Curricula:
Journal of Curriculum Development
https://ejournal.upi.edu/index.php/CURRICULA/

TikTok dakwah content: A study of religious understanding in Islamic education

Yesi Anggun Susanti[1], Encu Mulya Syamsul[2], Ahmad Zacky Burhani[3]
[1,2,3]Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia
yesiangguns@gmail.com[1], mulya@unma.ac.id[2], ahmadazzakiyah@gmail.com[3]

ABSTRACT

The success of digital da'wah depends heavily on selecting platforms that match the audience's characteristics. This study employs a descriptive qualitative approach, utilizing interview instruments to analyze and describe the level of understanding and practice of Islamic teachings among Generation Z, as reflected in TikTok da'wah content. Fifty respondents aged 15-25 years were interviewed for this research. The results showed that TikTok is the most widely used social media platform for obtaining religious information among Generation Z, and the majority of respondents demonstrated a solid understanding of and adherence to Islamic teachings as presented in da'wah content on TikTok. Most respondents demonstrated a solid grasp of the da'wah messages and could apply them to their daily lives. On average, respondents reported understanding the da'wah content and its applicability to their daily lives. These findings indicate TikTok's potential as an effective platform for disseminating da'wah content to Generation Z. Delivering religious messages in a concise and interesting manner opens up new opportunities in education and the spread of Islamic values. This research provides initial insight into the positive impact of consuming da'wah content on TikTok on the religious understanding of its users.

ARTICLE INFO

Article History:
Received: 31 Mar 2025
Revised: 17 Jun 2025
Accepted: 19 Jun 2025
Available online: 27 Jun 2025
Publish: 27 Jun 2025

Keywords:
dakwah content; Islamic education; religious understanding; TikTok

Open access
Curricula: Journal of Curriculum Development is a peer-reviewed open-access journal.

ABSTRAK

Keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik audiensnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan tingkat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dari konten dakwah TikTok pada generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen wawancara pada 50 responden usia 15-25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan sebagai sumber informasi keagamaan bagi generasi Z. Mayoritas responden menunjukkan tingkat pemahaman yang baik terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan, serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari, rata-rata responden menyatakan memahami isi dakwah, dan dapat mengaplikasikan pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini mengindikasikan potensi TikTok sebagai platform yang efektif untuk penyebaran konten dakwah di kalangan generasi Z dan menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara ringkas dan menarik membuka peluang baru dalam pendidikan dan penyebaran nilai-nilai Islam. Penelitian ini memberikan wawasan awal mengenai dampak positif konsumsi konten dakwah TikTok terhadap pemahaman keagamaan penggunanya.

Kata Kunci: *konten dakwah; pemahaman keagamaan; pendidikan Islam; TikTok*

How to cite (APA 7)
Susanti, Y. A., Syamsul, E. M., & Burhani, A. Z. (2025). TikTok dakwah content: A study of religious understanding in Islamic education. *Curricula: Journal of Curriculum Development, 4*(1), 827-842.

Peer review
This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.

Copyright
2025, Yesi Anggun Susanti, Encu Mulya Syamsul, Ahmad Zacky Burhani. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited. *Corresponding author: yesiangguns@gmail.com

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

INTRODUCTION

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini memberikan alternatif baru bagi masyarakat dalam memahami nilai-nilai kehidupan. Di antara berbagai platform digital yang muncul, TikTok menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan, terutama di Indonesia. Menurut laporan *We Are Social* yang dirilis oleh CNBC Indonesia, menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan pertama dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di Dunia, mencapai 157,6 juta pengguna (dapat diakses melalui https://www.cnbcindonesia.com/research/20250126205256-128-606097/makin-kecanduan-warga-ri-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia). Berdasarkan data dari Statista Pada Juli 2024, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, dengan hampir 157,6 juta pengguna mengungguli Amerika Serikat dan Rusia (dapat diakses melalui https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/). Teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat (Zis *et al*., 2021). Teknologi digital kini telah mendorong masyarakat menuju pola kehidupan yang lebih terbuka dan dinamis (Nasution *et al*., 2024).

Kehadiran media digital, terutama TikTok memiliki peran dalam membentuk cara berpikir dan bertindak masyarakat saat ini, khususnya generasi Z. Generasi Z atau yang sering disebut *digital natives* merupakan kelompok usia yang lahir antara tahun 1997-2012 yang paling akrab dengan teknologi digital dan media sosial (Fadillah *et al.,* 2022). *Digital natives* memiliki karakteristik unik dalam cara mereka mengonsumsi informasi, berkomunikasi, dan belajar. Mereka cenderung menyukai konten yang singkat, visual, dan interaktif, sehingga platform seperti TikTok sangat sesuai dengan preferensi mereka (Putri & Marom, 2025). Menurut Rahmania dalam buku" *Generasi Z: Masa Depan di Ujung Jari*" bahwasanya dalam hal teknologi dan sosial, generasi Z dikenal dengan kemampuan melakukan banyak tugas sekaligus (*multitasking*), serta mudah menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi. Oleh karena itu, memahami bagaimana generasi Z memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah menjadi penting dalam konteks pendidikan dan pemahaman keagamaan.

