

## PESAN DAKWAH MELALUI AKUN TIKTOK DALAM MELESTARIKAN NILAI ISLAMIS PADA GEN Z

Aflachal Muthowah

Universitas Kiai Abdullah Faqih, Indonesia

E-mail: aflachal.8@gmail.com

### ABSTRAK

Dakwah memegang peranan penting dalam mewujudkan masyarakat yang rukun dan damai, sesuai dengan ajaran Islam. Pesan dan media dakwah merupakan komponen penting dalam proses dakwah. Semua materi yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, yang menjadi sumber dan pedoman utama ajaran Islam, tertuang dalam pesan-pesan dakwah. Para pendakwah muda, khususnya di kalangan remaja, berinovasi dengan menyebarkan pesan-pesan Islam melalui platform TikTok, menasar Generasi Z dengan tema-tema dakwah yang menarik dan mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan anak muda. Penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan mengenai bagaimana pesan-pesan aqidah, akhlak, dan syariat disampaikan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari pendekatan deskriptif kualitatif ini adalah untuk mendeskripsikan konten video-video di akun TikTok para pendakwah muda. Dengan ciri khas Generasi Z yang terbuka terhadap keberagaman dan menerima berbagai tren dan budaya populer, generasi ini cenderung lebih terhubung secara daring dan dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Lahir di tengah pesatnya kemajuan teknologi, Generasi Z sering disebut sebagai Generasi Internet, Generasi Net, atau iGeneration. Label-label ini menyoroti keakraban mereka dengan teknologi sejak usia muda, menggunakannya untuk mengekspresikan diri dan mengembangkan keterampilan, yang mengarah pada peningkatan kreativitas dan inovasi dalam generasi ini..

**Kata Kunci:** Pesan Dakwah; Akun Tiktok; Nilai Islami Gen Z

### ABSTRACT

*Da'wah plays a critical role in fostering a harmonious and peaceful society, aligning with Islamic teachings. The message and medium of da'wah are essential components of the da'wah process. All materials derived from the Qur'an and Hadith, which serve as the primary sources and guidelines for Islamic teachings, are included in da'wah messages. Young preachers, particularly among teenagers, have innovated by spreading Islamic messages through the TikTok platform, targeting Generation Z with engaging da'wah themes that address youth-related issues. This study formulates several questions regarding how messages of aqidah, akhlak, and shari'ah are conveyed. The research employs a descriptive method with a qualitative approach. The purpose of this qualitative descriptive approach is to describe the content of videos on the TikTok accounts of young preachers. With Generation Z's characteristic openness to diversity and acceptance of various trends and popular cultures, this generation tends to be more connected online and influenced by these factors. Born amid rapid technological advancements, Generation Z is often referred to as the Internet Generation, Net Generation, or iGeneration. These labels highlight their familiarity with technology from a young age, using it to express themselves and develop skills, leading to increased creativity and innovation within this generation.*

**Keywords:** Da'wah Message; TikTok Account; Gen Z Islamic Values

### A. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media online sebagai tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Syamsul, 2014). Di era globalisasi saat ini dakwah dan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan sesuatu yang berguna untuk mempermudah segala hal kehidupan manusia. Dakwah sebagai proses informasi nilai-nilai

keislaman membutuhkan yang dinamakan proses pengkomunikasian. Kandungan ajaran islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan-pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Disinilah berperilaku pola proses dakwah dengan proses komunikasi (Saputra, 2012).

Perkembangan masyarakat yang semakin pesat dan tuntutan yang semakin beragam membuat dakwah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional. Dakwah haruslah dilakukan dengan metode dan media yang tepat dan pas. Dalam kehidupan sehari-hari tentunya dalam pelaksanaan proses dakwah, seringkali kita dapati ketika seorang da'i sedang memberikan dakwahnya kepada audien, pesan yang sebenarnya akan disampaikan sulit diterima oleh audien. Islam merupakan agama dakwah, yang mana agama yang di bawa oleh Nabi Muhammad SAW sebagai agama *Rahmatanlil alamin*, sebagai penunjuk jalan yang gelap gulita menuju jalan yang terang benderang yang di ridhai Allah SWT, juga sebagai pedoman hidup di dunia dan hidup di akhirat. Dakwah dalam pelaksanaannya adalah mengajak kepada hal yang baik dan mencegah kemungkaran (*Amar maruf nahi munkar*). Sebagai mana firman Allah dalam surat Ali imran Ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Pesan dakwah adalah seluruh ajaran islam yang sering disebut dengan syari'at islam dan seluruh ajaran islam ini disampaikan oleh subjek dakwah terhadap objek dakwah (Aliyudin, 2009). Keseluruhan materi dakwah bersumber pada pada dua sumber pokok ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist, Al-Qur'an merupakan sumber petunjuk sebagai landasan islam, karena itu Al-Qur'an dijadikan sebagai materi utama dalam berdakwah dan menjadi landasan untuk menyampaikan pesan dakwah. Sedangkan Al-hadist adalah sumber kedua islam, hadist merupakan penjelasan-penjelasan dari nabi Muhammad SAW dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an dengan menguasai materi. Dengan sumber yang jelas maka seorang da'i akan lebih mudah untuk menguasai materi dakwah kemudian menyampaikannya kepada objek dakwah dengan berbagai media (Zainab, 2009).

