

STRATEGI DAKWAH INTERAKTIF MELALUI MEDIA DIGITAL BAGI GENERASI Z

R. Nurhayati¹, Syamsir², Rismawati³, Diarti Andra Ningsih⁴

Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

E-mail: rnurhayati1984@gmail.com, rismacimma0706@gmail.com, diartiandiangkara@gmail.com

Abstract

This study aims to examine interactive da'wah strategies through digital platforms utilizing computers, specifically in the context of Generation Z, who are highly familiar with technology. This research employs a library research method by collecting and analyzing various literature sources related to digital da'wah, the characteristics of Generation Z, and computer-based communication media. The findings indicate that Generation Z prefers interactive da'wah, which is relevant to their daily lives and creatively presented through various digital platforms. The success of digital da'wah is determined by three main aspects: interactivity, content relevance, and creativity in presentation. Therefore, preachers need to master digital literacy and optimize the use of computers so that da'wah messages can be delivered effectively in this digital era.

Keywords: Interactive Da'wah, Digital Platform, Computer, Generation Z, Library Research

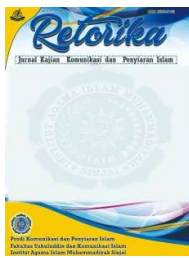
Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi dakwah interaktif melalui media digital dengan memanfaatkan perangkat komputer, khususnya dalam konteks Generasi Z yang akrab dengan teknologi. Metode yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur terkait dakwah digital, karakteristik Generasi Z, serta media komunikasi berbasis komputer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih menyukai dakwah yang bersifat interaktif, relevan dengan kehidupan mereka, dan dikemas secara kreatif melalui berbagai platform digital. Keberhasilan dakwah digital ditentukan oleh empat aspek utama, yaitu interaktivitas, relevansi konten, penggunaan media teknologi yang memadai dan kreativitas penyajian. Oleh karena itu, pendakwah perlu menguasai literasi digital dan memanfaatkan teknologi komputer secara optimal agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif di era digital ini.

Kata Kunci: Dakwah Interaktif, Platform Digital, Komputer, Generasi Z, Studi Pustaka

1. Pendahuluan

Pada era revolusi digital saat ini, perkembangan teknologi informasi memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Teknologi telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan memperoleh informasi. Melalui perkembangan internet, media sosial, dan perangkat komputer, penyebaran dakwah tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu. Dakwah yang dahulu identik dengan ceramah tatap muka kini mulai bergeser memanfaatkan platform digital sebagai sarana



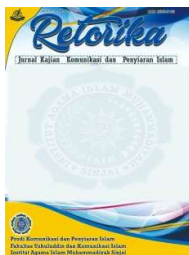
utama. Hal ini memberikan peluang besar bagi para dai untuk menjangkau lebih luas audiens, khususnya generasi muda.

Di tengah fenomena tersebut, dakwah tidak lagi dapat mengandalkan pendekatan konvensional semata seperti ceramah langsung di masjid atau pengajian terbatas. Dibutuhkan strategi dakwah yang interaktif, inovatif, dan relevan dengan gaya komunikasi serta kebiasaan digital generasi ini. Platform digital menjadi salah satu sarana yang sangat potensial untuk menjangkau dan membina mereka (Anggit Pamungkas, 2023). Oleh karena itu, pengembangan strategi dakwah yang efektif harus memanfaatkan teknologi digital secara optimal, khususnya platform komputer, agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan cara yang menarik dan mudah diterima oleh generasi Z yang sangat akrab dengan dunia digital. Namun, pendekatan ini menuntut pemahaman yang mendalam tentang karakteristik Generasi Z dan kemampuan untuk menciptakan konten dakwah yang menarik, dialogis, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Sejalan dengan tuntutan tersebut, penggunaan media digital dalam proses dakwah bukan hanya terbatas pada pembuatan materi, tetapi juga mencakup penyebaran, interaksi, dan evaluasi dampak dakwah secara digital. Strategi dakwah interaktif melalui komputer memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pendakwah dan mad'u (objek dakwah), sehingga menumbuhkan pemahaman yang lebih baik dan hubungan yang lebih erat antara keduanya (Noviana Aini, 2023).

