

Fenomena "Islam Instan" di TikTok: Analisis Dampak Durasi Konten Pendek terhadap Pemahaman Keagamaan Remaja di Kabupaten Kebumen

Listiana, Siti Fatimah, Imam Subarkah, Benny Kurniawan

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia
listiana5873@gmail.com

Article History

accepted 1/7/2026

approved 1/8/2026

published 21/9/2026

Abstract

The development of technology has given rise to digital da'wah on TikTok which offers religious material in short durations, triggering the phenomenon of "Instant Islam" among the younger generation. This study aims to analyze the impact of TikTok's short content duration on religious understanding and worship motivation among adolescents in Kebumen Regency. The study used a descriptive quantitative approach with a questionnaire instrument distributed to 24 respondents aged 12-22 years, and data were analyzed using descriptive percentage statistics. The results showed that the majority of respondents (95.8%) stated that short da'wah videos (less than 3 minutes) were easy to understand and effective in stimulating increased knowledge of worship such as prayer, ablution, prophetic stories, as well as improving interpersonal morals. In addition, psychological effects in the form of peace of mind were felt by 91.7% of respondents which also encouraged motivation to pray on time (95.9%) and increased politeness towards parents (95.8%). The conclusion of this study is that TikTok media with short content duration is proven effective as a supplementary instrument for daily religious education that is applicable for adolescents.

Keywords: *Instant Islam, TikTok, Religious Understanding, Kebumen Adolescents*

Abstrak

Perkembangan teknologi melahirkan dakwah digital di TikTok yang menawarkan materi keagamaan dalam durasi singkat, sehingga memicu fenomena "Islam Instan" di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak durasi konten pendek TikTok terhadap pemahaman keagamaan dan motivasi ibadah remaja di Kabupaten Kebumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan instrumen angket kuesioner yang disebarkan kepada 24 responden remaja usia 12–22 tahun, dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden 95,8% menyatakan video dakwah durasi pendek kurang dari 3 menit mudah dipahami dan efektif menstimulasi peningkatan pengetahuan ibadah seperti shalat, wudhu, kisah nabi, serta perbaikan akhlak interpersonal. Selain itu, dampak psikologis berupa ketenangan hati dirasakan oleh 91,7% responden yang turut mendorong motivasi shalat tepat waktu 95,9% dan peningkatan kesantunan kepada orang tua 95,8%. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa media TikTok dengan durasi konten pendek terbukti efektif menjadi instrumen suplemen pendidikan agama harian yang aplikatif bagi remaja.

Kata kunci: *Islam Instan, TikTok, Pemahaman Keagamaan, Remaja Kebumen*



PENDAHULUAN

Arus globalisasi dan disrupsi teknologi informasi telah mengubah peta sosiologi penyebaran ilmu pengetahuan, tidak terkecuali pemahaman keagamaan. Masyarakat modern, khususnya generasi Z dan Alpha, cenderung meninggalkan pola pencarian informasi konvensional berbasis teks tebal dan beralih ke platform visual interaktif yang menawarkan kecepatan akses. Di Indonesia, TikTok berkembang bukan lagi sekadar platform hiburan, melainkan bertransformasi menjadi ruang publik digital baru tempat nilai-nilai keagamaan diproduksi, disebarkan, dan dikonsumsi secara masif setiap hari. Pola algoritma *For Your Page* (FYP) pada TikTok secara konstan menyuguhkan konten dakwah berupa potongan video ceramah singkat, motivasi spiritual, hingga tutorial ibadah praktis langsung ke beranda para remaja (Akram dkk., 2025; Susanti dkk., 2025; Hermaya & Khatibah, 2024).