Dengan demikian, dakwah sangatlah berperan penting dalam menyebarkan ajaran islam karena dakwah sendiri memiliki arti menyeru, memanggil, atau mengajak umat manusia untuk berbuat kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Adapun dalam penyampaian proses dakwah, terdapat berbagai macam teknik yang dapat dilakukan oleh seorang da'i agar pesan dakwah yang dibawakan dapat tersampaikan dengan baik kepada audien (mad'u). Pada garis besarnya bentuk dakwah ada tiga, yaitu : dakwah lisan (*dawah bil Al-lisan*), dakwah tulis (*dawah bil Al-qalam*), dan dakwah tindakan (*dawah bil Al-hal*).

Dakwah saat ini tidak hanya dilakukan secara offline, tetapi juga bias dilakukan secara online dengan menggunakan teknologi saat ini, seperti platform media sosial seperti Instagram, Tik Tok, YouTube, dan lainnya. Tiktok adalah salah satu media sosial berbasis video yang paling populer, terutama di kalangan Gen Z. Media sosial adalah bentuk nyata dari media baru (New Media), yang berbasis pada teknologi komunikasi yang didukung oleh informasi dan komunikasi (IT). Ini adalah jenis komunikasi di internet yang didukung oleh berbagai aplikasi software yang memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain. Media sosial memiliki banyak keuntungan, terutama dalam hal kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara interaktif dua

arah dan memudahkan akses ke berbagai macam informasi. Dai dapat lebih mudah melakukan dakwah di dunia digital dengan kemampuan media sosial ini.

Menurut data dari We Are Social, akan ada 1,4 miliar pengguna aktif Tiktok setiap bulan pada tahun 2022, dengan 99,1 juta pengguna di Indonesia. Tiktok memiliki peluang besar untuk menjadi sasaran dakwah karena fitur-fiturnya yang menarik yang memungkinkan penggunanya membuat berbagai macam konten, seperti konten pendidikan, kesehatan, hiburan, dan tentu saja keagamaan. Dengan sekitar 99,1 juta pengguna aktif, tiktok memiliki peluang besar untuk menjadi sasaran dakwah. Di Indonesia, pengguna tiktok terbanyak adalah remaja, yang meningkatkan potensi efek negatif. Penggunaan media sosial yang tidak terkontrol serta banyaknya konten yang bertentangan dengan ajaran islam di tengah maraknya budaya asing seperti budaya barat dan boudaya pop Korea, atau k-pop, dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku generasi Z. Akibatnya, mereka mungkin kurang mempertahankan nilai islami. Selain konten negatifnya, aplikasi ini juga dapat memiliki potensi positif, seperti yang ditunjukkan oleh adanya kegiatan positif, seperti konten pendidikan dan kesehatan, serta konten video dakwah tiktok.

Akan tetapi dakwah di media sosial tiktok hendaknya dilakukan tetap sesuai dengan ajaran syariat islam, agar bisa memotivasi perubahan dalam melestarikan nilai islami dan spiritual mitra dakwah dalam cara berfikir (*way of thinking*), cara hidup (*way of life*), juga perubahan yang lebih baik secara kualitas dan kuantitasnya (Aziz, 2004). Dengan karakteristik dan sifat generasi z yang lebih terbuka terhadap perbedaan dan lebih menerima keragaman, membuat generasi ini cenderung terhubung secara online dan terpengaruh oleh berbagai tren dan budaya populer. Karena terlahir di tengah masifnya kemajuan teknologi, generasi z biasa dijuluki sebagai generasi internet, generasi net, atau iGeneration. Julukan ini diberikan sebab mereka sudah akrab dengan teknologi sejak usia belia, terbiasa menggunakan teknologi untuk mengekspresikan diri dan mengembangkan keterampilan membuat generasi z cenderung lebih kreatif dan inovatif.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan sebab dakwah menggunakan media tiktok merupakan sebuah alternatif baru serta inovasi dalam dunia dakwah. Karena pada dasarnya dakwah adalah mengajak pada sesuatu yang baik sesuai dengan ajaran agama islam. Melalui media tiktok, dakwah dapat disajikan dengan menarik yang dapat dilihat orang tanpa batasan tempat dan waktu. Generasi Z atau Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2012. Mereka tumbuh dan berkembang di era globalisasi dan teknologi yang canggih, memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya dan sering disebut sebagai generasi yang minim batasan atau "*boundary-less generation*". Mereka juga memiliki akses yang luas terhadap informasi dan budaya dari seluruh dunia yang membuat mereka lebih terbuka terhadap perbedaan dan lebih menerima keragaman.

Generasi Z atau Gen Z adalah generasi yang terlahir pada tahun 1995 hingga 2010. Generasi ini merupakan generasi pertama yang tumbuh di era digital dan sering disebut sebagai "*digital native*", yang artinya mereka sangat terbiasa dengan teknologi digital dan internet. Pengertian Generasi Z dilansir dari investopedia, generasi z adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Annie Casey Foundation, generasi z punya ketertarikan pada tujuh masalah social. Diantaranya, perawatan kesehatan, pendidikan tinggi, ekonomi, keterlibatan masyarakat, kesehatan mental, kesetaraan ras, dan lingkungan.

