

Perubahan Pola Komunikasi Dakwah Generasi Z melalui Media Digital: Studi Fenomenologi pada Komunitas Muslim Muda

Fikri Ramadhan Marajo

UIN Mahmud Yunus Batusangkar

fikriramadhani@gmail.com

Reza Pahlevi

UIN Mahmud Yunus Batusangkar

rezapahlevi@gmail.com

Celsy Clara Utami

UIN Mahmud Yunus Batusangkar

Celsyclara32@gmail.com

Article History:

Received: 19 Agustus 2026;

Accepted: 24 Agustus 2026;

Published: 30 Agustus 2026

Abstract. *The advancement of digital technology has brought significant changes to the patterns of Islamic preaching communication, particularly among Generation Z, who increasingly rely on digital media as a primary space for accessing religious information. These transformations have not only influenced the ways in which Islamic messages are delivered but have also reshaped the interaction patterns between da'i (Islamic preachers) and mad'u (audiences) into more open, interactive, and digitally community-based forms of communication. This study aims to analyze the transformation of Islamic preaching communication patterns among Generation Z through digital media within young Muslim communities. The research employs a qualitative approach using a phenomenological method to explore the experiences, perceptions, and religious communication practices of young generations in utilizing digital platforms as mediums for Islamic preaching. Data were collected through in-depth interviews, observations of digital preaching activities, and documentation of religious content disseminated through social media platforms. The findings reveal that Islamic preaching communication patterns among Generation Z have shifted from a one-way communication model toward a participatory communication model that emphasizes dialogue, content creativity, emotional engagement, and the relevance of everyday life issues. Digital media also plays a significant role in shaping new religious communities that enable Islamic value exchanges to occur in a more flexible and inclusive manner. This study highlights that the adaptation of digital Islamic preaching communication strategies has become an essential necessity for effectively reaching young Muslim generations in the era of technological transformation.*

Keywords:

Islamic preaching communication, Generation Z,

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi dakwah, terutama di kalangan Generasi Z yang menjadikan media digital sebagai ruang utama dalam memperoleh informasi keagamaan. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi cara penyampaian pesan

digital media, young Muslim communities, phenomenology.

dakwah, tetapi juga mengubah pola interaksi antara da'i dan mad'u menjadi lebih terbuka, interaktif, dan berbasis komunitas digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan pola komunikasi dakwah Generasi Z melalui media digital pada komunitas Muslim muda. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman, persepsi, dan praktik komunikasi keagamaan generasi muda dalam memanfaatkan platform digital sebagai media dakwah. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas dakwah digital, dan dokumentasi konten keagamaan pada media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi dakwah Generasi Z mengalami pergeseran dari model komunikasi satu arah menuju komunikasi partisipatif yang menekankan dialog, kreativitas konten, kedekatan emosional, dan relevansi isu kehidupan sehari-hari. Media digital juga berperan dalam membentuk komunitas keagamaan baru yang memungkinkan proses pertukaran nilai Islam berlangsung secara fleksibel dan inklusif. Penelitian ini menegaskan bahwa adaptasi strategi komunikasi dakwah digital menjadi kebutuhan penting untuk menjangkau generasi muda Muslim di era transformasi teknologi.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik komunikasi keagamaan. Aktivitas dakwah yang sebelumnya lebih banyak berlangsung melalui ruang konvensional seperti masjid, majelis taklim, dan forum keagamaan tatap muka, kini mengalami transformasi melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, podcast, dan media sosial lainnya (Dinda Ayu Triani et al., 2025). Perubahan ini semakin terlihat pada Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan teknologi digital dan memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Bagi Generasi Z, media digital tidak hanya menjadi sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi ruang untuk memperoleh pengetahuan agama, membangun identitas keislaman, dan berpartisipasi dalam komunitas keagamaan (Abbas et al., 2026).