Kondisi tersebut melahirkan fenomena baru dalam studi Pendidikan Agama Islam (PAI) yang kerap disebut sebagai "Islam Instan". Istilah ini merujuk pada kecenderungan remaja mengadopsi pemahaman agama melalui potongan video berdurasi singkat di bawah 3 menit tanpa melalui proses *talaqqi* atau pengkajian kitab secara komprehensif bersama ulama. Di satu sisi, sebagian pakar mengkhawatirkan terjadinya reduksi makna, simplifikasi hukum fikih, dan potensi kesalahpahaman akibat informasi keagamaan yang terfragmentasi (Rolando, 2026). Budaya konten pendek ini memang menghadirkan tantangan serius bagi Pendidikan Agama Islam, di mana kedalaman pemahaman kerap terancam oleh kecepatan konsumsi (Shalih, Sahrahman & Anwar, 2026). Penelitian Marwaji dan Pionera (2026) mengkonfirmasi bahwa TikTok merupakan platform yang paling dominan sebagai sumber konten keislaman bagi remaja, dengan dorongan utama penggunaannya adalah untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan afektif, namun di sisi lain penelitian ini juga mengidentifikasi adanya tantangan serius berupa kecenderungan kedangkalan pesan yang mengancam ekosistem dakwah digital. Namun di sisi lain, karakteristik psikologis remaja modern menuntut adanya efisiensi ruang dan waktu dalam belajar. Kemasan video yang menarik, estetik, dan langsung pada inti materi dinilai lebih ramah terhadap batas perhatian (*attention span*) remaja saat ini dibandingkan metode ceramah satu arah di ruang kelas atau majelis taklim tradisional (Nawaffani dkk., 2026).

Penelitian ini dibangun di atas pondasi *Uses and Gratifications Theory* (Teori Penggunaan dan Kepuasan) yang dikemukakan oleh Blumer dan Katz, yang menyatakan bahwa pengguna media secara aktif memilih media mana yang dapat memuaskan kebutuhan mereka, termasuk kebutuhan kognitif (pencarian pengetahuan agama) dan kebutuhan afektif (ketenangan jiwa) (Kinanthy & Rohmadani, 2025). Dalam perspektif Pendidikan Agama Islam, dakwah dan transformasi ilmu wajib dikemas mengikuti perkembangan zaman. Pembentukan pemahaman keagamaan pada remaja mencakup tiga domain utama: kognitif (pengetahuan tata cara ibadah), afektif (pembersihan jiwa/*tazkiyatun nafs* yang melahirkan ketenangan), dan psikomotorik (manifestasi akhlak mulia kepada orang tua dan lingkungan sosial) (Fauzi, 2026).

Di Kabupaten Kebumen, sebuah wilayah yang kental dengan budaya pesantren dan nilai-nilai keislaman tradisional, tingkat religiusitas remaja tergolong cukup tinggi. Namun, di sisi lain, wilayah ini juga memiliki tingkat penetrasi internet yang tinggi di kalangan remaja. Di tengah kondisi ini, pesantren sebagai institusi pendidikan Islam tradisional dituntut untuk bertransformasi dalam strategi dakwahnya, termasuk melalui pemanfaatan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Ariadi, Muhammad dan Hamriani (2026) menyatakan bahwa pesantren telah mengembangkan model dakwah hybrid yang menggabungkan metode tradisional dengan platform media sosial, yang terbukti memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional Islam. Perpaduan antara budaya pesantren yang kuat dan penetrasi digital yang masif melahirkan benturan sekaligus