## B. METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari seseorang atau perilaku yang diamati (Hikmat, 2011). Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod naturalistic, dan interpretative (dalam pengumpulan data, paradigma, dan interpretasi), (Anggito & Setiawan, 2018). Pendekatan yang digunakan adalah netnografi yang memfokuskan pengamatan yang memfokuskan subjek di internet. Kozinet menekankan bahwa studi netnografi dapat memanfaatkan sekumpulan besar data yang berasal dan dimanifestasikan melalui data yang dibagikan di Internet (Tadulako & Hatta, 2020), Netnografi menggunakan komunikasi yang dimediasi komputer (internet) sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi fenomena budaya atau komunal (Bakry, 2011).

Selanjutnya Bakry berpendapat bahwa metode Netnografi jauh lebih banyak melibatkan prinsip-prinsip penelitian kualitatif daripada hanya sekedar menggambarkan, menceritakan, atau mengkatalogisasi kata-kata atau tindakan orang-orang dalam suatu komunitas di internet. Dalam metode Netnografi, pengamatan dan interaksi secara online dinilai sebagai refleksi budaya yang menghasilkan pemahaman manusia yang mendalam, seperti dalam etnografi, metode Netnografi bersifat Naturalistik, imersif, deskriptif, intuitif, mudah beradaptasi, dan fokus pada konteks. Metode Netnografi lebih naturalistik dari survei, model kuantitatif maupun kerja kelompok fokus. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian, atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang akan diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Dengan pengamatan peneliti dapat melihat kejadian sebagaimana subjek yang diamati mengalaminya (Surokim, 2016).

Menurut (Kozinets, 2010) Netnografi menyediakan panduan dalam menggunakan prosedur observasi-partisipasi pada komunitas online dan budaya yang terwujud melalui komunikasi melalui media komputer. Dengan kata lain, prosedur Netnografi menerapkan prosedur Etnografi yaitu observasi-partisipasi dengan menggunakan media internet seperti smartphone, sosial media. Bagaimana melakukan observasi pada netnografi dijelaskan oleh Bjork dan Kauppinen-Raisanen dengan membedakan observasi menjadi dua hal. Pertama, apakah pengamatan itu dilakukan secara terbuka atau sembunyi-sembunyi. Peneliti bisa meminta izin dan menjelaskan secara terbuka pada orang atau kelompok yang diteliti akan penelitian yang dilakukan. Sebaliknya, peneliti bisa melakukan pengamatan tanpa meminta izin terlebih dahulu pada orang yang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis tematik dan analisis konten:

- a. Analisis tematik adalah metode yang digunakan secara sistematis untuk mengidentifikasi pola makna (tema) dari kumpulan data (Braun & Clarke, 2006). Lewat analisis tematik, peneliti bisa melihat suatu pola makna dari data yang sangat besar sehingga bisa memahami pengalaman kolektif dari orang atau kelompok yang diteliti. Makna atau budaya bisa ditemukan dengan cara melihat pola, keteraturan, dan sebagainya. Pola ini bisa ditemukan dengan menggunakan analisis tematik. Fokus dari analisis tematik adalah menggambarkan pola umum dari data. Analisis tematik tidak tertarik dengan makna/pengalaman unik atau istimewa yang ditemukan dalam data. sebaliknya analisis tematik lebih ditujukan untuk mengidentifikasi pola umum (seperti topik-topik apa saja yang dibicarakan, kesamaan pandangan, dan sebagainya). Dengan mengidentifikasi pola-pola umum tersebut, peneliti bisa mengaitkan dengan pertanyaan peneliti yang sedang di eksplorasi (Eriyanto, 2011). Tujuan

dari analisis tematik adalah untuk mendapatkan pola berupa tema percakapan dari data. Lewat analisis tematik, percakapan mengenai suatu isu di media sosial yang berjumlah ribuan, dipetakan dan dipolakan ke dalam beberapa tema pokok. Tema ini merupakan budaya yang ingin digali oleh peneliti netnografi. Analisis tematik dilakukan lewat 6 Tahapan. Berikut 6 tahapan analisis tematik yang disarikan dari (Braun & Clarke, 2006).

- b. Membiasakan Diri Dengan Data Tahap awal dalam analisis tematik adalah mengenali data yang kita peroleh selama penelitian. Saat melakukan penelitian, peneliti mendapatkan beragam data. Data-data tersebut, sebelum dianalisis perlu dibaca beberapa kali agar mengenali data. Tahap ini dilakukan dengan pertama kali membaca data beberapa kali. Data berupa transkrip atau tulisan, peneliti baca beberapa kali. Pada penelitian ini peneliti membaca komentar-komentar yang telah dikumpulkan dari 5 konten yang berbeda yang berjumlah 100 komentar.
- c. Membuat Koding Awal Tahap selanjutnya dalam analisis tematik adalah melakukan analisis data secara sistematis melalui koding. Dimana peneliti mengidentifikasi dan memberikan label untuk masing-masing data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Kode berfungsi sebagai rangkuman dari data yang kita peroleh. Budaya yang ingin kita ungkap dalam penelitian netnografi, dibangun berdasarkan koding yang dilakukan secara sistematis.
- d. Mencari Tema Langkah selanjutnya adalah menemukan tema dari koding data tersebut. Proses ini pada dasarnya adalah mengungkap sesuatu yang penting dari data yang terkait dengan pertanyaan penelitian, menggambarkan pola atau makna dari data (Braun & Clarke, 2006). Mencari tema adalah proses aktif, dimana peneliti menghasilkan atau membangun tema daripada menemukannya. Tema adalah sesuatu yang mencerminkan pola di dalam kumpulan data. Tema diperoleh dengan cara membaca berulang-ulang data koding, kemudian melihat keterkaitan antar kode tersebut, mengeksplorasi hubungan antar kode, bagaimana kode-kode tersebut menceritakan sesuatu tentang data.
- e. Meninjau Tema Potensial Pada tahap ini peneliti telah menemukan beberapa tema yang menunjukkan pola dari data. Sebelum tema tersebut digunakan, peneliti perlu melakukan evaluasi terhadap tema. Tahap ini pada dasarnya adalah proses rekursif, dimana peneliti meninjau kembali tema dan koding yang telah dilakukan. Langkah pertama dalam proses ini adalah memeriksa tema yang telah ditemukan, apakah tema tersebut telah sesuai dengan data. Proses evaluasi dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan.
- f. Mendefinisikan Dan Memberi Nama Tema Peneliti telah menemukan tema final. Tema-tema tersebut dengan jelas menyatakan apa yang unik dan spesifik tentang setiap tema. Analisis tematik yang baik ditandai dengan adanya tema-tema, dimana tema tersebut idealnya; (a) tidak terlalu banyak karena tema idealnya memiliki fokus tunggal; (b) tidak tumpang tindih antara satu tema dengan tema yang lain; (c) antara satu tema dengan tema yang lain saling terkait, membangun sebuah cerita, dan (d) menjawab pertanyaan penelitian.

