

Motif Hijrah Generasi Z: Studi Kasus Followers Tiktok @Hanan_Attaki

¹Reni Kusumawati, ²Ari Suseno, ³Riza Gusti Rahayu

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Syekh Yusuf, Tangerang, Indonesia.

kusumawatireni82@gmail.com, ariseno23@unis.ac.id, rizarahayu@unis.ac.id.

ABSTRACT

This research aims to explore the migration motives that underlie generation Z in following Ustadz Hanan Attaki's TikTok account. Alfred Schutz's phenomenological study was used as a theoretical framework to understand the motives and subjective experiences of the informants. The research method used was a qualitative approach by conducting in-depth interviews with 9 informants who were active viewers and followed Ustadz Hanan Attaki's TikTok account from generation Z. The data collected was then analyzed based on the concept of "because" motive and "goal" motive. " (motif in order) Schutz. The research results show that there are various migration motives behind generation Z in following Ustadz Hanan Attaki's TikTok account. The "because" motive includes past spiritual experiences, environmental influences, and identity crises. Meanwhile, the "goal" motive includes the desire to improve oneself, search for the meaning of life, and gain inner peace. These findings provide a deeper understanding of the dynamics of migration among generation Z in the digital era.

Keywords: *Hijrah Motif, Generation Z, Ustadz Hanan Attaki, TikTok, Alfred Schutz.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motif hijrah yang mendasari generasi Z dalam mengikuti akun TikTok Ustadz Hanan Attaki. Studi fenomenologi Alfred Schutz digunakan sebagai kerangka teoritis untuk memahami motif dan pengalaman subjektif para informan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap 9 orang informan yang merupakan penonton aktif dan mengikuti akun TikTok Ustadz Hanan Attaki dari kalangan generasi Z. Data yang terkumpul kemudian dianalisis berdasarkan konsep motif "karena" (because motive) dan motif "tujuan" (in-order-to motive) Schutz. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beragam motif hijrah yang melatarbelakangi generasi Z dalam mengikuti akun TikTok Ustadz Hanan Attaki. Motif "karena" mencakup pengalaman spiritual, pengaruh lingkungan, dan krisis identitas di masa lalu. Sementara motif "tujuan" meliputi keinginan untuk memperbaiki diri, mencari makna hidup, dan memperoleh ketenangan batin. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika hijrah pada generasi Z di era digital.

Kata kunci: *Motif Hijrah, Generasi Z, Ustadz Hanan Attaki, TikTok, Alfred Schutz*

PENDAHULUAN

Banyak bentuk untuk berkomunikasi, salah satu bentuknya adalah komunikasi massa. Komunikasi ini mengacu pada komunikasi yang umum yang melibatkan penggunaan perantara yaitu yang memanfaatkan media atau alat

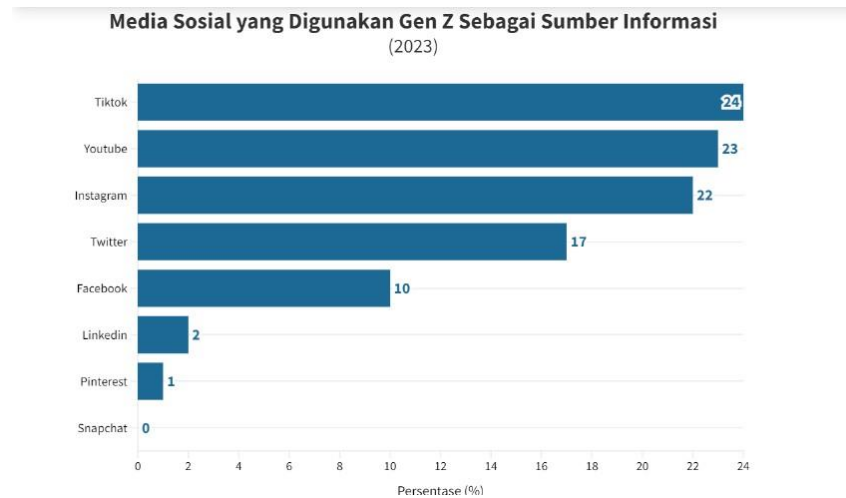
komunikasi untuk menghubungkan antara komunikator dengan komunikan. Generasi Z, dikenal sebagai Gen Z, merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara akhir 1990-an hingga pertengahan 2010-an. Mereka tumbuh pada era digital yang dipenuhi dengan teknologi canggih, internet, dan media sosial, hal itu membuat generasi ini mudah untuk berkomunikasi dan mencari informasi dengan jangkauan yang luas (salim, 2024).

