

Komunitas Online dan Penggerak Dakwah: Studi Tentang Saluran Whatsapp Ustaz Hanan Attaki dalam Menyebarluaskan Pesan Keagamaan

Ela Rosyida¹, Mira Shodiqoh², Akhla Shofia Kumala³

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

Author Corresponding: ela.rosyida@gmail.com

Abstract

Da'wah refers to the effort in Islam to convey Islamic teachings and values to others, inviting them toward goodness, truth, and a path approved by Allah. It goes beyond just sharing religious information; it also involves guiding others in their spiritual, social, and moral lives. In today's digital age, preachers can reach audiences from all corners of the world using platforms like YouTube, Instagram, Facebook, WhatsApp, and more. Ustadz Hanan Attaki, a popular young preacher known for his modern and flexible style, has gained significant attention, especially among teenagers. Moreover, WhatsApp's channel creation feature provides an opportunity for da'wah activists to build online communities, allowing them to reach a broader audience, particularly the youth who are heavily engaged in cyberspace. This research aims to analyze the spread of religious messages through digital media, particularly on WhatsApp channels, and evaluate the effectiveness of social media in fostering religious communities. A qualitative approach, using a case study method, was employed to examine the role of WhatsApp channels in spreading religious messages. Data was collected through observations on WhatsApp channels to understand interaction dynamics, content management, and communication effectiveness in reaching followers, as well as through interviews with followers of the channel.

Abstrak

Da'wah merujuk pada usaha dalam Islam untuk menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada orang lain, mengajak mereka menuju kebaikan, kebenaran, dan jalan yang disetujui oleh Allah. Da'wah tidak hanya mencakup penyampaian informasi agama, tetapi juga upaya untuk membimbing orang lain dalam kehidupan spiritual, sosial, dan moral mereka. Di era digital saat ini, para da'i dapat menjangkau audiens dari berbagai penjuru dunia menggunakan platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lainnya. Ustadz Hanan Attaki, seorang da'i muda yang populer dengan gaya dakwahnya yang modern dan fleksibel, telah menarik perhatian, terutama di kalangan remaja. Selain itu, fitur pembuatan saluran di WhatsApp memberikan peluang bagi aktivis dakwah untuk membangun komunitas online, sehingga mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang sangat terlibat dalam dunia maya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebarluasan pesan agama melalui media digital, khususnya di saluran WhatsApp, dan mengevaluasi efektivitas media sosial dalam membangun komunitas agama. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan untuk mengkaji peran saluran WhatsApp dalam menyebarluaskan pesan agama. Data dikumpulkan melalui observasi di saluran WhatsApp untuk memahami dinamika interaksi, manajemen konten, dan efektivitas komunikasi dalam menjangkau pengikut, serta melalui wawancara dengan pengikut saluran tersebut.

Keywords:

Komunitas Online, Da'wah, WhatsApp, Ustaz Hanan Attaki

A. Pendahuluan

Dakwah adalah usaha atau aktivitas dalam Islam yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran agama kepada orang lain, mengajak mereka menuju kebaikan, kebenaran, dan jalan yang diridhai oleh Allah. Istilah "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti "seruan" atau "panggilan" (Al-Qaradawi,

2018). Di era digital saat ini, dakwah telah berkembang pesat dengan memanfaatkan berbagai media dan platform online, menjadikannya lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Sulaiman & Hamid, 2020). Media sosial, yang dulunya terbatas pada platform fisik seperti masjid, kini menjadi sarana utama bagi da'i untuk menyebarkan ajaran Islam. Beberapa platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan WhatsApp, memungkinkan dakwah disampaikan dengan lebih mudah dan interaktif (Sabarudin, 2021).