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa pola komunikasi dakwah di kalangan Generasi Z mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Generasi muda Muslim saat ini cenderung memilih bentuk dakwah yang lebih fleksibel, singkat, visual, interaktif, dan relevan dengan persoalan kehidupan sehari-

hari. Konten dakwah yang disajikan melalui video pendek, diskusi daring, siaran langsung, dan forum digital lebih mudah diterima karena sesuai dengan karakteristik konsumsi informasi generasi digital (Wiand et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah tidak lagi hanya bergantung pada kemampuan menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga pada kemampuan da'i dalam memahami karakter media digital dan pola interaksi audiens.

Namun, perubahan pola komunikasi dakwah digital juga menghadirkan berbagai persoalan akademik dan praktis. Ruang digital yang terbuka memungkinkan setiap individu memproduksi dan menyebarkan pesan keagamaan tanpa selalu memiliki latar belakang keilmuan agama yang memadai. Kondisi ini berpotensi menyebabkan munculnya beragam interpretasi keagamaan, penyederhanaan pesan agama, hingga penyebaran informasi keagamaan yang kurang tepat (Zaman, 2024). Selain itu, karakteristik komunikasi digital yang cepat dan berbasis algoritma sering kali mendorong munculnya konten yang lebih menekankan popularitas dibandingkan kedalaman substansi keagamaan.

Berdasarkan observasi terhadap komunitas Muslim muda di ruang digital, ditemukan bahwa Generasi Z memiliki pola baru dalam berinteraksi dengan pesan dakwah. Mereka tidak hanya berperan sebagai penerima pesan (*receiver*), tetapi juga sebagai pengguna aktif yang memberikan komentar, membagikan konten, membuat ulang pesan dakwah, dan membangun diskusi keagamaan secara daring. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan posisi mad'u dari objek dakwah menjadi subjek yang turut berpartisipasi dalam proses produksi dan penyebaran pesan keagamaan (Hidayat et al., 2025). Perubahan tersebut menjadi penting untuk dikaji karena menunjukkan adanya transformasi paradigma komunikasi dakwah dari pola linear menuju pola komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif.

Kajian mengenai komunikasi dakwah digital sebelumnya banyak membahas efektivitas media sosial sebagai sarana penyebaran pesan Islam, strategi dakwah melalui platform digital, serta peran influencer Muslim dalam

membangun pengaruh keagamaan. Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus menggali pengalaman subjektif Generasi Z dalam memahami, menerima, dan mempraktikkan komunikasi dakwah melalui media digital (Velia Septia Wulandari, 2026). Pendekatan fenomenologi diperlukan untuk memahami bagaimana generasi muda Muslim memaknai perubahan pola komunikasi dakwah tersebut dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana perubahan pola komunikasi dakwah terjadi pada Generasi Z melalui media digital dan bagaimana pengalaman komunitas Muslim muda dalam berinteraksi dengan pesan-pesan dakwah di ruang virtual. Penelitian ini juga berupaya memahami faktor-faktor yang menyebabkan perubahan tersebut, termasuk peran teknologi digital, karakteristik komunikasi generasi muda, serta strategi adaptasi para pelaku dakwah dalam membangun hubungan komunikasi dengan audiens digital (Hakim, 2025).

Dengan demikian, penelitian mengenai perubahan pola komunikasi dakwah Generasi Z melalui media digital menjadi penting dilakukan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai dinamika dakwah Islam kontemporer. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi komunikasi Islam, khususnya dalam memahami transformasi dakwah di era digital serta memberikan rekomendasi bagi praktisi dakwah agar mampu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi Muslim muda.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi yang bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif, persepsi, dan makna yang dibangun oleh Generasi Z dalam menjalankan serta menerima komunikasi dakwah melalui media digital. Pendekatan fenomenologi dipilih karena penelitian ini berfokus pada bagaimana komunitas Muslim muda mengalami perubahan pola komunikasi dakwah, termasuk cara

mereka mengakses, memahami, merespons, dan berpartisipasi dalam penyebaran pesan keagamaan di ruang digital.