Kehadiran media sosial telah memfasilitasi peredaran informasi tentang berbagai hal secara cepat dan luas kepada berbagai kalangan. Sejalan dengan kemajuan internet dan teknologi, terutama di perangkat ponsel cerdas yang berkembang pesat, pertumbuhan media sosial juga mengikuti perkembangan ini (Rabbani et al., 2024). Aplikasi digital yang dikenal sebagai media sosial, seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok dan lain-lain, berfungsi sebagai penghubung antar pengguna. Melalui media sosial, berbagai jenis informasi dapat didengar dan diterima secara langsung oleh orang-orang di berbagai belahan dunia (Tasya Kamilah et al., 2023).

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital telah memicu kekhawatiran di sebagian besar masyarakat, terutama di kalangan orang tua. Karena selama Januari hingga September 2020, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah memproses sekitar 1,3 juta konten negatif di internet (Perwirawati, 2023).

Di sisi lain, muncul fenomena menarik terkait Generasi Z di Indonesia, yaitu gerakan hijrah yang meliputi perubahan spiritual dan peningkatan kesadaran beragama. Gerakan hijrah di kalangan pemuda Generasi Z saat ini sedang berkembang pesat dan memiliki makna yang lebih dalam bagi mereka yang mengalaminya (Illanangingtyas & Retpitasari, n.d.). Ditengah populernya media sosial TikTok sebagai media hiburan generasi Z untuk mengikuti trend dance dan trend hiburan lainnya, belakangan ini, gerakan hijrah masih eksis, hal ini didukung oleh kehadiran tokoh-tokoh agama muda yang aktif di TikTok untuk menyampaikan dakwahnya.

TikTok saat ini menjadi fenomena baru dalam media sosial. TikTok merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh perusahaan ByteDance dari China. Aplikasi ini awalnya diluncurkan dengan nama Douyin pada September 2016. Dalam satu tahun, Douyin berhasil mencapai 100 juta pengguna dan video di platformnya diputar 1 miliar kali per hari dengan durasi 15 detik. Melihat popularitasnya yang meningkat pesat, Douyin kemudian berganti nama menjadi TikTok. TikTok yang saat ini banyak digunakan merupakan karya Yiming, seorang lulusan Teknik Perangkat Lunak dari Universitas Nankai yang membangun ByteDance sejak 2012 dan akhirnya merilis aplikasi ini (Musdalifah & Salisah, 2022).



Sumber : DataIndonesia.id

Pada Oktober 2023, jumlah pengguna aplikasi TikTok di Indonesia telah mencapai setidaknya 106.518.000 orang. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. Pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kalangan Gen Z. Berdasarkan data dari lembaga survei Jakpat, sebanyak 24% dari mayoritas Gen Z di Indonesia menjadikan aplikasi TikTok sebagai sumber informasi utama dalam kehidupan mereka (Rainer, 2024).

Selain konten hiburan, banyak konten dengan muatan dakwah mulai diunggah di TikTok. Berbagai pegiat dakwah, baik senior maupun da'i muda, memanfaatkan platform tersebut untuk berdakwah, menarik banyak pemirsa dan mendapat tanggapan positif (Addini, n.d.). Hal ini menunjukkan adanya peningkatan tren hijrah atau kembali ke ajaran agama Islam yang semakin populer di masyarakat. Tren ini dipengaruhi oleh banyaknya *public figure* dan tokoh agama yang menunjukkan perubahan perilaku melalui dakwah di era kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi dan internet telah mempercepat penyebaran tren hijrah, terutama di kalangan Generasi Z.