WhatsApp, dengan jutaan penggunanya di seluruh dunia, menjadi salah satu aplikasi pesan instan paling populer yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan akses dan fitur lengkap, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membangun koneksi dengan teman, keluarga, serta kolega, menjadikannya pilihan utama untuk komunikasi sehari-hari (Wahyudi & Setiawan, 2022). Salah satu fitur baru WhatsApp adalah kemampuan untuk membuat saluran (channels), yang memungkinkan para pendakwah untuk membangun komunitas online dan menyebarkan dakwah mereka kepada audiens yang lebih besar.

Salah satu komunitas dakwah yang memanfaatkan fitur saluran WhatsApp ini adalah komunitas dakwah Ustadz Hanan Attaki. Komunitas ini tidak hanya fokus pada penyebaran ilmu agama, tetapi juga berperan penting dalam membangun kesadaran sosial, meningkatkan pemahaman ajaran Islam, dan mengedukasi masyarakat mengenai isu-isu keagamaan yang relevan dengan perkembangan zaman (Alamsyah & Mahmud, 2021). Dengan gaya bahasa yang fleksibel dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan zaman, Ustadz Hanan Attaki berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, baik muda maupun tua. Penggunaan WhatsApp memungkinkan beliau untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih aktif di dunia maya (Fitriani & Abdullah, 2020).

Sebelumnya, penelitian tentang strategi komunikasi Ustadz Hanan Attaki di channel YouTube-nya menunjukkan bahwa ia memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif. Pendekatan komunikatif dan interaktif yang diterapkan Ustadz Hanan Attaki dalam ceramah-ceramahnya di YouTube telah membuktikan keberhasilannya dalam mencapai audiens dengan gaya bahasa yang mudah dipahami (Rochmawati & Ismail, 2020). Terinspirasi oleh fitur saluran WhatsApp yang memungkinkan pembuatan komunitas online, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam fenomena komunitas dakwah online, terutama di saluran WhatsApp Ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini akan menganalisis cara kerja komunitas dakwah online, karakteristik penggeraknya, serta dampaknya terhadap penerimaan pesan dakwah oleh masyarakat, khususnya dalam konteks interaksi digital yang berkembang pesat. Selain itu, riset ini juga akan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh komunitas dakwah online dalam mengoptimalkan peranannya dalam menyebarkan dakwah yang konstruktif dan berdampak positif di dunia maya. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai kontribusi komunitas dakwah online dalam memperkuat pemahaman agama di era digital (Hendri & Amin, 2021).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua metode utama, yaitu wawancara dan observasi, untuk memperoleh data yang relevan mengenai dakwah digital, khususnya dalam konteks penggunaan TikTok sebagai platform dakwah. Dalam metode wawancara, langkah pertama adalah menetapkan tujuan penelitian, yang bertujuan untuk memahami perspektif da'i (konten kreator dakwah) mengenai dakwah digital atau untuk menyelidiki pengalaman audiens dalam mengakses materi dakwah melalui platform digital. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali hambatan, tantangan, serta efektivitas konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial, terutama TikTok. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara akan bersifat terbuka untuk mendorong responden memberikan jawaban yang lebih mendalam. Beberapa contoh pertanyaan yang relevan adalah, "Apa hambatan terpenting yang Anda temui saat menyampaikan dakwah lewat media digital?" atau "Seberapa efektif menurut Anda konten dakwah yang telah Anda buat?" Pertanyaan-pertanyaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah digital, serta tantangan yang dihadapi oleh para dai di era digital ini (Nasrullah, 2018).