Pendidikan merupakan fondasi transformatif yang mengarah pada perbaikan individu melalui penanaman nilai dan norma sosial. Dalam konteks pendidikan Islam, Al-Qur'an dan As-Sunnah adalah landasan utama untuk membentuk insan yang berakhlak mulia, memiliki integritas spiritual, serta keseimbangan hidup dunia dan akhirat (Alfiana & Budiantoro, 2021). Iswahyudi *et al.* dalam buku "*Kebijakan dan inovasi pendidikan: Arah pendidikan di masa depan*" berpendapat bahwa kualitas sistem pendidikan menjadi penentu utama kualitas sumber daya manusia. Era revolusi industri menuntut adanya adaptasi dalam sistem sistem pendidikan, termasuk pendidikan Islam, yang mengharuskan intelektual Muslim mengembangkan pemikiran kritis supaya pendidikan tetap relevan dan responsif terhadap perubahan zaman (Hamami, 2020; Yusuf & Susanti, 2022). Pendidikan Islam yang adaptif diharapkan mampu menghasilkan generasi dengan karakter *kaffah*, yang mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, dan intelektual. Sebaliknya, pengabaian terhadap pendidikan agama yang relevan dapat memicu krisis moral dan menghambat kemajuan umat (Romadan, 2023).

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Transformasi pendidikan di era digital juga membawa pengaruh terhadap praktik keagamaan, salah satunya terlihat dalam cara penyampaian dakwah yang semakin beragam dan inovatif. Jika sebelumnya dakwah hanya dilakukan di masjid atau majelis taklim, maka kini transformasi teknologi mendorong perubahan dalam metode, media, dan gaya penyampaian dakwah (Gunawan & Aryani, 2024). Dakwah didefinisikan sebagai upaya sadar dan terencana untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara tertentu guna mendorong orang lain mengikuti tujuan tersebut tanpa paksaan (Adi, 2022). Media sosial muncul sebagai sarana efektif untuk menyampaikan dakwah. *Platform* seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan Facebook memungkinkan para dai dapat berinteraksi dengan masyarakat secara efisien. Media sosial juga dapat berfungsi sebagai wahana komunikasi dua arah yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dalam berbagai format visual, audio, dan teks (Syawitri & Iryanti, 2024).

Di antara berbagai platform digital, TikTok menjadi sorotan karena popularitasnya yang terus meningkat. *Platform* ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi media edukasi dan dakwah. Keunggulan TikTok terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan keagamaan secara ringkas, menarik, dan mudah dimengerti oleh khalayak luas. Fitur interaktif TikTok juga menjadikannya platform yang inklusif, memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk terlibat aktif sebagai pembuat konten keagamaan (Maghfirah *et al*., 2021). Banyak tokoh dakwah, seperti ustad Hanan Attaki, Ustadz Adi Hidayat, dan Ustad Felix Siauw, memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Ceramah yang dulunya terbatas pada ruang fisik kini dapat diakses secara daring tanpa terhalang jarak maupun biaya. Dakwah digital memungkinkan penyebaran pesan-pesan keislaman yang lebih luas, menjadikannya lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital (Abdusshomad, 2024).

Keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik audiensnya. TikTok dengan mayoritas pengguna generasi milenial dan Z, menjadi pilihan yang strategis dan efektif dalam menyampaikan pesan agama (Adnan *et al*., 2021). Beberapa penelitian yang relevan telah dilakukan, diantaranya penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa Instagram efektif sebagai salah satu alat pergerakan yang baik dalam menyampaikan pesan dakwah, komunikasi dakwah yang dikemas secara visual, emosional, dan relevan dengan realitas keseharian Generasi Z mampu membangun kedekatan psikologis dan meningkatkan kesadaran spiritual (Rejeki *et al*., 2024). Penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri efektif dalam mengkomunikasikan pesan-pesan penting yang mencakup aspek akidah, akhlak, dan ibadah kepada khalayak yang lebih luas (Maharani, 2024). Selanjutnya, penelitian lain menunjukkan bahwa hadis-hadis tentang Islam *wasathiyah* telah hidup dalam dakwah Habib Ja'far melalui media Youtube (Maliki & Nazar, 2023).

Penelitian-penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sam-sama menganalisis media sosial sebagai media dakwah. Meski demikian, terdapat perbedaan signifikan dalam *platform* media sosial yang menjadi fokus penelitian. Perbedaan penelitian terletak pada media yang digunakan, pada penelitian sebelumnya berfokus pada Instagram dan YouTube, sementara penelitian ini secara spesifik meneliti TikTok. Kekosongan penelitian yang ingin diisi oleh studi ini adalah pemahaman mendalam mengenai bagaimana konten

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

dakwah di platform TikTok, dengan karakteristik format video singkat dan fitur interaktifnya, mempengaruhi tingkat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam pada generasi Z. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penyebaran dakwah di TikTok dan keingintahuan tentang dampaknya terhadap cara remaja memperoleh, memahami, dan mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dari konten dakwah TikTok pada generasi Z dalam memahami pendidikan Islam. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam tingkat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam yang diperoleh generasi Z melalui konten dakwah TikTok dalam memahami pendidikan Islam.

LITERATURE REVIEW

Konten Dakwah

Konten dakwah adalah materi komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui media untuk membimbing umat Islam dalam memahami dan mengamalkan ajaran agama (Hidayatullah *et al*., 2024). Dakwah merupakan proses komunikasi persuasif dan edukatif yang bertujuan untuk mengubah perilaku dan memperdalam pemahaman keagamaan (Tasruddin, 2024). Dalam konteks digital, konten dakwah harus dirancang secara strategis agar pesan tersampaikan secara efektif dan dapat diterima oleh *audiens* yang beragam, terutama generasi Z. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa dampak signifikan terhadap metode penyampaian dakwah.