Kehadiran Generasi Z, yakni generasi yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya kemajuan teknologi (Iskandar, 2023), membawa tantangan baru bagi dakwah Islam. Generasi ini sangat akrab dengan berbagai perangkat digital, seperti komputer, laptop, dan *smartphone*. Mereka lebih banyak mengakses informasi, termasuk konten keagamaan, melalui media sosial, *YouTube*, *blog*, maupun platform interaktif lainnya. Di sinilah muncul kebutuhan mendesak bagi para pendakwah untuk mampu memahami karakteristik media digital serta pola komunikasi generasi ini.

Dakwah yang bersifat satu arah dinilai sudah kurang relevan bagi Generasi Z (Nabila dkk., 2023). Mereka cenderung menyukai interaksi dua arah, diskusi, dan komunikasi yang bersifat partisipatif. Oleh karena itu, strategi dakwah interaktif menjadi pendekatan yang lebih efektif dibandingkan metode konvensional. Penggunaan komputer sebagai alat bantu dalam mengakses berbagai platform digital membuka ruang bagi dakwah yang lebih variatif,



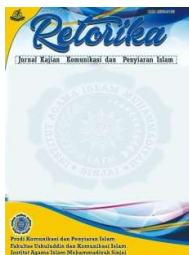
inovatif, dan komunikatif (Imamah, 2025). Dengan demikian, diperlukan kajian lebih dalam terkait bagaimana memaksimalkan teknologi ini untuk kepentingan dakwah.

Permasalahan yang lebih spesifik muncul ketika sebagian dai atau lembaga dakwah masih gagap teknologi dan kurang memahami pola interaksi digital generasi muda. Sementara itu, Generasi Z lebih nyaman berinteraksi dalam dunia maya (Zis dkk., 2021) yang menyediakan ruang luas bagi diskusi, tanya jawab, bahkan kritik terbuka terhadap materi keagamaan. Kondisi ini memunculkan kesenjangan antara metode dakwah yang ditawarkan dengan cara berkomunikasi yang dibutuhkan oleh sasaran dakwah.

Oleh karena itu penting untuk memetakan strategi dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman, terutama yang mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi komputer dan platform digital secara optimal. Dakwah yang hanya terpaku pada metode lama akan semakin tertinggal dan sulit diterima oleh generasi muda yang hidup di tengah arus informasi yang sangat cepat. Oleh sebab itu, penelitian ini mencoba melihat bagaimana komputer sebagai salah satu alat utama Generasi Z dalam mengakses dunia digital dapat dimanfaatkan secara efektif untuk dakwah yang lebih interaktif.

Fenomena ini menjadi penting dikaji karena jika dakwah gagal mengikuti perkembangan zaman, akan muncul kekosongan informasi yang diisi oleh konten-konten lain yang belum tentu sejalan dengan nilai-nilai Islam. Melalui strategi dakwah interaktif, diharapkan penyampaian nilai-nilai agama dapat lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan gaya komunikasi digital yang akrab dengan Generasi Z. Apalagi, literasi digital yang semakin tinggi memberikan peluang besar untuk menciptakan ruang dakwah yang sehat, edukatif, dan menyenangkan (Uyuni, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas tentang dakwah digital dan pemanfaatan teknologi dalam menyampaikan ajaran Islam. Misalnya, penelitian oleh Ahmad dalam (Nasution dkk., 2024) yang mengkaji efektivitas dakwah melalui media sosial menunjukkan bahwa media digital mampu memperluas jangkauan dakwah secara signifikan, namun interaksi yang terbangun masih bersifat satu arah. Sementara itu, studi lain oleh Rahmawati (2021) menyoroti penggunaan media digital dalam dakwah yang lebih menekankan pada konten visual dan audiovisual yang menarik, namun belum secara spesifik mengulas strategi interaktif berbasis komputer bagi Generasi Z.