Fenomena ustadz populer di media sosial TikTok, seperti Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, menunjukkan peran besar media sosial dalam kegiatan berdakwah. Mereka telah membuktikan bahwa dakwah dapat bertahan dan berkembang di zaman modernisasi. Ustadz Hanan Attaki juga menjadi ustadz fenomenal, yang fokus berdakwah kepada anak muda. Fokus kajiannya pada anak muda telah mengantarkannya untuk mendirikan gerakan "Pemuda Hijrah" (Abdullah, n.d.). Salah satu hal menarik dari Ustadz Hanan Attaki adalah taglinenya: "banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa". Tagline ini mencerminkan pendekatan beliau dalam berdakwah yang berusaha memadukan kesenangan dan manfaat spiritual. Ustadz Hanan Attaki dapat dianggap sebagai prototipe penceramah modern yang mampu menjangkau kalangan remaja dan pemuda Islam, terutama di perkotaan (Priyanto, 2019).

Fenomenologi umumnya digunakan untuk memahami berbagai fenomena atau gejala sosial di masyarakat. Pendekatan ini semakin penting ketika diterapkan sebagai inti dari metode penelitian sosial, karena memungkinkan peneliti mengamati dan mengkaji pola perilaku individu sebagai aktor sosial. Fenomenologi berasal dari "*phenomenon*" (realitas yang tampak) dan "*logos*" (ilmu), didefinisikan sebagai ilmu yang bertujuan menjelaskan realitas yang tampak. Fenomenologi menghubungkan pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, serta asal pengalaman dan pengetahuan tersebut.

Alfred Schutz adalah ilmuwan sosial yang memberikan perhatian khusus pada fenomenologi dan mengaitkannya dengan ilmu sosial. Schutz dianggap sebagai salah satu perintis utama yang menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami berbagai fenomena di dunia. Menurut Schutz, dunia sosial bersifat intersubjektif dan penuh makna. Makna tindakan sosial identik dengan motif yang mendasarinya, yaitu motif "karena" (alasan masa lalu) dan motif "untuk" (tujuan tindakan) (Nindito, n.d.).

Penelitian ini melihat generasi Z sebagai pengguna TikTok yang memanfaatkan platform tersebut sebagai media informasi keagamaan dengan melihat konten Hanan Attaki. Pemanfaatan TikTok untuk dakwah memberikan potensi besar bagi pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang luas. Penelitian ini menarik untuk mengungkap tren dan pola hijrah di kalangan anak muda saat ini melalui kajian motif hijrah generasi Z pada akun TikTok @hanan_attaki_. Peneliti ingin menggali lebih dalam bagaimana motif generasi Z memilih akun tersebut sebagai media informasi dan belajar untuk menjalankan hijrah yang lebih dalam. Sebagai salah satu fenomena, motif hijrah yang dilakukan oleh generasi Z menjadi fokus utama dalam penelitian ini, dengan TikTok sebagai media yang berperan dalam membangun motif hijrah generasi Z.

Sejumlah penelitian-penelitian hampir sama dari segi tema yang diangkat dalam penulisan ini, tetapi ada perbedaan yang dilihat dengan berbagai pemahaman yang berbeda pula tentunya, diantaranya adalah: pertama, penelitian yang dipublikasi oleh Illanangingtyas dan Retpitasari yang berjudul Fenomena Hijrah Kekinian Generasi Z di Kota Kediri Ditinjau Dari Perspektif Teori Pilihan Rasional. Dalam penelitiannya generasi Z yang terlibat dalam proses hijrah cenderung mengikuti jalur kesadaran diri sebagai motivasi utama. Sebagai hasilnya, terjadi perubahan dalam atribut kebiasaan yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal cara berpakaian yang mencerminkan hijrah.

