Respon Mahasiswa Generasi Z terhadap Informasi Kajian Islam di Instagram: Studi pada Akun @Info_Kajian_Aceh

Shiva Nazila Ferlian
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Email: *220401102@student.ar-raniry.ac.id*

Syukri Syamaun
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Email: *syukri.syamaun@ar-raniry.ac.id*

Ridwan M. Hasan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Email: *ridwan.hasan@ar-raniry.ac.id*

Abstract

The development of social media has transformed the dissemination of religious information, including through Instagram platforms. One of the accounts actively sharing information related to Islamic studies in Aceh is the Instagram account @info_kajian_aceh. This study aims to examine Generation Z's responses toward @info_kajian_aceh as a medium for disseminating information on Islamic studies. This research employed a descriptive qualitative approach using interviews, observations, and documentation as data collection techniques. The informants consisted of seven students from the Islamic Communication and Broadcasting Study Program at UIN Ar-Raniry, selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that Generation Z demonstrates positive responses toward the Instagram account @info_kajian_aceh, which are reflected in cognitive, affective, and conative aspects. In the cognitive aspect, the account contributes to increasing participants' knowledge regarding Islamic study activities. In the affective aspect, informants expressed feelings of interest, enthusiasm, and satisfaction toward the information provided. Meanwhile, in the conative aspect, the information encourages individuals to take concrete actions, such as following the account, saving posts, sharing information, and attending Islamic study sessions promoted through the account. Therefore, the Instagram account @info_kajian_aceh can be understood as an effective digital da'wah medium in fulfilling the religious information needs of Generation Z in the digital era.
Keywords: *Generation Z; Instagram; Digital Da'wah; Islamic Study Information; Audience Response.*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan dalam penyebaran informasi keagamaan, termasuk melalui platform Instagram. Salah satu akun yang aktif menyebarkan informasi kajian Islam di Aceh adalah akun Instagram @info_kajian_aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon Generasi Z terhadap akun Instagram @info_kajian_aceh sebagai media penyebaran informasi kajian Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian berjumlah tujuh orang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry yang termasuk dalam kelompok Generasi Z menunjukkan respons positif terhadap akun Instagram @info_kajian_aceh yang terlihat melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif. Pada aspek kognitif, akun tersebut mampu menambah pengetahuan informan mengenai informasi kajian Islam. Pada aspek afektif, informan menunjukkan perasaan senang, tertarik, dan antusias terhadap informasi yang disajikan. Sementara itu, pada aspek konatif, informan terdorong untuk melakukan tindakan nyata seperti mengikuti akun, menyimpan unggahan, membagikan informasi, serta menghadiri kajian yang dipublikasikan. Dengan demikian, akun Instagram @info_kajian_aceh dapat dipahami sebagai media dakwah digital yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi keagamaan Generasi Z khususnya mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry di era digital.
Kata Kunci: *Generasi Z; Instagram; Dakwah Digital; Informasi Kajian Islam; Respon Khalayak.*

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik penyampaian dakwah Islam. Media sosial kini berfungsi sebagai ruang komunikasi baru yang memungkinkan pertukaran informasi berlangsung secara cepat, luas, dan interaktif. Dalam konteks ini, generasi muda, khususnya Generasi Z, menjadi kelompok yang paling intens memanfaatkan media digital sebagai sumber informasi, termasuk dalam memperoleh informasi kegiatan dan kajian keislaman. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, sehingga memiliki kedekatan yang kuat dengan media digital. Mereka cenderung mampu mengakses informasi dengan cepat serta memiliki sikap selektif dan kritis dalam menerima pesan. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi kegiatan keagamaan dan kajian keislaman yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Di antara berbagai platform digital, Instagram menjadi salah satu media yang cukup dominan karena mengandalkan kekuatan visual, interaksi pengguna, serta kemudahan dalam distribusi konten.[1]