Penelitian dilakukan pada komunitas Muslim muda yang aktif menggunakan media digital sebagai sarana memperoleh informasi dan berinteraksi dengan konten dakwah Islam. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria Generasi Z Muslim berusia 18–25 tahun, aktif menggunakan platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, atau media dakwah daring lainnya, serta memiliki pengalaman mengikuti aktivitas dakwah digital. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas komunikasi dakwah digital, dan dokumentasi konten keagamaan yang relevan.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengelompokan tema, interpretasi makna pengalaman informan, dan penarikan kesimpulan berdasarkan perspektif fenomenologi. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan metode untuk memastikan konsistensi temuan penelitian. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara mendalam transformasi pola komunikasi dakwah Generasi Z serta menjelaskan bagaimana media digital membentuk pola interaksi baru antara da'i dan komunitas Muslim muda di era kontemporer.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi Pola Komunikasi Dakwah Generasi Z melalui Media Digital

Perkembangan media digital telah membawa perubahan mendasar terhadap pola komunikasi dakwah pada Generasi Z. Berdasarkan hasil wawancara dengan komunitas Muslim muda, ditemukan bahwa aktivitas dakwah tidak lagi dipahami sebagai proses komunikasi satu arah yang hanya berlangsung melalui ruang formal keagamaan, tetapi telah berkembang menjadi proses komunikasi yang lebih dinamis, interaktif, dan partisipatif. Generasi Z memanfaatkan media digital sebagai ruang untuk

mencari pengetahuan agama, berdiskusi, serta membangun relasi sosial berbasis nilai-nilai keislaman (Rumaisa, 2025).

Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh informan dalam mengakses konten dakwah. Informan mengungkapkan bahwa kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta keberagaman materi menjadi alasan utama memilih media digital sebagai sumber pembelajaran agama. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku komunikasi keagamaan dari pola konvensional menuju pola digital yang menyesuaikan dengan karakteristik kehidupan Generasi Z yang dekat dengan teknologi. Perubahan pola komunikasi dakwah terlihat dari bergesernya posisi mad'u dalam proses komunikasi (Nursintia & Layyinah, 2025). Dalam model dakwah konvensional, mad'u lebih banyak berperan sebagai penerima pesan, sedangkan dalam ruang digital Generasi Z menjadi bagian aktif dalam proses produksi, distribusi, dan interpretasi pesan dakwah. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengguna media digital tidak hanya menonton konten dakwah, tetapi juga memberikan komentar, membagikan informasi, membuat ulasan, dan berdiskusi mengenai tema keagamaan yang sedang berkembang.

Karakteristik pesan dakwah menjadi faktor penting dalam menarik perhatian Generasi Z. Informan cenderung menyukai konten dakwah yang disampaikan secara singkat, menggunakan bahasa sederhana, memiliki visual menarik, serta berkaitan dengan persoalan kehidupan sehari-hari (Sri Mega Hayatunlupus, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan da'i dalam melakukan adaptasi pesan sesuai dengan budaya komunikasi generasi muda. Selain perubahan bentuk penyampaian pesan, penelitian menemukan adanya perubahan dalam hubungan komunikasi antara da'i dan mad'u. Media digital memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih dekat karena audiens dapat memberikan respons secara langsung melalui komentar, pesan pribadi, maupun forum diskusi daring. Interaksi tersebut

menciptakan hubungan komunikasi yang lebih horizontal dibandingkan model dakwah sebelumnya yang cenderung bersifat hierarkis (Arlis & Isma, 2026).

