

Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Tren Hijrah Sebagai Sarana Dakwah Keagamaan

Rosalini¹, Bashori², Martin Kustati³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

¹Email: Rosalini@uinib.ac.id

ABSTRACT

Social media plays a crucial role in shaping the religious identity of young people and fostering the emergence of the hijrah trend as a socio-religious phenomenon in the digital era. Although numerous studies have explored the role of preachers and online da'wah content, there remains a gap in research on the comparative impact across platforms and how educational background influences students' understanding of hijrah. This study uses an exploratory, descriptive qualitative approach, collecting primary data through observation and user interactions on social media platforms such as YouTube, TikTok, and Instagram. The results show that UIN students tend to interpret hijrah as an intellectual process closely related to the curriculum and religious-based academic activities, while private university students are more influenced by the hijrah community and emotional and social visual da'wah content. The uniqueness of this study lies in the comparative mapping of two different educational contexts and the analysis of the cross-platform impact of social media on shaping hijrah awareness. These findings confirm that the hijrah trend is not uniform, but rather shaped through the dynamic interaction of academic, social, and religious formation in the digital world.

Keywords: Social Media; Hijrah Trend; Religious Preaching; Media Influence

ABSTRAK

Media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk identitas keagamaan kaum muda dan mendorong munculnya tren hijrah sebagai fenomena sosial-keagamaan di era digital. Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi peran pendakwah dan konten dakwah daring, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian tentang dampak komparatif di berbagai platform dan bagaimana latar belakang pendidikan memengaruhi pemahaman mahasiswa tentang hijrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif eksploratif, dengan pengumpulan data primer melalui observasi dan interaksi pengguna pada media sosial seperti Youtube, Tiktok, dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UIN cenderung memaknai hijrah sebagai proses intelektual yang erat kaitannya dengan kurikulum dan kegiatan akademik berbasis keagamaan, sementara mahasiswa perguruan tinggi swasta

lebih dipengaruhi oleh komunitas hijrah dan konten dakwah visual yang emosional dan sosial. Keunikan penelitian ini terletak pada pemetaan komparatif antara dua konteks pendidikan yang berbeda dan analisis dampak lintas platform media sosial dalam membentuk kesadaran hijrah. Temuan ini menegaskan bahwa tren hijrah tidaklah seragam, melainkan dibentuk melalui interaksi dinamika pembentukan akademis, sosial, dan keagamaan di dunia digital.

Kata Kunci: Media Sosial; Tren Hijrah; Dakwah Keagamaan; Pengaruh Media

PENDAHULUAN

Fenomena hijrah di kalangan anak muda semakin menguat berkat perkembangan dakwah digital yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial. Pendakwah ternama seperti Hanan Attaki dan Felix Siauw memanfaatkan YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang lebih familiar dengan gaya hidup anak muda. Oleh karena itu, hijrah tidak lagi dipandang sebagai proses spiritual semata, melainkan telah berkembang menjadi gaya hidup yang dibentuk oleh narasi dan simbol-simbol keagamaan yang tersebar luas di dunia maya (A'thoina & Al-Aboosi, 2024; Juliansyahzen, 2023). Dari perspektif sosial, fenomena ini memengaruhi pembentukan identitas keagamaan generasi muda, sementara secara akademis relevan dengan kajian komunikasi dakwah, sosiologi agama, dan kajian media digital (Taufik dkk., 2023). Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Ghazali dkk (2022) menunjukkan dominasi narasi pertobatan dan komitmen dalam konten #KisahHijrah di TikTok, namun penelitian tersebut hanya berfokus pada satu platform. Di sisi lain, Widyaningsih (2022) menekankan pengaruh media sosial terhadap motivasi migrasi spiritual, tetapi tidak membahas variasi antar platform atau perbedaan orientasi keagamaan berdasarkan latar belakang pendidikan.

