

MEDIA SOSIAL SEBAGAI DAYA TARIK MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MELENIAL

URUNG HASIROLAN

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

email:

urunghsiholan@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era ini memengaruhi model dakwah semakin berkembang pesat dan dinamis. Salah satu tren teknologi pada era milenial ini adalah media digital karena lebih cepat dan mudah untuk mengakses sebuah informasi. Dakwah adalah menyeru, memanggil, mengajak dan mendorong seseorang untuk melakukan hal kebaikan. Dakwah harus bisa memanfaatkannya dengan baik dan semaksimal mungkin segala instrument komunikasi. Jika tidak, maka dakwah akan tertinggal dan semakin melambat sehingga, akan memengaruhi akhlak dan moral pada generasi milenial. Artikel ini membahas mengenai media digital apakah dapat menjadi daya tarik generasi milenial dalam berdakwah. Dengan metode pendekatan studi literatur yang kemudian data dianalisis secara deskriptif menjelaskan bahwa dakwah melalui dakwah digital seperti dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi yang tren dan masa kini dapat menjadi suatu ketertarikan bagi kaum milenial untuk selalu berdakwah. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya orang yang memanfaatkan media sosial sebagai media dalam upaya penyampaian pesan dakwah.

Kata Kunci : *Dakwah sosial; Generasi Milenial; Media Dakwah.*

ABSTRACT

Technological developments of this era affected the da'wa model as never before rapidly and dynamic. One of the technological trends of this millenium is digital media because it is faster and easier to acces information. Da'wa is to call, invite, and encourage someone to do a good thing. Da'wa should utilities any available communication instrument. If not, then da'wa would be falling behind and slowing down so that is would affect morals and morals in the millennials. This article discussing digital media whether it can be the appeal of millenials in preaching. By approach to literature studies that later date are elaborately analyzed, the data could explain that a climb through digital as by using social media asa trendy and fahionable medium of communication can become an attraction for millenials to preach. This is due to the large number of people who use social media as mesia in efforts to deliver the message of the da'wa.

Keywords: *da'wa media; social da'wa; millenials.*

I. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang paling agung. Islam adalah agama yang membawa kebenaran ke dunia ini dan keselamatan di akhirat. Seperti yang kita ketahui bersama, Islam telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data *Global Religious Future*, populasi Muslim Indonesia diperkirakan mencapai 229,62 juta jiwa pada tahun 2020, atau sekitar 87% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebenarnya adalah negara Muslim terbesar di dunia, disusul oleh India dengan populasi Muslim terbesar kedua (176,2 juta jiwa) dan Pakistan dengan populasi Muslim terbesar ketiga, yang merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar kedua (167,41 juta jiwa) (www.databoks.katadata.co.id, diakses pada 28 April 2020).

Menurut ajaran Islam, seluruh umat Islam harus mengikuti perintah Allah SWT dan menghindari larangan seperti dakwah. Dawa adalah ajakan, seruan, himbauan dan dakwah Islam. Sebagai umat Islam yang mengetahui dan menganut agama kita, kita harus menyebarkan kebenaran kepada semua orang. Bukan hanya untuk sesama umat Islam. Islam adalah agama yang toleran, jadi baik juga bagi non-Muslim. Dimana agama seperti Kristen, Budha, dan Katolik menjunjung tinggi nilai toleransi demi menjaga perdamaian dunia. Dalam hadits riwayat Bukori, yaitu Abdullah bin Amr Radiyallahu ta'ala Anhu, Nabi Shallallahu Alaihi Wassallam bersabda, ``Tolong sampaikan satu ayat saja dariku." Berdasarkan hadits ini, umat Islam demikian, kita mempunyai kewajiban untuk bertindak secara religius. Sebarkan ilmu pengetahuan, meski dalam skala kecil. Tujuannya adalah untuk menggerakkan manusia menuju kebenaran yang diridhai Allah SWT. Apalagi generasi milenial telah banyak mengalami perubahan pada masa ini, termasuk pesatnya perkembangan teknologi. Menurut Abshar dan Amijaya, generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1982 hingga 2002 (Walidah, 2017). Ini bisa menjadi peluang untuk menyebarkan Islam dan menyebarkannya dengan menggunakan strategi, metode, dan

media baru yang modern.