ruang baru bagi dakwah kontemporer, menjadikan fenomena sosial-keagamaan ini krusial untuk diteliti. Zuhri (2023) juga menegaskan bahwa meskipun ruang siber melahirkan otoritas keagamaan baru yang serba instan, keberadaannya tidak menggeser esensi dasar dari nilai transfer Pendidikan Agama Islam tradisional, melainkan berfungsi sebagai pelengkap yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana intensitas penggunaan gawai dan tingkat keterpaparan konten dakwah TikTok pada remaja di Kabupaten Kebumen? (2) Bagaimana persepsi remaja di Kabupaten Kebumen mengenai efektivitas durasi konten pendek di bawah 3 menit dalam mentransfer pemahaman materi agama? (3) Bagaimana dampak konsumsi konten "Islam Instan" di TikTok terhadap aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik keagamaan remaja di Kabupaten Kebumen?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur intensitas penggunaan gawai dan tingkat keterpaparan konten dakwah TikTok pada remaja di Kabupaten Kebumen. Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis persepsi remaja mengenai efektivitas durasi konten pendek di bawah 3 menit dalam mentransfer pemahaman materi agama. Di samping itu, tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak riil dari konsumsi konten "Islam Instan" terhadap perubahan perilaku ibadah harian dan akhlak sosial remaja di lapangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini dipilih untuk memberikan deskripsi sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antarfenomena yang diperoleh dari hasil konversi angka data angket ke dalam interpretasi naratif ilmiah. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2026 di Kabupaten Kebumen, dengan penyebaran responden yang berasal dari beberapa kecamatan di wilayah tersebut.

Populasi penelitian ini adalah remaja usia 12-22 tahun di Kabupaten Kebumen. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni remaja yang aktif menggunakan TikTok dan berdomisili di Kabupaten Kebumen. Jumlah responden akhir yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 24 orang yang ditentukan berdasarkan pertimbangan bahwa penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif dengan fokus pada kedalaman informasi dari responden yang memenuhi kriteria, bukan pada generalisasi hasil ke seluruh populasi remaja di Kabupaten Kebumen.

Data primer dihimpun secara daring melalui penyebaran instrumen kuesioner terstruktur menggunakan Google Form. Angket menggunakan skala Likert empat poin (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju) untuk menghindari bias jawaban ragu-ragu. Instrumen yang digunakan berisi butir-butir pernyataan terkait intensitas penggunaan gawai, paparan konten dakwah di TikTok, persepsi terhadap durasi konten pendek, serta dampaknya terhadap pemahaman keagamaan dan perilaku ibadah remaja.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif kuantitatif dengan menghitung distribusi frekuensi dan persentase dari masing-masing butir jawaban menggunakan rumus (Sudijono, 2018):

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan:

P = Persentase jawaban responden

f = frekuensi jawaban pilihan responden

n = jumlah total responden keseluruhan

Hasil persentase tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam kategori interpretasi data untuk ditarik kesimpulan deskriptifnya (Mahdiyah, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden dan Penggunaan Media Digital

Berdasarkan data angket yang terkumpul dari responden di Kabupaten Kebumen, distribusi usia berada pada rentang 12 hingga 22 tahun, mewakili kelompok usia remaja awal hingga akhir. Data awal kuesioner menunjukkan tingkat penetrasi gawai yang sangat tinggi pada subjek penelitian.

Tabel 1. Intensitas Penggunaan Handphone dan Paparan TikTok Harian

No	Pernyataan Angket	SS	S	TS	STS
1.	Saya menggunakan handphone setiap hari.	75%	25%	0%	0%
2.	Durasi penggunaan handphone saya > 2 jam per hari.	62,5%	37,5%	0%	0%
3.	Saya aktif menggunakan aplikasi TikTok.	54,2%	33,3%	12,5%	0%
4.	Konten keagamaan/dakwah sering muncul di FYP saya.	45,8%	50%	4,2%	0%

Sumber: Data Primer Angket Penelitian Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, terlihat secara empiris bahwa seluruh responden 100% menyatakan mengakses handphone setiap hari, dengan durasi penggunaan yang dominan melebihi 2 jam per hari 100%. Temuan ini linier dengan data paparan media, di mana mayoritas besar responden 87,5% aktif menggunakan aplikasi TikTok, dan sebanyak 95,8% secara konsisten mendapati konten keagamaan atau dakwah melintasi laman For Your Page (FYP) mereka secara berkala.