Berdasarkan kajian ini, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait kurangnya studi perbandingan yang menganalisis efektivitas berbagai platform media sosial sekaligus membandingkan orientasi keagamaan mahasiswa dari

perguruan tinggi Islam dan negeri. Untuk mengatasi kesenjangan ini, studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif eksploratif, dengan pengumpulan data primer melalui observasi dan interaksi pengguna pada media sosial seperti Youtube, Tiktok, dan Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki bagaimana interaksi antara media sosial dan lingkungan akademik membentuk kesadaran dan praktik hijrah (migrasi) di kalangan mahasiswa. Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial dalam membentuk tren hijrah di kalangan mahasiswa dan untuk memahami perbedaan orientasi keagamaan antara mahasiswa dari perguruan tinggi Islam dan negeri.

Kajian tentang fenomena hijrah menunjukkan pola yang berbeda antara mahasiswa perguruan tinggi Islam negeri (UIN) dan perguruan tinggi swasta. Penelitian Romadlany dan Effendi (2025) menyebutkan bahwa 72% mahasiswa UIN memaknai hijrah sebagai proses peningkatan pemahaman agama, yang diperkuat melalui kurikulum Islam dan kegiatan kerohanian kampus. Temuan ini sejalan dengan pengamatan dan interaksi pengguna di YouTube dan Instagram, di mana mahasiswa UIN cenderung terlibat dalam kajian tematik, ceramah tafsir, dan diskusi keilmuan Islam. Sebaliknya, penelitian Widyaningsih (2022) menunjukkan bahwa 68% mahasiswa perguruan tinggi swasta termotivasi untuk hijrah melalui komunitas daring dan konten dakwah visual emosional di TikTok dan Instagram, terutama yang menampilkan narasi perubahan hidup dan motivasi pribadi. Pengamatan para peneliti di media sosial menguatkan pola bahwa mahasiswa perguruan tinggi swasta lebih aktif terlibat dengan konten berbasis cerita pendek, tagar hijrah, dan komunitas digital yang menyelenggarakan kegiatan keagamaan informal. Perbedaan ini menegaskan bahwa tren migrasi di kalangan mahasiswa tidaklah homogen, melainkan dibentuk oleh dinamika akademis, lingkungan sosial, dan

preferensi konsumsi konten digital yang berbeda-beda di berbagai jenis universitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, platform digital berbasis internet dikenal sebagai media sosial, tempat pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam pembuatan, pendistribusian, dan pertukaran berbagai jenis informasi, ide, dan konten seperti tulisan, foto, rekaman audio, dan video melalui interaksi yang dinamis (Sadiku dkk., 2018). Sejalan dengan pandangan Kaplan (2015) juga menggambarkan media sosial sebagai kumpulan aplikasi internet berbasis teknologi Web 2.0, yang mendukung produksi dan pertukaran konten buatan pengguna. Seiring waktu, media sosial telah berkembang menjadi ruang publik virtual yang melampaui batas geografis dan sosial.

Media sosial dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis berdasarkan fungsi dan metode interaksi yang ditawarkannya. Menurut Shilongo (2024), situs jejaring seperti Facebook dan LinkedIn memungkinkan orang membangun hubungan pribadi atau profesional melalui komunikasi timbal balik, menjadikannya ideal untuk kegiatan dakwah berbasis komunitas dan membangun jaringan keagamaan yang lebih terstruktur. Sementara itu, Albajali (2024) menekankan bahwa platform berbagi konten seperti YouTube dan Instagram lebih berfokus pada penyebarluasan materi visual yang luas, menjadikannya alat yang ideal bagi para pendakwah untuk berbagi khutbah, kajian singkat, dan kisah-kisah hijrah yang menarik secara visual dan mudah disebarluaskan.

Blog, mikroblog, dan aplikasi forum seperti WordPress, Medium, dan X (sebelumnya Twitter) memainkan peran yang berbeda, mendorong diskusi, debat, dan refleksi keagamaan yang lebih mendalam, sebagaimana dijelaskan oleh Jha dan Verma (2024). Platform dunia virtual seperti Second Life bahkan

menyediakan ruang untuk eksperimen dalam membentuk identitas digital pengguna, sebagaimana dicatat oleh Choubisa dkk (2024). Platform hibrida seperti TikTok, di sisi lain, menggabungkan video pendek, jejaring sosial, dan algoritma yang sangat responsif, menurut Li dkk (2021)

