

Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial

Erwan Efendi, Maulana Adzi Fatin, Nur Fadilla Sari

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
erwanefendi6@gmail.com adzifathin1710@gmail.com
nurfadillasaridila@gmail.com

ABSTRACT

Technological developments in this day and age increasingly influence the model of da'wah progress and develop rapidly. One of the technological trends in this millennial era is digital media because it is faster and easier to get information. Technology influences people's lives today, especially with the rise of global culture and instant lifestyles. Technological developments have also influenced the model of da'wah which fosters morals among the millennial generation along with the process of searching for their identity. Da'wah is calling, calling, inviting and encouraging someone to do good things. Da'wah must be able to take advantage of the situation well and as fully as possible. If not, then da'wah will lag behind and slow down, thereby affecting the morals and morals of the millennial generation. This article discusses whether digital media can attract the millennial generation in preaching. Using the literature study approach method, the data was then analyzed descriptively, explaining that da'wah through digital da'wah, such as using social media as a trendy and current communication medium, can become an attraction for millennials to always preach. This is because many people use social media as a medium in an effort to convey da'wah messages.

Keywords: Digital Da'wah, Millennial Generation; Da'wah Media.

ABSTRAK

Paradigma ibadah yang terus berkembang dan berkembang dipengaruhi oleh inovasi teknologi saat ini. Media digital adalah salah satu tren teknologi utama generasi milenial karena membuat pengambilan pengetahuan lebih cepat dan lebih mudah. Populasi saat ini dipengaruhi oleh teknologi, terutama dengan munculnya budaya global dan gaya hidup langsung. Seiring dengan proses penemuan diri, paradigma ibadah yang mendorong moralitas di antara millennials juga telah dipengaruhi oleh pertumbuhan teknologi. Seseorang dipanggil, diundang, dan didorong untuk melakukan perbuatan baik melalui doa. Para dewa harus mampu mengambil keuntungan penuh dari keadaan. Jika tidak, para dewa akan mundur dan menjadi kurang aktif, yang akan mempengaruhi nilai-nilai generasi milenial. Esai ini mengeksplorasi apakah generasi milenial mungkin terpesona oleh media digital. Dengan menggunakan teknik penelitian sastra, data kemudian dievaluasi secara deskriptif, menjelaskan mengapa millennials mungkin merasa menarik untuk menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi di lingkungan pembelajaran digital saat ini dan tren. Ini adalah hasil dari sejumlah besar orang yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan mencari ketenaran.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Generasi Milenial, Media Dakwah.

PENDAHULUAN

Agama yang paling mulia adalah Islam. Islam adalah agama yang menawarkan keselamatan di akhirat dan kebenaran di dunia. Seperti diketahui, Indonesia adalah salah satu negara di mana Islam telah menyebar ke seluruh dunia. Negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia adalah Indonesia. Jumlah Muslim di Indonesia diperkirakan akan mencapai 229,62 juta pada tahun 2020, atau hampir 87% dari total populasi Indonesia, berdasarkan statistik dari Global Religius Future. Menurut data, Indonesia adalah negara Muslim terbesar di dunia, dengan populasi 176,2 juta. India adalah negara muslim terbesar kedua, dan Pakistan adalah negara Muslim terbesar ketiga, dengan 167,41 juta. Setiap muslim memiliki kewajiban untuk mengikuti petunjuk Allah dan menahan diri dari melarang salah satu dari mereka dengan cara yang suci. Panggilan, panggilan, dan penyebaran doktrin Islam dikenal sebagai dakwah. Ini adalah kewajiban kita sebagai Muslim untuk mendidik satu sama lain tentang iman dan untuk mempertahankan ajarannya. Tidak hanya untuk kaum muslimin lainnya. Dengan non-Muslim, itu akan lebih disukai karena Islam adalah agama yang toleran. Untuk mempertahankan perdamaian global, semua agama Kristen, Buddha, Katolik, dan sebagainya – memegang cita-cita toleransi yang tinggi. Seperti hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori yaitu Dari Abdullah bin Amr *Radhiyallahu Ta'ala* 'Anhu bahwa Nabi *Shalallaahu 'Alaihi Wassalam* bersabda "*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*". Hadits menyatakan bahwa itu adalah kewajiban kita sebagai Muslim untuk menyebarkan pengetahuan Islam, tidak peduli seberapa sedikit. Tujuannya adalah agar umat manusia bergerak menuju kebenaran yang diinginkan Tuhan. Millennials didefinisikan oleh Absher dan Amidjaya sebagai orang yang lahir antara tahun 1982 dan 2002 (Walidah, 2017). Ini bisa menjadi kesempatan untuk berkhotbah menggunakan teknik, media, dan taktik yang sudah usang dan baru, atau untuk menyebarkan Islam. Hari ini adalah hari yang berbeda dari hari-hari sebelumnya.