Jika sebelumnya dakwah lebih banyak disampaikan melalui cara-cara tradisional seperti ceramah langsung di masjid, majelis taklim, atau melalui media cetak, kini metode tersebut telah mengalami transformasi menuju penggunaan platform digital yang lebih modern, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat (Lestari, 2020). Media sosial, aplikasi berbasis internet, podcast, hingga video dakwah di TikTok menjadi sarana baru yang tidak hanya memperluas jangkauan *audiens*, tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan agama dilakukan secara lebih menarik, personal, dan responsif terhadap kebutuhan zaman, khususnya bagi generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital. Media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku keagamaan remaja (Rafiqah *et al*., 2022).

TikTok

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat dan basis pengguna yang masif secara global, termasuk di Indonesia (Koswara, 2025). Keunikan format ini menjadikan TikTok berbeda dari platform lain karena mampu menyajikan konten yang padat, menarik, penggunaan musik dan efek visual yang kreatif, dan mudah dikonsumsi dalam waktu singkat. Dalam konteks ini, teori *Uses and Gratification* yang dikembangkan oleh Blumler dan Katz pada tahun 1974 sangat relevan untuk memahami perilaku pengguna. Teori ini menekankan bahwa *audiens* adalah pengguna aktif yang secara sadar memilih media berdasarkan kebutuhan psikologis dan sosial mereka, seperti hiburan, informasi, identitas sosial, dan interaksi sosial (Rohmah, 2020). *Audiens* tidak pasif

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

menerima pesan, melainkan mencari media yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Generasi Z cenderung memilih konten yang singkat, visual, dan interaktif, sesuai dengan karakteristik mereka yang tumbuh di era digital dengan kecenderungan mengonsumsi informasi secara cepat dan berulang.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa konten dakwah di TikTok efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan remaja serta konten dakwah yang disajikan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesadaran dan religiusitas audiensnya (Supratman *et al*., 2022). Namun demikian, beberapa studi penelitian juga menunjukkan dampak negatif penyebaran dakwah melalui TikTok bahwasanya meskipun dakwah di TikTok memiliki dampak positif seperti meningkatkan iman, mengenai bacaan al-Qur'an, dan gerakan sholat, tetapi tetap memiliki dampak negatif yaitu membuang-buang waktu, tidak dibatasi umur dan adanya ujaran kebencian (Madhani *et al*., 2021). Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan model dakwah digital berbasis media sosial yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga edukatif, kontekstual, dan sesuai dengan prinsip-prinsip pendidikan Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Pemahaman Keagamaan

Pemahaman keagamaan merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan memahami prinsip-prinsip agama dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam sikap dan aktivitasnya setiap hari. Pemahaman keagamaan adalah proses mengurangi keraguan. Seseorang harus memahami apa pemahaman yang diajarkan untuk memahami agama Islam. Pemahaman ini mencakup semua hal seperti mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisir, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan (Retpitasari, 2023). Pemahaman ini berperan penting dalam membentuk kesadaran spiritual dan moral individu sehingga dapat mengarahkan kepada tindakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Pemahaman keagamaan yang mendalam dapat meningkatkan kualitas iman dan ketakwaan seseorang serta memperkuat hubungan sosial dalam komunitas keagamaan. Namun, tantangan utama dalam pembentukan pemahaman keagamaan adalah bagaimana mengemas pesan agama secara kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman, khususnya dalam menghadapi arus globalisasi dan perkembangan teknologi informasi. Di era digital, akses terhadap informasi keagamaan semakin terbuka dan tidak lagi terbatas pada institusi formal seperti pesantren atau masjid. Munculnya fenomena *digital religion* telah membuka ruang baru bagi masyarakat, khususnya generasi Z, untuk memperoleh pengetahuan keagamaan melalui berbagai platform daring, salah satunya adalah TikTok (Lailan, 2022).

Pendidikan Islam

Pendidikan Islam merupakan upaya mengembangkan seluruh potensi individu dan sosial manusia. Tujuan pendidikan Islam adalah untuk menjadikan manusia sebagai makhluk yang baik dan menumbuhkan pola kepribadian mereka melalui pengembangan kejiwaan, kecerdasan otak, penalaran, perasaan, dan indra. Tujuan terakhir dari pendidikan Islam adalah untuk mewujudkan sikap penyerahan diri sepenuhnya kepada Allah SWT., baik secara

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

pribadi maupun sebagai umat manusia secara keseluruhan (Abidin, 2021; Pratomo *et al*., 2022). Melalui pendidikan Islam, peserta didik diharapkan tidak hanya menjadi pribadi yang cerdas secara intelektual, akan tetapi juga diharapkan bertakwa dan mampu menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kehidupannya. Pendidikan Islam meliputi pengajaran tentang aqidah (keyakinan), ibadah, muamalah (interaksi sosial), serta akhlak yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT., sesama manusia, dan lingkungan (Cahyani *et al*., 2024).

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam tingkat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari pada remaja yang berinteraksi dengan konten dakwah TikTok. Subjek penelitian terdiri dari 50 remaja berusia 15-25 tahun yang aktif menggunakan TikTok dan pernah mengakses konten dakwah Islam. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria: usia 15-25 tahun, aktif menggunakan TikTok, pernah mengakses konten dakwah Islam. Penelitian ini dilaksanakan secara daring sehingga partisipan yang sedang berada di luar domisili sekolah dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Adapun untuk proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tidak langsung secara *online* menggunakan media komunikasi seperti WhatsApp dan Instagram. Wawancara tidak langsung adalah jenis wawancara di mana pewawancara mendapatkan informasi dari narasumber melalui pihak ketiga atau sumber lain, bukan langsung dengan orang yang menjadi fokus penelitian atau pertanyaan sehingga pewawancara tidak berhadapan langsung dengan orang yang ingin diketahui informasinya, melainkan mewawancarai orang lain yang memiliki pengetahuan atau informasi terkait.