Perkembangan teknologi telah membawa fenomena menarik dalam kehidupan sosial modern: bangkitnya budaya global dan kecenderungan masyarakat yang bergantung pada media. Dawa harus bisa memanfaatkannya dengan baik di era milenial ini, apalagi dalam menggunakan media baru. Jika tidak maka akan mempengaruhi kebiasaan generasi milenial yang sebenarnya sedang mencari jati diri. Dalam dakwah, peran media dalam mengkomunikasikan dakwah sangatlah penting dan strategis. Media memiliki akses cepat terhadap informasi dan tidak mengenal batas ruang dan waktu.

Model dakwah yang ada saat ini berbeda dengan dakwah pada masa lalu. Dakwah masa kini memungkinkan generasi milenial menggunakan model dakwah digital. Dakwah digital merupakan model penyampaian Islam melalui media. Model dakwah ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang melek gadget. Salah satunya adalah Internet (media sosial). Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet (media online) yang memungkinkan penggunaanya terhubung, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain. Seperti yang kita ketahui bersama, pengguna media sosial tersebar luas di masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Bisa dikatakan jumlah pengguna media sosial sangatlah besar. Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), 50,7% pengguna internet (media sosial) Indonesia adalah pengguna Facebook, 17,8% pengguna Instagram, 15,1% pengguna YouTube, 1,7% pengguna Twitter, dan 0,4% apakah saya seorang pengguna. Persentase pengguna LinkedIn (Laporan Survei Pengguna Internet dan Penetrasi Indonesia 2018, 2018). Ini adalah kesempatan, kesempatan bagi Daai untuk memperhatikan penyampaian dakwah dengan mengemas dan membuat konten yang menarik agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik kepada Mad melalui fitur-fitur media sosial yang Anda komunikasikan, yang bisa menjadi sebuah tantangan. Diharapkan

masyarakat khususnya generasi milenial tertarik mempelajari ilmu agama dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, generasi milenial perlu mengetahui dan memahami cara menggunakan media sosial dengan bijak untuk menyebarkan kebaikan, mengajak ke jalan yang benar, dan ridha kepada Allah SWT. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana dakwah digital menjadi media dakwah populer di kalangan milenial melalui media sosial sebagai alat dakwah.

Dengan latar belakang tersebut, salah satu permasalahannya adalah tingginya minat generasi milenial terhadap media digital, yaitu media sosial. Berdasarkan hal tersebut maka pertanyaan yang perlu dicermati adalah "Apa daya tarik media digital sebagai media baru dakwah bagi generasi milenial?" Metode penelitiannya adalah dengan melakukan penelitian kepustakaan dengan menggunakan buku dan majalah. . Sesuatu yang berhubungan dengan judul yang sedang Anda pertimbangkan untuk digunakan. Dengan cara ini, sumber-sumber diurutkan dan datanya dikurangi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang memotivasi generasi milenial dalam memanfaatkan media digital sebagai media dakwah yang menghibur. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan kajian dakwah dan bagi pembaca.

II. METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara yang teratur dalam melakukan suatu pekerjaan sehingga tercapai sesuai dengan yang diinginkan, suatu cara kerja yang sistematis yang memudahkan pelaksanaan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian berasal dari kata penelitian yang artinya mencari kembali. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan berdasarkan landasan teori yang ada di lapangan. Metode penelitian kualitatif ini merupakan penelitian deskriptif atau mendeskripsikan objek penelitian. Metode deskriptif merupakan penelitian yang menciptakan gambaran suatu