Artinya, hijrah yang dilakukan oleh generasi Z pada umumnya berawal dari kesadaran diri untuk berubah menjadi lebih baik, bukan semata-mata karena pengaruh eksternal. Perubahan ini kemudian tercermin dalam perubahan perilaku sehari-hari, salah satunya dalam hal berpakaian yang lebih Islami. Dapat

dikatakan bahwa motif hijrah pada generasi Z lebih bersifat intrinsik, berasal dari dalam diri mereka sendiri, dibandingkan motif eksternal lainnya.

Penelitian kedua diteliti oleh Nikita Nur Zulaecha, Hafidz, Biela Nanda Oktivibi Pertiwi, Husna Nashihin, dengan judul Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). dalam penelitiannya pemanfaatan media sosial (Instagram) oleh Ustadz Hanan Attaki sebagai dakwah digital di kalangan milenial memiliki beberapa aspek. Pertama, sebagai sarana penyiaran keagamaan. Kedua, sebagai akselerasi mobilitas dakwah Islam. Ketiga, sebagai media pendidik dan pemberian motivasi. Keempat, sebagai kegiatan kampanye media dakwah, aktivitas dakwah melalui Instagram dapat dianggap sebagai bentuk kampanye untuk menyebarkan ajaran Islam.

Melalui pemanfaatan platform media sosial ini, Ustadz Hanan Attaki dapat menjangkau khalayak milenial secara lebih efektif dan efisien, sehingga tujuan dakwah Islam dapat tercapai dengan optimal. Perbandingan antara dua penelitian terkait hijrah gen Z dan pemanfaatan media sosial oleh Hanan Attaki, adapun yang membedakan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya yakni peneliti akan mengkaji motif hijrah gen Z pada akun TikTok @hanan_attaki menggunakan studi fenomenologi Alfred Schutz.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan paradigma konstruktifis dengan pendekatan deskriptif dan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan atau menguraikan fenomena atau karakteristik yang ada secara sistematis. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan deskriptif (Moleong, n.d.). Penulis menggunakan metode kualitatif yang fokus pada pengamatan mendalam untuk mengkaji pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh generasi Z terkait penggunaan TikTok dan motif hijrah.

Penelitian ini cenderung menggunakan metode kualitatif karena pendekatan teori motif oleh Alfred Schutz bertujuan untuk memahami makna subjektif dan pengalaman individu secara mendalam. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali secara detil bagaimana generasi Z memahami dan memberikan makna terhadap pengalaman hijrah mereka melalui konten Ustadz Hanan Attaki di TikTok.

Penelitian ini berdasarkan kerangka konsep dapat diinterpretasikan bahwa adanya trend hijrah saat ini telah menjadi fenomena media sosial secara global, dengan masalah ini peneliti memfokuskan pada salah satu media sosial terpopuler bagi generasi Z yaitu TikTok @Hanan_Attaki_ yang memiliki berbagai

konten islami didalamnya. TikTok-Nya dapat memberikan beberapa dampak bagi generasi Z, salah satu dampaknya adalah hijrah. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana peran TikTok dalam membangun motif hijrah pada generasi Z dibutuhkan konsep komunikasi masa dengan teori fenomenologi agar dapat mengkaji *because-motive* dan *in-order-to-motive*, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang proses pengambilan keputusan dan motivasi partisipan dalam melakukan hijrah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi dan wawancara terhadap 9 informan yang terdiri dari 4 orang dengan demografi laki-laki dan 5 perempuan, sasaran narasumber pada penelitian ini adalah generasi Z yang mengikuti Tiktok Hanan Attaki dan melihat kajiannya, sertasedang menjalankan proses hijrahnya.

Proses hijrah dengan menonton konten ustad Hanan Attaki menjadi pilihannya. Hal ini diakibatkan adanya akun Tiktok Hanan Attaki yang menjadi rujukan dakwah. Ditelaah menggunakan teori fenomenologi Schutz, Motif gen Z melakukan hijrah dimula dengan adanya motif menggunakan platform Tiktok. *Because motive* gen Z menggunakan Tiktok karena platform tersebut memiliki algoritma rekomendasi yang memungkinkan mereka mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya.

