

Pengaruh Konten Tiktok @Adihidayatofficial Terhadap Religiusitas Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung

Atma Wijaya*, Ida Afidah, Asep Ahmad Siddiq

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

atma9511@gmail.com, idaafidah26@gmail.com, asepahmadsiddiq@gmail.com

Abstract. Da'wah is an invitation to do good. Currently, technological developments, especially in the field of communication, are very rapid, so da'wah needs to adapt to these advances. One example is the emergence of new media, including social media, which can be used to disseminate information online. Tiktok is a platform for conveying important information today so that it can be accessed easily, quickly, and widely. One of them is the delivery of information about Islamic teachings or the delivery of da'wah which can be easily carried out by da'is, ustadz or Islamic preachers. Ustadz Adi Hidayat's da'wah content on TikTok shows that he conveys messages that focus on fiqh, tauhid, tasawuf, and Islamic motivation. With the availability of da'wah content on Tiktok that can be easily accessed, it can have an impact on the religiosity of those who watch it. This study aims to determine the content of Ustadz's TikTok content (@adihidayatofficial_) and to determine the influence of Ustadz's TikTok content (@adihidayatofficial_) on the religiosity of KPI students in the 2020 batch. This study uses a quantitative method approach with a descriptive quantitative research type. The population of this study were students of Islamic Broadcasting Communication in the 2020 batch of Bandung Islamic University who followed and had watched Ustadz's TikTok content (@adihidayatofficial_). The sample in this study was 31 respondents using a saturated sampling technique.

Keywords: *Tiktok, Preaching, Religiosity.*

Abstrak. Dakwah adalah ajakan untuk melakukan kebaikan. Saat ini, perkembangan teknologi, terutama dalam bidang komunikasi sangat pesat, sehingga dakwah perlu beradaptasi dengan kemajuan tersebut. Salah satu contoh adalah munculnya media baru, termasuk media sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara daring. Tiktok menjadi wadah dalam menyampaikan informasi penting saat ini sehingga dapat diakses dengan mudah, cepat, dan meluas. Salah satunya penyampaian informasi mengenai ajaran-ajaran islam atau penyampaian dakwah yang dapat dengan mudah dilakukan oleh para dai, ustadz atau para penceramah Islam. Konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di TikTok menunjukkan bahwa ia menyampaikan pesan-pesan yang berfokus pada fiqih, tauhid, tasawuf, dan motivasi keislaman. Dengan adanya konten dakwah di Tiktok yang dapat diakses dengan mudah bisa berdampak pada religiusitas yang menontonnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) dan untuk mengetahui pengaruh konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa KPI angkatan 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 Universitas Islam Bandung yang mengikuti dan pernah menonton konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 31 responden menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner dan wawancara khusus serta observasi.

Kata Kunci: *Tiktok, Dakwah, Religiusitas.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini sangat pesat, menciptakan media yang mempermudah penyampaian informasi tanpa batasan waktu dan tempat. Media sosial, seperti Tiktok, telah menjadi salah satu media komunikasi yang paling digemari di Indonesia. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2024 mencapai 221,5 juta jiwa, dan Tiktok menjadi platform paling populer, dengan 127,5 juta pengguna di Indonesia. Selain itu, Tiktok juga digunakan sebagai media untuk membaca berita, menjadikannya lebih dari sekadar hiburan, tetapi juga sarana edukasi dan dakwah.

Perkembangan pesat teknologi komunikasi ini turut memengaruhi cara dakwah dilakukan, termasuk penggunaan media sosial seperti Tiktok untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Tiktok, yang banyak digunakan oleh generasi Z, menjadi platform efektif untuk dakwah karena sifatnya yang kreatif dan mudah diakses. Para pendakwah, seperti Ustadz Adi Hidayat, memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh kalangan muda.

Ustadz Adi Hidayat (UAH) adalah salah satu dai yang banyak dikenal dan sering ditonton kontennya di Tiktok oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung Angkatan 2020. Berdasarkan survei, Ustadz Adi Hidayat menjadi pendakwah yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa, diikuti oleh Ustadz Hanan Attaki dan Ustadz Agam Fachrul. UAH dikenal dengan ceramah yang mudah dipahami, menggunakan bahasa yang sederhana, serta selalu berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, sehingga dapat menarik perhatian mahasiswa yang cenderung lebih menyukai konten yang up to date dan relevan.