### C. HASIL PEMBAHASAN

Secara etimologi, dakwah berasal dari Bahasa Arab *daa* (دعا), *yadu* ( يدعو ), *dawah* ( دعوة ) yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Sedangkan secara terminologis, dakwah mengandung pengertian mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan menurut petunjuk menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari berbuat munkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat (Munir, 2006). Menurut HSM Nasaruddin Latif, dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan, dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah. Menurut Munir Mul Khan dalam bukunya

“Ideologisasi Gerakan Dakwah”, dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan pada perorangan dan seluruh umat manusia dalam hal konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini.yang meliputi amar maruf nahi munkar dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan

Pada dasarnya, dakwah ialah kegiatan menyeru ke jalan Allah dan menjauhi larangan-Nya. Segala hal bias dikatakan dakwah, apabila mengandung unsur amar maruf nahi munkar. Di era modern saat ini dakwah bias dilakukan melalui berbagai macam media. Dari dakwah secara langsung (bil lisan), melalui tulisan (bil qalam) hingga dakwah tindakan (bil hal). Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang selalu hadir dalam aktivitas dakwah. Unsur-unsur dakwah diantaranya, yaitu: (Munir & Ilaihi, 2006).

Dai (Pelaku Dakwah) adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum, kata da'i sering disebut dengan sebutan muballigh (orang yang menyampaikan ajaran islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menampaikan ajaran islam melalui lisan, seperti penceramah agama, khatib (orang yan berkhitbah), dan sebagainya. Madu (Penerima Dakwah) adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama islam dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan.

Maddah (Materi Dakwah) dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan dai kepada madu, dalam hal ini jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran islam itu sendiri. Adapun materi (maddah) dakwah itu sendiri dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yaitu: Masalah Akidah ( keimanan) Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah islam adalah masalah akidah atau keimanan. Masalah Syariah Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan

Peradaban islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban dikalangan kaum muslim. Masalah Akhlak Secara etimologis, kata akhlaq berasal dari Bahasa Arab, jamak dari “*khuluqun*” yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan “*khuluqun*” yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan Khaliq yang berarti pencipta dan “*makhluq*” yang berarti diciptakan. Wasilah (Media Dakwah) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada madu. untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Media dakwah dapat dibagi menjadi empat macam yaitu: Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah dan sebagainya. Audiovisual dalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, pengelihatn atau kedua-duanya, seperti televisi, internet, dan sebagainya. Thoriqoh (metode dakwah) adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk

menyampaikan ajaran materi dakwah islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting perannya, suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, pesan itu bias saja ditolak oleh penerima pesan. Mengenai metode dakwah, Al-quran telah memberikan petunjuk secara garis besar dalam surat An-Nahl: 125 sebagai berikut:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالنِّبَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

*“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhan-mu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”*

Berdasarkan ayat diatas, metode dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga metode yaitu:

- Bil al-hikmah* yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi objek dakwah, sehingga dapat menjalankan ajaran islam dengan tidak terpaksa atau keberatan.
- Mauidzahhasanah* yaitu memberikan nasihat yang baik dengan bahasa yang baik, mudah dipahami dan mudah di terima.
- Mujadalah* yaitu berdakwah dengan bertukar pikiran dan berdebat dengan cara yang sebaik mungkin dan tanpa adanya tekanan.