Motif “karena” Menggunakan Tiktok

Motif "karena" adalah faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu, di mana tindakan tersebut tidak muncul begitu saja melainkan melalui proses pertimbangan berdasarkan tingkat pemahaman diri sendiri. Dalam kasus penggunaan platform Tiktok oleh generasi Z, motif mereka terbentuk setelah mengetahui bahwa Tiktok memiliki algoritma rekomendasi yang cepat dan tepat, sehingga dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk beraktivitas di media sosial. Algoritma FYP (For Your Page) di Tiktok dapat dengan cepat menyajikan konten-konten yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan penggunanya, termasuk konten-konten yang mendukung proses hijrah atau pengembangan diri. Kemudahan akses dan kecepatan algoritma Tiktok menjadi aspek penting yang membuat platform ini diminati oleh generasi Z. Selain itu, faktor tren dan ikut-ikutan di kalangan teman sebaya juga menjadi pendorong generasi Z untuk menggunakan Tiktok secara masif. Aspek hiburan dan kemampuan Tiktok dalam menyediakan beragam konten yang ringan dan menghibur juga menjadi salah satu faktor yang mendorong penggunaan platform ini oleh generasi Z.

Motif “Tujuan” Menggunakan Tiktok

Motif "tujuan" berkaitan dengan alasan seseorang melakukan suatu tindakan sebagai upaya menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa mendatang. Tindakan yang dilakukan oleh individu merupakan tindakan subjektif yang memiliki tujuan tertentu. Hal ini dilakukan agar tujuan yang ingin

dicapai dengan melakukan tindakan tersebut dapat tercapai.

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa generasi Z memiliki tujuan dalam menggunakan platform TikTok, salah satunya untuk mempermudah mencari informasi keagamaan seperti quotes islami, konten motivasi islam, dan konten dakwah ustaz Hanan Attaki yang dianggap relatable. Selain itu, generasi Z juga memanfaatkan TikTok untuk mencari dukungan dari akun-akun yang menyebarkan konten keagamaan, mengikuti pendakwah muda, dan termotivasi untuk konsisten menjalankan perubahan ke arah yang lebih baik.

TikTok menyediakan banyak konten inspiratif dan motivasi bagi penggunanya, termasuk konten-konten yang menceritakan kisah inspiratif atau memberikan pesan-pesan positif. Konten-konten viral tersebut dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi generasi Z dalam menjalani kehidupan yang lebih bermakna dan produktif. Selain aspek motivasi, generasi Z juga menggunakan TikTok untuk mencari dan mengakses konten-konten ilmu islami yang inspiratif, sebagai upaya untuk mempermudah proses hijrah dan memperoleh pengetahuan agama.

Motif “Karena” Melakukan Hijrah

Generasi Z terdorong untuk berhijrah karena dua alasan utama. Pertama, mereka berada dalam lingkungan yang sangat mendukung, seperti organisasi remaja masjid, keluarga, dan pertemanan yang aktif dalam kegiatan keagamaan positif. Lingkungan kondusif ini memberikan afirmasi dan dorongan bagi mereka untuk berhijrah, sehingga mereka merasa "berada di jalan kebaikan" dan terbentuk menjadi pribadi yang positif.

Alasan kedua adalah pencarian makna hidup. Banyak generasi Z digerakkan oleh rasa ingin tahu tentang makna hidup yang sesungguhnya. Bagi mereka, berhijrah tidak hanya untuk mendekatkan diri dengan Allah, tetapi juga untuk menemukan tujuan dan kebermaknaan hidup yang lebih jelas. Pengalaman sulit seperti stres, depresi, kegagalan, atau dilema justru dapat diatasi dengan hijrah, yang memberikan perspektif hidup yang lebih positif bagi mereka yang merasa kehilangan arah dan tujuan. Dengan didukung oleh lingkungan yang positif dan dorongan untuk mencari makna hidup yang lebih dalam, generasi Z terdorong untuk berhijrah sebagai upaya menuju kebaikan dan kebermaknaan.