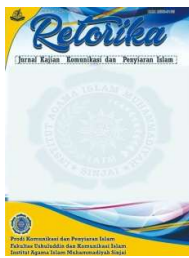


Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf dalam (“Dakwah Kepada Gen Z,” 2025) juga mengungkap bahwa Generasi Z lebih responsif terhadap dakwah yang disampaikan melalui media digital interaktif, tetapi penelitian tersebut lebih fokus pada media sosial berbasis smartphone, bukan penggunaan komputer secara khusus. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat celah dalam kajian dakwah digital, khususnya yang mengkaji strategi interaktif berbasis komputer sebagai media yang relevan dengan kebutuhan edukasi, pembelajaran, dan aktivitas keseharian Generasi Z

Lebih jauh, penelitian ini relevan karena hingga saat ini belum banyak kajian yang secara spesifik meneliti hubungan antara penggunaan komputer oleh Generasi Z dengan efektivitas strategi dakwah interaktif. Sebagian besar penelitian lebih banyak memfokuskan diri pada media sosial secara umum, belum melihat secara khusus bagaimana perangkat komputer berperan dalam memfasilitasi akses dan interaksi dalam dakwah digital. Padahal, komputer tetap menjadi perangkat utama yang digunakan dalam pembelajaran, pekerjaan, dan komunikasi sehari-hari oleh sebagian Generasi Z (Ghafara dkk., 2023).

Masalah ini juga mencakup bagaimana desain dakwah yang dilakukan melalui komputer harus disesuaikan dengan karakter *digital native* dari Generasi Z. Penyusunan materi, bentuk komunikasi, visualisasi, dan interaksi dalam platform digital perlu memperhatikan aspek psikologis dan sosial generasi ini yang cenderung lebih kritis, cepat bosan, dan menyukai tampilan visual yang menarik (Amelia dkk., 2025).

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada fokus kajiannya yang secara spesifik menghubungkan antara strategi dakwah interaktif, penggunaan media digital, dan karakteristik Generasi Z. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya menitikberatkan pada media sosial atau perangkat mobile, penelitian ini memberikan perspektif baru dengan memetakan peran komputer sebagai sarana efektif dalam mengakses berbagai platform digital dakwah yang bersifat lebih interaktif, edukatif, dan relevan dengan pola komunikasi serta kebutuhan Generasi Z di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk merumuskan strategi yang mampu menjawab tantangan tersebut. Melalui kajian ini diharapkan akan ditemukan strategi dakwah interaktif yang lebih relevan, inovatif, dan kontekstual bagi Generasi Z. Tidak hanya demi keberlangsungan dakwah itu sendiri, tetapi juga demi memastikan bahwa nilai-nilai Islam tetap tersampaikan secara tepat



kepada generasi penerus di tengah derasnya arus informasi dan perkembangan teknologi.

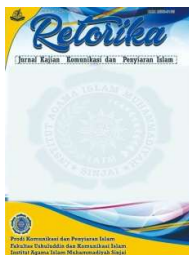
2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada penelusuran, pengkajian, dan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan (Wijaya, 2018) dengan tema dakwah interaktif melalui platform digital, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan komputer oleh Generasi Z. Studi pustaka dipandang relevan karena tujuan utama penelitian ini bukan mengumpulkan data lapangan, melainkan menggali data yang sudah tersedia dalam berbagai sumber ilmiah (Mahanum, 2021).

Peneliti memanfaatkan berbagai fasilitas perpustakaan, baik fisik maupun digital, serta sumber literatur yang tersedia secara daring seperti jurnal ilmiah, e-book, repository universitas, artikel ilmiah, dan sumber referensi akademik lainnya yang mendukung analisis penelitian. Sasaran utama dalam penelitian ini adalah konsep dan strategi dakwah interaktif yang relevan dengan karakteristik Generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan platform digital berbasis komputer. Selain itu, penelitian ini juga memfokuskan sasaran kajian pada literatur yang membahas tentang media digital, perilaku penggunaan teknologi oleh generasi muda, serta teori komunikasi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian berupa sumber-sumber pustaka yang relevan, seperti buku ilmiah yang membahas dakwah digital, komunikasi generasi Z, teknologi informasi, serta artikel jurnal nasional maupun internasional yang membahas isu serupa. Selain itu, dokumen penelitian terdahulu, laporan akademik, dan berbagai sumber yang kredibel turut dijadikan rujukan dalam proses pengumpulan data.

