



SAKALIMA
PILAR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENDIDIKAN
VOL 1. NO. 2 (2024)

ISSN: 3064-2361

Pengaruh Konten Dakwah Digital pada Akun Instagram @husein_hadar terhadap Religiusitas Remaja

Bagus Ari Hermawan[✉], Din Silmi Rahmawati[✉], Tegar Isak Mahendra[✉], Tria Aulia[✉], Rena Yulia Wahyu Andita[✉], dan Malika Hafidatul Ramadhan[✉]

To cite this article Hermawan, B. A., Rahmawati, D. S., Mahendra, T. I., Aulia, T., Andita, R. Y. W., Nisa, O. K. *Pengaruh Konten Dakwah Digital pada Akun Instagram @husein_hadar terhadap Religiusitas Remaja*. SAKALIMA: Pilar Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan, vol. 1, no. 2, pp. 150–157, 2024. <https://doi.org/10.70211/sakalima.v1i2.496>



Published online: Dec. 20, 2024



Submit your article to this journal



View crossmark data



Pengaruh Konten Dakwah Digital pada Akun Instagram @husein_hadar terhadap Religiusitas Remaja

Bagus Ari Hermawan; Din Silmi Rahmawati; Tegar Isak Mahendra; Tria Aulia, Rena Yulia Wahyu Andita; Oktaviana Khoirun Nisa

Received: 05 September 2024

Revised: 10 November 2024

Accepted: 30 November 2024

Online : 20 December 2024

Abstract

The expansion of social media has reshaped Islamic preaching practices and created new spaces for adolescents to encounter religious messages. This study investigates the influence of digital da'wah content on the Instagram account @husein_hadar on adolescent religiosity. A quantitative cross-sectional survey was conducted with 90 adolescents aged 12-21 years who actively used Instagram and had accessed or followed the account. Respondents were selected using purposive sampling, and data were collected through a Likert-scale questionnaire measuring exposure to digital da'wah content and religiosity. The data were analyzed using Pearson correlation, simple linear regression, and the coefficient of determination with SPSS. The results show a positive and statistically significant relationship between exposure to @husein_hadar's da'wah content and adolescent religiosity ($r = 0.372$, $p < 0.001$). Regression analysis further indicates that digital da'wah content significantly predicts adolescent religiosity ($B = 0.432$, $\beta = 0.372$, $t = 3.759$, $p < 0.001$). However, the coefficient of determination shows that the model explains 13.8% of the variance in religiosity, indicating a modest but meaningful contribution. These findings suggest that Instagram-based da'wah can function as a complementary medium for strengthening religious understanding and practice among adolescents, although religiosity remains shaped by broader family, educational, and social contexts. The study contributes empirical evidence to digital da'wah scholarship and highlights the need for more dialogical, contextual, and youth-oriented religious communication strategies.

Keywords: Adolescent Religiosity, Da'wah, Digital Media, Instagram, Social Media

Publisher's Note:

WISE Pendidikan Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright:

©

2024 by the author(s).

License WISE Pendidikan Indonesia, Bandar Lampung, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC BY 4.0) license.

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola komunikasi keagamaan dari ruang dakwah konvensional menuju ruang digital yang lebih cepat, terbuka, dan partisipatif [1], [2], [3]. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi arena produksi, distribusi, dan negosiasi makna keagamaan. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat penggunaan media sosial tinggi, remaja menjadi kelompok yang sangat intensif berinteraksi dengan konten digital. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai medium strategis dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara lebih adaptif terhadap karakteristik generasi muda [4], [5], [6].

Instagram merupakan salah satu platform yang relevan untuk dikaji karena menggabungkan kekuatan visual, video pendek, narasi personal, dan interaksi langsung antara kreator dan audiens. Bagi remaja, format komunikasi semacam ini lebih mudah diterima dibandingkan penyampaian keagamaan yang terlalu formal dan satu arah. Dakwah digital melalui Instagram memungkinkan pesan keislaman dikemas secara ringkas, komunikatif, dan kontekstual, sehingga berpotensi memengaruhi pemahaman, sikap, dan praktik keagamaan remaja [7], [8], [9].

Salah satu figur dakwah digital yang menonjol di kalangan generasi muda adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui akun Instagram @husein_hadar. Gaya dakwahnya dikenal santai, inklusif, dialogis, dan dekat dengan isu keseharian anak muda. Konten yang disampaikan tidak hanya berisi nasihat keagamaan normatif, tetapi juga mengaitkan nilai Islam dengan persoalan sosial, toleransi, relasi antargenerasi, dan budaya populer. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa gaya komunikasi Habib Ja'far mampu menarik perhatian generasi muda karena menggunakan bahasa yang ringan, pendekatan yang moderat, serta format media digital yang sesuai dengan pola konsumsi informasi remaja [10], [11], [12].