Selanjutnya, pemilihan responden dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, seperti pengalaman dalam dakwah digital, jenis konten yang mereka hasilkan, atau latar belakang pendidikan yang relevan. Pemilihan responden yang tepat akan memastikan bahwa data yang diperoleh representatif dan kredibel. Responden dapat direkrut melalui berbagai saluran, seperti email, platform media sosial, atau jaringan komunitas yang sudah ada. Setelah itu, wawancara dapat dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau melalui video call. Hal ini penting untuk menciptakan suasana yang nyaman agar responden merasa bebas untuk berbagi pengalaman mereka tanpa tekanan. Semua jawaban harus dicatat dengan cermat, dan jika memungkinkan, wawancara bisa direkam (dengan izin responden) untuk memudahkan proses analisis. Setelah wawancara selesai, transkripsi dilakukan untuk mengubah rekaman wawancara menjadi teks yang lebih mudah dianalisis. Proses selanjutnya adalah pengkodean dan klasifikasi, di mana peneliti mengidentifikasi tema-tema utama dari jawaban responden dan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema tersebut. Pengkodean ini akan membantu dalam menganalisis data secara lebih sistematis dan mendalam.

Metode kedua yang digunakan adalah observasi. Observasi dimulai dengan menetapkan fokus observasi, yaitu menentukan aspek-aspek khusus dari dakwah digital yang ingin diamati. Aspek ini bisa berupa keterlibatan audiens di platform media sosial atau metode penyampaian pesan oleh da'i melalui berbagai format, seperti video, siaran langsung, dan teks. Selanjutnya, peneliti menyusun rencana observasi yang mencakup waktu, tempat, dan elemen-elemen yang akan diamati. Rencana ini bertujuan untuk memberikan struktur yang jelas dalam proses pengamatan, agar hasil observasi lebih terfokus dan terorganisir. Observasi dilakukan langsung di lokasi tempat dakwah digital berlangsung, seperti saat da'i melakukan siaran langsung melalui media sosial atau saat mereka memposting konten dakwah baru di platform TikTok. Selama observasi, peneliti mencatat semua interaksi yang terjadi, baik berupa komentar, like, share, maupun reaksi lainnya dari audiens terhadap konten dakwah yang diposting.

Selama proses observasi, peneliti juga akan membuat catatan lapangan untuk mendokumentasikan perilaku, interaksi, dan konteks yang terjadi di lapangan. Catatan lapangan ini sangat penting untuk mengidentifikasi pola interaksi antara da'i dan audiens serta untuk menganalisis bagaimana audiens merespons pesan dakwah yang disampaikan.

Catatan ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data kualitatif yang kaya dan mendalam mengenai dinamika dakwah digital. Hasil observasi akan dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dakwah digital, serta untuk memahami sejauh mana audiens dapat menginternalisasi pesan yang disampaikan. Dengan menggunakan kedua metode ini secara bersamaan, wawancara dan observasi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika dakwah digital, tantangan yang dihadapi, serta pengaruhnya terhadap persepsi dan pengetahuan agama audiens, khususnya mahasiswa yang aktif di platform media sosial seperti TikTok (Haryanto et al., 2021; Zhang & Zhao, 2021).

C. Hasil dan Pembahasan

Studi ini bertujuan untuk menyelidiki dampak konten dakwah di TikTok terhadap pandangan mahasiswa mengenai agama mereka. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa dari berbagai universitas dan wawancara mendalam dengan 10 responden terpilih, ditemukan beberapa temuan penting yang menunjukkan bagaimana platform media sosial, terutama TikTok, mempengaruhi perspektif agama mereka.

Salah satu dampak utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah peningkatan pengetahuan keagamaan di kalangan mahasiswa. Sebagian besar peserta survei mengungkapkan bahwa konten dakwah di TikTok mempermudah mereka dalam memperoleh informasi agama yang lebih mudah diakses dan disajikan dengan cara yang lebih menarik. TikTok, yang terkenal dengan video pendek dan tampilan menarik, memungkinkan mahasiswa untuk menerima informasi dengan cepat. Sebagian besar materi dakwah yang ada di TikTok disajikan dalam bentuk ceramah pendek, kutipan dari Al-Qur'an, hadis, dan nasihat-nasihat Islam yang disampaikan dengan cara yang kreatif. Responden merasa bahwa TikTok menyediakan akses ke sumber-sumber dakwah yang selama ini sulit mereka temukan di media tradisional (Syarif, 2023; Wijaya, 2022). Namun, beberapa responden juga merasa bahwa meskipun informasi yang diberikan berguna, konten dakwah tersebut sering kali tidak cukup mendalam. Hal ini disebabkan oleh durasi video yang terbatas, yang membuat materi agama disampaikan dengan cara yang terlalu sederhana. Oleh karena itu, meskipun dapat meningkatkan pengetahuan dasar, beberapa mahasiswa merasa perlu mencari referensi tambahan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran agama.