Berdasarkan pengalaman informan, kredibilitas dan gaya komunikasi da'i menjadi aspek penting dalam menentukan penerimaan terhadap pesan dakwah digital. Generasi Z tidak hanya mempertimbangkan isi ceramah, tetapi juga melihat kemampuan da'i dalam memahami konteks sosial, menggunakan bahasa yang relevan, dan menunjukkan sikap terbuka terhadap berbagai persoalan kontemporer (Armaijn et al., 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa otoritas dakwah di era digital tidak hanya dibangun melalui status formal, tetapi juga melalui kemampuan membangun kepercayaan dalam ruang komunikasi digital.

Media digital juga memberikan peluang bagi munculnya komunitas Muslim muda berbasis virtual. Komunitas tersebut tidak selalu terbentuk melalui pertemuan fisik, tetapi berkembang melalui interaksi digital yang memiliki kesamaan minat terhadap kajian Islam tertentu. Informan menyatakan bahwa komunitas digital memberikan ruang bagi mereka untuk bertukar pemahaman agama, memperoleh motivasi spiritual, dan memperluas jaringan sosial keagamaan. Namun demikian, hasil penelitian juga menemukan adanya tantangan dalam komunikasi dakwah digital, terutama berkaitan dengan validitas informasi keagamaan. Beberapa informan menyampaikan bahwa banyaknya konten agama di media sosial membuat mereka harus lebih selektif dalam memilih sumber dakwah. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital keagamaan menjadi aspek penting agar Generasi Z mampu membedakan antara konten dakwah yang memiliki dasar keilmuan dengan informasi keagamaan yang kurang dapat dipertanggungjawabkan (Miftahul Jannah & Nurmila, 2025).

Transformasi komunikasi dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan perubahan media, tetapi juga perubahan cara masyarakat memahami dan mengalami aktivitas dakwah. Dakwah kini tidak lagi hanya berlangsung melalui ruang fisik, tetapi berkembang menjadi pengalaman

komunikasi yang terintegrasi dengan kehidupan digital masyarakat. Generasi Z menjadikan ruang digital sebagai bagian dari perjalanan spiritual mereka dalam memahami nilai-nilai Islam.

Media digital telah membentuk pola komunikasi dakwah baru yang lebih fleksibel, interaktif, dan partisipatif. Perubahan tersebut menuntut para pelaku dakwah untuk memiliki kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi serta memahami karakteristik komunikasi Generasi Z. Dengan demikian, keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan pesan agama, tetapi juga oleh kemampuan membangun komunikasi yang relevan, dialogis, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda Muslim.

2. Pengalaman Komunitas Muslim Muda dalam Memaknai Dakwah Digital dan Pembentukan Identitas Keislaman Generasi Z

Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan dakwah, tetapi juga menjadi ruang pembentukan pengalaman religius dan identitas keislaman bagi Generasi Z. Berdasarkan hasil wawancara dengan komunitas Muslim muda, ditemukan bahwa interaksi dengan konten dakwah digital memberikan pengaruh terhadap cara mereka memahami ajaran Islam, membangun perspektif keagamaan, serta mengekspresikan identitas sebagai seorang Muslim dalam kehidupan sosial. Ruang digital menjadi arena baru bagi generasi muda untuk melakukan proses pencarian makna keagamaan yang lebih personal dan kontekstual.

Sebagian besar informan memanfaatkan media digital sebagai sumber awal dalam mempelajari isu-isu keagamaan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Mereka mengakses berbagai konten seperti kajian singkat, diskusi keislaman, motivasi spiritual, serta pembahasan mengenai persoalan sosial dari perspektif Islam. Fenomena ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan pola belajar agama, di mana Generasi Z tidak lagi sepenuhnya bergantung pada ruang pendidikan agama formal, tetapi juga

memanfaatkan sumber digital sebagai alternatif dalam memperoleh pemahaman keislaman (Yuminah Rahmatulloh et al., 2025).