Di sisi lain, model digital Dakwah sekarang dapat diakses oleh milenium. Model ini tersedia di mana saja, kapan saja. Ini konsisten dengan ciri-ciri masyarakat milenial yang sangat berpengetahuan teknologi. Internet menyalahkan salah satu dari mereka. (Social Media). Media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dan bertukar informasi dengan satu sama lain. Seperti yang diketahui, berbagai orang – dari anak-anak hingga remaja hingga orang dewasa – menggunakan media sosial dan aktif terlibat dalam masyarakat. Pengguna media sosial sangat banyak. Pengguna internet Indonesia (pengguna media sosial) adalah 50,7% di Facebook, 17,8% di Instagram, 15,1% di Youtube, 1,7% di Twitter, dan 0,4% di LinkedIn, menurut survei yang dilakukan oleh APJII. (Association of Internet Service Organizers of Indonesia). Agar pesan dapat ditransmisikan secara efektif ke mad'u melalui elemen media sosial ini, itu bisa menjadi kesempatan, tantangan, dan kesempatan kemasam bagi da'i untuk menciptakan materi yang menarik. Diprediksi bahwa ilmu agama akan dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh segmen masyarakat yang lebih besar, khususnya generasi milenial. Tentang ini, Generasi milenial harus menyadari dan memahami bagaimana menggunakan media sosial secara bertanggung jawab

untuk menyebarkan kebaikan, mendorong orang lain untuk mengikuti jalan yang benar, dan menunjukkan komitmen mereka kepada Allah SWT.

Tujuan dari esai ini adalah untuk memeriksa bagaimana preferensi millennials untuk paparan digital telah menyebabkan penggunaan yang luas sebagai metode publikasi melalui media sosial. Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan, jelas bahwa fascinasi intensif generasi milenial dengan media sosial dan media digital adalah masalah. Berdasarkan ini, rumus masalah, "bagaimana daya tarik media digital sebagai media baru terkenal untuk generasi milenial," akan diselidiki. Ulasan literatur tentang buku, jurnal, dan penelitian lainnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas adalah metodologi penelitian yang digunakan. Dalam hal ini, data dikurangi sesuai dengan pilihan sumber. Menemukan faktor-faktor yang mungkin mendorong generasi milenial untuk menggunakan media digital sebagai media yang menyenangkan adalah tujuan penelitian ini. Diperkirakan bahwa pembaca dan filsafat akan mendapat manfaat dari kesimpulan penelitian.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah adalah minat tinggi generasi milenial dalam media digital, media sosial. Berdasarkan ini, maka rumus masalah akan dipelajari, yaitu, "bagaimana daya tarik media digital sebagai media baru terkenal untuk generasi millennial". Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan studi literatur tentang buku, jurnal, dan penelitian lain yang terkait dengan judul yang akan dibahas. Dengan cara itu sumber dipilih dan kemudian data dikurangi sesuai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan hal-hal yang dapat memotivasi generasi milenial untuk menggunakan media digital sebagai media yang menyenangkan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk pengembangan filsafat dan ilmu dakwah dan juga berguna bagi pembaca. Artikel ini disusun dengan pendekatan studi literatur (*library research*) dan analisis terhadap fenomena dakwah digital. Pendekatan studi literatur atau kajian kepustakaan ini dilakukan dengan membaca dan mengumpulkan literatur terkait dan referensi teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dokumentasi, dan data di internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum Dakwah & Dakwah digital