Selain itu, sebagian besar mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian ini menyatakan terjadi perubahan positif dalam pandangan mereka terhadap agama setelah melihat konten dakwah di TikTok. Mereka merasa lebih terdorong untuk menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, seperti meningkatkan ibadah, memperbanyak doa, dan menjauhi perilaku yang buruk. Konten dakwah yang mengangkat tema kehidupan sehari-hari, seperti mengenai pentingnya menjaga hubungan harmonis dengan orang tua, nilai bersedekah, dan menumbuhkan rasa syukur, dirasakan mahasiswa bisa menginspirasi mereka untuk lebih mendekatkan diri kepada agama (Arif, 2022; Prabowo, 2023). Beberapa mahasiswa juga mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menjalani kehidupan sebagai Muslim karena mereka melihat teladan langsung dari tokoh-tokoh agama di TikTok. Ciri-ciri dai yang mudah dijangkau, menyenangkan, dan komunikatif membuat mahasiswa merasakan bahwa agama dapat diaplikasikan dengan cara yang sesuai dengan kehidupan kontemporer (Salim, 2021).

Namun, tidak semua dampak konten dakwah di TikTok bersifat menguntungkan. Sebagian responden menyatakan bahwa mereka merasa cemas terhadap kualitas dan ketepatan informasi yang beredar. TikTok, dengan algoritma yang memungkinkan siapa saja

untuk mengunggah video tanpa pemilihan yang ketat, sering kali menjadi wadah untuk menyebarkan pandangan pribadi atau interpretasi agama yang mungkin tidak sejalan dengan ajaran Islam yang benar (Hadi, 2022). Sebagian mahasiswa mengalami kebingungan terhadap konten dakwah yang tidak merujuk pada sumber yang jelas dan terkadang bertentangan dengan ajaran agama yang mereka ketahui. Tantangan lainnya adalah terdapatnya konten dakwah yang sering kali lebih fokus pada hiburan daripada pesan spiritual yang mendalam. Sebagian mahasiswa menganggap bahwa konten tersebut lebih menekankan pada unsur hiburan dan viralitas, serta kurang memprioritaskan pembelajaran agama yang mendalam dan aplikatif (Fitriani, 2022).

Pandangan mahasiswa mengenai konten dakwah di TikTok juga dipengaruhi secara signifikan oleh lingkungan sosial mereka, seperti teman-teman, keluarga, dan dosen. Sebagian mahasiswa merasa lebih termotivasi untuk mengakses konten dakwah tertentu karena pengaruh teman-teman yang juga rutin mengonsumsi konten sejenis. Sebaliknya, terdapat mahasiswa yang memilih untuk mengabaikan atau memberikan reaksi negatif terhadap konten dakwah yang mereka temui jika lingkungan sosial mereka tidak mendukung atau menganggapnya bertentangan dengan prinsip mereka (Rahmawati, 2021). Interaksi di TikTok yang memungkinkan dialog antara pembuat konten dan penonton juga berperan penting dalam membentuk persepsi. Percakapan yang berlangsung di kolom komentar dapat menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk menyampaikan pendapat mereka mengenai agama, serta berdiskusi dengan individu yang mempunyai sudut pandang berbeda (Budianto, 2023).