Religiusitas remaja merupakan aspek penting dalam pendidikan Islam karena mencakup keyakinan, praktik ibadah, pengalaman spiritual, pengetahuan agama, dan pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas yang kuat dapat berkontribusi pada pembentukan karakter, pengendalian diri, kesejahteraan psikologis, dan perilaku sosial yang lebih positif [13], [14], [15]. Akan tetapi, religiusitas remaja tidak dapat dipahami hanya sebagai hasil pendidikan formal, karena paparan media, lingkungan keluarga, komunitas sebaya, dan pengalaman digital juga turut membentuk orientasi keagamaan mereka.

Sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan media sosial dan dakwah digital. Allisa dan Triyono [1] menemukan bahwa dakwah melalui TikTok berpengaruh terhadap religiusitas remaja. Awaluddin [2] menekankan peran dakwah digital Habib Ja'far dalam penyebaran Islam moderat, sedangkan Khafi et al. [13] menjelaskan daya tarik gaya dakwah Habib Ja'far bagi Generasi Z. Penelitian Falah et al. [4] dan Sazali et al. [16] juga menunjukkan bahwa Instagram dapat memengaruhi perilaku keagamaan remaja. Meskipun demikian, penelitian sebelumnya masih cenderung berfokus pada strategi komunikasi, gaya dakwah, atau deskripsi penggunaan media sosial, sementara kajian kuantitatif yang secara spesifik menguji pengaruh konten akun Instagram @husein_hadar terhadap religiusitas remaja masih terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi empiris dengan menguji hubungan dan pengaruh konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar terhadap religiusitas remaja. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap akun dakwah digital tertentu yang populer di kalangan anak muda, penggunaan

pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel, serta penekanan pada religiusitas sebagai konstruk multidimensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar terhadap religiusitas remaja. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa konten dakwah digital pada akun @husein_hadar berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas remaja.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei lintas seksi (cross-sectional survey). Desain ini dipilih karena penelitian bertujuan mengukur hubungan antara paparan konten dakwah digital dan religiusitas remaja pada satu periode pengumpulan data. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar, sedangkan variabel terikat adalah religiusitas remaja. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengujian hipotesis secara terukur melalui analisis korelasi dan regresi [10], [11], [12].

Populasi penelitian adalah remaja berusia 12-21 tahun yang aktif menggunakan Instagram dan pernah mengakses atau mengikuti akun @husein_hadar. Sampel penelitian berjumlah 90 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: berusia 12-21 tahun, aktif menggunakan Instagram, dan pernah melihat atau mengikuti konten dakwah akun @husein_hadar. Teknik ini digunakan karena penelitian membutuhkan responden yang benar-benar memiliki pengalaman langsung dengan objek kajian.

Data dikumpulkan secara daring melalui kuesioner berbasis skala Likert. Instrumen penelitian disusun untuk mengukur dua konstruk utama. Konstruk pertama adalah paparan dan persepsi terhadap konten dakwah digital, yang mencakup frekuensi mengakses konten, ketertarikan terhadap pesan dakwah, kejelasan penyampaian, relevansi isi dengan kehidupan remaja, dan dorongan untuk melakukan refleksi keagamaan. Konstruk kedua adalah religiusitas remaja, yang mencakup dimensi keyakinan, praktik ibadah, pengalaman religius, pengetahuan agama, dan pengamalan nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penyusunan indikator mengacu pada kajian terdahulu mengenai dakwah digital, media sosial, dan religiusitas [15], [17], [18].

Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS. Tahapan analisis meliputi pemeriksaan kelayakan data, uji korelasi Pearson untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel, uji regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta koefisien determinasi untuk mengetahui proporsi kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi religiusitas remaja. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0.05, sedangkan nilai signifikansi 0.000 pada output SPSS dilaporkan sebagai $p < 0.001$ karena nilai probabilitas secara statistik tidak pernah benar-benar bernilai nol.

Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis karena menggunakan desain lintas seksi, teknik purposive sampling, dan data berbasis self-report. Oleh sebab itu, temuan penelitian lebih tepat dipahami sebagai hubungan prediktif dalam model statistik, bukan sebagai bukti kausalitas mutlak. Untuk meningkatkan kekuatan bukti, penelitian selanjutnya perlu menggunakan desain longitudinal, jumlah responden yang lebih besar, serta pendekatan mixed methods agar pengalaman religius remaja dapat dipahami secara lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar terhadap religiusitas remaja. Hasil analisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	40,821	7,725	-	5,284	<0,001
Konten Dakwah Digital @husein_hadar (X)	0,432	0,115	0,372	3,759	<0,001

Berdasarkan Tabel 1, nilai koefisien regresi variabel konten dakwah digital sebesar 0,432 dengan nilai t sebesar 3,759 dan $p < 0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas remaja. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 40,821 + 0,432X$. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada skor konten dakwah digital diprediksi meningkatkan skor religiusitas remaja sebesar 0,432 satuan.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	Statistik	Konten Dakwah Digital (X)	Religiusitas Remaja (Y)
Konten Dakwah Digital (X)	Pearson Correlation	1	0,372**
	Sig. (2-tailed)	-	<0,001
	N	90	90
Religiusitas Remaja (Y)	Pearson Correlation	0,372**	1
	Sig. (2-tailed)	<0,001	-
	N	90	90

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai korelasi Pearson antara konten dakwah digital dan religiusitas remaja adalah 0,372 dengan $p < 0,001$. Nilai tersebut menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan rendah menuju sedang. Dengan demikian, semakin tinggi paparan dan penerimaan remaja terhadap konten dakwah digital pada akun @husein_hadar, semakin tinggi pula kecenderungan religiusitas remaja.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,372	0,138	0,129	6,474

Tabel 3 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,138. Artinya, konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar menjelaskan 13,8% variasi religiusitas remaja, sedangkan 86,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti keluarga, lingkungan pendidikan, pergaulan sebaya, aktivitas keagamaan luring, dan karakteristik personal responden. Temuan ini perlu ditafsirkan secara proporsional: pengaruhnya signifikan, tetapi kontribusi model masih tergolong terbatas.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar memiliki hubungan positif dan signifikan dengan religiusitas remaja. Temuan ini mengindikasikan bahwa dakwah digital yang dikemas secara komunikatif, visual, dan dekat dengan keseharian anak muda dapat menjadi salah satu medium yang berkontribusi terhadap penguatan religiusitas. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa peningkatan paparan dan penerimaan terhadap konten dakwah digital sejalan dengan peningkatan skor religiusitas remaja.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Allisa dan Triyono [1] yang menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial dapat memengaruhi religiusitas remaja. Hasil ini juga mendukung penelitian Falah et al. [4] dan Sazali et al. [16] yang menempatkan Instagram sebagai media yang berpotensi membentuk perilaku keagamaan remaja. Dalam konteks figur dakwah, temuan penelitian ini memperkuat kajian Awaluddin [2], Khafi et al. [13], dan Wita [19] yang menekankan bahwa Habib Ja'far memiliki gaya komunikasi dakwah yang moderat, inklusif, dan relevan dengan karakter generasi muda. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemberian bukti kuantitatif bahwa daya tarik komunikasi dakwah tersebut tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga berhubungan secara signifikan dengan religiusitas remaja.

Meskipun demikian, kekuatan hubungan yang diperoleh berada pada kategori rendah menuju sedang. Nilai R Square sebesar 13,8% menunjukkan bahwa konten dakwah digital bukan satu-satunya faktor yang membentuk religiusitas remaja. Religiusitas merupakan konstruk kompleks yang dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk lingkungan keluarga, pendidikan agama, pengalaman spiritual, kontrol diri, komunitas pertemanan, dan kondisi psikologis remaja [16], [20], [21]. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu dibaca secara kritis: media sosial dapat menjadi pintu masuk penguatan religiusitas, tetapi tidak dapat menggantikan peran pendidikan agama, keteladanan keluarga, dan pembinaan keagamaan yang berkelanjutan.

Secara teoretis, temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital efektif ketika pesan keagamaan tidak hanya disampaikan sebagai doktrin, tetapi juga dikemas sebagai komunikasi yang dialogis, empatik, dan kontekstual. Gaya dakwah Habib Ja'far yang menggunakan bahasa populer, humor, narasi keseharian, dan pendekatan moderat memungkinkan remaja merasa lebih dekat dengan pesan keislaman. Hal ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan dakwah kontemporer tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kesesuaian medium, gaya komunikasi, dan karakteristik audiens [19], [22], [23].