keadaan atau peristiwa, sehingga metode ini hanya mengumpulkan informasi-informasi yang bersifat dasar saja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tinjauan Umum Dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, mengajak, dan menyeru. Dalam Islam seorang muslim diwajibkan untuk berdakwah yaitu dengan mengajak orang lain pada kebaikan di jalan Allah SWT. Sebagaimana kegiatan dakwah ini didasarkan pada Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dan jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Ada beberapa unsur dalam sebuah khotbah. Pertama-tama, dai mengacu pada orang yang melakukan kegiatan dakwah atau orang yang melakukan dakwah. Faktanya, semua umat Islam adalah pendakwah, meskipun mereka hanya membacakan satu ayat saja. Sabda Nabi dalam hadits riwayat Bukhari berasal dari Abdullah bin Amr Radhiyallahu Ta'ala Anhu, maka Rasulullah SAW bersabda “Katakan padaku sesuatu, meskipun itu hanya sebuah puisi.” Unsur kedua adalah madhu, tujuan khotbah. Madhu adalah penerima dakwah atau orang yang menerima risalah dakwah. Ketiga, metode Dawa. Metode Dawa adalah metode yang digunakan Dai untuk mencapai tujuannya. Ada banyak cara untuk melakukan dakwah. Lisan, tulisan, perbuatan, persahabatan, drama, dll. 4: Materi dakwah (Madda). Isi dakwah adalah isi risalah yang disampaikan oleh khatib agar diketahui, dipahami dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Materi dakwah harus mutakhir dan kondisional agar dakwah dapat diterima masyarakat sesuai dengan kebutuhan. Juara 5: Dawa Media (Wasilla). Media merupakan alat untuk menyampaikan pesan Dawa. Media yang umum digunakan hadir

dalam berbagai bentuk, antara lain media lisan, media massa (cetak), media elektronik (audiovisual), dan media baru (Internet). Media ini sangat berguna untuk kelancaran dakwah agar pesan Dawa sampai kepada Madhu. Dalam menyampaikan dakwah, dai harus mampu menghidupkan suasana dan membangkitkan semangat masyarakat.

2. *Generasi Milenial*

Generasi Milenial, istilah demografis berdasarkan Generasi Y, adalah generasi yang tumbuh di era booming Internet. Menurut Absher dan Amidjaya, generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1982 hingga 2002 atau antara usia 17 hingga 39 tahun (Walidah, 2017). Dalam Profil Generasi Milenial tahun 2018, BPS menyebutkan generasi Milenial mencapai 33,75 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Dari jumlah penduduk tersebut, 67,02% merupakan usia kerja dan sekitar 50,36% merupakan generasi milenial (Walidah, 2017). Generasi ini diketahui sangat bergantung pada internet dan media sosial serta mengikuti kemajuan teknologi untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Ciri yang paling menonjol pada generasi ini adalah penggunaan teknologi yang sangat canggih, yaitu penggunaan gawai/smartphone sebagai alat komunikasi yang sedang tren untuk mengakses informasi secara cepat dan mudah. Generasi milenial sebenarnya mempunyai kapasitas dan kemampuan berinovasi yang sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan adanya media digital yang mampu melahirkan usaha-usaha baru guna meningkatkan perekonomian, seperti tumbuhnya jual beli online (online shop) dan trafik internet. Selain itu, dari segi pendidikan, generasi milenial memiliki keterampilan yang tinggi sehingga banyak yang tertarik untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

3. *Dakwah Generasi Milenial*

Seiring berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, cara berdakwah juga mengalami perkembangan dan perubahan. Dakwah tidak

lagi hanya dihadirkan di mimbar, namun generasi milenial akan merasakan manfaat dari perkembangan media teknologi bernama media digital. Hal ini dilakukan agar penyampaian pesan dakwah tetap menarik, efektif dan efisien, sehingga orang gila tetap tertarik mendengarkan ceramahnya, sehingga kembali ke jalan yang benar dan mendapat keridhaan Allah SWT. Selain modus offline, dakwah juga bisa dilakukan secara online. Sebagaimana kita ketahui, dakwah kini dapat dilakukan melalui sarana digital seperti radio, televisi, telepon, internet, dan media sosial. Disini peran dai sangat penting yaitu hendaknya bijak dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada, khususnya media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp dll. Para da'i harus lebih kreatif dan inovatif untuk selalu menciptakan bentuk-bentuk dakwah agar tidak terkesan monoton dan ketinggalan jaman. Oleh karena itu, dakwah milenial harus dikemas dalam konten yang menarik dan tepat waktu, tidak harus selalu dalam bentuk tulisan, namun bisa juga dikemas dalam bentuk vlog, infografis, video dan poster, yang kemudian dapat disebar di media sosial agar pesan dakwah dapat tersampaikan. wah bisa menular. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi para dakwah untuk memaksimalkan perkembangan teknologi yang pesat ini dengan menciptakan sesuatu yang lebih bermanfaat.

