Selain itu, persepsi mahasiswa tentang keragaman interpretasi agama yang muncul di media sosial menunjukkan bahwa dakwah digital tidak selalu bersifat homogen. Hal ini memperkuat teori bahwa media sosial dapat memfasilitasi pluralitas pandangan keagamaan, yang di satu sisi dapat memperkaya pemahaman agama, namun di sisi lain dapat menciptakan kebingungan jika tidak ada panduan yang jelas dari otoritas agama yang sah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Gen Z memandang positif dakwah di era digital, berkat kemudahan akses melalui media sosial dan platform seperti YouTube. Mereka merasa dakwah digital cocok untuk gaya hidup online mereka. Namun mengingat banyaknya informasi yang beredar, mereka menekankan pentingnya kredibilitas dan kedalaman isi dakwah. Interaksi dua arah melalui komentar dan diskusi online memastikan pengalaman dakwah yang lebih pribadi dan partisipatif dibandingkan metode tradisional.

Dalam konteks teori "network society" Manuel Castells, dakwah di era digital mencerminkan masyarakat yang terhubung oleh jaringan sosial global dan terdesentralisasi. Gen Z tidak hanya

menjadi penerima dakwah, namun juga menjadi partisipan aktif dalam sosialisasi dan diskusi konten keagamaan. Bahkan ketika dakwah menjadi lebih komprehensif, tantangan tetap ada dalam menjaga kredibilitas dan menyaring informasi. Secara keseluruhan, dakwah digital dianggap efektif untuk Gen Z selama fokusnya tetap pada keaslian, kepercayaan, dan interaksi. Selain itu penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai pandangan dari para da'i atau ustaz dalam perubahan dakwah di era digital ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amalia Putri Resta Tultuffia Sari Amanah Noor Pauseh, Pratiwi. n.d. *TRANSISI DAKWAH DI ERA SOCIETY 5.0 BERBASIS IMMERSIVE*. Vol. 3.
- Anon. 2000. *Manuel Castells Materials for an Exploratory Theory of the Network Society 1*.
- Asmawati, Ari, Adinda Firdhiya Pramesty, and Tasya Restiatul Afiah. 2022. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja." *CICES* 8(2):138–48. doi: 10.33050/cices.v8i2.2105.
- Dozan, Wely, and Hopizal Hadi. 2020. "Religious Community Movement Online: Tracking History And Transformation Of Islamic Dakwah in Indonesia." *International Journal of Transdisciplinary Knowledge* 1(2):19–28. doi: 10.31332/ijtk.v1i2.10.
- Dwistia, Halen, Meilisa Sajdah, Octa Awaliah, and Nisa Elfina. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1(2):81–99. doi: 10.61094/arrusyd.2830-2281.33.
- Fronika, Winda, and Jurusan Administrasi Pendidikan. n.d. *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP REMAJA*.
- Hakim, Iqbal, Bobby Rahman, Transformasi Dakwah Di Era Digital, Ahmad Zulfikar Ali, Yudha Kusuma, Konsep Tabligh Majelis Kiai, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, and Bobby Rachman Santoso UIN Sayyid Ali Rahmatullah. 2024. *TRANSFORMASI DAKWAH DI ERA DIGITAL: STUDI PENYAMPAIAN PESAN ISLAMI USTAZ ABI AZKAKIA TERHADAP REMAJA GAMERS PADA CHANNEL @ABIAZKAKIA* Iqbal Hakim. Vol. 8.
- Hanif, Muhammad, Sabila Husna, and Vicha Salmiati. 2023. *Mengoptimalkan Potensi Komunikasi Dakwah Di Era Digital Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Agama Islam*.
- Irawan, Dede, Dede Lukman, and Dudy Imanuddin Effendi. 2024. "Transformasi Dakwah Live Streaming Pada Masyarakat Urban Di Kota Bandung." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 24(1):79–100. doi: 10.15575/anida.v24i1.35549.
- Mabrur, Mabrur, and Moh. Azwar Hairul. 2022. "Transformasi Dakwah Pesantren Di Era Digital; Membaca Peluang Dan Tantangan." *An-Nida'* 46(2):231. doi: 10.24014/an-nida.v46i2.20864.
- Murdiyanto, Eko. n.d. *PENELITIAN KUALITATIF*.

Naami, Nazar, and Nazar Naamy. 2023. "TRANSFORMASI SOSIAL DAKWAH TUAN GURU; DARI TRADISIONAL MENUJU ERA DIGITAL." *Jurnal Pemikiran Sosial Dan Keagamaan* 1(1).

Prodi, Manajemen, Fakultas Dakwah, Dan Dakwah, Komunikasi Ilmu, Islam Universitas, Syarif Negeri, and Jakarta Hidayatullah. 2022. "PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL Nurul Hidayatul Ummah." *Jurnal Manajemen Dakwah* X:151-69.

Suwahyu, Irwansyah. 2024. "PERAN INOVASI TEKNOLOGI DALAM TRANSFORMASI PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL." *Jurnal Studi Islam* 2(2):28.

We Are Social. 2024. "We Are Social 2024." Retrieved October 19, 2024 (<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>).

Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem. 2021. "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5(1):69-87. doi: 10.22219/satwika.v5i1.15550.