Keragaman karakteristik ini secara langsung memengaruhi cara dakwah dilakukan dan strategi migrasi, TikTok sering mendominasi dalam membentuk identitas migrasi karena sifat visual-emosionalnya dan sifat algoritmiknya, yang memungkinkan konten motivasi dan kisah-kisah perubahan menyebar dengan cepat (Klapp, 2023). Instagram lebih baik untuk membangun estetika keagamaan dan gaya hidup Islami, sementara YouTube bermanfaat untuk memperdalam ajaran melalui khutbah yang panjang (Sembiring dan Manik, 2025). Melihat semua itu, dapat disimpulkan bahwa berbagai platform media sosial tidak hanya melahirkan beragam bentuk dakwah, tetapi juga membentuk cara generasi muda menjalani hijrah sesuai kebiasaannya dalam mengonsumsi konten digital.

Dari sinilah para ilmuan islam meninjau bahwa dakwah akan bisa dikembangkan dengan cepat yang memanfaatkan media sosial. Media sosial dapat menjadi sarana dakwah sesuai dengan konsep tabligh yang berarti menyebarkan kebenaran dan amar ma'ruf nahi munkar, yang berarti mengajak pada kebaikan dan menolak kemunkaran. Seperti yang dikutip oleh Hanif dan Agusman (2023), Al-Qardhawi menegaskan bahwa dakwah perlu beradaptasi dengan perubahan sosial dan teknologi agar pesan Islam, rahmat bagi seluruh alam, dapat secara efektif menjangkau khalayak yang lebih luas.

Media Sosial tidak hanya sekadar alat komunikasi, Media Sosial berfungsi sebagai ruang publik virtual yang berkontribusi pada pembentukan nilai-nilai, ideologi, dan identitas keagamaan di kalangan generasi muda. (Elia dan Neka, 2024) Dalam penelitian Ross dan Lee (2019) juga memandang

media sosial sebagai arena simbolis tempat pengguna dapat membangun makna dan identitas sosial melalui interaksi daring.

Hidayat dan Nuri (2024) menambahkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam dakwah bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan strategi komunikasi yang dapat menciptakan kedekatan emosional dengan jemaah digital. Dengan demikian, media sosial berperan krusial dalam membentuk identitas keagamaan dan mendorong fenomena hijrah di kalangan anak muda. Dakwah melalui platform digital memungkinkan nilai-nilai Islam tersebar luas dan cepat, sekaligus memperkuat komunitas hijrah yang berkembang melalui interaksi daring. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk kesadaran beragama dan tren migrasi di kalangan mahasiswa. Proses pembentukan agama yang sebelumnya berlangsung melalui kanal konvensional, seperti masjid, kelompok pengajian, atau ruang kuliah, kini telah bergeser ke dunia digital yang lebih dinamis dan mudah diakses, melalui platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Rokibullah dan Laksana (2025) menyoroti bahwa perubahan spiritual pada generasi muda tidak terbatas pada aspek praktis, tetapi juga mencakup dimensi epistemologis, di mana nilai-nilai Islam dipahami, diinterpretasikan, dan diungkapkan melalui simbol-simbol visual dan representasi daring. Dalam konteks ini, dakwah bukan lagi sekadar penyampaian ajaran agama, tetapi telah berkembang menjadi ruang untuk membangun identitas diri dan menyalurkan ekspresi spiritual secara daring.

Namun, dampak media sosial terhadap migrasi mahasiswa tidak merata di semua kelompok. Mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi Islam negeri, seperti UIN (Universitas Islam Negeri Indonesia), biasanya sudah memiliki landasan ilmu agama yang kokoh, sehingga mereka lebih memanfaatkan media sosial sebagai alat pelengkap untuk mendalami studi Islam dalam konteks

akademik (Afsinatun dkk, 2025). Di sisi lain, mahasiswa dari perguruan tinggi negeri maupun swasta seringkali mengandalkan platform ini sebagai sumber utama wawasan keagamaan dan motivasi spiritual. Oleh karena itu, media sosial berperan sebagai pemicu kesadaran hijrah, tetapi intensitas dan orientasi perubahan spiritual mereka sangat bergantung pada latar belakang pendidikan dan lingkungan sosial tempat mereka berada (Hilalludin, 2025).