Adapun prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Pertama, peneliti mengidentifikasi topik dan merumuskan permasalahan penelitian. Kedua, peneliti mengumpulkan sumber-sumber data yang relevan dengan tema penelitian, baik berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, maupun dokumen lain. Ketiga, peneliti melakukan klasifikasi terhadap sumber tersebut berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Keempat, peneliti melakukan analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji lebih dalam isi literatur yang sudah



dikumpulkan. Melalui teknik ini, peneliti mengkaji, menafsirkan, serta memetakan berbagai informasi yang terkandung dalam literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis dilakukan dengan langkah-langkah reduksi data, yaitu menyeleksi data yang paling relevan, kemudian menampilkan data (*display data*) dalam bentuk pengelompokan tema atau kategori, seperti dakwah interaktif, media digital, dan perilaku Generasi Z. Terakhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari hasil analisis guna menjawab rumusan masalah.

3. Hasil dan Pembahasan

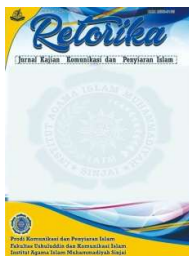
a. Strategi Dakwah Interaktif Melalui Platform Digital Pada Penggunaan Komputer Oleh Generasi Z

Perkembangan teknologi digital, khususnya penggunaan media digital telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang dakwah. Dakwah yang dulunya disampaikan secara konvensional melalui majelis taklim, ceramah di masjid, atau kegiatan tatap muka lainnya, kini mulai mengalami pergeseran seiring dengan hadirnya platform digital yang semakin luas dan mudah diakses oleh semua kalangan, terutama oleh Generasi Z.

Dalam tulisannya Asni menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang sudah sangat akrab dengan teknologi digital. Mereka lebih terbiasa berinteraksi secara virtual melalui berbagai media sosial, platform streaming, hingga forum diskusi berbasis digital (Asni et al., 2025). Penggunaan media digital bagi generasi ini bukan hanya sebagai alat bantu belajar, melainkan juga sebagai sarana utama dalam membangun koneksi sosial, mengakses informasi, bahkan sebagai wadah untuk mencari pengetahuan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital yang memanfaatkan komputer dan internet merupakan strategi yang sangat relevan untuk menjangkau generasi ini.

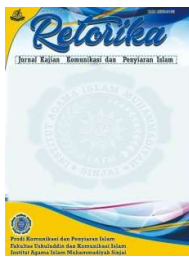
Berdasarkan hasil analisis literatur yang dikaji, strategi dakwah yang efektif untuk Generasi Z melalui platform digital meliputi:

- 1) Memerlukan pendekatan yang interaktif: strategi dakwah menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang melibatkan partisipasi aktif dari audiens. Dakwah tidak lagi cukup disampaikan secara satu arah



sebagaimana metode tradisional, melainkan harus membuka ruang dialog, diskusi, dan keterlibatan aktif dari audiens.

- 2) Penggunaan media dan platform digital berbasis digital: Generasi Z cenderung lebih menyukai pola komunikasi yang komunikatif, responsif, serta berbasis multimedia yang menarik secara visual. Oleh karena itu, strategi dakwah perlu memanfaatkan platform seperti YouTube, podcast interaktif, forum diskusi daring, serta media sosial yang memfasilitasi komunikasi dua arah. Penggunaan komputer oleh Generasi Z dalam aktivitas sehari-hari (Akbar dkk., 2022) memberi peluang besar bagi dakwah berbasis teknologi. Melalui komputer, mereka dengan mudah mengakses konten-konten dakwah yang dikemas secara kreatif, seperti video dakwah yang dilengkapi animasi, infografis, dan tayangan visual yang menarik. Selain itu, penggunaan platform webinar atau diskusi daring berbasis aplikasi komputer seperti Zoom atau Google Meet juga sangat efektif sebagai media dakwah yang mengakomodasi dialog langsung antara dai dan audiens. Hal ini tentu menjadi jawaban atas kebutuhan generasi ini yang lebih nyaman berdialog secara interaktif dibanding hanya mendengar ceramah secara pasif.
- 3) Selain aspek interaktivitas, literatur juga menegaskan pentingnya pendekatan personalisasi dalam dakwah digital. Generasi Z cenderung mencari konten dakwah yang relevan dengan pengalaman hidup mereka sehari-hari (Naufaldhi, 2024). Oleh karena itu, pendakwah perlu merancang materi dakwah yang kontekstual, dekat dengan permasalahan dan dinamika kehidupan remaja masa kini, seperti isu kesehatan mental, pergaulan, pendidikan, dan tantangan moral di era digital. Pengemasan materi yang ringan, komunikatif, dan tidak menggurui akan lebih mudah diterima oleh generasi ini.
- 4) Pemanfaatan komunitas digital: Komunitas-komunitas keislaman yang aktif di media sosial atau forum digital berbasis komputer dapat menjadi jembatan antara pendakwah dan audiens. Di dalam komunitas ini, interaksi tidak hanya terfokus pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga pada berbagi pengalaman, motivasi, dan pembinaan spiritual secara lebih santai dan informal. Hal ini semakin mempererat keterlibatan Generasi Z dalam aktivitas dakwah digital.