Intensitas menonton konten dakwah Ustadz Adi Hidayat oleh mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung cukup tinggi, dengan banyak yang menonton setiap hari. Mereka menghabiskan waktu antara 10 hingga 20 menit setiap hari, dengan total waktu sekitar 8 hingga 10 jam dalam sebulan. Hal ini menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap konten dakwah yang disampaikan secara singkat dan padat melalui Tiktok.

Observasi lebih lanjut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa pemahaman agama mereka masih belum sempurna, dan konten dakwah singkat di Tiktok memberikan kemudahan dalam mengingatkan mereka tentang ajaran Islam. Dakwah yang disampaikan melalui media sosial ini berfungsi sebagai pengingat dan penyuluhan, terutama di tengah maraknya pergaulan bebas di kalangan remaja. Konten dakwah ini dianggap penting untuk memperkuat pemahaman dan pengamalan ajaran agama Islam, terutama bagi generasi muda yang semakin dekat dengan teknologi.

Hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 masih jauh dari sempurna, sedikit-banyaknya konten dakwah di media sosial cukup penting sebagai pengingat hingga dorongan semangat dalam menambah wawasan Islam seseorang.

Dari pemaparan latar belakang permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti seberapa berpengaruh konten Tiktok Ustadz Adi Hidayat terhadap religiusitas. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul, "Pengaruh Konten Tiktok Ustadz (@adihidayatofficial_) Terhadap Religiusitas Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung".

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan field research untuk menggambarkan fenomena konten Tiktok Ustadz Adi Hidayat terhadap religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung Angkatan 2020. Populasi yang diteliti adalah 31 mahasiswa yang mengikuti dan pernah menonton konten tersebut. Teknik pengumpulan data melibatkan observasi pada akun Tiktok Ustadz Adi Hidayat, wawancara, kuesioner via Google Form, serta dokumentasi terkait konten dakwah yang relevan. Variabel yang diteliti adalah konten Tiktok sebagai variabel independen dan religiusitas sebagai variabel dependen, yang diukur menggunakan skala Likert. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat dan objektif mengenai pengaruh konten Tiktok terhadap religiusitas mahasiswa, dengan hipotesis yang diuji melalui teknik statistik.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Konten Tiktok Ustadz (@adihidayatofficial_)

Ustadz Adi Hidayat, lahir pada 11 September 1984 di Pandeglang, Indonesia, adalah seorang ustadz dan Wakil Ketua I Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah (2022-2027). Beliau juga mendirikan Quantum Akhyar Institute pada 2013. Pendidikan Ustadz Adi Hidayat dimulai dari TK hingga Aliyah di Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut, dan ia melanjutkan studi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta serta Kuliyyah Dakwah Islamiyah di Libya. Ia aktif menyebarkan dakwah melalui berbagai media, termasuk Tiktok (@adihidayatofficial_), yang menjadi wadah untuk menyampaikan ajaran Islam dalam bentuk video edukatif. Konten-kontennya mencakup berbagai tema dakwah seperti fiqih, tauhid, tasawuf, dan motivasi keislaman. Ustadz Adi Hidayat sering berinteraksi dengan jamaah, memberikan penjelasan terkait hukum Islam, serta menjawab pertanyaan dengan jelas. Kontennya tidak hanya bermanfaat untuk pendidikan agama, tetapi juga menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran sosial melalui media sosial yang mudah diakses.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan untuk variabel "Konten Dakwah TikTok" dan "Religiusitas" menunjukkan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai kritis r tabel sebesar 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang diberikan kepada 31 responden adalah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan untuk memperoleh data yang valid dari responden.

Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi hasil dari instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, yaitu 0,745 untuk variabel "Konten Dakwah TikTok" dan 0,855 untuk variabel "Religiusitas". Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik, sehingga dapat diandalkan untuk pengukuran yang konsisten dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Proses uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh antara variabel bebas, yaitu konten TikTok Ustadz (@adihidayatofficial_), dan variabel terikat, yaitu religiusitas. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta t hitung sebesar 4,333 yang lebih besar dari t tabel 2,041, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konten TikTok Ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak, menunjukkan bahwa konten TikTok Ustadz berpengaruh terhadap religiusitas mahasiswa.

Pengaruh Konten Tiktok Ustadz (@adihidayatofficial_) Terhadap Religiusitas

Melalui proses uji normalitas, hasil pengujian normalitas data yang tercantum dalam tabel 3.23 mengenai pengaruh konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini lebih tinggi daripada tingkat signifikansi 0,05, yaitu $0,200 > 0,05$, sehingga data konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung dinyatakan berdistribusi normal.

Selanjutnya, dalam uji linieritas yang dilakukan pada tabel 3.24, hasil Deviation from Linearity menunjukkan nilai 0,194, yang juga lebih tinggi dari nilai signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa data konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung memiliki hubungan yang linier. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima.

Melalui uji regresi linier sederhana, diperoleh persamaan $Y = 22,658 + 0,269X$. Persamaan ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 22,658 mencerminkan nilai dasar variabel partisipasi sebesar 22,658. Koefisien regresi X sebesar 0,269 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada

nilai konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) akan meningkatkan nilai partisipasi sebesar 0,269. Karena koefisien regresi tersebut bernilai positif, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y bersifat positif.

Dalam proses uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) berpengaruh terhadap religiusitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung, dengan hasil t hitung sebesar 4,333 > t tabel 2,041, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada pengaruh konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) terhadap religiusitas mahasiswa. Dengan nilai koefisien, diperoleh hasil determinasi sebesar 0,393, yang menunjukkan pengaruh sebesar 39,3%. Ini berarti bahwa 39,43% dari variabel religiusitas mahasiswa merupakan kontribusi dari variabel konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_), sementara sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, peneliti menyimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan permasalahan yang diajukan dalam bab pendahuluan skripsi ini, yaitu:

1. Konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) berisi tentang menyampaikan pesan-pesan dakwah yang berfokus pada fiqih, tauhid, tasawuf, dan motivasi keislaman. Tema dakwah yang sering diangkat meliputi pentingnya ibadah, pengembangan diri, serta pemahaman tentang ajaran Islam yang sesuai dengan konteks kekinian. Ustadz Adi Hidayat juga sering membahas isu-isu sosial dan memberikan solusi berdasarkan perspektif Islam. Konten yang disajikan biasanya berupa video singkat yang mengandung nasihat, penjelasan tentang ayat-ayat Al-Qur'an, serta hadis yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam video konten-nya, ustadz Adi Hidayat menyampaikan dakwah di kajian-kajian tertentu, syuting secara khusus untuk kepentingan konten Tiktok, serta menyampaikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan jamaah sehingga dijadikan video konten singkat untuk di bagikan dan di unggah kepada khalayak yang menontonnya.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung. Temuan ini diperoleh melalui analisis data dengan menggunakan rumus uji regresi linier sederhana, di mana $t_{hitung} = 4,333$ dan $t_{tabel} = 2,041$. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) dan religiusitas mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung. Konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) memberikan kontribusi sebesar 39,3% terhadap religiusitas mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung, yang dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,393 atau setara dengan 39,3%. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel konten Tiktok ustadz (@adihidayatofficial_) (X) terhadap religiusitas (Y) mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 di Universitas Islam Bandung adalah sebesar 39,3%, sedangkan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang dapat mempengaruhi religiusitas mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 Universitas Islam Bandung yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian.

Daftar Pustaka

Aditya, Rifan. "Biografi Ustadz Adi Hidayat, Ulama Yang Kabarnya Diblokir Google Pasca Kirim Bantuan Ke Palestina." Suara.com, 2023. <https://www.suara.com/news/2023/07/26/122848/biografi-ustadz-adi-hidayat-ulama-yang-kabarnya-diblokir-google-pasca-kirim-bantuan-palestina>.