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pendidik, pendakwah, dan lembaga pendidikan Islam. Pertama, media sosial perlu dipandang sebagai ruang pedagogis yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pendidikan keagamaan. Kedua, konten dakwah bagi remaja perlu dirancang secara singkat, visual, argumentatif, dan relevan dengan problem aktual mereka. Ketiga, pendakwah digital perlu menjaga akurasi pesan keagamaan dan etika komunikasi agar popularitas konten tidak mengurangi kedalaman substansi keislaman. Dengan demikian, dakwah digital dapat berfungsi sebagai pelengkap pembelajaran agama formal dan pembinaan karakter remaja.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Desain cross-sectional tidak memungkinkan peneliti menyimpulkan hubungan sebab-akibat secara kuat. Teknik purposive sampling dan jumlah responden yang terbatas juga membatasi generalisasi temuan. Selain itu, penggunaan

kuesioner self-report berpotensi menimbulkan bias sosial karena responden dapat memberikan jawaban yang dianggap lebih religius. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan desain longitudinal, metode campuran, sampel yang lebih beragam, serta analisis konten terhadap unggahan akun dakwah digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pengaruh dakwah digital terhadap religiusitas remaja.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa konten dakwah digital pada akun Instagram @husein_hadar berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas remaja. Hasil korelasi menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel ($r = 0,372$; $p < 0,001$), sedangkan hasil regresi menunjukkan bahwa konten dakwah digital secara signifikan memprediksi religiusitas remaja ($B = 0,432$; $\beta = 0,372$; $t = 3,759$; $p < 0,001$). Namun, nilai R Square sebesar 0,138 menunjukkan bahwa kontribusi konten dakwah digital terhadap religiusitas remaja adalah 13,8%, sehingga pengaruhnya perlu dipahami sebagai signifikan tetapi terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa Instagram dapat menjadi medium dakwah yang relevan bagi remaja ketika pesan keagamaan disampaikan secara komunikatif, dialogis, dan kontekstual. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya pengembangan strategi dakwah digital yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kuat secara substansi dan selaras dengan kebutuhan perkembangan remaja. Keterbatasan penelitian terletak pada desain cross-sectional, jumlah sampel yang terbatas, dan penggunaan data self-report; oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan menggunakan desain longitudinal atau mixed methods dengan cakupan responden yang lebih luas.

INFORMASI PENULIS

Penulis Koresponden

Bagus Ari Hermawan – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;
Email: bagusarihermawan@gmail.com

Penulis

Bagus Ari Hermawan – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;
Email: bagusarihermawan@gmail.com

Din Silmi Rahmawati – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;
Email: dinsilmirahmawati@gmail.com

Tegar Isak Mahendra – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;
Email: tegariskak@gmail.com

Tria Aulia – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;
Email: triaulia@gmail.com

Rena Yulia Wahyu Andita – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam,

Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;

Email: renayulia@gmail.com

Malika Hafidatul Ramadhan – Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam,

Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia;

Email: malikahafidatul@gmail.com

KONFLIK KEPENTINGAN

"Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan."

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Allisa and A. Triyono, "Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak," *J. Ilmu Komun.*, vol. 7, no. 1, pp. 26–38, 2023. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v7i1.13070>
- [2] A. Awaluddin, "Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Penyebaran Syiar Islam Moderat," *Idarotuna*, vol. 5, no. 2, p. 153, 2023. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25865>
- [3] H. Fajrussalam, G. Farhatunnisa, R. Realistiya, W. A. Rosyani, Y. Rahmawati, and P. Guru Sekolah Dasar, "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam," *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, 2023.
- [4] F. Falah, M. Al Fikri, and F. Rozi, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Remaja: Studi pada Lingkungan IX Desa Sinaksak Kecamatan Tapian Dolok Kabupaten Simalungun," *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 2, no. 5, pp. 1529–1536, 2023. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.836>
- [5] S. A. A. Al Fatah, M. N. Abdurrazaq, and E. Bakhrudin, "Analisis Metode Dakwah Kontemporer di Akun Instagram @husein_haidar," *J. Islam. Stud. Inst. Agama Islam Al-Zaytun Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 63–70, 2024. <https://doi.org/10.61341/jis/v2i1.066>
- [6] M. Firmansyah and M. F. Nasvian, "Dakwah 'Pemuda Tersesat': Gaya Bahasa Dakwah Habib Ja'far Al Hadar," *JIIP-Jurnal Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 5, no. 5, 2022. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i5.599>
- [7] Hoerotunnisa, Y. Ichsan, F. Al Fionita, and F. N. Setianingsih, "Difusi Dakwah Digital di Era Covid-19 bagi Generasi Millennial," *SALIHA*, vol. 4, no. 2, 2021. <https://doi.org/10.54396/saliha.v4i2.163>
- [8] A. Ikhwan, "Metode Simulasi Pembelajaran dalam Perspektif Islam," vol. 2, no. 2, 2017. <https://doi.org/10.24269/jipi.v2i2.623>
- [9] A. Ikhwan, "Sistem Kepemimpinan Islami: Instrumen Inti Pengambil Keputusan pada Lembaga Pendidikan Islam," *ISTAWA J. Pendidik. Islam*, vol. 3, 2018. <https://doi.org/10.24269/jipi.v3i2.1503>
- [10] A. Ikhwan, N. S. Abu Bakar, M. A. Che Noh, A. Rohmad, and F. K. Zukhrufin, "Challenges in Spreading Knowledge of Dakwah Cyber," *JIE: Journal of Islamic Education*, vol. 7, no. 2, p. 168, 2022. <https://doi.org/10.52615/jie.v7i2.268>