4. Urgensi Media dalam Dakwah

Secara etimologis, media berarti medium atau penyajian. Namun menurut media massa, segala bentuk perantara digunakan oleh masyarakat untuk menyampaikan atau menyebarkan ide dan konsep sehingga ide dan konsep yang diungkapkan sampai pada penerima yang dituju (Arsyad, 2002). Dalam dakwah saat ini, pemanfaatan media massa sangat penting dan diperlukan untuk menggugah minat para mad'u untuk terus mendengarkan ceramah-ceramahnya. Dakwah era milenial ini harus kekinian, faktual dan kontekstual. Benar artinya dakwah dapat menyelesaikan masalah. Fakta berarti dakwah dilakukan secara konkrit dan realistis. Sedangkan dakwah kontekstual berarti menyajikan dakwah secara relevan dan berkaitan dengan

permasalahan yang dihadapi masyarakat saat ini. Menurut Sudirjo dan Siregar, media mempunyai dua fungsi, yaitu memberikan pengalaman nyata kepada pemirsa dan media komunikasi (Khoiruzzaman, 2016). Oleh karena itu, khatib harus mengetahui cara menggunakan media secara bijak dan baik agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik.

5. *Tren Pengguna Media Sosial di Indonesia*

Seperti yang Anda ketahui, jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 ditemukan terdapat 175,4 juta pengguna internet dan 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Dibandingkan tahun 2019, tahun ini jumlah masyarakat Indonesia yang aktif di media sosial bertambah 10 juta orang. Dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 272,1 juta jiwa, maka 64% penduduk Indonesia mempunyai akses terhadap dunia maya. Media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh netizen Indonesia adalah Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit dan Sina Weibo (We Are Social, " Riset: Di Indonesia 175,2 juta pengguna internet, 2020).

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial kini sudah banyak menggunakan internet khususnya media sosial. Ada banyak alasan mengapa masyarakat Indonesia ingin menggunakan Internet atau media sosial. Salah satunya ditujukan untuk digunakan sebagai lokasi hiburan dan pusat pencarian informasi. Tak heran jika banyak orang yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi yang trendi saat ini. Oleh karena itu, dakwah juga harus mengikuti perkembangan saat ini, menjadikan dakwah digital sebagai sarana dakwah bagi generasi milenial.

6. *Daya Tarik Media Sosial sebagai Media Baru Dakwah*

Dakwah saat ini serba digital. Perangkat kami memiliki banyak fitur Islami yang membantu kami mempermudah aktivitas sehari-hari. Misalnya saja aplikasi bacaan Al Quran, pengingat sholat, pengingat zakat dan masih

banyak lagi. Berkat ini, sangat mudah bagi kita untuk memperdalam ajaran Islam. Bagi para dai, dakwah digital menjadi peluang baru untuk berdakwah mengikuti tren masa kini, yakni menggunakan media sosial. Masduki Baidlowi, Ketua Komite Informasi dan Komunikasi MUI, mengatakan terjadi pergeseran paradigma dakwah dari dakwah cetak dan lisan ke media digital, salah satunya media sosial. Menurutnya, dakwah di media sosial merupakan cara yang murah dan strategis dalam menyampaikan pesan dakwah (Ramdhani, 2020).

Media sosial merupakan cara paling efektif untuk menyebarkan dakwah. Media sosial juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang lebih baik dan kreatif, yaitu melalui konten-konten menarik seperti meme, video, audio, infografis, dan lain-lain. Menurut Chaffey dan Smith, prinsip dasar membangun konten yang menarik di media sosial adalah kreatif, jujur dan sopan, individual, memahami audiens dan update secara berkala (Nursatyo, 2014).

Ustadz Abdul Somad memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan ceramahnya. Ia terkenal dengan popularitasnya yaitu berdakwah melalui konten dakwah yang viral di YouTube. Ia memahami betul kecenderungan masyarakat saat ini yang banyak mengonsumsi media online. Menurut survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018, koneksi Internet yang paling banyak digunakan adalah untuk menonton film/video yaitu 45,3%. Dengan informasi tersebut, tak heran jika Ustadz Abdul Somad menjadi sosok yang tenar di media sosial. Akun YouTubenya telah dilihat lebih dari 50 juta kali bahkan ia dinobatkan sebagai “Million View Day” (Jamadu, 2020). Sangat jelas terlihat bahwa daya tarik media sosial sebagai media periklanan baru sangat kuat dan diperlukan di milenium ini.