Pola komunikasi dakwah yang diterima oleh Generasi Z cenderung bersifat dialogis dan personal. Informan mengungkapkan bahwa mereka lebih tertarik pada da'i atau kreator konten yang mampu menjawab persoalan yang mereka alami, seperti permasalahan moral, hubungan sosial, kesehatan mental, pendidikan, dan tantangan kehidupan modern. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif bukan hanya menyampaikan ajaran normatif, tetapi juga mampu menghadirkan solusi terhadap persoalan nyata yang dihadapi generasi muda (Putri Zulaikha & Bashori, 2025).

Berdasarkan observasi terhadap aktivitas komunitas Muslim muda di media digital, ditemukan bahwa proses komunikasi dakwah berlangsung melalui berbagai bentuk interaksi. Pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga ikut membangun diskursus keagamaan melalui komentar, diskusi kelompok daring, dan penyebaran ulang konten. Pola komunikasi tersebut menunjukkan karakteristik komunikasi digital yang bersifat jaringan (*network communication*), yaitu pesan berkembang melalui keterlibatan banyak pengguna dalam suatu komunitas virtual. Preferensi Generasi Z terhadap konten dakwah sangat dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang digunakan oleh da'i. Informan lebih menerima pesan dakwah yang disampaikan dengan pendekatan persuasif, tidak menghakimi, menggunakan bahasa yang dekat dengan kehidupan anak muda, serta mampu menghargai perbedaan pandangan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah kontemporer membutuhkan pendekatan yang lebih humanis agar pesan Islam dapat diterima secara lebih luas oleh generasi digital (Umar Zakka et al., 2025).

Selain aspek penyampaian pesan, penelitian menemukan bahwa media digital berperan dalam memperkuat rasa keterhubungan sosial dalam komunitas Muslim muda. Melalui platform digital, individu yang memiliki minat keagamaan yang sama dapat membentuk komunitas,

berbagi pengalaman spiritual, dan saling memberikan dukungan dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media transmisi informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan solidaritas sosial keagamaan. Namun, hasil penelitian juga menemukan adanya tantangan dalam pembentukan pemahaman keagamaan melalui media digital. Informan menyampaikan bahwa banyaknya pilihan konten dakwah terkadang menyebabkan kebingungan dalam menentukan sumber informasi yang terpercaya (Novanto et al., 2025). Perbedaan pandangan antarpendakwah di media sosial juga dapat memunculkan interpretasi yang beragam di kalangan generasi muda. Kondisi ini menunjukkan pentingnya kemampuan literasi digital dan literasi keagamaan agar Generasi Z mampu menyikapi berbagai informasi agama secara kritis.

Perubahan pola komunikasi dakwah digital turut memengaruhi konsep otoritas keagamaan di kalangan Generasi Z. Otoritas tidak lagi hanya didasarkan pada kedudukan formal seorang pendakwah, tetapi juga dibangun melalui kualitas komunikasi, konsistensi konten, kemampuan menjawab persoalan aktual, dan hubungan yang terbangun dengan audiens (Amalia & Siregar, 2024). Dengan demikian, ruang digital telah menciptakan bentuk baru legitimasi keagamaan yang berbasis pada interaksi dan kepercayaan komunitas.

Berdasarkan hasil analisis fenomenologi, pengalaman Generasi Z dalam mengikuti dakwah digital menunjukkan adanya proses adaptasi antara nilai-nilai keislaman dengan budaya digital. Mereka tidak meninggalkan kebutuhan terhadap pembelajaran agama, tetapi mengembangkan cara baru dalam memperoleh dan memaknai pengetahuan keagamaan (Burhanuddin & Siregar, 2024). Media digital menjadi ruang pertemuan antara tradisi keislaman dan perkembangan teknologi yang menghasilkan bentuk komunikasi dakwah yang lebih fleksibel dan inovatif.