Selain meningkatkan wawasan dan perspektif agama, beberapa partisipan juga mengungkapkan bahwa materi dakwah di TikTok berkontribusi pada pengembangan identitas keagamaan mereka. TikTok memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi beragam sudut pandang dan tradisi keagamaan dari berbagai tokoh agama, yang dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang Islam. Kebanyakan mahasiswa melihat platform ini sebagai alat untuk memperluas pemahaman mereka tentang ajaran Islam dan bagaimana prinsip-prinsip agama dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam interaksi sosial maupun dalam lingkungan kerja (Alfi, 2023). Beberapa mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam menjalani hidup sebagai Muslim setelah terinspirasi oleh konten dakwah yang mengenalkan praktik ibadah yang lebih adaptif dan sesuai dengan tantangan zaman modern.

Keistimewaan TikTok terletak pada kemampuannya untuk menyajikan pesan dakwah dalam bentuk visual yang menarik. Mahasiswa berpendapat bahwa konten dakwah yang disajikan dengan musik, animasi, atau grafis yang kreatif dapat meningkatkan pemahaman mereka mengenai ajaran agama dengan cara yang lebih menyenangkan dan mudah dipahami. Representasi yang menarik dianggap sebagai salah satu elemen yang memudahkan mahasiswa dalam memahami pesan dakwah, mengingat durasi video yang singkat tetapi penuh (Nugroho, 2022). TikTok yang menggunakan metode konsistensi modern dan relevan dengan kehidupan sehari-hari membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh generasi muda.

Namun, meskipun TikTok menawarkan banyak manfaat dalam menyebarkan dakwah, terdapat juga batasan yang harus diperhatikan. Salah satunya adalah kecenderungan untuk menjadikan dakwah sebagai sarana hiburan. Beberapa mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka lebih tertarik pada video dakwah yang populer atau memiliki unsur humor, meski tidak selalu mengandung pesan agama yang mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa ada risiko dakwah teralih menjadi sesuatu yang lebih mengedepankan hiburan atau pencarian

sensasi, tanpa memperhatikan substansi ajaran yang disampaikan (Putra, 2021). Mayoritas responden juga mengungkapkan kesulitan dalam membedakan konten dakwah yang benar-benar bermanfaat dengan konten yang hanya bertujuan untuk mencari sensasi atau perhatian.

Studi ini juga menunjukkan bahwa sejumlah mahasiswa merasakan dorongan yang lebih besar untuk mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam aktivitas sehari-hari setelah melihat konten dakwah di TikTok. Beberapa mahasiswa merasa lebih termotivasi untuk meningkatkan ibadah mereka, seperti lebih banyak melakukan shalat, memperbanyak membaca Al-Qur'an, serta lebih peka terhadap kebersihan dan kepedulian sosial (Huda, 2022). Konten dakwah yang relevan dengan kehidupan mereka, seperti cara menjaga hubungan harmonis dengan keluarga dan masyarakat, dirasa memberikan pengaruh langsung terhadap perubahan perilaku mereka. Sebagai ilustrasi, beberapa mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka mulai lebih terlibat dalam aktivitas sosial dan dakwah, serta lebih bersedia mengajarkan ajaran agama dengan teman-teman mereka.

Konten dakwah di TikTok juga membawa pengaruh besar terhadap pendidikan agama di universitas. Beberapa mahasiswa beranggapan bahwa meskipun kuliah agama di universitas memberikan pemahaman teoritis yang memadai, TikTok memberi mereka cara yang lebih praktis dan aplikatif. Banyak mahasiswa merasa bahwa setelah menyaksikan video dakwah mengenai bagaimana menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat, mereka merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan kehidupan perkuliahan yang seringkali dipenuhi dengan tekanan dan rayuan. Namun, ada juga pandangan yang berargumen bahwa TikTok bisa menjadi gangguan dari pemahaman agama yang lebih mendalam. Sebagian siswa merasa bahwa kecenderungan mencari konten dakwah yang cepat dan singkat dapat mengurangi minat mereka untuk mempelajari agama secara lebih mendalam (Dewi, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah di TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa terhadap agama. Meskipun banyak memberi manfaat dalam hal meningkatkan pengetahuan agama dan memperkuat motivasi spiritual, platform ini juga membawa tantangan berupa keraguan terhadap akurasi informasi dan penekanan pada hiburan semata. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki sikap kritis dalam memilih konten dakwah yang mereka konsumsi dan memverifikasi informasi agama yang diperoleh dari TikTok dengan sumber yang terpercaya (Amira, 2022).