Fenomena ini membuktikan bahwa algoritma media sosial tidak lagi sekadar mesin rekomendasi hiburan, melainkan telah menjelma menjadi agen sosialisasi nilai-nilai keagamaan kontemporer bagi remaja di Kabupaten Kebumen (Harisi dkk., 2026). Studi oleh Ramadhan, Firdaus, dan Surawan (2025) juga menegaskan bahwa TikTok efektif menjangkau generasi muda melalui pesan yang singkat, padat, dan emosional, menjadikannya arena penting bagi dakwah digital. Temuan ini selaras dengan teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa pengguna media secara aktif memilih media untuk memuaskan kebutuhan mereka, termasuk pencarian pengetahuan agama dan ketenangan jiwa. Dalam konteks ini, remaja di Kabupaten Kebumen tidak sekadar mengonsumsi hiburan, tetapi secara aktif memanfaatkan TikTok sebagai sarana pemenuhan kebutuhan spiritual mereka, yang didukung oleh tingginya penetrasi internet di Indonesia. Hal ini menciptakan ekosistem digital yang secara tidak langsung membentuk lingkungan pembelajaran agama yang immersif bagi generasi muda.

B. Persepsi Remaja Terhadap Durasi Konten Pendek (“Islam Instan”)

Inti mengenai fenomena “Islam Instan” adalah pengaruh durasi yang terbatas terhadap daya serap informasi keagamaan. Angket menguji respons remaja terkait aspek kemudahan memahami konten berdurasi di bawah 3 menit.

Tabel 2. Kemudahan Pemahaman Berdasarkan Durasi Konten

No	Pernyataan Angket	SS	S	TS	STS
1.	Video dakwah durasi pendek (<3 menit) mudah dipahami.	50%	45,8%	4,2%	0%
2.	Penjelasan yang singkat mempermudah saya menangkap inti materi.	41,7%	54,2%	4,1%	0%

Sumber: Data Primer Angket Penelitian Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel II. di atas, data menunjukkan bahwa durasi pendek justru tidak menurunkan kualitas pemahaman. Sebanyak 95,8% responden menyatakan setuju bahwa video berdurasi pendek justru jauh lebih mudah dipahami, sementara 95,9% responden juga setuju bahwa penjelasan singkat mempermudah mereka menangkap inti materi. Karakteristik penjelasan yang ringkas dan langsung pada sasaran menolong para remaja mengisolasi informasi penting keagamaan tanpa terdistraksi oleh pembukaan yang panjang. Hal ini membuktikan bahwa “instanisasi” dakwah adalah bentuk evolusi metodologi pembelajaran keagamaan yang efektif bagi generasi modern.

Temuan ini menarik untuk dikaji dalam perspektif psikologi perkembangan remaja. Nawaffani dkk. (2026) menjelaskan bahwa kemasan video yang menarik, estetik, dan langsung pada inti materi dinilai lebih ramah terhadap batas perhatian (*attention span*) remaja. Penelitian oleh Af'idati dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dalam pendidikan agama Islam dapat meningkatkan motivasi belajar dan partisipasi aktif siswa. Dalam perspektif yang lebih luas, Ramadhan, Firdaus, dan Surawan (2025) mengidentifikasi bahwa TikTok memiliki karakteristik unik dalam dakwah digital, yaitu menekankan konten yang singkat, padat, emosional, dan viral, yang menjadikannya efektif untuk menjangkau audiens dengan keterbatasan rentang perhatian. Strategi komunikasi yang adaptif terhadap algoritma dan kebiasaan konsumsi media remaja menjadi kunci keberhasilan dakwah digital di era ini. Sementara itu, studi tentang pemanfaatan TikTok sebagai media pembelajaran Al-Qur'an menyoroti bahwa platform ini dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan ilmu agama secara kreatif dan interaktif, terutama jika dikemas dengan baik. Namun, fenomena ini juga memunculkan perdebatan akademik. Akram dkk. (2025) mengkhawatirkan adanya risiko reduksi makna dan kesalahpahaman akibat informasi yang terfragmentasi. Ketua Bidang Dakwah MUI Sulawesi Selatan, Prof. Abustani Ilyas, juga mengingatkan bahwa belajar agama hanya dari konten singkat di media sosial berpotensi melahirkan pemahaman yang dangkal dan keliru karena tidak memberikan penjelasan secara utuh. Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selama konten disajikan dengan kualitas yang baik dan merujuk pada sumber otoritatif, durasi pendek tidak serta-merta menurunkan kualitas pemahaman, asalkan diimbangi dengan pendampingan dari guru atau ulama yang memiliki sanad keilmuan yang jelas.