Dakwah merupakan usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap perilaku yang tidak sesuai ajaran Islam dan mendorong kepada kebajikan untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Untuk mencapai tujuan dakwah, maka dai harus mengatur dan Menyusun unsur unsur dakwah secara efektif dan efisien ,salah satunya media dakwah. Pelajaran memiliki komponen tertentu. Mereka pertama-tama, melakukan kegiatan instruksional atau mereka yang benar-benar mengajar. Bahkan jika satu ayat digunakan untuk mengekspresikannya, setiap Muslim adalah Da'i. "Sekalipun hanya

ada satu ayat, katakanlah dari padaku," kata Rasulullah. (*peace and blessings be upon him*). Pencapaian pesan Nabi adalah komponen ketiga, sedangkan *Mad'u*, atau tujuan nubuat, adalah yang kedua. Pendekatan ketiga melibatkan seseorang yang bertindak untuk nabi untuk mencapai tujuan. Konten pidato adalah yang keempat. Kelima adalah saluran melalui mana informasi dibagikan dan diberitahukan.

Karena ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan kecepatan yang cepat, ada persaingan yang meningkat pada skala global. Setiap negara berusaha untuk meningkatkan penelitian dan meningkatkan standar pendidikan tinggi untuk mempromosikan kreativitas dan inovasi. *Digital Declaration* adalah pernyataan yang dibuat oleh orang-orang saat ini menggunakan teknologi mutakhir dan informasi, meskipun meningkatnya persaingan dan kemajuan teknis yang mendorong inovasi sosial ekonomi. Pembatasan waktu yang dihadapi *Mad'u* dengan jadwal harian mereka yang sibuk dan dosen karena kalender yang penuh dengan undangan untuk kuliah dan studi di banyak lokasi dapat diselidiki oleh pendekatan pengkhotbah digital ini. Ini bisa menjadi cara untuk menampung mereka yang bekerja berjam-jam dan pulang ke rumah di pagi atau malam hari sehingga studi ini dapat terjadi selama istirahat atau selama periode lalu lintas yang berat atau waktu kosong di tempat kerja. Alasan ini penting di tengah-tengah orang-orang kudus adalah bahwa hal itu memungkinkan ilmu pengetahuan untuk mencapai penjelajah mereka tanpa para ilmuwan harus hadir secara fisik. Bukankah khotbah-khotbah semacam itu begitu sukses dan efisien sehingga mereka menyebar ke mana-mana tanpa perlu bagi pendeta untuk bepergian kemana-mana? Misalnya, *Tafaqquh Online* dan *Fodamara* adalah dua saluran YouTube yang membahas kuliah; dari 1.410 film yang menampilkan dia, video UAS telah memiliki 16.255 juta pandangan secara keseluruhan. Dengan demikian, pada halaman penggemar Facebook dan Instagram, dua akun media sosial individu yang secara teratur menggunakannya, satu video telah dilihat sekitar 12.000 kali, dan total jumlah pengikutnya sekitar 300.000. Ini menjelaskan mengapa itu telah begitu disukai di komunitas internet negara saya selama beberapa bulan terakhir. Akibatnya, kemajuan harus dipuji di samping pendekatan proaktif para akademisi untuk menggunakan sumber daya saat ini dan teknologi digital. Jika tidak, orang-orang yang bertanggung jawab atas sarana dapat menggunakannya dengan cara yang tidak selalu tepat. Pemimpin agama yang paling terkenal di YouTube, misalnya, adalah Ustad Abdul Somad dan Ustad Khalid Basalamah. Lebih dari 38,4 juta orang telah melihat film Abdul Somad yang diunggah di saluran YouTube yang disebut *Alquran Sunnah*. Lebih dari 40,5 juta orang telah menonton saluran Ustad Khalid Basalamah. Six Salah satu contohnya adalah saluran YouTube Khalid Bassamalah. Channel ini diperkirakan akan menghasilkan antara \$421 (4 juta) dan \$6,700 (87 juta) setiap bulan - jumlah yang melebihi tingkat pendapatan rata-rata di Indonesia - menurut aplikasi *Social Blade*, yang menyediakan statistik media sosial. termasuk Ustad Adi Hidayat, Ustad Hanan Attaki, dan Ustad Abdul Shomad. Masing-masing dari tiga khotbah itu berbeda dari yang lain. Karena beberapa pembicaraan yang telah diposting di YouTube, video ini telah mengumpulkan jutaan penonton, 7.000 pengikut, dan pendapat yang bernilai 40-50 juta rupiah setiap bulan. Keduanya sangat disukai di Facebook. Ustad Abdul