Perkembangan tersebut menunjukkan adanya pergeseran pendekatan dakwah dari konvensional menuju dakwah berbasis digital sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan zaman. Informasi mengenai jadwal kajian yang sebelumnya banyak disampaikan melalui pengumuman di masjid, spanduk, atau penyebaran manual kini mulai beralih ke media sosial, khususnya Instagram. Perubahan tersebut menunjukkan adanya penyesuaian metode penyebaran informasi keagamaan terhadap pola konsumsi media Generasi Z yang lebih dekat dengan platform digital.[2]

Berbagai studi menunjukkan bahwa keberhasilan penyampaian dakwah di media sosial dipengaruhi oleh penggunaan bahasa yang sederhana, tampilan visual yang menarik, serta interaksi yang aktif antara penyampai pesan dan audiens. Selain itu, Generasi Z cenderung lebih menyukai konten yang bersifat informatif, ringkas, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan keislaman perlu disesuaikan dengan preferensi dan pola konsumsi media generasi tersebut agar dapat diterima secara efektif.

Dalam konteks lokal, akun Instagram @info_kajian_aceh menjadi salah satu media dakwah digital yang cukup populer di kalangan mahasiswa, khususnya di lingkungan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Akun ini secara konsisten membagikan informasi mengenai kegiatan kajian Islam dengan gaya penyampaian yang mengikuti tren media sosial. Keberadaannya berfungsi sebagai media penyebaran informasi kajian Islam yang memudahkan mahasiswa memperoleh informasi mengenai jadwal kajian, lokasi, waktu pelaksanaan, serta penceramah yang akan hadir.[3]

---

[1]F. Nurrahmi and P. Farabuana, "Efektivitas Dakwah Melalui Instagram," *Nyimak: Journal of Communication* 4, no. 1 (2020): 1–16, https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2324.

[2]Puput Puji Lestari, "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial," *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 45, https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1

[3]Dewi, M. S. R., "Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)," *Research Fair Unisri* 3, no. 1 (2019).

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah dan kaitannya dengan Generasi Z. Nurrahmi dan Farabuana, misalnya, mengkaji efektivitas akun Instagram Pemuda Hijrah dalam menyampaikan pesan dakwah melalui konten video dan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, motivasi, serta perubahan perilaku keagamaan informan. Sementara itu, Jasafat dkk. mengkaji strategi dakwah lintas generasi di Aceh dan menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan membentuk pemahaman keislaman melalui media sosial dan dakwah digital.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan pentingnya media digital dalam penyampaian pesan keagamaan, tetapi belum secara khusus mengkaji respons mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry terhadap akun Instagram lokal yang berfungsi sebagai media penyebaran informasi kegiatan kajian Islam. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan pada konteks yang lebih spesifik, yaitu akun @info_kajian_aceh sebagai media penyampaian informasi mengenai jadwal, tema, pemateri, waktu, dan lokasi kajian Islam. Fokus tersebut memungkinkan penelitian ini melihat bukan hanya keberadaan dakwah di media sosial, tetapi bagaimana informasi kegiatan kajian diterima, dipahami, dirasakan, dan ditindaklanjuti oleh mahasiswa KPI yang menjadi informan penelitian.

Penelitian ini menganalisis respons mahasiswa terhadap informasi kajian Islam melalui tiga aspek gejala jiwa, yaitu cipta, rasa, dan karsa. Aspek cipta berkaitan dengan kemampuan individu dalam menerima dan memahami informasi. Aspek rasa berkaitan dengan perasaan, ketertarikan, dan penilaian individu terhadap informasi yang diterima. Sementara itu, aspek karsa berkaitan dengan dorongan atau kecenderungan individu untuk melakukan tindakan setelah menerima dan memberikan penilaian terhadap suatu informasi. Melalui ketiga aspek tersebut, penelitian ini berupaya memahami respons mahasiswa terhadap informasi kajian Islam yang disebarkan melalui akun Instagram @info_kajian_aceh.