7. Kiat Sukses Dakwah di Era Digital

Menurut Ustadz Raufiq Affand, pemanfaatan media digital khususnya media sosial sebagai alat dakwah sangat efektif jika

memperhatikan beberapa tips berikut ini, yaitu: Pertama, memperdalam keakraban dengan Allah SWT. Betapapun asyik dan sibuknya kita menggunakan media sosial untuk berdakwah, jangan lupa untuk terus maju dan tingkatkan keimanan kepada Allah SWT. Kedua, memahami kebutuhan masyarakat. Dengan memahami kebutuhan masyarakat, kita dapat menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan keprihatinannya sehingga dapat diterima dengan baik. Ketiga, tetapkan tujuan yang jelas. Sebagai seorang da'i harus mempunyai tujuan yang jelas agar mempunyai arah keberhasilan dakwah. Keempat, perbanyak persahabatan. Dengan memperbanyak silaturahmi kita bisa mempererat hubungan persaudaraan antar umat. Kelima, baca lebih lanjut. Apalagi membaca tentang Islam, karena membaca menambah pengetahuan dan pemahaman kita. Keenam, mulailah dengan apa yang dekat. Hingga dakwah dakwah semakin meluas, jangan lupakan orang-orang tercinta. Terakhir, bersabarlah. Banyak sekali cobaan, hambatan dan godaan yang datang dalam berdakwah melalui media sosial. Oleh karena itu bersabarlah dan jangan menyerah (Munir, 2020).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa metode dakwah mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Dimana para pendakwah generasi milenial ini dituntut untuk bisa memanfaatkan media digital khususnya media sosial sebagai alat dakwah baru. Perkembangan teknologi ini harus dimanfaatkan demi keberhasilan kegiatan dakwah. Karena masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial ingin menggunakan internet khususnya media sosial yang dapat diakses dengan cepat dan mudah, bagi sebagian besar masyarakat Indonesia tentunya hal ini dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para dakwah untuk menyampaikan pesannya. ya. 'Wow. untuk cakupan pesan yang lebih luas. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat konten yang berbeda dan metode pengemasan yang menarik. Sebarkan beritanya di media sosial, karena generasi milenial lebih suka

menggunakan aplikasi interaktif seperti Instagram, YouTube, Facebook, WhatsApp, dll. Banyak da'i ternama di Indonesia yang mentransformasikan metode dakwah aslinya menjadi dakwah milenial yang asyik dan trendi. Dengan begitu, dakwah digital akan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas dan menjadi daya tarik tersendiri bagi media dakwah baru bagi generasi milenial. Daya tarik media sosial bagi kaum milenial sangat tajam dan kuat. Sedikit banyak aplikasi atau fitur baru kini menyebar dengan sangat cepat dan menguasai jagat raya. Oleh karena itu, para pendakwah harus fokus untuk menarik perhatian generasi milenial agar penggunaan media sosial tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk penginjilan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.
- Jamadu, L. (2020). *Dakwah dan Media Sosial, Rahasia Kesuksesan Ustadz Abdul Somad*. Diakses Pada Di akses 26 desember 2023) <https://www.google.com/amp/s/www.suara.com/tekno/2018/05/02/071500/d-akwah-dan-media-sosial-rahasia-kesuksesan-ustaz-abdul-somad>
- Khoiruzzaman, W. (2016). Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2).
- Laporan Survey Penetrasi dan Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. (2018). <https://apjii.or.id/survey2018/>
- Munir, I. (2020). *Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Masa Kini*. Diakses Pada Di akses 26 desember 2023) <https://www.google.com/amp/unida.gontor.ac.id/memanfaatkan-media-sosial-sebagai-media-dakwah-masa-kini/amp>
- Nursatyo. (2014). Daya Tarik Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Sosial *The Attractiveness Of Marketing Communication Messages in Social Media*. Universitas Nasional Jakarta.
- Ramdhani, J. (2020). *Ulama Upayakan Pakai Media Sosial sebagai Medium Dakwah*. Di akses 26 desember 2023) <https://m.detik.com/news/berita/d-3354863/ulama-upayakan-pakai-media-sosial-sebagai-media-dakwah>
- Walidah, I. Al. (2017). Tabayyun di Era Generasi Milenial. *Jurnal Living Hadis*, 2(1), 320.
- We Are Social, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. (2020). <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (Di akses 26 desember 2023)