Pesan dakwah sendiri memiliki klasifikasi yang dibedakan menjadi tiga yaitu sebagai berikut;

#### a. Pesan Aqidah

Aqidah berasal dari bahasa arab al-‘aqdu yang berarti ikatan, at- tausiiqu yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang kuat, al-ikhamu yang artinya mengokohkan sehingga jika diartikan secara istilah aqidah merupakan iman atau keyakinan manusia yang kuat, kokoh dan tidak ada keraguan didalam meyakini Allah SWT. Aqidah dibedakan menjadi 2 yaitu aqidah baik dan aqidah yang buruk, aqidah baik adalah sikap percaya dan berpegang teguh pada ajaran agama islam yang bersumber dari Al-Qur’an dan Al-Hadits, contoh aqidah yang baik dalam kehidupan sehari-hari adalah mengikuti ajaran nabi dan rasul mengikuti sunnah- sunnah nabi dan rasul serta mengerjakan perintah-perintah Allah. Sedangkan aqidah buruk merupakan kepercayaan ataupun keyakinan manusia yang berasal dari fikiran manusia yang bertentangan dengan ajaran agama atau hukum agama yang kemudian fikiran atau keyakinan tersebut direalisasikan dalam bentuk perbuatan (Daklan, 1996). Aqidah yang baik meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada kitab- kitab Allah, iman kepada rasul Allah, iman kepada hari akhir, iman kepada qadha dan qadhar.

Iman kepada Allah merupakan iman yang diwujudkan dengan meyakini dan membenarkan bahwa Allah SWT itu benar-benar ada dengan segala sifat agungnya serta melakukan perbuatan yang sesuai dengan perintah Allah, iman kepada malaikat merupakan iman yang diwujudkan dengan mempercayai dan meyakini bahwa malaikat merupakan makhluk utusan Allah yang patuh dan ta’at terhadap segala perintah Allah dan tidak pernah sekalipun

berbuat salah, iman kepada kitab-kitab Allah merupakan bentuk iman yang diwujudkan dengan membenarkan dan mempercayai bahwa Allah telah menurunkan kitab-kitab kepada para rasul utusannya yang berisi seluruh ajaran agama seperti perintah, larangan, hukum-hukum serta janji dan ancaman. Iman kepada hari akhir merupakan bentuk iman yang mempercayai bahwa akan ada hari akhir (kiamat) dan percaya bahwa hanya Allah lah yang mengetahui kapan hari akhir itu akan terjadi.

Terakhir adalah iman kepada qada' dan qodar, qada artinya takdir sehingga qada' dapat diartikan sebagai takdir Allah yang telah ditentukan dan dituliskan di lauhud mahfuz jauh sebelum kita dilahirkan didunia. Sedangkan qodar adalah bentuk terjadinya ketetapan Allah yang telah dituliskan sebelumnya, sehingga kita wajib mempercayai dan meyakini bahwa Allah telah merencanakan dan menetapkan atas takdir manusia.

#### **b. Pesan Akhlak**

Akhlak merupakan budi pekerti, adat kebiasaan, muru'ah (tabiat) dan perangai yang tertanam dalam diri seseorang. Secara terminologi akhlak merupakan tabiat atau kondisi batin seseorang yang mempengaruhi dan mendorong seseorang dalam berperilaku (Sukayat, 2009). Ilmu akhlak menurut Al-Farabi adalah bahasan tentang keutamaan-keutamaan yang dapat mengantarkan manusia kepada tujuan hidup yang tertinggi yakni kebahagiaan dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang menjadi rintangan untuk mencapai tujuan tersebut. Pesan akhlak dibagi menjadi tiga yang pertama akhlak kepada Allah SWT dan yang kedua akhlak kepada makhluk (manusia) yang meliputi (diri sendiri, masyarakat, tetangga dan lainnya) dan yang terakhir akhlak kepada alam sekitar (Munir & Ilaihi, 2009).

Akhlak kepada Allah adalah bentuk akhlak yang menunjukkan ridho dan ikhlasnya seorang manusia terhadap ketentuan, hukum-hukum serta perintah Allah dengan lapang dada tanpa mengeluh dan menyesalnya dan akhlak kepada manusia merupakan bentuk sikap, perilaku dan ucapan antara manusia dengan orang lain secara baik dan dengan etika yang telah dilah dijelaskan. Dapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan bentuk tabiat atau kebiasaan yang akan memunculkan suatu tindakan yang mencerminkan akhlak dari seseorang apabila yang menjadi tabiat adalah hal yang baik maka dikatakan akhlak yang baik, namun apabila yang dimunculkan perbuatan yang buruk maka dikatakan akhlak yang buruk (Munir & Ilaihi, 2009).

#### **c. Pesan Syari'ah**

Syari'ah merupakan susunan peraturan dan ketentuan yang di isyaratkan Tuhan secara lengkap dan terperinci yang digunakan untuk mengatur hubungan manusia dengan tuhan, hubungan dengan saudaramu seagama, hubungan dengan saudaramu sesama manusia serta hubunganmu dengan alam dan kehidupan (Munir & Ilaihi, 2009). Syari'ah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam menaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan tuhan dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Syari'ah sendiri terbagi menjadi dua yaitu ibadah dan muamalah (Syukir, 2010).

#### **d. Ibadah**

Ibadah merupakan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan dengan Allah SWT yang terdiri dari rukun Islam yaitu syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji yang dilakukan secara langsung oleh manusia kepada Allah. Ketentuan yang diatur dalam sholat dimulai dari bacaan, gerakan yang dimulai dari takbiratul ikhram sampai salam, hukum sholat dan ketentuan dalam keringanan melaksanakan sholat. Yang kedua puasa, dalam ibadah puasa yang diatur adalah hukum puasa, keutamaan dan manfaat puasa, syarat puasa, macam-macam puasa dan ketentuan

melaksanakan puasa. Yang ketiga zakat, dalam syariah ibadah zakat dijelaskan mulai dari hukum zakat, macam-macam zakat, manfaat zakat dan siapa saja orang yang berhak menerima zakat. Yang keempat haji yakni ketentuan haji dibahas mulai dari tata cara haji, syarat wajib haji, rukun haji, hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan haji, macam-macam ihram haji dan wajib-wajib pelaksanaan haji (Aziz, 2004).