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai arena pembelajaran agama, tetapi juga memainkan peran penting dalam memengaruhi bagaimana siswa mengonsumsi khutbah Islam melalui platform digital. Observasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden terlibat aktif dengan berbagai materi khutbah Islam yang disajikan dalam format yang ringan dan menarik secara visual. Konten khutbah Islam yang menarik bagi siswa biasanya ditandai dengan pendekatan penyampaian yang mudah dikomunikasikan, terhubung dengan emosi sehari-hari, dan kepercayaan pada presenter yang terasa dekat dan mudah didekati (Hudaa dkk, 2022). Penelitian oleh Musdalifah dkk (2019), yang menganalisis ribuan video TikTok dengan tagar #KisahHijrah, mengungkapkan bahwa pesan-pesan khutbah Islam di sana mencerminkan tiga fase perubahan spiritual pertama kesadaran awal, kedua eksplorasi yang lebih dalam, dan yang terakhir penguatan komitmen keagamaan. Temuan serupa juga disajikan oleh Taufiq dkk (2020), yang menunjukkan bahwa akun Instagram dengan tema hijrah tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan khutbah Islam tetapi juga sebagai platform untuk pembentukan identitas sosial di antara para pengikutnya.

Sebaliknya, hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan signifikan dalam orientasi mahasiswa perguruan tinggi Islam dan negeri dalam mengonsumsi konten dakwah digital. Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (UIN) umumnya lebih menyukai materi intelektual, seperti analisis tafsir Al-Qur'an atau gagasan Islam modern, sementara mahasiswa

perguruan tinggi negeri cenderung tertarik pada konten yang menginspirasi perubahan hidup, termasuk komunitas dakwah daring seperti Shift Pemuda Hijrah, One Day One Juz, dan Ngaji Online (Chamadi dkk., 2023). Temuan ini semakin memperkuat argumen bahwa platform media sosial memiliki peran multifungsi: sebagai sarana pendidikan agama bagi akademisi, sekaligus sebagai ruang interaksi sosial-spiritual bagi mahasiswa non-agama.

Fenomena hijrah yang berkembang di kalangan mahasiswa dapat dibagi menjadi dua jenis utama: Hijrah Intelektual dan Hijrah Emosional Sosial. Jenis pertama lebih sering terlihat di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Islam, di mana hijrah dipandang sebagai proses refleksi intelektual dan rasionalisasi ajaran agama. Mereka sering terlibat dalam kegiatan-kegiatan seperti halaqah ilmiah, forum kajian tafsir, dan diskusi filsafat Islam, yang pada akhirnya membentuk transformasi keagamaan mereka menjadi sesuatu yang kognitif dan berlandaskan ilmu pengetahuan (Hamudy dan Hamudy, 2020). Di sisi lain, jenis Hijrah Emosional-Sosial lebih dominan di kalangan mahasiswa perguruan tinggi umum. Proses ini cenderung digerakkan oleh aspek emosional dan sosial, dipengaruhi oleh interaksi melalui platform digital dan komunitas daring yang memberikan dukungan spiritual dan moral (Hilalludin, 2025). Para pelajar dalam kelompok ini biasanya mengekspresikan perubahan tersebut melalui elemen visual, seperti perubahan penampilan, misalnya gaya berpakaian, keterlibatan aktif dalam komunitas dakwah daring, dan berbagi pengalaman refleksi spiritual pribadi di media sosial (Stoppa, 2017). Melalui kacamata teori konstruksi sosial yang dikembangkan oleh Berger dan Luckmann, fenomena hijrah ini dapat dimaknai sebagai produk interaksi sosial yang secara bertahap membentuk realitas keagamaan subjektif para pelajar di dunia maya (Natasari, 2023).

Variasi bentuk dan orientasi hijrah tidak terlepas dari dampak lingkungan akademik dan sosial yang dialami oleh mahasiswa. Bagi mereka yang belajar di universitas Islam, suasana sehari-hari sangat dipengaruhi oleh suasana keagamaan yang terstruktur dan berbasis pengetahuan, dengan nilai-nilai Islam yang terintegrasi secara mendalam ke dalam kurikulum dan budaya kampus. Akibatnya, proses hijrah mereka cenderung ditandai dengan refleksi yang mendalam dan pendekatan yang terorganisir (Muthohirin, 2021). Di sisi lain, mahasiswa dari universitas negeri harus beradaptasi dengan lingkungan yang beragam, sekuler, dan kompetitif, menjadikan platform media sosial sebagai alternatif penting untuk mengembangkan aspek spiritual mereka (Sattar dkk., 2025). Temuan dari penelitian Putra dan Ayyaisy (2025) semakin mendukung pandangan ini, yang menunjukkan bahwa mahasiswa dari latar belakang pendidikan agama umumnya memiliki keterampilan literasi digital yang lebih kuat terkait dengan Islam, berbeda dengan mahasiswa dari universitas negeri, yang sering menyerap informasi agama tanpa verifikasi yang memadai.