Somad memiliki 688.000 *likes*, dibandingkan dengan 265.000 untuk Ustad Khalid Basalamah. K.H. Mustofa Bisri, sepupu Gus Mus, adalah tokoh agama yang terkenal di Twitter. Dia bangkit untuk menjadi salah satu yang teratas. Dia saat ini memiliki 1,56 juta pengikut di @gusmusgusmu, akun Twitter resminya. Kita juga perlu memahami bahwa alasan mengapa konten para pemimpin agama begitu populer di media sosial sebagian besar karena ada pasar untuk itu. Pasar ini biasanya terdiri dari orang-orang yang terbatas waktu, mungkin karena pekerjaan mereka atau komitmen lainnya.

Di Indonesia, fenomena iklan digital mulai meluncur pada tahun 1994. Ini bertepatan dengan pembukaan Jakarta sebagai penyedia layanan internet. Setelah itu, lebih banyak orang menggunakan internet untuk mengakses media populer, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Orang dapat berkomunikasi dan memberikan *input* pada pesan yang mereka dengar lebih mudah ketika siaran langsung oleh media tersedia.

Dengan kata lain, ada beberapa cara untuk menginformasikan atau mentransmisikan pesan berkat teknologi. Target pesan dapat memilih dari berbagai format media yang banyak digunakan, termasuk buku, audio, video, dan gambar (Reza Mardina: 2020).

Dakwah Generasi Milenial

Generasi Y yang dibesarkan selama Internet *boom* dikenal sebagai generasi milenial, atau istilah demografis. Generasi milenial, seperti yang didefinisikan oleh Absher dan Amidjaya, didefinisi sebagai mereka yang lahir antara tahun 1982 dan 2002, atau sekitar 17 hingga 39 tahun. (Walidah: 2017). Menurut profil Generasi Milenial 2018 BPS, 33,75% dari populasi Indonesia adalah generasi milenial. Generasi yang mengalami transisi teknologi antara teknologi lama ke baru, Kehidupan generasi milenial tidak akan dapat dipisahkan dengan teknologi, secara tidak langsung dapat mempengaruhi mereka untuk memiliki kreativitas dalam menggunakan sejumlah alat media yang berbasis teknologi. Memang sudah sepantasnya bahwa penggunaan teknologi dan internet harus menyesuaikan dengan kebutuhan sehingga dapat dioperasikan dengan bijak. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi oleh generasi milenial juga merambah pada konteks dakwah. Pada akhirnya, perkembangan teknologi dan penggunaannya yang dikuasai oleh generasi milenial mampu memunculkan adanya banyak metode atau cara baru dalam berdakwah dikarenakan arus penggunaan teknologi yang semakin pesat dan cepat berdampak pada mudahnya menyebarkan informasi melalui media sosial. (Siti Mujahadah: 2020)

Generasi milenial yang akrab dengan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai sumber informasi *online* sebagai salah satu media pembelajaran, termasuk mengenai tentang Islam yang diperoleh dari sumber media digital seperti Youtube, Instagram dll. Teknologi telah berubah dan berkembang bersama dengan kemajuan pengetahuan dan teknologi. Millennials, di sisi lain, mulai memanfaatkan kemajuan teknologi dan media digital untuk memastikan bahwa pesan yang mereka sampaikan efisien, efektif, dan menarik. Untuk membuat kamu

ingin mendengarkan ajaran-ajaran dan dicari oleh Allah, sehingga kamu akan tertarik kepada mereka setiap kali mereka ditawarkan. Mulai saat ini, kita dapat mencapai ini dengan menggunakan sumber daya digital seperti media sosial, Internet, dan televisi. Dalam situasi ini, kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital dengan bijak untuk berkomunikasi dan bertukar informasi terutama melalui media sosial sangat penting dan berpengaruh. Untuk menghindari muncul sebagai *stale* dan *out of touch*, Da'i didorong untuk terus-menerus lebih inovatif dan kreatif dalam ekspresi pengabdian mereka. Untuk melakukan ini, melibatkan usia milenial dengan materi yang menarik sangat penting.