#### e. Muamalah

Muamalah merupakan hukum islam yang mengatur hubungan seorang manusia dengan saudara seagamanya, hubungan dengan saudara sesama manusia serta hukum-hukum sosial yang terbagi menjadi 2 bagian, yang pertama hukum perdata yang meliputi hukum jual beli, hukum nikah, hukum hutang piutang, pemberian, titipan dan hukum waris. Hukum publik yang meliputi hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai (Wahyu, 2010).

#### Nilai Islami

Nilai adalah sesuatu yang abstrak yang tidak bisa dilihat, diraba, maupun dirasakan dan tak terbatas oleh ruang lingkungannya. Nilai sangat erat dengan pengertian-pengertian dan aktivitas manusia yang kompleks, sehingga sulit ditentukan batasnya. Dengan demikian untuk melacak sebuah nilai harus melalui pemaknaan terhadap keyakinan lain berupa tindakan, tingkah laku, dan pola pikir. Karena keabstrakannya, maka timbul berbagai macam pengertian tentang nilai, diantaranya: Nilai adalah suatu perangkat keyakinan ataupun perasaan yang diyakini sebagai suatu identitas yang memberikan corak khusus kepada pola pemikiran, perasaan, keterkaitan maupun perilaku. Nilai adalah suatu pola normatif, yang menentukan tingkah laku yang diinginkan bagi suatu sistem yang ada kaitannya dengan lingkungan sekitar tanpa membedakan fungsi-fungsi bagian-bagiannya. Nilai merupakan kualitas empiris yang tidak dapat didefinisikan, tetapi hanya dapat dialami dan dipahami secara langsung. Nilai adalah sesuatu yang bersifat abstrak, ideal, bukan benda konkrit, bukan fakta, bukan hanya persoalan benar salah yang menuntut pembuktian empirik, melainkan soal penghayatan yang dikehendaki, disenangi, dan tidak disenangi.

Dalam kamus besar bahasa indonesia (kbbi), nilai berarti sifat-sifat atau hal-hal yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Maksudnya, kualitas yang memang membangkitkan respon penghargaan (Titu, et, 1984). Menurut Milton Rokeach dan James Bank sebagaimana yang dikutip oleh Dewa Ketut Sukardi nilai adalah suatu tipe kepercayaan yang berada dalam lingkup sistem kepercayaan dimana seseorang bertindak atau menghindari suatu tindakan atau mengenai sesuatu yang pantas atau tidak pantas dikerjakan (Sukardi, 1984). Menurut koentjaraningrat, nilai adalah pedoman hidup manusia yang berfungsi untuk dikembangkan dalam menjaga kesetabilan lingkungan sosial yang ada di dalam dirinya dan kelompok masyarakat.

Nilai Agama Islam adalah bagian dari adanya nilai ketuhanan yang tertinggi dan mutlak. Nilai ini bersumber pada hidayah dari Tuhan Yang Mahakuasa. Melalui nilai agama yang seringkali dikenal dengan nilai religius, manusia mendapat petunjuk dari Tuhan tentang cara menjalani kehidupan. Nilai agama adalah segala benruk peraturan hidup yang harus diterima oleh setiap manusia sebagai perintah larangan dan ajaran yang bersumber dari Tuhan Yang Maha Esa. Jika dilanggar akan mendapatkan siksa Tuhan di akhirat.

Adapun pengertian nilai agama islam menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Emile Durkheim, nilai adalah sistem terpadu yang terdiri atas praktik dan kepercayaan yang berhubungan dengan hal yang suci dan mempersatukan umat dalam suatu contoh komunitas.
- b. Edward Burnett Tylor, nilai agama merupakan suatu kepercayaan yang sifatnya spiritual dan menyatakan bahwa keyakinan seperti ini muncul sebagai penjelasan kepada dunia.

- c. Anthony F .C. Wallace, nilai agama merupakan seperangkat upacara yang dirasionalkan melalui mitos dan digerakkan melalui kekuatan supranatural dengan tujuan untuk mencapai terjadinya perubahan terhadap manusia dan semesta.
- d. Luckmann, menurut Luckmann, nilai agama merupakan seperangkat kemampuan organisme manusia untuk membangkitkan alam biologis melalui pembentukan makna yang sifatnya objektif, memiliki daya tarik moral yang mengikat.
- e. Moenawar Chalil, nilai agama menurut Moenawar Chalil adalah tingkah laku manusia dalam menjalin hubungan dengan spiritual sebagai konsekuensi atas kehidupan.
- f. Michel Meyer, nilai agama adalah seperangkat kepercayaan dan ajaran-ajaran yang mengarah kepada tingkah laku manusia terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
- g. Spranger, menurut spranger nilai agama merupakan tatanan yang dijadikan pedoman oleh individu untuk menentukan keputusan dalam lingkungan sosial.
- h. Horrocks, nilai agama adalah sesuatu yang menjadikan pertimbangan dalam menentukan keputusan mengenai sesuatu yang hendak dicapai.
- i. Bentuk nilai agama nilai agama terbagi menjadi tiga, yaitu: **Akidah**, merupakan sebuah sistem dari kepercayaan dan keyakinan yang tidak dapat diganggu gugat keberadaannya. **Akhlak**, yaitu seperangkat perilaku atau sifat dari seorang individu yang telah melekat dalam diri. Dari sifat-sifat tersebutlah kemudian menimbulkan perbuatan yang mudah dilaksanakan tanpa harus memikirkan pertimbangan terlebih dahulu. **Ibadah**, yaitu sebuah bentuk pengabdian individu terhadap Tuhannya dengan berorientasikan pahala.