Perubahan pola komunikasi dakwah Generasi Z melalui media digital merupakan fenomena yang tidak hanya berkaitan dengan perubahan

media, tetapi juga perubahan cara generasi muda membangun hubungan dengan agama dan komunitasnya. Dakwah digital telah menciptakan pola komunikasi baru yang lebih partisipatif, interaktif, dan berbasis pengalaman personal. Oleh karena itu, pengembangan dakwah di era digital perlu memperhatikan aspek teknologi, kualitas pesan, kompetensi komunikator, serta pemahaman terhadap karakteristik Generasi Z agar mampu membangun komunikasi Islam yang relevan dan berkelanjutan.

D. KESIMPULAN

Perubahan pola komunikasi dakwah Generasi Z melalui media digital pada komunitas Muslim muda, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi signifikan dalam praktik komunikasi dakwah kontemporer. Dakwah tidak lagi berlangsung secara dominan melalui pola komunikasi satu arah, tetapi mengalami pergeseran menuju pola komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan berbasis komunitas digital. Generasi Z memanfaatkan media digital sebagai ruang untuk memperoleh pengetahuan agama, membangun identitas keislaman, serta berinteraksi dengan berbagai komunitas Muslim secara lebih fleksibel.

Karakteristik komunikasi dakwah yang efektif bagi Generasi Z ditentukan oleh kemampuan da'i dalam menyampaikan pesan yang kontekstual, komunikatif, kreatif, dan relevan dengan persoalan kehidupan generasi muda. Media digital memberikan peluang bagi terciptanya hubungan yang lebih dekat antara da'i dan mad'u melalui interaksi langsung, diskusi daring, serta partisipasi audiens dalam penyebaran pesan keagamaan. Transformasi dakwah digital juga menghadirkan tantangan berupa keberagaman sumber informasi keagamaan, validitas pesan, dan kebutuhan terhadap literasi digital keagamaan. Keberhasilan komunikasi dakwah di era digital tidak hanya bergantung pada pemanfaatan teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku dakwah dalam membangun komunikasi yang autentik, moderat, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Temuan ini memberikan

kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi Islam dalam memahami dinamika dakwah pada masyarakat digital kontemporer.

REFERENSI

- Abbas, A., Sunan, U., & Surabaya, A. (2026). Podcast Sebagai Media Dakwah Baru Di Kalangan Gen Z. *Journal Of Islamic Communication Studies (Jicos)*, 4(1), 35–45. <https://doi.org/10.15642/Jicos.2026.4.1.35-45>
- Amalia, Y., & Siregar, S. (2024). Mediatisasi Hadis Di Instagram: Pemaknaan Hadis Dalam Akun Kprsyariah.Co.Id Dan Kreditrumahsyariah.Info. *Al Fawatih Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Hadi*, 15(1), 37–48.
- Arli, F. M., & Isma, D. D. (2026). Religiusitas Muslim Generasi Z Dalam Menghadapi Tantangan Literasi Keagamaan Di Era Digital Pemahaman Agama Yang Dangkal Atau Bias Informasi (Sarinawati , 2025). Dengan Demikian , Utuh Lanskap Keberagamaan Generasi Masa Depan , Sehingga Dapat Dirumuskan. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 3(2), 101–113.
- Armaijn, L., Darmayanti, D., Sonia, B., & Rochmat, H. (2024). Perubahan Pola Pencarian Ilmu Islam Pada Generasi Z: Studi Metodologi Terhadap Pergeseran Dari Majelis Taklim Ke Platform Digital. *Advances In Education Journal*, 2(3), 306–312.
- Burhanuddin, A., & Siregar, S. (2024). Studi Komparatif Cendekiawan Muslim Klasik Dan Kontempror Dalam Pembentukan Konsep Dan Prinsip Maqasid Al-Syariah. *I'tiqadiyah: Jurnal Hukum Dan Ilmu-Ilmu Kesyariahan*, 3, 236–250.
- Dinda Ayu Triani, Mumtaz Ali Ridha Al Munawar, Rahma Amelia, Syahla Aulia Syahida, Zahra Nabilatu Azkia, & Edi Suresman. (2025). Dakwah Di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam Di Era Digital. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, 3(1), 295–305. <https://doi.org/10.59059/Perspektif.V3i1.2206>
- Hakim, L. (2025). Dakwah Interaktif Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Respon Audiens Di Platform Tiktok Dan Instagram Reels (Interactive Da'wah On Social Media: An Analysis Of Communication Patterns And Audience Response On Tiktok And Instagram Reels). *Urnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 3(2), 3026–4405.
- Hidayat, M. W., Aula, M., & Arifin, B. (2025). Tantangan Dakwah Pada Generasi Milenial Dan Gen Z : Pendekatan Baru Di Era Modern. *At-Taklim: Jurnal Pendidikan Multidisiplin*, 2(11), 585–600.
- Miftahul Jannah, & Nurmila. (2025). Media Sosial Dan Pembentukan Religiusitas Generasi Z Meta-Analisis. *An-Nur: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(1), 20–40. <https://doi.org/10.65802/An-Nur.V1i1.3>
- Novanto, R. A., Siregar, S., & Sativa, K. O. (2025). Perkembangan Digitalisasi Al-Qur ' An : Dampaknya. *Amsal Al-Qur'an: Jurnal Al-Qur'an Dan Hadis*, 2(2), 333–343.