Banyak orang akan menerima pesan lebih cepat dan lebih mudah jika semangat komunikasi dimaksimalkan melalui penggunaan berbagai media. Selain itu, pesan yang dikirimkan akan lebih mudah diterima. Selain itu, etos media akan tampak lebih menarik karena kecenderungan luas individu untuk menghargai gadget teknologi seperti *smartphone*. Untuk alasan yang disebutkan di atas, media sangat penting untuk komunikasi pesan. Pengguna akan memaksimalkan aktivitas roh dengan mengoptimalkannya.

Pendakwah media adalah lebih dari sekedar kuliah; materi predikat untuk era milenium harus menggabungkan banyak komponen virtual. Misalnya, film, infografis, naskah, kutipan, dan kartun selain vlog populer. Alih-alih menggunakan media sosial untuk bersosialisasi, sebagian besar pengguna muda saat ini menggunakannya untuk kegiatan media sosial seperti menonton film, membaca berita, dan sebagainya. Dengan demikian, pesan harus disajikan dengan cara yang menyenangkan secara artistik dan estetika yang memungkinkan di platform media Islam (Zainal Azman: 2021).

Daya Tarik Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Agama hari ini adalah digital, dan perangkat yang kita miliki termasuk banyak aspek Islam yang membantu kita melakukan tugas harian kita. Pendidikan Islam memiliki berbagai kegunaan, seperti membaca Al-Qur'an, mengingatkan orang untuk berdoa, mendorong pemikiran, dan banyak lagi. Faktor-faktor ini sangat memfasilitasi pembelajaran dan pemahaman kita tentang ajaran Islam. Berikan digital da'i kesempatan baru untuk berkhotbah dengan menggunakan media sosial sesuai dengan tren saat ini. Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi. Menurut Masduki Baidlowi, paradigma doa sudah berubah dari doa tertulis ke doa suara melalui media digital, seperti media sosial. Dia mengklaim bahwa berdoa di media sosial adalah cara yang cepat dan efektif untuk menyebarkan kata-kata tentang pujian (Ramadhani 2020). Cara terbaik untuk mendapatkan pesan di luar sana adalah melalui media sosial. Selain itu, media sosial memungkinkan pembuatan konten yang menarik – seperti infografis, video, dan audio – yang menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan inovatif.

Ustadz Abdul Somad memberikan kuliahnya di media sosial. Dia terkenal karena menyebarkan pesan-pesannya melalui video YouTube viral. Dia sangat menyadari kecenderungan orang-orang yang peduli dengan internet saat ini. Menonton film atau video di internet adalah penggunaan paling populer dari akses

internet, yang menyumbang 45,3% dari seluruh penggunaan, menurut Survei 2018 Internet Service Organizers Association of Indonesia. Menurut data, tidak mengherankan bahwa ustadz Abdul Somad terkenal di media sosial. Saluran YouTubanya telah memiliki lebih dari 50 juta *views*, menghasilkan dia nama panggilan "Da'i Sejuta View" (Jamadu: 2020). Jelas bahwa media sosial, sebagai media baru, sangat menarik dan diperlukan di era milenium.