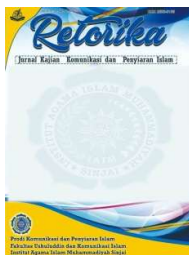


Berdasarkan beberapa poin tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang efektif bagi Generasi Z harus mengedepankan pendekatan interaktif yang memungkinkan komunikasi dua arah dan partisipasi aktif audiens, menggantikan metode tradisional yang bersifat satu arah. Pemanfaatan media dan platform digital sangat krusial, karena generasi ini lebih menyukai pola komunikasi yang komunikatif, responsif, dan visual menarik seperti video dakwah kreatif, podcast, webinar, dan media sosial. Selain itu, dakwah digital perlu mengedepankan personalisasi dengan menyajikan materi yang relevan dan kontekstual sesuai dengan pengalaman dan tantangan hidup sehari-hari generasi muda, seperti isu kesehatan mental dan moralitas di era digital. Komunitas digital juga berperan penting sebagai ruang interaksi informal yang mempererat hubungan antara pendakwah dan audiens, sehingga memperkuat efektivitas dakwah interaktif berbasis teknologi.

b. Tantangan Dakwah Interaktif Melalui Platform Digital Bagi Generasi Z

Di era digital saat ini, dakwah interaktif melalui platform digital menjadi strategi yang sangat relevan untuk menjangkau Generasi Z. Namun, pelaksanaannya tidak lepas dari berbagai tantangan, berikut tantangan yang dihadapi:

- 1) Tingginya kompetisi konten di platform digital: Banyaknya konten hiburan, game, dan media sosial yang lebih menarik secara visual menjadikan konten dakwah harus bersaing dalam menarik perhatian (Chanra M, 2025). Oleh sebab itu, strategi dakwah perlu melibatkan desain konten yang kreatif, memadukan unsur dakwah dengan pendekatan kekinian yang relevan bagi Generasi Z.
- 2) Ketergantungan pada desain dan teknologi: Dakwah melalui media digital juga menuntut kemampuan teknis yang cukup tinggi, seperti keahlian dalam desain visual, penyuntingan video, dan penggunaan perangkat lunak berbasis komputer (Nikmah, 2020). Hal ini menjadi kendala bagi para pendakwah yang belum terbiasa dengan teknologi tersebut, sehingga konten yang dihasilkan kurang menarik atau efektif.
- 3) Kesenjangan akses dakwah terhadap teknologi: Masih ada kesenjangan akses terhadap teknologi, terutama bagi sebagian Generasi Z yang tinggal di daerah terpencil atau kurang memiliki fasilitas digital memadai. Hal ini membuat dakwah digital belum sepenuhnya merata dan inklusif.



Olehnya itu, dalam menghadapi persaingan ketat konten digital yang didominasi oleh hiburan dan media sosial, strategi dakwah harus mengedepankan kreativitas desain yang mampu menarik perhatian Generasi Z dengan memadukan nilai-nilai dakwah dan tren kekinian. Namun, efektivitas dakwah digital juga sangat bergantung pada kemampuan teknis pendakwah dalam mengelola desain visual, video, dan perangkat lunak komputer, yang menjadi tantangan tersendiri bagi yang belum terbiasa dengan teknologi tersebut. Selain itu, kesenjangan akses terhadap teknologi masih menjadi kendala serius, terutama bagi Generasi Z di daerah terpencil, sehingga perlu upaya lebih agar dakwah digital dapat menjangkau secara inklusif dan merata di berbagai lapisan masyarakat.