Albahroyni, Albahroyni, Hasan Sazali, and Khatibah Khatibah. "Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di Tiktok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtv." *Nuansa Akademik*:

- Jurnal Pembangunan Masyarakat* 8, no. 2 (2023): 345–62. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v8i2.1713>.
- Alby, Ahmad Syauqi. *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Habib Husein Ja'far Di Youtube Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja (Survey Pada Followers Instagram @husein_hadar)*. Vol. 01, 2023. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf).
- Alfiansyah, R M. “Pengaruh Strategi Dakwah Pengurus Cabang Nahdlatul 'Ulama (PCNU) Jakarta Selatan Dalam Menangkal Paham Radikalisme Di Jakarta Selatan,” 2021. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61678%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/61678/1/REZA MAULANA ALFIANSYAH-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61678%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/61678/1/REZA%20MAULANA%20ALFIANSYAH-FDK.pdf).
- APJII. “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.” APJII, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Asiva Noor Rachmayani. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析Title,” no. 1952 (2015): 6.
- Bashori, Abdul Hamid, and Moh. Jalaluddin. “Dakwah Islamiyah Di Era Milenial.” *Syar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2021): 89–102. <https://doi.org/10.54150/syar.v1i2.40>.
- Berlianti, Dessy Fitria, Ashfa Al Abid, and Arcivid Chorynia Ruby. “Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 3 (2024): 1861–64.
- Bitanti, Ilo Maila. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Natar.” *Skripsi*, 2023, 1–55.
- Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni. “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka).” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.
- Costigliola, Frank C. “Library of Congress Cataloging in Publication Data.” *Awkward Dominion*, 2019, 381–82. <https://doi.org/10.7591/9781501721144-016>.
- Darmawan, D. “Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram@ Xbank. Indonesia Terhadap Minat Kerja Mahasiswa Di Bank.” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2021. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57738%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57738/1/DWIKI DARMAWAN-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57738%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57738/1/DWIKI%20DARMAWAN-FDK.pdf).
- Efendi, Erwan, Muhammad Raefaldhi, and M. Salman Al Farisi. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berdakwah.” *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 1 (2023): 12–20. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3218>.

- Ginting, Dwiva Ramadani, Fadlan Habib, Mansyursyah, and Rusydi Auliya Siregar. "Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara." *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 3 (2024): 90–95.
- Hadi, S. "Uji Asumsi Klasik Dalam Analisis Regresi: Teori Dan Aplikasi." *Urnal Ekonomi Dan Bisnis* 23, no. 1 (2020): 45–60.
- Hariyanto, Didik. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan Oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright © 2021 . Authors All Rights Reserved. Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2021.
- Khan, M. A., & Khan, M. A. "The Impact of TikTok on Youth Culture: A Study of User Engagement." *Journal of Media Studies* 12, no. 3 (2021): 45–60.
- Kusnato, and Hudi Yusuf. "Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 2 (2024): 1047–61. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>.
- Kustiawan, Winda, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah Lubis, Fatma Zuhro Gaja, Nilam Sari Pakpahan, and Nur Hayati. "Komunikasi Massa." *Journal Analytica Islamica* 11, no. 1 (2022): 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>.
- Merdeka, Muhamad, and Amaliyah Amaliyah. "Pengembangan Spiritualitas Melalui Dakwah Majelis Dzikir An Nawawi Cilenggang." *Jurnal PKM Manajemen Bisnis* 4, no. 2 (2024): 213–22. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v4i2.828>.
- Muhammad Rizqy, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, and Meity Suryandari. "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>.
- Nur, Emilsyah. "Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks." *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section 2*, no. 1 (2021): 51–64.
- Pokhrel, Sakinah. "No TitleEAENH." *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Prabowo, Galih Akbar, S Sos, Jurusan Komunikasi, Dan Penyiaran, Islam Fakultas Ushuluddin, and Dan Dakwah. "PENGARUH KONTEN DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP AKHLAK MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN 2020 IAIN PONOROGO," 2023.
- Quantum Akhyar Institute. "Sekilas Tentang Ust. Dr. Adi Hidayat, Lc., MA." Quantum Akhyar Institute, 2021. <https://quantumakhyar.com/uah/>.