Instrumen wawancara disusun secara terstruktur dengan pertanyaan yang menggali terkait pengalaman partisipan dalam mengakses konten dakwah, serta pendapat mengenai pengaruh konten dakwah terhadap pemahaman dan pengamalan ajaran Islam mereka. Selain itu, data sekunder diperoleh dari studi literatur, jurnal, dan artikel yang relevan. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data. Hasil analisis ini akan membantu peneliti memahami secara mendalam bagaimana interaksi generasi Z dengan konten dakwah di TikTok mempengaruhi pemahaman dan pengamalan ajaran Islam mereka.

RESULTS AND DISCUSSION

Intensitas Penggunaan TikTok sebagai Sumber Informasi Keagamaan

Berdasarkan hasil kuesioner terbuka yang disebarkan kepada 50 remaja berusia 15 hingga 25 tahun, diketahui bahwa hampir seluruh responden merupakan pengguna aktif platform media sosial TikTok. Mayoritas dari mereka mengakses aplikasi ini setiap hari, dengan rata-rata durasi penggunaan mencapai kurang lebih tiga jam per hari. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari para remaja,

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

khususnya dalam mengisi waktu luang, mencari hiburan, sekaligus mendapatkan informasi. Menariknya, penggunaan TikTok tidak hanya terbatas pada konten hiburan semata, namun telah berkembang menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi keagamaan bagi generasi Z. Para responden menyatakan bahwa mereka kerap mencari konten-konten yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam, seperti motivasi islami, bacaan Al-Quran, Hadits, kisah Nabi dan sahabat, hingga panduan pelaksanaan ibadah. Untuk menggambarkan kedekatan para remaja dengan platform ini, seorang responden menyampaikan tentang seberapa aktif dirinya menggunakan TikTok,

> *"Iya saya pengguna aktif aplikasi tiktok, saya buka tiktok hampir setiap hari dan bisa berjam-jam."* (Responden IS, 16 tahun)

Fenomena ini sejalan dengan laporan yang dirilis oleh CNBC Indonesia bahwa Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia (dapat diakses melalui https://www.cnbcindonesia.com/research/20250126205256-128-606097/makin-kecanduan-warga-ri-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia). Fakta ini memberikan gambaran bahwa TikTok memiliki jangkauan yang luas serta potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara digital kepada khalayak muda, yang mayoritas merupakan kelompok pengguna dominan platform aplikasi ini.

Preferensi Tokoh dan Ragam Konten Dakwah

Mayoritas responden secara rutin menonton konten dakwah di TikTok. Dalam hal preferensi tokoh dakwah, nama Ustadz Hanan Attaki menempati urutan teratas sebagai penceramah yang paling sering disebut dan ditonton oleh para responden. Posisi ini kemudian diikuti oleh Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, dan Ustadz Felix Siauw. Keempat tokoh tersebut dinilai mampu menyampaikan pesan dakwah secara singkat, lugas, dan mudah dipahami, sehingga sangat cocok dengan karakteristik konsumsi konten digital di kalangan remaja yang cenderung menyukai penyajian informasi yang cepat namun bermakna. Selain itu, pendekatan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja, penggunaan bahasa yang ringan, serta visualisasi yang menarik turut menjadi faktor yang membuat konten mereka diminati.

Dalam proses penyampaian dakwah digital, sosok penyampai dan jenis konten sangat mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens. Oleh karena itu, peneliti menanyakan siapa tokoh yang paling sering ditonton serta konten seperti apa yang menarik minat mereka. Jawaban responden menunjukkan adanya kedekatan emosional dengan tokoh dakwah tertentu dan ketertarikan pada konten yang relevan dengan kehidupan remaja. Hal ini tercermin dalam salah satu jawaban,

> *"Iya saya memahami, karena dakwah yang disampaikan oleh ustaz Hanan Attaki menurut saya menarik dan mudah dipahami, dengan gaya penyampaiannya yang sesuai dengan anak muda jaman sekarang."* (Responden S, 16 Tahun)

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Dari pernyataan di atas dapat mencerminkan adanya keterikatan emosional sekaligus relevansi pesan dakwah dengan dinamika kehidupan generasi Z pada masa kini. Keberhasilan dakwah di aplikasi TikTok sangat dipengaruhi oleh siapa saja yang menyampaikan, bagaimana cara penyampaiannya, serta seberapa dekat pesan dakwah tersebut dengan realitas kehidupan yang dialami oleh para audiens muda.

Pemahaman terhadap Pesan Dakwah

Mayoritas responden dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui TikTok, terutama karena penyampaiannya dikemas secara menarik dan mudah dicerna. Gaya penyajian yang singkat, padat, serta didukung oleh visual yang relevan membuat pesan dakwah terasa lebih dekat dan *relate* dengan keseharian mereka. TikTok tidak hanya menampilkan ajakan moral atau religius dalam bentuk teori, tetapi juga menyampaikannya dalam konteks yang familiar bagi kalangan muda. Hal ini memudahkan mereka untuk menangkap inti pesan tanpa merasa digurui atau terbebani.