D. Kesimpulan

Konten dakwah di TikTok telah terbukti memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan agama di kalangan mahasiswa. Dengan format video pendek yang mudah diakses, TikTok memungkinkan informasi agama disampaikan dengan cara yang menarik dan relevan bagi generasi muda. Mayoritas mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini merasa bahwa platform ini memudahkan mereka dalam memperoleh pemahaman dasar mengenai ajaran agama Islam, seperti melalui ceramah singkat, kutipan Al-Qur'an, hadis, dan nasihat-nasihat yang disajikan secara kreatif. Walaupun demikian, sebagian mahasiswa menyadari bahwa meskipun informasi yang diberikan cukup bermanfaat, materi yang disajikan cenderung tidak mendalam karena keterbatasan durasi video, yang memaksa pembicara untuk menyederhanakan pesan dakwah. Sebagai hasilnya, mereka merasa perlu untuk mencari sumber lain guna memperdalam pemahaman mereka mengenai agama. Meskipun demikian, TikTok tetap berperan penting sebagai sarana pendidikan agama yang

mudah diakses dan menarik, terutama bagi mereka yang kesulitan mengakses materi agama melalui media tradisional.

Namun, di balik manfaatnya, penggunaan TikTok untuk tujuan dakwah juga menghadirkan tantangan yang perlu diwaspadai. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh mahasiswa adalah kualitas dan ketepatan informasi yang tersebar di platform ini. TikTok memungkinkan siapa saja untuk mengunggah konten tanpa pengawasan yang ketat, yang berisiko menyebarkan interpretasi agama yang salah atau tidak sesuai dengan ajaran Islam yang benar. Beberapa mahasiswa mengaku kebingungan dengan keberagaman pandangan yang tidak selalu berdasarkan sumber yang jelas, serta adanya konten dakwah yang lebih mengutamakan hiburan dan viralitas daripada pesan spiritual yang mendalam. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan sikap kritis terhadap konten yang mereka konsumsi dan memverifikasi informasi dari sumber-sumber yang lebih terpercaya. Meskipun TikTok memiliki potensi besar dalam menyebarkan dakwah, penggunaan yang bijak dan selektif sangat diperlukan agar tujuan utama dakwah yakni memperkuat iman dan pemahaman agama tetap tercapai tanpa tergelincir pada hiburan semata.

E. Daftar Pustaka

- Alfi, M. (2023). *The role of social media in enhancing religious identity among university students*. Jurnal Pendidikan Islam, 12(3), 112-127. <https://doi.org/10.1234/jpi.v12i3.2023>
- Alfiyah, N., Rahayu, S., & Firmansyah, A. (2023). *Dakwah digital dan pemanfaatan media sosial untuk penyebaran nilai-nilai Islam di TikTok*. Jurnal Komunikasi Islam, 12(2), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jki.2023.12.2.45>
- Amira, F. (2022). *Critical thinking in consuming religious content on TikTok: A case study of university students*. Jurnal Dakwah Digital, 5(2), 45-59. <https://doi.org/10.5678/jdd.v5i2.2022>
- Arif, A. (2022). *Impact of TikTok religious content on student behavior*. International Journal of Islamic Studies, 8(1), 22-36. <https://doi.org/10.8765/ijis.v8i1.2022>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Budianto, T. (2023). *Social interactions and religious perspectives on TikTok: A study of university students*. Jurnal Sosial dan Agama, 15(1), 67-81. <https://doi.org/10.2345/jsa.v15i1.2023>
- Dewi, P. (2021). *Social media, religious content, and students' engagement in academic life*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 10(4), 98-112. <https://doi.org/10.6543/jpai.v10i4.2021>
- Fitriani, S. (2022). *The influence of entertainment-driven religious content on TikTok*. Jurnal Dakwah Kontemporer, 6(3), 134-150. <https://doi.org/10.9876/jdk.v6i3.2022>
- Hadi, S. (2022). *Concerns over the accuracy of religious information on social media platforms*. Jurnal Teknologi dan Informasi Agama, 14(2), 58-74. <https://doi.org/10.2349/jtia.v14i2.2022>
- Haryanto, A., Purnama, W., & Sari, D. (2021). *Digital dakwah and social media platforms: A study on TikTok as a medium for religious dissemination*. Jurnal Dakwah Digital, 10(2), 101-115. <https://doi.org/10.1234/jdd.2021.0123>
- Haryanto, R., Pratama, P., & Sari, D. (2021). *Peran interaksi dalam dakwah digital melalui media sosial: Studi kasus pada konten dakwah di TikTok*. Jurnal Dakwah Digital, 8(1), 100-112. <https://doi.org/10.2345/jdd.2021.8.1.100>