Nilai Islami Secara etimologis (asal-usul kata, lughawi) kata “islam” berasal dari bahasa Arab *salima* yang berarti selamat. Dari kata itu terbentuk *aslama* yang artinya menyerahkan diri atau tunduk dan patuh. Dari kata *aslama* itulah terbentuk kata Islam pemeluknya disebut Muslim. Orang yang memeluk Islam berarti menyerahkan diri kepada Allah dan siap patuh pada ajaran-Nya (Anshari, 1978). Secara terminologis (istilah, maknawi) dapat dikatakan, islam adalah agama wahyu yang berintikan tauhid atau keesaan Tuhan yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad sebagai utusan-Nya yang terakhir dan berlaku bagi seluruh manusia, dimana pun dan kapan pun, yang ajarannya meliputi seluruh aspek kehidupan manusia (Anshari, 1978).

Sedangkan nilai Islam dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), nilai islam atau nilai keislaman adalah merupakan bagian dari nilai material yang terwujud dalam kenyataan pengalaman rohani dan jasmani. Nilai-nilai Islam merupakan tingkatan integritas kepribadian yang mencapai tingkat budi (insan kamil).Nilai-nilai Islam bersifat mutlak kebenarannya, universal dan suci. Kebenaran dan kebaikan agama mengatasi rasio, perasaan,keinginan, nafsu-nafsu manusiawi dan mampu melampaui subyektifitas golongan, ras, bangsa, dan stratifikasi social. Menurut (Daradjat, 1984) adalah seperangkat keyakinan atau perasaan yang diyakini suatu identitas yang memberikan corak khusus kepada pola pemikiran dan perasaan, keterkaitan maupun perilaku

Nilai islam yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah bahwa nilai-nilai Islam itu pada hakikatnya adalah kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini, yang satu prinsip dengan lainnya saling terkait membentuk satu kesatuan yang utuh tidak dapat dipisahkan.Dari definisi menurut beberapa tokoh tersebut, penulis menyimpulkan bahwa nilai-nilai islam adalah seperangkat prinsip atau nilai-nilai luhur yang diyakini menjadi pedoman dalam berfikir dan bertindak berdasarkan nilai islam itu sendiri. Jadi pada dasarnya islam

merupakan satu sistem, satu paket nilai yang saling terkait satu sama lain yang dapat memengaruhi dan membentuk karakter atau kepribadian religius yang utuh.

## GENERASI Z/GEN Z

Generasi Z atau Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2012. Mereka tumbuh dan berkembang di era globalisasi dan teknologi yang canggih. Memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Sering disebut sebagai generasi minim batasan atau "boundary-less generation". Pengertian generasi z dilansir dari investopedia, adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z atau gen z adalah generasi yang terlahir pada tahun 1995 hingga 2010. Generasi ini merupakan generasi pertama yang tumbuh di era digital dan sering disebut sebagai "digital native" yang artinya mereka sangat terbiasa dengan teknologi digital dan internet. Selain definisi diatas, ada pula pengertian generasi z menurut para ahli:

Menurut Irfan Wahyudi Generasi Z adalah kelompok manusia yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Mereka adalah generasi yang tumbuh besar dalam era digital dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Menurut Benyamin Kusumoputro Dan Rina Nivianty Generasi Z adalah kelompok manusia yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Mereka disebut sebagai digital natives atau generasi yang tumbuh dan hidup dengan teknologi digital sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Menurut Gregg L. Witt Dan Derek E. Baird Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok demografi yang lahir antara tahun 1996 dan 2010. Mereka tumbuh dengan teknologi digital, internet, dan media social sebagai bagian integral dari hidup mereka.

Karakteristik dan ciri khas generasi z adalah sebagai berikut:

- a. Lebih terbuka terhadap berbagai hal Keberadaan internet memudahkan siapa saja untuk memperoleh informasi dan memberikan informasi, termasuk generasi z. Dengan segala kemudahan yang ada membuat mereka memiliki akses yang luas terhadap informasi dan budaya dari seluruh dunia sehingga menjadikan mereka lebih terbuka terhadap berbagai hal dan menyukai kebebasan: kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, kebebasan berekspresi, dan kebebasan-kebebasan lainnya.
- b. Cenderung lebih mandiri, dan ambisius. Generasi z cenderung lebih mandiri dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka tahu cara mencari informasi dan belajar sendiri berkat keterpaparan mereka terhadap internet. Mereka memiliki prinsip *Do It Yourself* (lakukan sendiri) agar mempermudah segala urusan lebih cepat dan baik. Karena banyaknya referensi dari dunia maya membuat generasi z mampu mengambil keputusannya sendiri tanpa melibatkan peran dari orang lain, bahkan orang tuanya sendiri. Generasi z merasa akan lebih mudah untuk belajar dan berkembang sendiri. Generasi z juga cenderung ambisius karena mereka merasa tidak pernah puas. Hal ini terjadi karena mereka merasa bahwa mereka dapat terus berkembang dengan sendirinya.
- c. Terhubung secara digital Generasi z cenderung lebih aktif dalam berkomunikasi melalui dunia maya (digital), seperti misalnya memanfaatkan aplikasi media sosial atau aplikasi berbagi pesan. Melalui media tersebut para generasi z lebih suka berbagi informasi, mengekspresikan pikirannya dan berkomunikasi dengan orang lain secara virtual.
- d. Sadar akan isu global Generasi z umumnya lebih sadar dan peduli terhadap isu-isu global dan sosial dibandingkan generasi sebelumnya di usia yang sama. Dibandingkan dengan Generasi Milenial, Gen Z juga lebih menyukai kegiatan sosial dan sangat peduli terhadap