Hasil penelitian ini mengungkap peran krusial media sosial dalam membangun kesadaran beragama dan memicu fenomena hijrah di kalangan mahasiswa. Transformasi spiritual yang sebelumnya terjadi di lingkungan fisik kini telah bergeser ke dunia digital yang lebih luas dan interaktif, melalui kanal-kanal seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Lebih dari sekadar alat dakwah, platform-platform ini juga berfungsi sebagai wadah pembentukan identitas spiritual dan sosial bagi generasi muda. Selanjutnya, terdapat kontras orientasi keagamaan antara mahasiswa perguruan tinggi Islam dan perguruan tinggi negeri. Di perguruan tinggi Islam, mahasiswa cenderung mengalami hijrah intelektual (hijrah), yang didasarkan pada refleksi rasional dan kajian akademis, sementara di perguruan tinggi negeri, mereka lebih sering mengalami hijrah emosional sosial (hijrah), yang terbentuk melalui komunitas daring dan

ekspresi keagamaan visual. Kontras ini jelas mencerminkan bagaimana latar belakang pendidikan, kondisi sosial, dan keterampilan literasi digital secara signifikan memengaruhi cara mahasiswa menafsirkan dan mengekspresikan nilai-nilai agama. Secara umum, media sosial telah berkembang menjadi arena utama dakwah (penjangkauan Islam) dan pembentukan kesadaran beragama, sekaligus menunjukkan proses pembentukan identitas spiritual generasi muda melalui interaksi digital yang melibatkan partisipasi aktif, nuansa emosional, dan unsur simbolik.

PENUTUP

Studi ini mengungkap bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk kesadaran beragama dan mendorong fenomena hijrah (migrasi) di kalangan mahasiswa. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi wadah utama bagi kaum muda untuk mengakses materi dakwah, mengeksplorasi makna spiritual, dan membangun identitas keagamaan secara daring. Mahasiswa di perguruan tinggi Islam umumnya mengalami hijrah intelektual berdasarkan penelitian ilmiah dan tradisi akademik, sementara mahasiswa di perguruan tinggi negeri lebih sering dipengaruhi oleh hijrah emosional dan sosial, yang dibentuk oleh komunitas daring, kisah visual, dan citra keagamaan populer. Temuan ini menunjukkan bahwa hijrah di era digital menunjukkan pergeseran bentuk dakwah dari fisik ke simbolik, di mana nilai-nilai Islam diekspresikan kembali melalui bahasa gambar dan perasaan.

Dari perspektif teoretis, penelitian ini memperkuat gagasan bahwa dakwah kontemporer tidak dapat dipandang semata-mata sebagai aktivitas komunikasi lisan, melainkan sebagai proses pembentukan sosial yang terjadi di lingkungan digital. Media sosial tampak berfungsi sebagai ruang simbolis tempat identitas, makna, dan nilai-nilai keagamaan diperdebatkan melalui interaksi cepat berbasis algoritma yang mengandalkan elemen visual. Secara

praktis, temuan ini memberikan landasan bagi para pendakwah (pendakwah Islam), lembaga pendidikan, dan kelompok keagamaan untuk merancang strategi dakwah yang lebih sesuai dengan budaya digital kaum muda. Pendekatan dakwah yang adaptif, berfokus pada emosi, dan interaktif terbukti lebih efektif dalam menjangkau peserta didik, terutama mereka yang tidak memiliki pendidikan agama formal tetapi mencari inspirasi spiritual melalui platform daring.