Salah satu responden memberikan pandangannya terkait kemudahan dalam memahami isi dakwah di TikTok yang menurutnya disampaikan secara sederhana dan sesuai dengan kehidupan sehari-hari,

> *"Iya, menurut saya konten dakwah di TikTok sekarang jauh lebih menarik dan mudah dipahami. Saya sering melihat video pendek tentang motivasi islami atau kutipan hadits yang relate dengan kehidupan sehari-hari."* (Responden AAS, 25 tahun)

Namun, pemahaman tersebut tidak selalu bersifat langsung dan instan. Ketika menemui konten yang belum sepenuhnya dipahami, sebagian responden menunjukkan inisiatif untuk mencari penjelasan tambahan melalui fitur interaktif di TikTok. Mereka tidak ragu berdiskusi di kolom komentar atau mencari sumber penjelasan lain agar tidak salah dalam menafsirkan pesan dakwah. Hal ini tergambar dari pernyataan responden berikut,

> *"Kebanyakan paham sih. Kalau bingung, saya biasanya cek kolom komentar, banyak yang bantu jelasin."* (Responden IS, 16 tahun)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pesan dakwah tidak hanya didorong oleh kualitas penyajian konten, tetapi juga oleh keaktifan pengguna dalam merespons dan memperdalam pesan yang mereka terima. TikTok, dalam hal ini, bukan sekadar media penyebar dakwah, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran kolaboratif, di mana pengguna dapat saling berbagi pengetahuan dan memperkuat pemahaman bersama (Ibad, 2025). Dakwah melalui TikTok memiliki potensi yang besar untuk membangun pemahaman keagamaan yang lebih inklusif, kontekstual, dan sesuai dengan karakter generasi muda saat ini.

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Implementasi Nilai Keagamaan dalam Kehidupan Sehari-hari

Mayoritas responden dalam penelitian ini tidak hanya memahami pesan-pesan dakwah yang mereka peroleh melalui TikTok, tetapi juga menunjukkan adanya upaya nyata untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah digital, khususnya di TikTok, tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki daya dorong yang kuat dalam memotivasi perubahan perilaku ke arah yang lebih baik, khususnya dalam aspek keagamaan. Nilai-nilai keislaman yang paling sering diimplementasikan oleh para responden meliputi peningkatan kualitas ibadah dan perbaikan akhlak. Dalam aspek ibadah, banyak responden mengaku mulai lebih disiplin dalam menjalankan salat lima waktu, memperbaiki bacaan dan gerakan salat, serta menjadikan membaca Al-Qur'an sebagai bagian dari rutinitas harian. Mereka juga merasa terdorong untuk memperdalam pemahaman keagamaan, misalnya dengan mempelajari makna ayat-ayat Al-Qur'an atau menonton kajian lanjutan dari topik-topik yang menarik minat mereka di TikTok. Salah satu bentuk implementasi yang cukup menonjol terlihat dari kebiasaan menjalankan shalat tepat waktu dan memperbaiki cara pelaksanaannya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh responden berikut:

> *"Iya, karena dakwa yang ada di tiktok dapat membantu saya untuk memperbaiki ibadah saya seperti tata cara sholat yang benar dan sholat tepat waktu."* (Responden SM, 25 tahun)

Sementara itu, responden lain justru lebih menekankan pada aspek moral dan etika dalam kehidupan sosial. Mereka merasa lebih sadar akan pentingnya menjaga sikap, lisan, dan interaksi sehari-hari sebagai bagian dari pengamalan ajaran Islam. Salah satunya diungkapkan oleh responden berikut,

> *"Ya, saya menerapkan nilai atau pesan dari konten dakwah TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, ketika saya menonton dakwah singkat tentang pentingnya menjaga lisan dan menghindari ghibah, saya mulai lebih berhati-hati dalam berbicara dan menghindari membicarakan orang lain tanpa alasan yang baik. Selain itu, ada juga konten pengingat salat tepat waktu yang mendorong saya untuk lebih disiplin dalam menjalankan ibadah harian. Meskipun singkat, pesan dari konten-konten ini sering kali menyentuh dan mudah diingat."* (Responden YAS, 16 tahun)

Pernyataan ini mencerminkan bahwa konten dakwah tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi pemicu transformasi diri secara spiritual. TikTok sebagai media sosial yang populer di kalangan generasi muda berhasil menjadi jembatan dakwah yang mampu menghubungkan ajaran agama dengan konteks kehidupan sehari-hari yang mereka hadapi (Ibad, 2025). Implementasi nilai-nilai keagamaan dari konten dakwah TikTok bukanlah sekadar teori atau pemahaman pasif, tetapi telah masuk ke dalam ranah praksis, di mana para remaja menjadikannya pedoman dalam membentuk karakter dan kebiasaan hidup yang lebih Islami.

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Pengaruh dan Tantangan Konten Dakwah TikTok terhadap Pemahaman dan Praktik Keagamaan

Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa konten dakwah di TikTok memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan wawasan keislaman dan semangat dalam menjalankan ibadah (lihat **Tabel 1**).