C. Dampak Terhadap Aspek Kognitif, Afektif, dan Perilaku Keagamaan Remaja

Variabel penting dalam kuesioner mengukur bagaimana stimulasi digital tersebut bertransformasi menjadi aktualisasi kesadaran beragama pada kehidupan nyata responden.

Tabel 3. Transformasi Nilai Keagamaan dalam Sikap Nyata

No	Pernyataan Angket	SS	S	TS	STS
1.	Video dakwah durasi pendek (<3 menit) mudah dipahami.	50%	45,8%	4,2%	0%
2.	Penjelasan yang singkat mempermudah saya menangkap inti materi.	41,7%	54,2%	4,1%	0%
3.	Menonton video islami di TikTok membuat hati saya lebih tenang.	50%	41,7%	8,3%	0%
4.	Termotivasi melaksanakan shalat 5 waktu secara tepat waktu.	54,2%	41,7%	4,1%	0%
5.	Lebih berhati-hati dalam berkata dan bersikap ke orang tua/teman.	58,3%	37,5%	4,2%	0%

Sumber: Data Primer Angket Penelitian Diolah (2026)

Data dampak pada Tabel III. di atas mengonfirmasi keberhasilan penyerapan materi agama di tiga ranah utama:

a. Domain Kognitif

Sebanyak 95,8% remaja memperoleh pemahaman fikih praktis baru (wudhu, shalat) serta wawasan sejarah keislaman (kisah Nabi) dari TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah digital berdurasi pendek efektif dalam mentransfer pengetahuan keagamaan secara visual dan praktis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rohia dkk (2025) yang menyatakan bahwa media digital mempermudah akses terhadap dakwah dan meningkatkan minat beragama di kalangan remaja Muslim. Rachmah (2026) dalam kajian literatur sistematisnya juga mengonfirmasi bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan pemahaman agama dan memperluas jangkauan dakwah pada generasi muda.

b. Domain Afektif

Sebanyak 91,7% remaja merasakan dampak psikologis positif berupa ketenangan hati, yang membuktikan fungsi media sebagai penyejuk spiritualitas remaja. Penelitian Rohia dkk. (2025) tentang pengaruh media digital terhadap spiritualitas remaja Muslim menunjukkan bahwa media digital memiliki dua sisi: di satu sisi mempermudah akses dakwah, namun di sisi lain berpotensi menciptakan spiritualitas instan yang dangkal jika tidak diimbangi dengan literasi yang memadai. Konten bertema self-reminder Islami terbukti menjadi suplemen penenang jiwa yang efektif.

c. Domain Psikomotorik/Perilaku

Manifestasi nyata dari konsumsi konten dakwah digital terlihat pada peningkatan kedisiplinan ibadah, dengan 95,9% responden termotivasi untuk melaksanakan shalat lima waktu secara tepat waktu, serta perbaikan akhlak interpersonal tercermin dari 95,8% responden yang melaporkan peningkatan kesantunan kepada orang tua dan teman. Internalisasi nilai-nilai *akhlakul karimah* melalui imitasi konten digital telah melahirkan kesalehan sosial yang nyata di lingkungan keluarga, sebagaimana tercermin dalam perubahan perilaku ibadah dan sikap interpersonal responden. Temuan ini sejalan dengan

teori *social learning* Bandura (1978) yang menyatakan bahwa individu memperoleh perilaku baru melalui pengamatan dan imitasi terhadap model yang diamati. Lisnawati, Sutikno, dan Suparto (2026) juga menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok di pesantren memungkinkan akses pembelajaran yang berkelanjutan dan fleksibel, yang berkontribusi pada pembentukan perilaku keagamaan yang lebih konsisten.