Oleh sebab itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana audiens, khususnya Generasi Z mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Ar- Raniry, merespons dan memaknai konten kajian islam di media sosial. Kajian ini penting tidak hanya untuk menilai efektivitas penyampaian pesan keislaman, tetapi juga sebagai dasar dalam merumuskan strategi dakwah digital yang lebih sesuai dengan karakteristik audiens.

Penelitian ini berfokus pada respons mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry yang termasuk dalam kelompok Generasi Z terhadap akun Instagram @info_kajian_aceh sebagai media penyebaran informasi kajian Islam. Pemilihan mahasiswa KPI sebagai informan didasarkan pada keterkaitan mereka dengan bidang komunikasi dan dakwah serta penggunaan media sosial dalam memperoleh informasi keagamaan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menggambarkan respons Generasi Z secara keseluruhan, tetapi secara khusus menggambarkan pengalaman dan pandangan mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry sebagai bagian dari Generasi Z dalam memanfaatkan akun tersebut sebagai sumber informasi kajian Islam. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengetahui bagaimana akun @info_kajian_aceh dimanfaatkan mahasiswa sebagai media memperoleh informasi kajian Islam di era digital serta faktor-

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

faktor yang memengaruhi respon audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian dakwah digital, khususnya dalam memahami dinamika resepsi audiens terhadap pesan keagamaan di era media sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam respon mahasiswa Generasi Z terhadap informasi kajian Islam yang disebarkan melalui akun Instagram @info_kajian_aceh. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terkait pengalaman, penafsiran, serta sikap informan terhadap fenomena yang diteliti.[4]

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Informan penelitian terdiri atas tujuh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan informan dalam penggunaan Instagram serta pengalaman mereka dalam mengakses informasi kajian Islam melalui akun @info_kajian_aceh. Pemilihan mahasiswa KPI didasarkan pada kesesuaian konteks penelitian dengan bidang komunikasi dan dakwah yang mereka pelajari. Namun, karakteristik tersebut juga menjadi batasan penelitian karena informan berasal dari satu program studi sehingga temuan penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan kepada seluruh Generasi Z. Penentuan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa KPI yang aktif menggunakan Instagram dan pernah mengakses konten pada akun @Info_Kajian_Aceh. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini berkisar antara 6 hingga 8 orang yang dinilai mampu memberikan data yang relevan dan mendalam.

Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang merupakan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.[5] Adapun kriteria tersebut meliputi mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry yang mengikuti akun Instagram @info_kajian_aceh dan pernah mengakses informasi kajian yang dipublikasikan melalui akun tersebut.

Pemilihan mahasiswa KPI sebagai informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai media komunikasi, khususnya media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Selain itu, mahasiswa KPI juga termasuk dalam kategori Generasi Z yang aktif menggunakan Instagram dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dianggap relevan untuk memberikan informasi terkait respon terhadap akun @info_kajian_aceh.

[4] A. Sholikhah, "Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif," *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 2 (2016): 342–362.
[5] Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 26320-26332.

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Informan	Jenis Kelamin	Semester	Akun Instagram
1	Perempuan	**8**	**@irzaask_**
2	Perempuan	**6**	**@nhrizaa_**
3	Perempuan	**6**	**@dilasadissa._**
4	Perempuan	**6**	**@ayulaastarii_**
5	Laki laki	**2**	**@anwarariiajii**
6	Laki laki	**8**	**@putrikraam**
7	Laki laki	**8**	**@tm_akhsanul**
8	Laki laki	**4**	**@hdeeaja**

Sumber: Data hasil penelitian, 2026.