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terbuka

No	Pertanyaan Kuesioner	Kategori Jawaban Utama	Jumlah Responden	Kutipan Salah Satu Responden
1	Apakah Anda menggunakan media sosial?	Ya	50	*"Iya menggunakan."*
2	Platform media sosial apa yang sering anda gunakan?	TikTok	36	*"TikTok."*
3	Apakah anda pengguna aktif TikTok?	Ya	46	*"Iya saya pengguna aktif tiktok, saya buka tiktok hampir setiap hari dan bisa berjam-jam."*
4	Berapa jam dalam sehari Anda menggunakan TikTok?	1-5 jam	44	*"3 jam tapi juga kadang lebih."*
5	Apakah Anda sering melihat konten dakwah di TikTok?	Ya	40	*"Sering, karena sering muncul di fyp saya atau kadang saya cari sendiri."*
6	Siapa tokoh atau kreator dakwah yang sering Anda tonton di TikTok?	Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Felix Siauw	29	*"Ust. Felix Siauw dan Ust. Hanan Attaki."*
7	Apakah Anda memahami isi konten dakwah yang Anda tonton di TikTok?	Ya	50	*"Kebanyakan paham sih. Kalau bingung, saya biasanya cek kolom komentar, banyak yang bantu jelasin."*
8	Konten dakwah apa yang paling sering Anda tonton di TikTok?	Motivasi Islami, Ibadah	44	*"Seperti semuanya, tapi yang sering Motivasi islami."*
9	Apakah Anda menerapkan nilai atau pesan dari konten dakwah TikTok dalam kehidupan sehari-hari? jika Ya jelaskan, jika Tidak kenapa!	Ya	50	*"Insya Allah, karena lebih sering nya buka tiktok untuk nyari solusi yang saat itu juga sedang terjadi sama diri sendiri, jadi berasa dinasehati dan bisa langsung terapkan."*
10	Seberapa besar pengaruh konten dakwah TikTok terhadap pemahaman dan praktik keagamaan Anda?	Sangat berpengaruh dan cukup berpengaruh	50	*"Sangat Besar, melalui TikTok dakwah yang biasanya identik dengan bosen dapat dikemas dengan ringkas namun mudah dipahami."*
11	Apakah Anda pernah mencari atau memverifikasi kebenaran informasi dari konten dakwah yang Anda tonton di TikTok?	Pernah atau sering	41	*"Sering, karena aku org nya ingin menyelam dan ingin tau lebih jauh dan valid."*

Sumber: Olah Data Penelitian 2025

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Berdasarkan hasil wawancara pada **Tabel 1** menunjukkan bahwa platform TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai media edukasi keagamaan yang menjangkau generasi muda secara efektif. Salah satu responden menggambarkan pengaruh tersebut,

> *"Sangat berpengaruh, jika dalam tingkatan 1,2,3,4, sampai 5, tingkat pengaruhnya di tingkatan 4, karena saya berasal dari sekolah umum menjadikan ini sebagai penambahan wawasan untuk saya dalam mendalami ajaran agama islam."* (Responden FHS, 22 tahun)

Pengaruh yang sama juga dirasakan oleh responden lain, terutama dalam hal meningkatkan kualitas ibadah dan kesadaran religius. TikTok dianggap memberikan dorongan spiritual secara singkat namun menyentuh,

> *"Berpengaruh, setelah saya menonton konten dakwah di TikTok dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan saya dan lebih taat beribadah."* (Responden SNF, 21 tahun)

Namun demikian, tidak semua responden merasakan pengaruh yang sepenuhnya positif. Beberapa di antaranya menyampaikan tantangan yang dihadapi dalam menyerap isi dakwah secara utuh. Salah satu kendala utama yang diungkapkan adalah durasi video yang terlalu singkat, sehingga menyebabkan pemahaman yang dangkal atau bahkan keliru. Responden berikut menjelaskan,

> *"Cukup besar namun terkadang kita hanya menonton sebagian potongan video kemudian membuat salah paham sebagian orang jadi harus mendengarkan penjelasan yang versi panjangnya juga."* (Responden LA, 23 tahun)

Tantangan lainnya yaitu banyaknya konten dakwah yang hanya menampilkan cuplikan saja tanpa konteks lengkap, sehingga informasi yang tersampaikan dapat bersifat ambigu atau disalahpahami. Sebagaimana yang disampaikan oleh responden berikut,

> *"Terkadang tidak, karena hanya potongan-potongan dari vt."* (Responden SNI, 25 tahun)

Temuan ini menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memang memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan pemahaman dan praktik keagamaan generasi Z. Namun, pengaruh ini tidak terlepas dari tantangan, terutama dalam hal kedalaman isi, konteks penyampaian, dan akurasi informasi. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari kreator konten dakwah untuk memastikan materi yang disampaikan bersifat edukatif, utuh, dan dapat dipertanggungjawabkan. Di sisi lain, literasi digital juga harus ditingkatkan agar generasi muda mampu memilah dan memahami informasi keagamaan dengan kritis dan bijak (Wahyudi, 2021).

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Discussion

Berdasarkan uraian penelitian tersebut, terdapat kaitan erat antara temuan mengenai daya tarik konten dakwah di TikTok dan pendekatan konten kreator seperti Ustaz Hanan Attaki dengan kurikulum pendidikan, khususnya pendidikan Islam. Temuan bahwa generasi Z lebih tertarik dengan media digital interaktif seperti TikTok menunjukkan bahwa kurikulum pendidikan Islam perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan media digital. Kurikulum tidak cukup hanya menekankan pada teks-teks klasik atau ceramah konvensional, tetapi juga harus mencakup pembelajaran yang:

1. Mengintegrasikan media digital dalam proses pembelajaran agama;
2. Mengenalkan literasi media dakwah digital, seperti membuat konten dakwah yang kreatif, sesuai prinsip syariat, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari;
3. Melibatkan peserta didik secara aktif dalam membuat dan menganalisis konten dakwah di media sosial, sebagai bentuk proyek atau tugas tematik.

Langkah di atas akan menjadikan pendidikan Islam lebih kontekstual, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta gaya belajar generasi Z. Penelitian ini menemukan bahwa media seperti TikTok, yang mengedepankan format visual dan interaktif, lebih disukai oleh generasi Z. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa integrasi media sosial dalam pembelajaran agama dapat meningkatkan pemahaman peserta didik secara signifikan, terutama bila materi dikemas dalam bentuk *storytelling* digital dan video pendek (Putra *et al*., 2023). Penggunaan TikTok juga menjadi alternatif media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran (Ramdani *et al.*, 2021).