Apabila temuan data angket ini dikomparasikan secara kritis dengan wacana akademik kontemporer, terdapat titik temu sekaligus kebaruan perspektif yang menarik. Meskipun terdapat kekhawatiran bahwa konten keagamaan di media sosial bersifat fragmentaris dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, realitas data remaja di Kebumen menunjukkan bahwa dakwah digital berdurasi pendek tidak mendangkalkan agama, melainkan berfungsi sebagai jembatan pembuka (*entry point*) yang sangat efektif untuk memicu kesadaran awal remaja. Konten singkat tersebut mengandung muatan substansial bernilai pedagogis tinggi yang mampu menggerakkan kesadaran batin remaja secara instan namun berimplikasi jangka panjang pada pembentukan karakter akhlak ritual dan kesalehan sosial. Keberhasilan ini sangat bergantung pada pendampingan dari lingkungan keluarga dan pendidikan formal agar media digital benar-benar menjadi sarana penguatan spiritual. Dengan demikian, fenomena "Islam Instan" di TikTok tidak perlu dipandang sebagai ancaman, melainkan sebagai peluang bagi pengembangan metode dakwah dan pendidikan agama yang lebih kontekstual dan sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.

SIMPULAN

Fenomena "Islam Instan" melalui pemanfaatan media TikTok terbukti membawa dampak positif yang signifikan dalam memfasilitasi kebutuhan literasi keagamaan remaja di Kabupaten Kebumen. Hasil olah data angket secara kuantitatif menyimpulkan bahwa durasi tayangan yang sangat singkat kurang dari 3 menit tidak menghalangi pemahaman, melainkan mempermudah remaja menangkap substansi hukum fikih praktis, kisah keteladanan Nabi, serta pembentukan kesadaran akhlak. Konten digital ini terbukti efektif secara psikologis menenangkan batin dan secara perilaku sukses meningkatkan motivasi kedisiplinan shalat lima waktu tepat waktu serta membentuk sikap santun interpersonal terhadap orang tua dan teman sebaya di kehidupan nyata. Berdasarkan keterbatasan ruang lingkup penelitian ini, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas jumlah sampel responden lintas kecamatan di Kabupaten Kebumen guna mendapatkan generalisasi data yang lebih luas. Selain itu, diharapkan peneliti berikutnya dapat menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan mengombinasikan data angket kuantitatif dan wawancara mendalam kualitatif bersama para tokoh agama, guru PAI, atau pengasuh pesantren setempat. Hal ini penting guna menganalisis mekanisme kontrol atau verifikasi kebenaran sanad keilmuan konten dakwah digital tersebut agar para remaja tetap memiliki basis konfirmasi yang kuat dan terhindar dari pemahaman keagamaan yang keliru atau ekstrem.

DAFTAR PUSTAKA

- Af'idiati, M., Pangastuti, B., Rismawati, R., & Jannah, S. R. (2025). Improving Digital Literacy in Islamic Religious Education Through Tiktok Application. *Journal of Research in Islamic Education*, 7(2), 344–351. <https://doi.org/10.25217/jrie.v7i2.5901>
- Akram, A., Djafar, A. H., Rustan, E., & Harun, A. (2025). The Phenomenon of Instant Interpretation on TikTok and the Risk of Reducing the Meaning of Al-Quranic Verses among the Younger Generation. *Jurnal El-Thawalib*, 6(6), 786–797. <https://doi.org/10.24952/el-thawalib.v6i6.17970>