Berdasarkan temuan, studi ini menyarankan beberapa langkah penting. Pertama, literasi digital di bidang agama perlu ditingkatkan agar mahasiswa dapat menyaring materi dakwah yang terpercaya dan menghindari misinformasi seputar agama. Kedua, reformasi dakwah yang inovatif diperlukan, yang menggabungkan elemen visual, penceritaan, dan pelibatan komunitas untuk menciptakan lingkungan spiritual yang terbuka dan menarik bagi kaum muda. Ketiga, penelitian lebih lanjut perlu berfokus pada perbandingan yang lebih mendalam antar platform dan mengkaji bagaimana algoritma dan psikologi pengguna memengaruhi orientasi keagamaan seseorang. Dengan demikian, wawasan tentang migrasi digital dapat diperdalam lebih lanjut sebagai elemen diskusi ilmiah dan praktik dakwah di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- A'thoina, I., & Al-Aboosi, A. M. M. (2024). Navigating Digital Da'Wah: Hanan Attaki'S Approach And Nahdatul Ulama'S Authority On Social Media. *Penamas*, 37(2), 158–171. <https://doi.org/10.31330/penamas.v37i2.822>
- Afsinatun, S., Syahri, A., Imtihan, N., Dinawisda, N., & Gun, G. (2025). Digital Da' wah Exposure and Religious Moderation among Indonesian Islamic University Students. *Education: Research Journal of Religious and Religious Education*, 23(2), 359–376. <https://doi.org/https://doi.org/10.32729/edukasi.v23i2.2218>
- Albajali, A. F. B. . (2024). The Concept of Social Media, Its Means, Role, Types A and Characteristics. *Journal of Advance Research in Social Science and*

- Humanities, 6.
<https://doi.org/https://doi.org/10.53555/nnssh.v6i6.1672>
- Chamadi, M. R., Kuntarto, Musmuallim, & Baedowi, M. (2023). The Phenomenon of Religious Activities in The Digital Era : Studies on Indonesia the Phenomenon of Religious Activities in The Digital Era : Studies On. *AlBalagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 169–193. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/albalagh.v8i1.6215>
- Choubisa, M., Patel, N., & Patel, D. (2024). The Metaverse: Disclosing a Computerized Wilderness of Conceivable Outcomes. *Understanding the Metaverse*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-97-2278-5_2
- Elia, F., & Neka, S. W. (2024). The Effectiveness of Social Media as a Means of Increasing Islamic Religious Knowledge among University Students. *Proceeding of International Conference on Religion, Social and Humanities*, 3, 177–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.31958/proceedingsficresh.v3i.16>
- Ghozali, M., Mursyid, A. Y., & Fitriana, N. (2022). Al-Qur'an (Re)Presentation in the Short Video App Tiktok: Reading, Teaching, and Interpretive. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 30(3), 1263–1282. <https://doi.org/10.47836/pjssh.30.3.18>
- Hamudy, N. A., & Hamudy, M. I. A. (2020). Hijrah Movement in Indonesia : Shifting Concept and Implementation in Religiosity. *Jurnal Sosial Walisongo*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.21580/jsw.2020.4.2.5784>
- Hanif, M., & Agusman. (2023). Innovative Strategies in Contemporary Da'wah : Initiating a Technology-Based Approach. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 59–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v6i2.212>
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of Da'wah Methods in the Social Media Era : A Literature Review on the Digital Da'wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4, 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Hilalludin, H. (2025). Anak Muda, Media Sosial, Dan Agama Yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital Di Indonesia. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 40–54. <https://doi.org/10.20885/millah.vol22.iss1.art6.1>