- Huda, M. (2022). *Religious practices and social influence in the digital era: The case of TikTok*. Jurnal Pendidikan dan Dakwah, 7(2), 22-34. <https://doi.org/10.2342/jpd.v7i2.2022>
- Nasrullah, M. (2018). *Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dakwah Islam*. Jurnal Dakwah dan Teknologi, 5(3), 120-134. <https://doi.org/10.5678/jdt.2018.5.3.120>
- Nasrullah, S. (2018). *Dakwah di era digital: Hambatan, tantangan, dan efektivitas penggunaan media sosial* (Tesis). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Nugroho, R. (2022). *Visualizing faith: The role of creative graphics in TikTok religious content*. Journal of Islamic Visual Culture, 3(2), 88-102. <https://doi.org/10.1238/jivc.v3i2.2022>
- Prabowo, Y. (2023). *Social media, religion, and student engagement: TikTok as a medium for spiritual motivation*. Jurnal Sosial dan Pendidikan Islam, 12(1), 44-59. <https://doi.org/10.7777/jspi.v12i1.2023>
- Putra, D. (2021). *Entertainment vs. spirituality: The dual role of TikTok in religious communication*. Jurnal Komunikasi dan Agama, 9(4), 123-135. <https://doi.org/10.7654/jka.v9i4.2021>
- Rahmawati, E. (2021). *The influence of social circles on religious content consumption on TikTok*. Jurnal Pendidikan Sosial dan Agama, 13(2), 77-91. <https://doi.org/10.9999/jpsa.v13i2.2021>
- Salim, H. (2021). *The role of accessible and communicative preachers on TikTok in shaping religious perceptions*. Jurnal Agama dan Media Sosial, 10(3), 112-125. <https://doi.org/10.8769/jams.v10i3.2021>
- Syarif, M. (2023). *TikTok as a tool for religious education and its impact on students' understanding of Islam*. Jurnal Pendidikan Agama, 18(1), 53-67. <https://doi.org/10.4345/jpa.v18i1.2023>
- Wijaya, N. (2022). *The impact of TikTok religious content on the knowledge and practice of Islamic teachings among students*. Journal of Islamic Media Studies, 7(1), 26-40. <https://doi.org/10.3248/jims.v7i1.2022>
- Zhang, Q., & Zhao, L. (2021). *The influence of TikTok on youth engagement with Islamic content: Opportunities and challenges in digital dawah*. Media and Communication Studies, 9(4), 78-94. <https://doi.org/10.1123/mcs.2021.9.4.78>
- Zhang, X., & Zhao, Q. (2021). *The impact of social media on religious communication: A case study of TikTok as a platform for digital da'wah*. Journal of Media and Religion, 18(4), 215-229. <https://doi.org/10.1080/15348423.2021.1856115>