- Ariadi, Muhammad, F., & Hamriani. (2026). Tranformasi Dakwah Melalui Media Sosial di Yayasan Khadimul Ummah Kajang Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Diskursus Islam*, 14(1), 62–73. https://journal.uin-alauddin.ac.id./index.php/diskursus_islam/article/view/66861
- Bandura, A. (1978). Social Learning Theory of Aggression. *Journal of Communication*, 28(3), 12–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01621.x>
- Fauzi, F., Yusuf, Y., & Oktarosada, D. (2026). Relevansi Pendidikan Agama Islam dalam Pembentukan Moral Generasi Muda di Era Digital. *Journal of Islamic Psychology*, 2(3), 9.
- Harisi, I. L., Mas'ud, M., Imran, A., & Amien, M. Y. (2026). Algorithms, Religious Authority, and Digital Da'wah: A Qualitative Study of Social Media in Indonesia. *Journal of Mathematics Instruction, Social Research and Opinion*, 5(1). <https://doi.org/10.58421/misro.v5i1.1322>
- Hermaya, A. P., & Khatibah, K. (2024). Efektivitas Keberhasilan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Sosial Media Tiktok. *Jurnal Cendekia Media Komunikasi Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Islam*, 16(02), 457–473. <https://doi.org/10.37850/cendekia.v16i02.821>
- Kinanthi, A. S., & Rohmadani, Z. V. (2025). Pengaruh Mengakses Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Pada Gen Z Dengan Pertemanan Sebagai Moderator. 19(2).
- Lisnawati, D., Sutikno, N. R. P., & Suparto, A. A. (2026). Utilizing TikTok as a means of religious learning at the Salafiyah Dawuhan Islamic boarding school. *Journal of Educational Sciences*, 10(4), 999–1010.
- Mahdiyah. (2016). *Statistik Pendidikan*. Remaja Rosda Karya.
- Marwaji, A., & Pionera, M. (2026). Paparan media sosial dalam penyebaran ajaran Islam di kalangan remaja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 15(1), 151–158.
- Nawaffani, M. M., Shodiq, M. F., Nugraha, M. A., & Muzayyin, H. (2026). The Virtual Ummah Model as an Arena of Contestation and New Authority Formation for Muslim Gen Z. *Kalijaga Journal of Communication*, 8(1), 191–206. <https://doi.org/10.14421/kjc.81.09.2026>
- Rachmah, A. (2026). The effectiveness of social media as a medium for Islamic da'wah in the digital era: A systematic literature review. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi (JDK)*, 11(1).
- Ramadhan, M. A. R., Firdaus, R. A., & Surawan. (2025). Social Media as an Arena for Digital Jihad: An Analysis of Online Da'wah on Tiktok, Youtube, and Instagram. *Al-Hikmah: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 16(1), 43-58. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v16i1.12863>
- Rohia, E., Jefri, M., Anisa, N., & Hariry, S. (2025). Pengaruh Media Digital terhadap Spiritualitas Remaja Muslim. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(03), 386–390. <https://ojs.ruangpublikasi.com/index.php/jpim/article/view/617>
- Rolando, D. (2026). Fragmentation of Islamic Knowledge in the Social Media Era: The Impact of Piecemeal Islamic Preaching Content on the Community's Understanding. *Jurnal El-Pustaka*, 7(1), 179–193. <https://doi.org/10.24042/el-pustaka.v7i1.29833>
- Shalih, B., Sahrahman, & Anwar, N. (2026). Budaya Konten Pendek (Short Video Culture) Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan Agama Islam: Tantangan, Peluang, Dan Rekonstruksi Pembelajaran di Era Digital. *Al-Dirosah : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(01), 34–50. <https://jurnal.iaidarussalam.ac.id/index.php/pai/article/view/809>
- Sudijono, A. (2018). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Susanti, Y. A., Syamsul, E. M., & Burhani, A. Z. (2025). TikTok dakwah content: A study of religious understanding in Islamic education. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 4(1), 827–842. <https://doi.org/10.17509/curricula.v4i1.84790>
- Zuhri, A. M., Wahyudi, W. E., & Haeba, I. D. (2023). Packaging Fatwa in the Post Truth Era: MUI Fatwa Contest Facing New Religious Authority. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*, 8(1), 77–90. <https://doi.org/10.15575/jw.v8i1.8776>