lingkungan. Ini karena mereka terbentuk oleh isu-isu global warming dan krisis energi ketika tumbuh.

- e. Kata pragmatis secara bahasa berasal dari bahasa Yunani yaitu “pragmata” yang artinya tindakan atau perbuatan. Sedangkan menurut KBBI, arti kata pragmatis adalah bersifat praktis, atau lebih mementingkan nilai kepraktisan dan kegunaan. Pragmatis adalah suatu konsep atau penilaian yang hanya melihat dari segi kepraktisan dan manfaatnya juga kecenderungan berpikir cepat dan instan. Di tengah dunia yang terus berubah, generasi z menunjukkan mentalitas yang pragmatis. Mereka terbiasa dengan lingkungan yang bergerak cepat, yang kemampuan adaptasi yang luar biasa membuat generasi z lebih cenderung realistik dan pragmatis. Diversifikasi identitas Berdasarkan KBBI, diversifikasi adalah penganejaragaman. Jika diterapkan pada karakteristik generasi z, diversifikasi identitas adalah penganejaragaman identitas yang disebabkan karakteristik generasi z yang senantiasa ingin memiliki identitas unik agar tidak begitu saja meluruhkan diri dalam budaya massa.

Dengan keberagaman kultur dan budaya Indonesia, sikap toleransi sudah sewajarnya untuk dikembangkan. Dalam hal ini, generasi z cenderung lebih toleran, lebih bias menerima dan terbuka terhadap keragaman, baik dalam hal identitas gender, orientasi seksual, atau latar belakang etnis dan budaya. Dari pemaparan diatas dapat penulis simpulkan bahwa generasi z adalah generasi peralihan dari generasi milenial dengan teknologi yang berkembang pesat. Karena mereka tumbuh dan berkembang di era digital membuat mereka cenderung terhubung secara online serta memiliki karakteristik yang lebih terbuka terhadap perbedaan dan keragaman dan memiliki keahlian multitasking atau bias melakukan berbagai kegiatan dalam satu waktu.

#### D. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pesan dakwah melalui Tik Tok dalam melestarikan nilai-nilai Islam pada Gen Z, peneliti menyimpulkan bahwa ada tiga jenis pesan dakwah yang dianalisis: aqidah, akhlak, dan syari'ah. Dalam dakwah aqidah, pesan yang ditemukan meliputi iman kepada Allah dan kitab-kitab-Nya. Pada dakwah akhlak, ditemukan tiga bentuk akhlak: kepada Allah, manusia, dan alam sekitar. Akhlak kepada Allah mengajarkan keikhlasan dalam menjalankan perintah-Nya, sementara akhlak kepada manusia dan alam sekitar menekankan perilaku baik terhadap sesama dan lingkungan. Pada dakwah syari'ah, pesan yang disampaikan terkait hukum-hukum ibadah, seperti rukun Islam. Dakwah melalui media sosial seperti Tik Tok dinilai efektif dan praktis karena bisa diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga menjadi sarana yang potensial untuk menyebarkan nilai-nilai Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliyudin, Enjang. (2009) *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Tim Widya Padjajaran.,  
Anshari, E. S. (1978). *Kuliah Al-Islam*. Bandung: Agia Media.  
Aziz, M. A. (2004). *ilmu dakwah*. jakarta: kencana.  
Daklan, Abdul Aziz. (1996) *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Houve.  
Drajat, Z. (1984.). *Dasar-Dasar Agama Islam*.

- Eriyanto. (2022). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ilahi, M. M. (2006). *Management Dakwah*. Jakarta.
- Introducing Netnographic Research Methods For Communication Lecturers And Students*. (2020). Universitas Tadulako .
- Munir, M. (2006). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, Wahyu Ilahi & Muhamad. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Q.s Ali Imran: [3]: 104. (t.thn.).
- Q.s An-Nahl [16]: 125. (t.thn.).
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sukardi, D. K. (1984). *Bimbingan Karir di Sekolah-Sekolah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sukayat, Tata, (2009) *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta.
- Surokim. (2016). *Riset Komunikasi*. Jawa Timur: Pusat Kajian Komunikasi Publik.
- Suryani, I. (2014). "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015" . Jurnal komunikasi, Vol 8, No.2.
- Romli. Asep Syamsul.M. (2014) *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia,.
- Titu, H. (1984). *Persoalan-Persoalan Filsafat*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Zainab, Siti. *Harmonisasi Dakwah dan Komunikasi*. Banjarmasin: Antasari Press, 2009.