Kualitas fundamental yang harus berfungsi sebagai standar dalam studi kemuliaan adalah dimensi perubahan ke arah kemajuan atau positifitas. Pendidikan Islam pernah dicapai hanya dengan mengunjungi rumah dengan bahan pendidikan Islam; hari ini, kegiatan mengajar melibatkan berbagai teknik, pendekatan, dan media. Konten generasi milenial sekarang harus mencakup banyak komponen virtual karena kemajuan dan kerajinan teknologi dan media komunikasi. Generasi milenial yang bergantung pada teknologi, yang secara teratur menggunakan komputer, iPad, ponsel, TV, dan perangkat lainnya, melihat media sosial sebagai komponen penting dari jejaring sosial mereka. Mereka menghabiskan lebih banyak waktu setiap hari di berbagai aplikasi dan gadget digital daripada dengan teman dan keluarga. Beberapa komunitas atau organisasi agama menggunakan ini untuk menyebarkan pesan mereka di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, dan Telegram. Karena telah ada banyak penindasan di bidang politik, ekonomi, dan sosial agama, tidak diharapkan bahwa kemajuan teknologi akan menyebabkan komunitas yang terpecah dan tidak seimbang. Organisasi *hardline* telah didorong oleh teknologi informasi untuk mengembangkan jaringan mereka dan merekrut anggota untuk melakukan kejahatan baik *offline* maupun *online*. Selain itu, penting untuk mengkomunikasikan materi melalui penetrasi psikologi seseorang. Misalnya, memotong jumlah kata dari film viral. Karena evolusi cepat filsafat, komunikasi dua arah telah menggantikan komunitas satu arah, kuliah, tablig, dan studi prediktif. Pemrograman untuk era milenium harus mencakup banyak komponen virtual, tidak hanya kuliah. *Script*, infografis, video, kartun, kutipan misal, dan tren vlog. Saat ini, kebanyakan orang muda menggunakan media sosial lebih banyak untuk menonton video daripada untuk interaksi sosial. Oleh karena itu, kesempatan untuk platform media Islam harus menampilkan pesan dengan cara yang menarik secara visual.

KESIMPULAN

Alasan yang disebutkan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa ibadah telah berevolusi bersama dengan teknologi informasi dan komunikasi. Da'i menuntut untuk diizinkan untuk menggunakan media digital, terutama media sosial, sebagai media baru untuk ibadah di generasi milenial ini. Satu-satunya ponsel dapat menyediakan model penelitian yang dibutuhkan. Agar kegiatan agama berhasil, perlu untuk memanfaatkan kemajuan teknis tersebut. Mengingat berapa banyak orang di Indonesia, khususnya generasi milenial, suka menggunakan media sosial, yang mudah diakses, seorang da'i mungkin menemukan itu baik kesempatan dan kesulitan untuk menyebarkan pesan mereka secara luas. Hal ini dapat dicapai

dengan memproduksi konten unik dan kemasan menarik, yang kemudian dapat dibagikan di media sosial, karena anggota milenial cenderung suka menggunakan aplikasi interaktif seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok, dan lainnya. Banyak da'i terkenal di Indonesia telah mengubah tahap pertama teknik penginjilan mereka menjadi penginjil yang menarik dan populer untuk milenial. Akibatnya, generasi milenial akan merangkul reputasi digital sebagai metode baru untuk membangun reputasi mereka, dan itu juga akan menjadi daya tarik yang berbeda untuk komunitas yang lebih besar. Bagi millennials, media sosial memiliki daya tarik yang kuat dan tajam. Hari-hari ini, fitur baru dan beberapa aplikasi lainnya berkembang pesat dan mengambil alih fitur-fitur. Untuk melakukan ini, Da'i harus berkonsentrasi pada menggambar di era milenium, yang penggunaan media sosial harus lebih untuk belajar tentang Islam dan doa daripada untuk bersenang-senang.

DAFTAR PUSTAKA

Muzayyanah Yuliasih. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Generasi Milenial. *Jurnal Da'wah*, Vol.4.No.2.

Nurjanah,Santi Kesuma.(2023). Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Media Penyiaran Agama Islam untuk Generasi Milenial. *Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, Vol.2,No.1.

Puput Puji Lestari. (2020). Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, Vol.21,No.1.

Reza Mardina. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah*, Vol.10.No 02.

Siti Mujahadah. (2020). Metode Dakwah untuk Generasi Milenial. *Jurnal Tabligh*, Vol 21.No.2

Zainal Azman. (2021). Dakwah bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.3, No.2.