Keberhasilan Ustaz Hanan Attaki dalam menarik minat generasi Z melalui gaya komunikasi yang santai, emosional, dan *relatable* memperkuat pentingnya pendekatan *bil hikmah* dan *mau'izhatil hasanah* dalam pembelajaran pendidikan agama. Ini dapat diimplementasikan dalam kurikulum dengan:

1. Meningkatkan kemampuan pedagogi guru PAI dalam menyampaikan materi keagamaan secara persuasif dan komunikatif;
2. Mengembangkan kompetensi sosial-emosional peserta didik melalui dialog, diskusi, dan refleksi terhadap nilai-nilai Islam yang kontekstual dan aplikatif;
3. Mendesain pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang relevan dengan kehidupan remaja, bukan sekadar hafalan materi.

Gaya penyampaian Ustaz Hanan Attaki yang santai dan emosional sesuai dengan model komunikasi dakwah *bil hikmah wa mau'izhatil hasanah*. Remaja cenderung lebih mudah tersentuh oleh konten dakwah yang *relatable* dan komunikatif dibandingkan pendekatan dogmatis-konvensional (Rejeki *et al*., 2024).

Ustaz Hanan Attaki dapat dijadikan sebagai figur keteladanan modern yang dapat dimasukkan ke dalam pembelajaran karakter atau akhlak mulia dalam kurikulum pendidikan Islam. Kurikulum dapat:

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

1. Menggunakan konten video dari ustadz digital sebagai bagian dari bahan ajar untuk membahas tema-tema akhlak, dakwah, atau komunikasi Islam;
2. Mendorong peserta didik untuk mengevaluasi gaya komunikasi para dai modern sebagai bagian dari penilaian kritis dan apresiatif dalam pendidikan keislaman;
3. Menanamkan nilai keislaman yang toleran, lembut, dan menyentuh hati, yang terbukti lebih efektif bagi remaja.

Penggunaan figur ustaz digital sebagai teladan religius menunjukkan bahwa generasi Z lebih responsif terhadap *role model* kontemporer yang hadir di ruang digital. Penelitian lain yang mengonfirmasi bahwa pemanfaatan tokoh publik digital dalam pendidikan karakter berdampak pada peningkatan minat dan keterlibatan peserta didik dalam pelajaran PAI (Romli & Dawolo, 2024).

Sesuai dengan teori *uses and gratification*, generasi Z memiliki kecenderungan memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Kurikulum PAI perlu diorientasikan pada pendekatan *student-centered learning*, yaitu:

1. Mendesain kurikulum berbasis minat dan kebutuhan peserta didik, termasuk dalam memilih media, metode, dan sumber belajar;
2. Mendorong refleksi pribadi dan pemaknaan terhadap ajaran Islam secara personal, seperti membuat vlog dakwah, jurnal keislaman digital, atau konten edukatif.

Teori *Uses and Gratification* menjadi kerangka yang tepat dalam memahami bagaimana generasi Z memilih media yang sesuai dengan preferensi dan tujuan personal mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketika peserta didik diberi ruang untuk memilih media pembelajaran (misalnya vlog, konten digital, refleksi pribadi), keterlibatan mereka dalam belajar agama meningkat secara signifikan (Nurqozin & Putra, 2023).

Dalam hal ini secara jelas menegaskan bahwa kurikulum pendidikan Islam harus lebih adaptif, *digital-aware*, dan humanis, dengan mengakomodasi terkait dengan perubahan pola konsumsi media generasi Z, gaya komunikasi yang persuasif dan relevan, serta pemanfaatan figur publik dan media sosial dalam pendidikan nilai Islam. Dengan demikian integrasi temuan ini ke dalam kurikulum akan menjadikan pendidikan Islam lebih efektif, menyentuh, dan sesuai dengan realitas sosial-budaya peserta didik pada saat ini.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan salah satu media sosial yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam, terutama bagi kalangan generasi muda. Karakteristik TikTok yang mengedepankan konten video pendek, visual yang menarik, serta interaktivitas tinggi memberikan peluang strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara kontekstual, ringan, dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, melainkan juga dapat dioptimalkan sebagai media edukatif dalam membentuk pemahaman dan sikap keagamaan. Namun demikian, efektivitas dakwah melalui TikTok juga

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

menghadapi sejumlah tantangan, seperti potensi penyebaran informasi yang tidak kredibel serta keterbatasan dalam penyampaian materi keagamaan secara mendalam. Oleh karena itu, dibutuhkan peran aktif dari para pendidik, dai, dan pengguna media sosial untuk secara kritis memproduksi dan menyebarkan konten dakwah yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam serta memiliki kualitas substansi yang memadai.

AUTHOR'S NOTE

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menegaskan bahwa data dan isi artikel bebas dari plagiarisme.

REFERENCES

Abdusshomad, A. (2024). Peran ustadz influencer dalam penyebaran dakwah Islam kepada generasi z melalui media sosial. *Muqaddimah: Jurnal Studi Islam*, *15*(5), 63-75.

Abidin, A. M. (2021). Pendidikan moral dan relevansinya dengan pendidikan Islam. *Jurnal Paris Langkis*, *2*(1), 57-67.

Adi, L. (2022). Konsep dakwah dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, *7*(3), 1-8.

Adnan, N. I., Ramli, S., & Ismail, I. N. (2021). Investigating the usefulness of TikTok as an educational tool. *International Journal of Practices in Teaching and Learning (IJPTL)*, *1*(2), 1-5.