Berdasarkan tabel tersebut, informan penelitian terdiri atas mahasiswa laki-laki dan perempuan yang berada pada semester empat hingga delapan. Variasi karakteristik informan tersebut memberikan sudut pandang yang beragam mengenai penggunaan akun Instagram @info_kajian_aceh sebagai media penyebaran informasi kajian Islam. Seluruh informan diketahui pernah melihat dan memanfaatkan informasi yang dipublikasikan oleh akun tersebut, sehingga data yang diperoleh dianggap sesuai dengan tujuan penelitian

Objek penelitian ini difokuskan pada respon mahasiswa terhadap penyebaran informasi kajian Islam melalui akun Instagram @info_kajian_aceh. Respon tersebut dikaji melalui tiga dimensi, yaitu kognitif yang berkaitan dengan pemahaman informan terhadap informasi kajian yang disampaikan, afektif yang berhubungan dengan sikap dan perasaan terhadap konten, serta konatif yang mencerminkan kecenderungan perilaku setelah mengakses konten tersebut.[6] Objek penelitian ini difokuskan pada respons mahasiswa terhadap penyebaran informasi kajian Islam melalui akun Instagram @info_kajian_aceh. Respons tersebut dianalisis melalui tiga aspek gejala jiwa, yaitu cipta, rasa, dan karsa. Aspek cipta digunakan untuk melihat bagaimana informan menerima dan memahami informasi kajian yang disampaikan. Aspek rasa digunakan untuk memahami perasaan, ketertarikan, dan penilaian informan terhadap informasi maupun penyajian konten. Sementara itu, aspek karsa digunakan untuk melihat kecenderungan atau tindakan informan setelah memperoleh informasi dari akun @info_kajian_aceh.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai respon informan terhadap konten yang mereka konsumsi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas informan dalam mengakses serta berinteraksi dengan konten

[6]R. Hidayah, *Persepsi dan Respon Generasi Z terhadap Model Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Studi Kasus Sharing Time Gwenchanayo)* (doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025).

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Instagram. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa tangkapan layar, arsip konten, serta materi lain yang relevan dengan penelitian.[7]

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara terus-menerus sejak pengumpulan data hingga diperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai respon mahasiswa terhadap informasi kajian keislaman pada akun Instagram yang diteliti.[8]

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun metode, dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

C. Pembahasan

Gambaran Umum Akun Instagram @info_kajian_aceh

Akun Instagram @info_kajian_aceh merupakan salah satu media informasi digital yang berfokus pada penyebaran informasi kegiatan kajian Islam di Aceh. Akun ini mulai aktif sejak tahun 2023 dan hingga penelitian ini dilakukan telah memiliki sekitar 3.758 pengikut (followers). Kehadiran akun tersebut dinilai mampu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan informan penelitian, khususnya mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry yang termasuk dalam kelompok Generasi Z.[9] Logo @Info_Kajian_Aceh berbentuk lingkaran dengan latar belakang putih. Pada bagian tengah logo terdapat ilustrasi kubah Masjid Nabawi berwarna hijau yang dilengkapi dengan menara. Ilustrasi tersebut dikelilingi oleh ornamen geometris berbentuk bintang dengan garis berwarna hijau, yang memberikan kesan identitas Islami pada logo. Pada bagian bawah ilustrasi terdapat tulisan "*Info Kajian Aceh*" dengan warna hijau, sedangkan di bawahnya tercantum tulisan "*Banda Aceh Dan Sekitarnya*" berwarna hitam. Secara keseluruhan, penggunaan warna hijau, ilustrasi Masjid Nabawi, dan ornamen geometris memperlihatkan identitas akun sebagai media yang berfokus pada penyebaran informasi kegiatan kajian Islam di wilayah Banda Aceh dan sekitarnya.

Konten yang dipublikasikan oleh akun @info_kajian_aceh umumnya berupa informasi kajian dakwah yang diselenggarakan secara daring *(online)* maupun luring *(offline)*. Informasi yang disajikan mencakup tema kajian, nama pemateri, jadwal pelaksanaan, lokasi kegiatan, serta media yang digunakan dalam pelaksanaan kajian. Penyajian informasi tersebut dilakukan melalui berbagai fitur Instagram, seperti unggahan poster digital, *story*, dan konten informatif lainnya.

---

[7]Mudjia Rahardjo, *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*, disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2011, http://repository.uin-malang.ac.id/1123/

[8]Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. ke-3 (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014).