Motif “Tujuan” Melakukan Hijrah

Generasi Z memiliki tujuan-tujuan mulia dalam melakukan hijrah, yang mencerminkan keinginan mereka untuk meningkatkan kualitas keimanan, mengembangkan akhlak yang baik, serta mencapai ketenangan jiwa dan batin.

Pertama, mereka ingin meningkatkan kualitas keimanan dengan menghayati ibadah dan bersyukur atas hidayah yang diberikan Allah. Mereka memahami bahwa semakin tinggi keimanan, semakin besar pula kenikmatan

yang dirasakan dalam beribadah dan menjalani hijrah. Memanfaatkan hidayah Allah juga dianggap sangat krusial, karena ia adalah anugerah yang harus dihargai. Kedua, generasi Z bertujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan akhlak yang baik. Mereka memahami bahwa akhlak yang baik sangat penting dan disukai Allah, serta membuat seseorang disenangi di manapun berada. Ketiga, mereka ingin mencapai ketenangan jiwa dan batin, yang diyakini dapat diperoleh melalui penguatan keimanan, peningkatan kesadaran diri, dan aktivitas-aktivitas yang menenangkan. Ketenangan jiwa dan batin merupakan anugerah berharga untuk mencapai kebahagiaan dan kedamaian dalam hidup.

Secara keseluruhan, tujuan-tujuan hijrah generasi Z mencerminkan motivasi yang sangat mulia dan sejalan dengan ajaran Islam, yakni peningkatan kualitas iman, akhlak, serta pencapaian ketenangan dan kebahagiaan.

KESIMPULAN

Generasi Z yang mengikuti konten Ustadz Hanan Attaki di TikTok memiliki tujuan jangka panjang untuk mencapai kebahagiaan dan ketenangan hidup di dunia dan akhirat melalui proses hijrah. Mereka melihat hijrah sebagai sarana untuk memperbaiki diri dan mencari makna hidup yang sebenarnya. Keinginan hijrah di kalangan generasi Z dilandasi oleh pengalaman spiritual, pengaruh lingkungan, dan kesadaran akan kebutuhan akan perubahan. Konten Ustadz Hanan Attaki di TikTok telah memicu refleksi diri dan kesadaran akan kondisi pribadi mereka saat ini, mendorong mereka untuk melakukan hijrah. Ustadz Hanan Attaki berperan sebagai significant other bagi generasi Z yang mengikuti kontennya, menjadi panutan, sumber inspirasi, dan pembimbing spiritual yang membantu membentuk motif dan pemahaman mereka tentang hijrah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, D. (n.d.). peran hanan attaki dalam membangun persepsi.

Addini, A. (n.d.). Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial.

Illananingtyas, T., & Retpitasari, E. (n.d.). Fenomena_Hijrah_Kekinian_Generasi_Z_DI_K.

Moleong. (n.d.). Metode Penelitian Kualitatif. 2016.

Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok sebagai Media Baru. Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, 12, 176-195. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>

Nindito, S. (n.d.). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 6 (2024) 3671 - 3679 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i6.4902

- Perwirawati, E. (2023). MENYIKAPI KONTEN NEGATIF PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK. In JURNAL KAGANGA (Vol. 7, Issue 1).
- Priyanto, D. (2019). Geliat Dakwah Ustadz Hanan Attaki: Inspiratif, Digemari dan Sedikit Politis. Islami.Co.
- Rabbani, F. K., Furkon Sukanda, U., Salsabil, L. S., Islam, U., Yusuf, S., & Abstract, T. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Disbudpar Kota Tangerang Terhadap Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Di Kota Tangerang (Survey Terhadap Followers @disbudpar_kotatng). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(8), 425–454. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11107369>
- Rainer, P. (2024). Sekali Akses TikTok, Mayoritas Gen Z Habiskan Lebih Dari 1 Jam. Data.Goodstats.Id.
- salim, M. (2024). Karakteristik Gen Z Indonesia dan Problematika di Era Digital, Ini Solusi dan Strategi Menghadapinya. Liputan 6.
- Tasya Kamilah, S., Adinyah Shoheh, P., Khairul Zain, M., & Suryandari, M. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. 1(1).