Alfiana, N., & Budiantoro, W. (2021). Al-Quran dan budaya profetik: Mencetak insan kamil di era milenial. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, *13*(2), 281-292.

Cahyani, N. D., Luthfiyah, R., Apriliyanti, V., & Munawir, M. (2024). Implementasi pendidikan agama Islam dalam penanaman budaya religius untuk meningkatkan pembentukan karakteristik Islami. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, *23*(1), 477-493.

Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh konten digital terhadap generasi z dalam pemanfaatan media sosial dan digital native di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, *4*(2), 1-11.

Gunawan, B., & Aryani, M. (2024). Transformasi ruang lingkup dakwah di media sosial. *Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary*, *2*(2), 1216-1227.

Hamami, T. (2020). Pengembangan kurikulum pendidikan agama Islam di era 4.0. *Islamika*, *2*(2), 251-275.

Hidayatullah, W. S., Pratomo, H. W., & Jamaludin, G. M. (2024). Religious values based on local wisdom Munjungan tradition in Tukdana Village, Tukdana District, Indramayu Regency. *Indonesian Journal of Islamic Education*, *2*(3), 26-35.

Ibad, M. N. (2025). Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok: Tantangan dan peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, *2*(2), 145-156.

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Koswara, A. (2025). Filantropi digital: Pemanfaatan platform media sosial TikTok untuk menghimpun donasi di dunia maya. *Journal of Society Bridge*, *3*(1), 39-53.

Lailan, L. R. (2022). Pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawanah. *Dakwatul Islam*, *7*(1), 21-38.

Lestari, P. P. (2020). Dakwah digital untuk generasi milenial. *Jurnal Dakwah*, *21*(1), 41-58.

Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku islami mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, *3*(1), 627-647.

Maghfirah, F., Andriani, F., & Mirzal, H. (2021). Social media as a medium of Da'wah: religious transformation among online Da'wah audience on TikTok platform. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, *5*(1), 1-24.

Maharani, S. (2024). Penyampaian pesan dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri pada akun media sosial Instagram. *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *4*(1), 55-72.

Maliki, I. A., & Nazar, T. H. (2023). Living hadis islam wasathiyah: Analisis terhadap konten dakwah YouTube "Jeda Nulis" Habib Ja'far. *Nizham Journal of Islamic Studies*, *11*(1), 64-78.

Nasution, I. A., Aini, K. N., Adrio, E., & Zein, A. W. (2024). Aksiologi dalam era society 5.0: Menyikapi perubahan nilai dalam masyarakat digital. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, *2*(6), 165-178.

Nurqozin, M., & Putra, D. (2023). Pembelajaran berbasis media digital dalam meningkatkan kualitas pembelajaran pendidikan agama Islam pada sekolah menengah kejuruan Islam Terpadu Tebuireng Iii Indragiri Hilir Riau. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, *12*(4), 637-646.

Pratomo, H. W., Kuswati, Y., & Suklani, A. H. (2022). Educational leadership: Islamic religious, philosophy, psychology, and sociology perspectives. *International Journal of Social Science and Human Research*, *5*(5), 1765-1770.

Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Media dakwah TikTok untuk generasi Z. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *7*(1), 58-71.

Putri, N. A., & Marom, A. (2025). Peranan terpaan media sosial (Instagram dan TikTok) pada generasi z dalam implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, *14*(2), 1-19.

Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media pembelajaran dalam pembelajaran daring. *Akademika, 10*(2), 425-436.

Rejeki, T., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2024). Efektivitas komunikasi dalam berdakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun instagram terhadap spiritualitas generasi z. *Komunika: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, *2*(2), 39-47.

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790

Retpitasari, E. (2023). Dampak Pemahaman keagamaan dan kemampuan literasi media terhadap sebaran berita hoax di Komunitas Surabaya Mengaji. *Mediakita*, *6*(2), 183-195.

Rohmah, N. N. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global COVID-19 (Kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *4*(1), 1-16.

Romadan, A. I. (2023). Pendidikan agama Islam sebagai solusi atas krisis moral dalam masyarakat modern. *Adz-Zikr: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *8*(2), 8-15.

Romli, T., & Dawolo, Y. (2024). Menghubungkan dan menganalisa tren ustad-ustad digital di Indonesia melalui studi agama digital. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, *4*(6), 970-978.

Supratman, S. H., Rodliyah, K., & Suhendi, H. (2022). Efektivitas dakwah melalui media sosial TikTok dalam meningkatkan nilai-nilai keberagamaan. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, *1*(1), 9-14.

Syawitri, W. N., & Iryanti, S. S. (2024). Islam dan pendidikan adab modern: Dakwah kekinian sebagai kontra narasi di dalam TikTok. *Al-I'tibar: Jurnal Pendidikan Islam*, *11*(1), 11-20.

Tasruddin, R. (2024). Teori komunikasi dakwah dalam penyebaran pesan Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*, *7*(11), 4290-4292.

Wahyudi, T. (2021). Penguatan literasi digital generasi muda Muslim dalam kerangka konsep Ulul Albab. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, *18*(2), 161-178.

Yusuf, F. A. M. E. & Susanti, T. (2022). The impact of Zoom as a learning application on student learning concentration in the COVID-19 era. *Curricula: Journal of Curriculum Development, 1*(2). 129-142.

Zis, S. F., Dewi, R. S., & Efendi, Z. (2021). Model perilaku komunikasi generasi muda dalam pemanfaatan media digital memasuki era 4.0 dan 5.0 di Kecamatan Kuranji. *Jurnal Komunikasi Profesional*, *5*(1), 66-87.

https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790