- Nursintia, T., & Layyinah, L. (2025). Media Sosial Sebagai Ruang Transformasi Pemahaman Keagamaan Generasi Z: Studi Fenomenologi Di Smpn 2 Karangpawitan Garut. *Itishomia: Journal Education Islamic Studies*, 1(1), 25–34.
- Putri Zulaikha, & Bashori. (2025). Pengaruh Influencer Keagamaan Terhadap Perubahan Gaya Hidup Religius Generasi Z: Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6), 648–668. <https://doi.org/10.71282/Jurmie.V2i6.528>
- Rumaisa, C. (2025). Pola Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Zoomers Dalam Interaksi Sosial Keagamaan Di Banda Aceh. *Journal Aceh Asia Studies (Jaas)*, 1(1), 1–7.
- Sri Mega Hayatulnupus. (2025). Transformasi Komunikasi Masyarakat Modern Melalui Tiktok: Analisis Partisipatif Generasi Z. *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 94–106. <https://doi.org/10.51590/Bashirah.V6i1.1060>
- Umar Zakka, Hosen, Sawaluddin Siregar, & Ttr, N. (2025). Eksplorasi Bulan Sebagai Ayat Kauniah Dalam Tafsir Al-Qur'an. *Amsal Al-Qur'an: Jurnal Al-Qur'an Dan Hadis*, 2(2), 265–284. <https://doi.org/10.63424/Amsal.V2i2.377>
- Velia Septia Wulandari, F. (2026). (2026). Makna Pesan Dakwah Habib Ja'far Dalam Pembentukan Sikap Keagamaan Generasi Z. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 13(1), 104–116. <https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye>
- Wiand, A., Uin, P., & Surabaya, S. A. (2025). Strategi Komunikasi Islam Generasi Z Dalam Mengelola Identitas Diri. *Journal Of Islamic Communication Studies (Jicos)*, 3(2), 171–181. <https://doi.org/10.15642/Jicos.2025.3.2.171-181>
- Yuminah Rahmatulloh, Muhammad Iqbal, Ahmad Fardan, & Safry Rahmatullah. (2025). Fenomena Tren Hijrah Keberagaman Di Kalangan Gen Z: Studi Fenomenologi Kecenderungan Terhadap Corak Dakwah Sufisme Dan Salafisme. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(3), 339–358. <https://doi.org/10.61132/Jbpai.V3i3.1319>
- Zaman, W. K. (2024). Dakwah Digital Dan Generasi Z : Pergeseran Otoritas Keagamaan Di Media Sosial. *Isi humor: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 200–219.