- [11] A. Ikhwan and M. A. Rianto, *Pemikiran Tokoh-Tokoh Pendidikan Islam Klasik: Sejarah Keilmuan Islam Interdisipliner*. Dimar Jurnal Pendidikan Islam, 2016.
- [12] A. Ikhwan, H. Susanto, and S. Anwar, “Implementasi Kurikulum Pesantren dalam Kaderisasi Persyarikatan Muhammadiyah,” *JMP J. Mhs. Pascasarj.*, vol. 3, 2022.
- [13] M. A. Khafi, M. Z. Kaisan, R. Zahwa, A. N. Anwar, and A. Fadhil, “Gaya Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar dalam Menyebarkan Islam kepada Generasi Z,” *TSAQOFAH*, vol. 5, no. 1, pp. 107–130, 2024. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i1.4299>
- [14] I. Kosasih, E. Kosasih, and F. Zakariyya, “Religiusitas dan Kesejahteraan Psikologis,” *J. Psikol. Insight*, vol. 6, no. 2, 2022. <https://doi.org/10.17509/insight.v6i2.64746>
- [15] A. M. Dzulkifli and M. Z. Safnazzahro, “Model Komunikasi Dakwah Habib Ja’far dalam YouTube Channel Noice ‘Berbeda Tapi Bersama Season 2’,” *Konsensus J. Ilmu Pertahanan, Huk. dan Ilmu Komun.*, vol. 1, pp. 206–215, 2024. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i5.613>
- [16] H. Sazali, Y. D. Siregar, and I. A. Putri, “The Impact of Instagram Social Media on Religious Behavior of Mosque Youth in Siumbuh Baru Village,” *Malikussaleh Soc. Polit. Rev.*, vol. 1, no. 1, p. 25, 2020. <https://doi.org/10.29103/mspr.v1i1.2905>
- [17] Nuryadin, “Strategi Pendidikan Islam di Era Digital,” *FITRAH J. Kaji. Ilmu-Ilmu Keislam.*, vol. 3, 2017. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v3i1.637>
- [18] D. Putranto, M. Mugiyo, N. Novianti, and R. S. Setyoko, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman tentang Pubertas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Seksual Remaja,” *Al Qalam J. Ilm. Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 16, no. 6, p. 2338, 2023. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i6.1638>
- [19] P. Wita, “Peran Dakwah Habib Jafar di Media Sosial dalam Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Remaja,” *J. Da’wah*, vol. 3, no. 1, pp. 62–77, 2024. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i1.3872>
- [20] A. Rachman, E. Yochanan, A. I. Samanlangi, and H. Purnomo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Saba Jaya Publisher, 2024.
- [21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [22] Z. Taib, M. R. Septriawan, and F. Rozi, “Media Sosial Berpengaruh pada Perubahan Perilaku Sosial Remaja Kota Medan di Era Digital,” *J. Multidisiplin Sos. Hum.*, vol. 1, no. 2, 2024. <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.47>
- [23] E. Yudhani, F. Nashori, and M. Uyun, “The Effect of Family Functioning on Moral Disengagement in Adolescents Mediated by Religiosity,” *J. Psikol. Islam.*, vol. 6, no. 2, pp. 178–191, 2020. <https://doi.org/10.19109/psikis.v6i2.6766>