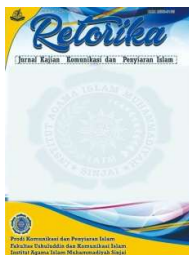
Berdasarkan analisis literatur, dapat disimpulkan bahwa kunci keberhasilan dakwah interaktif melalui komputer dan platform digital bagi Generasi Z terletak pada empat hal utama, yakni: interaktivitas, relevansi konten, penggunaan teknologi yang memadai dan kreativitas penyajian. Pendekatan yang hanya mengandalkan metode ceramah satu arah tanpa memberikan ruang interaksi cenderung kurang diminati. Sebaliknya, dakwah yang menghadirkan pengalaman komunikasi yang setara, terbuka, dan melibatkan audiens secara aktif akan lebih mudah diterima.

4. Simpulan

Strategi dakwah interaktif melalui platform digital berbasis komputer sangat relevan untuk Generasi Z yang akrab dengan teknologi dan lebih menyukai komunikasi dua arah. Keberhasilan dakwah digital ditentukan oleh empat aspek utama, yaitu interaktivitas, relevansi konten, penggunaan teknologi yang memadai dan kreativitas penyajian. Dakwah tidak cukup hanya memanfaatkan media digital, tetapi juga harus disesuaikan dengan pola komunikasi, kebutuhan, dan minat Generasi Z agar lebih efektif dan berdampak.

Daftar Pustaka

- Akbar, M. S. F., Fauzi, R., Tsamanyah, Z. A., & Marini, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kegiatan Belajar Dan Mengajar Terhadap Pembentukan Karakter Anak Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.53625/Jpdsh.V2i2.4263>
- Amelia, K. N., Herliana, D. P., Agustin, F. A., & Mafruhah. (2025). Integrasi Teknologi Dalam Pendidikan; Optimalisasi Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Untuk Generasi Z. *Zaheen : Jurnal Pendidikan, Agama Dan*



- Budaya*, *I*(1), *Article* 1.
[Http://Jurnalinspirasimodern.Com/Index.Php/Zaheen/Article/View/75](http://Jurnalinspirasimodern.Com/Index.Php/Zaheen/Article/View/75)
- Asni, A., Chairunnisa, D., Salsabila, S., Putri, D. M., Alya, S., & Ryansyah, M. R. (2025). Analisis Gap Generasi: Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Lingkungan Kampus. *Indonesian Research Journal On Education*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31004/Irje.V5i1.1976>
- Ghafara, S. T., Jalinus, N., Ambiyar, A., Waskito, W., & Rizal, F. (2023). Pembelajaran Menggunakan Tik Dapat Meningkatkan Literasi Peserta Didik Generasi Z Pada Kurikulum Merdeka. *Jurnal Saintikom (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 22(2), Article 2. <https://doi.org/10.53513/Jis.V22i2.8503>
- Imamah, Y. H. (2025). Synergy Of Islamic Religious Education And Digital Technology In Realizing 21st Century Learning. *International Journal On Advanced Science, Education, And Religion*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.33648/Ijoaser.V8i1.1022>
- Iskandar, H. (2023). Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren). *Jdariscomb: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30739/Jdariscomb.V3i1.1991>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *Alacrity : Journal Of Education*, 1–12. <https://doi.org/10.52121/Alacrity.V1i2.20>
- Nabila, W. M., Fadhilatunnisa, S., Alamsyah, M. I., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z Dan Milenial (Generasi Muda). *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 09–21. <https://doi.org/10.59246/Aladalah.V1i1.145>
- Nasution, A. D. N., Suwarno, R., Hasibuan, H. M., Aritonang, I., & Sikumbang, A. T. (2024). Analisis Efektivitas Dakwah Channel Youtube Khalid Basalamah Official: Peran Interaksi Dan Keterlibatan Audiens. *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.24014/Jiik.V14i2.33018>
- Naufaldhi, M. R. (2024). *Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/52158>
- (Pdf) Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah. (2025). *Researchgate*. <https://doi.org/10.55372/Tanzhim.V3i1.39>
- Uyuni, B. (2023). *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa.
- Wijaya, H. (2018). *Ringkasan Dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif (Prof. Burhan Bungin)*. <https://repository.sttjaffray.ac.id/publications/269013/>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.22219/Satwika.V5i1.15550>