- Hudaa, S., Nuryani, & Sumadyo, B. (2022). Pesan Dakwah Hijrah Influencer untuk Kalangan Muda di Media Sosial. *Jurnal Ma'arif Arus Pemikiran Islam Dan Sosial*, 17(2), 105–121. <https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.198>
- Jha, A. K., & Verma, N. K. (2024). Social Media Platforms and User Engagement: A Multi-Platform Study on One-way Firm Sustainability Communication. *Information Systems Frontiers*, 26(1), 177–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10796-023-10376-8>
- Juliansyahzen, M. I. (2023). Ideologization of Hijrah in Social Media: Digital Activism, Religious Commodification, and Conservative Domination. *Millah: Journal of Religious Studies*, 22(1), 155–180. <https://doi.org/10.20885/millah.vol22.iss1.art6>
- Kaplan, A. M. (2015). Social Media , the Digital Revolution , and the Business of Media and the Business of Media. *International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
- Klapp, M. (2023). “That's where i get reach!” Marketing Strategies of a Salafi Influencer on YouTube and TikTok. *Journal of Muslims in Europe*, 7(2), 1–23. <https://doi.org/10.1163/22117954-bja10089>
- Li, Z.-N., Drew, M. S., & Liu, J. (2021). Online Social Media Sharing. *Fundamentals of Multimedia*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-62124-7_19
- Musdalifah, Nurdin, N., & Fitriningsih, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Berita Hoaks Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 16, 1–9. <https://doi.org/DOI:10.24239/al-mishbah.Vol16.Iss2.187>
- Muthohirin, N. (2021). Da'wa in Social Media: TheViews of Ustad Hanan Attaki and Felix Siauw to The Hijrah Phenomenon. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 17(2), Layouting. <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v17i2.12554>
- Natasari, N. (2023). Fenomena Gerakan Hijrah Virtual : Studi Grup WhatsApp Kelas Cewe Hijrah (September). *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 4(02), 181–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.53678/elmadani.v4i02.1439>
- Putra, D. H. A., & Ayyaisy, H. I. (2025). Optimizing Digital Technology in Progressive Islamic Education to Enhance Public Literacy and Combat Hoaxes. *Multicultural Islamic Education Review*, 3(1), 63–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/mier.v3i1.9915>

- Rokibullah, R., & Laksana, M. (2025). Social Media Utilization by Preachers to Shape Religious Perceptions among Indonesian Youth. *Ternational Journal of Comunication and Public Discourse*, 2, 11–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.59784/ijcpd.v2i1.7>
- Romadlany, Z., & Effendi, M. (2025). An Examination of Social Media as a Medium for Islamic Da'wah: The Role of YouTube as a Da'wah Strategy. *Journal of Educational Management Research*, 04(02), 754–765. <https://doi.org/https://doi.org/10.61987/jemr.v4i2.1002>
- Ross, K., & Lee, Y. (2019). Social Media Era Consumers' Identity Formation: A Symbolic Interactionist Approach to Consumer-Brand Identity Co-Creation. *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 4–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.31274/itaa.8790>
- Sadiku, M. N. O., Tembely, M., & Musa, S. M. (2018). Social Media for Beginners. *International Journals of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 8(May). <https://doi.org/10.23956/ijarcsse.v8i3.564>
- Sattar, F., Munawar, U., & Haider, S. Z. (2025). The Digital Distracters: How Social Media Decline Religious Practices Among Students at Higher Level. *Gomal University Journal of Research*, 41(1), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.31274/itaa.8790>
- Sembiring, M. I., & Manik, Z. (2025). Instagram as a Stage For Preaching: Exploring the Values of Hadith in Buya Syakur's Sufi Advice. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 24(1), 50–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/tjd.v24i1.567>
- Shilongo, M. N. (2024). Unveiling Social Media Classifications : Strategies For Impactful Marketing. *Interdisciplinary Journal of Linguistics, Marketing and Communication*, 2017(2), 37–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12191375>
- Stoppa, T. M. (2017). "Becoming More a Part of Who I Am:" Experiences of Spiritual Identity Formation Among Emerging Adults at Secular Universities. *Religion & Education*, 44, 154–179. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15507394.2016.1235409>
- Taufik, A., Ramadhani, R., & Delima, D. (2023). Hijrah Milenial Sebagai Identitas Muslim. *El-Ghiroh*, 21(1), 37–52. <https://doi.org/10.37092/el-ghiroh.v21i1.522>
- Taufiq, T. T., Royanullah, & Komari. (2020). Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial : Konstruksi , Representasi dan Ragam Ekspresi. *Fikrah:*

Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan, 10, 355–376.
<https://doi.org/10.21043/fikrah.v10i2>.

Widyaningsih, R. (2022). Pengaruh Media Sosial atau Lingkungan Pergaulan : Mengungkap Determinan Utama Motivasi Berhijrah. *Assertive: Islamic Counseling Journal*, 02(2), 1–15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24090/j.assertive.v1i2.7010>