[9]Nafisah, Y. F., & Jannah, M. *Penggunaan media sosial pada Generasi Z*. Character Jurnal Penelitian Psikologi, *11*(2) (2024), 705-713.

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Keberadaan akun @info_kajian_aceh menunjukkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi keislaman yang lebih efektif dan mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah dan informasi keagamaan sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin dekat dengan kehidupan Generasi Z[10]. Melalui akun ini, informasi mengenai kegiatan kajian dapat diterima secara cepat, praktis, dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Sejalan dengan itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam penyebaran informasi keagamaan dan peningkatan pemahaman keislaman di kalangan generasi muda.

Respon Kognitif Generasi Z terhadap Akun Instagram @info_kajian_aceh

Respon kognitif berkaitan dengan aspek pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran informan terhadap informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @info_kajian_aceh.[11] Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada tujuh informan, seluruh informan mengetahui keberadaan akun tersebut sebagai media yang menyediakan informasi mengenai kegiatan kajian Islam di Aceh.

Mayoritas informan menyatakan bahwa akun @info_kajian_aceh membantu mereka memperoleh informasi terkait jadwal kajian, tema kajian, nama pemateri, waktu pelaksanaan, serta lokasi kegiatan secara lebih mudah dan cepat. Informasi yang disajikan dalam satu unggahan dinilai memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi tanpa harus mencarinya dari berbagai sumber.Sebagaimana disampaikan oleh Informan 1:

> *"Saya mengetahui akun @info_kajian_aceh sebagai akun yang sering membagikan informasi kajian. Informasi yang diberikan cukup lengkap, mulai dari jadwal, lokasi, hingga pemateri kajian."*

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Informan 3 yang menyatakan bahwa akun tersebut membantu dalam memperoleh informasi mengenai berbagai kajian yang diselenggarakan di Banda Aceh. Menurut informan, informasi yang dipublikasikan mudah dipahami karena memuat unsur-unsur penting yang dibutuhkan peserta kajian. Selain itu, Informan 5 mengungkapkan bahwa keberadaan akun @info_kajian_aceh memudahkan dirinya dalam mengetahui kegiatan kajian yang sesuai dengan kebutuhan tanpa harus mencari informasi melalui media lain. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut berfungsi sebagai sumber informasi keagamaan yang efektif bagi mahasiswa.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa akun Instagram @info_kajian_aceh mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada Generasi Z mengenai berbagai kegiatan kajian Islam yang tersedia di Aceh. Informasi yang disajikan secara terstruktur dan mudah diakses melalui media sosial membantu informan dalam memperoleh informasi keagamaan secara lebih praktis.

[10]Suriati, S., Suriyati, S., Muhlis, M., Musliadi, M., & Imran, *M. Komunikasi Dakwah Islam Untuk Generasi Z. Retorika:* Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, *8*(1), (2026). 1-13.

[11]Di Sriwulan, S. A. Y. U. N. G., & Lestari, L. N. *Analisis Teori Respon Kognitif Dalam Komunikasi Risiko.*

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Respon Afektif Generasi Z terhadap Akun Instagram @info_kajian_aceh

Respon afektif berkaitan dengan perasaan, sikap, minat, dan ketertarikan informan terhadap informasi yang disajikan melalui akun Instagram @info_kajian_aceh. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan respon positif terhadap keberadaan akun tersebut. Informan menilai bahwa akun @info_kajian_aceh memberikan manfaat dalam mempermudah akses terhadap informasi kajian Islam yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Mayoritas informan mengungkapkan bahwa mereka merasa terbantu dengan adanya akun tersebut karena informasi yang disampaikan mudah diperoleh dan dapat diakses kapan saja melalui media sosial Instagram. Selain itu, akun @info_kajian_aceh dianggap mampu memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi keagamaan tanpa harus mencari dari berbagai sumber yang berbeda. Sebagaimana disampaikan oleh Informan 2:

> *"Menurut saya akun ini sangat bermanfaat karena memudahkan saya mendapatkan informasi kajian dengan cepat. Informasi yang diberikan juga cukup lengkap dan mudah dipahami."*

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Informan 5 yang mengaku lebih tertarik mencari informasi kajian melalui Instagram karena dinilai lebih praktis dan sesuai dengan kebiasaan penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z. Meskipun demikian, tidak semua informan memberikan tanggapan yang sepenuhnya sama. Informan 6 dan Informan 7 mengakui bahwa akun @info_kajian_aceh memiliki manfaat yang besar dalam penyebaran informasi kajian, namun keduanya menilai masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan, terutama pada tampilan visual dan variasi konten yang disajikan. Sebagaimana disampaikan oleh Informan 6:

> *"Informasinya sangat membantu, tetapi menurut saya desain postingannya masih cukup sederhana sehingga kurang menarik perhatian pengguna Instagram."*

Hal serupa juga diungkapkan oleh Informan 7 yang berpendapat bahwa penggunaan konten yang lebih variatif, seperti video singkat atau desain yang lebih modern, dapat meningkatkan daya tarik akun tersebut bagi kalangan Generasi Z.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan memiliki respon afektif yang positif terhadap akun Instagram @info_kajian_aceh. Kehadiran akun tersebut dinilai mampu memberikan manfaat dan kemudahan dalam memperoleh informasi kajian Islam. Namun demikian, beberapa informan juga memberikan masukan terkait pengembangan desain visual dan variasi konten agar penyampaian informasi dapat menjadi lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pengguna media sosial saat ini.

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Respon Konatif Generasi Z terhadap Akun Instagram @info_kajian_aceh

Respon konatif berkaitan dengan tindakan atau perilaku yang dilakukan informan setelah menerima informasi dari akun Instagram @info_kajian_aceh. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menunjukkan adanya tindakan nyata setelah mengakses informasi yang dipublikasikan oleh akun tersebut. Tindakan tersebut berupa menghadiri kajian, mengikuti perkembangan informasi kajian, menyimpan unggahan, hingga membagikan informasi kepada orang lain.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informasi yang disajikan oleh akun @info_kajian_aceh tidak hanya memberikan pengetahuan dan ketertarikan kepada informan, tetapi juga mendorong mereka untuk melakukan tindakan tertentu. Beberapa informan mengaku pernah menghadiri kajian setelah memperoleh informasi melalui akun tersebut. Selain itu, terdapat informan yang secara rutin mengikuti unggahan akun untuk mengetahui jadwal kajian terbaru. Sebagaimana disampaikan oleh Informan 1:

> *"Saya pernah menghadiri beberapa kajian setelah melihat informasi yang diposting oleh akun @info_kajian_aceh. Informasi yang diberikan cukup jelas sehingga memudahkan saya untuk mengikuti kegiatan tersebut."*

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Informan 4 yang mengaku pernah mengikuti kajian yang diinformasikan melalui akun tersebut karena informasi yang disajikan dianggap lengkap dan sesuai dengan kebutuhan. Selain menghadiri kajian, beberapa informan juga melakukan tindakan lain seperti menyimpan dan membagikan unggahan kepada teman atau kerabat. Informan 3 mengungkapkan bahwa dirinya sering membagikan informasi kajian yang dianggap bermanfaat kepada teman-teman agar mereka juga mengetahui kegiatan tersebut.

> *"Jika ada kajian yang menarik, biasanya saya membagikan postingannya kepada teman-teman agar mereka juga bisa ikut hadir."*

Sementara itu, Informan 2, Informan 6, dan Informan 7 mengaku tetap mengikuti perkembangan akun @info_kajian_aceh secara rutin untuk memperoleh informasi kajian terbaru. Meskipun terdapat beberapa masukan terkait desain dan variasi konten, mereka tetap menjadikan akun tersebut sebagai salah satu sumber utama informasi kajian Islam di media sosial. Berdasarkan temuan tersebut, dapat diketahui bahwa akun Instagram @info_kajian_aceh tidak hanya berperan sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga mampu mendorong munculnya tindakan nyata dari para pengikutnya. Hal ini terlihat dari keterlibatan informan dalam menghadiri kajian, menyimpan informasi, membagikan unggahan, serta mengikuti perkembangan akun secara berkelanjutan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun @info_kajian_aceh memiliki pengaruh terhadap perilaku informan dalam mengakses dan mengikuti kegiatan kajian Islam.

Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora
Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

D. Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram **@info_kajian_aceh** mendapat respons yang cenderung positif dari tujuh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry yang menjadi informan penelitian. Respons tersebut terlihat melalui tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa informan tidak hanya memperoleh informasi mengenai kegiatan kajian Islam, tetapi juga memberikan penilaian terhadap informasi yang disajikan serta menunjukkan tindakan setelah menerima informasi dari akun tersebut. Meskipun demikian, respons informan tidak sepenuhnya sama. Beberapa informan memberikan perhatian terhadap aspek visual dan variasi konten yang dinilai masih dapat dikembangkan. Oleh karena informan penelitian berasal dari satu program studi, temuan ini dipahami berdasarkan pengalaman mahasiswa KPI yang menjadi informan dan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh Generasi Z.

Pada aspek kognitif, sebagian besar informan menyatakan bahwa akun @info_kajian_aceh memberikan tambahan pengetahuan mengenai berbagai kegiatan kajian Islam, mulai dari jadwal pelaksanaan, tema kajian, lokasi kegiatan, hingga informasi mengenai pemateri yang akan mengisi kajian tersebut. Informasi yang dipublikasikan melalui akun ini dinilai mampu membantu mahasiswa memperoleh akses terhadap kegiatan keagamaan yang sebelumnya belum mereka ketahui. Kemudahan dalam memperoleh informasi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, khususnya Generasi Z yang memiliki kedekatan dengan teknologi digital.[12]

Temuan ini sejalan dengan pandangan Nasrullah, yang menyatakan bahwa media sosial merupakan ruang komunikasi baru yang memungkinkan proses pertukaran informasi berlangsung secara cepat, luas, dan interaktif.[13] Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media penyebaran informasi keagamaan yang dapat menjangkau audiens secara lebih luas.

Pada aspek afektif, mayoritas informan menunjukkan respon positif terhadap keberadaan akun @info_kajian_aceh. Informan merasa terbantu karena informasi yang disajikan mudah diperoleh, praktis, serta sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai pengguna aktif media sosial. Selain itu, penyajian informasi melalui Instagram dinilai lebih dekat dengan karakteristik Generasi Z khususnya mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry yang cenderung mengandalkan platform digital dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa akun Instagram @info_kajian_aceh sebagai media dakwah karena mampu menghadirkan komunikasi yang interaktif, mudah diakses, serta dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Hal tersebut terlihat dari kemampuan akun @info_kajian_aceh dalam menumbuhkan ketertarikan, rasa senang, serta antusiasme mahasiswa terhadap informasi kajian Islam yang dipublikasikan.

[12]Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. *Generasi Z Dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z Di Era Digital.* Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis), *3*(1), (2025), 323-331.

[13]Nasrullah, R. Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. (2015).

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Namun, respons informan pada aspek afektif tidak sepenuhnya sama. Informan 6 menilai bahwa desain unggahan masih cukup sederhana sehingga kurang menarik perhatian pengguna Instagram. Sementara itu, Informan 7 menyarankan adanya variasi konten, seperti penggunaan video singkat dan desain yang lebih modern. Temuan ini menunjukkan bahwa kelengkapan informasi dan daya tarik penyajian merupakan dua hal yang berbeda. Informasi yang lengkap dapat memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi belum tentu membuat seluruh pengguna tertarik terhadap tampilan konten yang disajikan.

Dengan demikian, respons positif informan terhadap @info_kajian_aceh terutama berkaitan dengan manfaat dan kemudahan memperoleh informasi. Di sisi lain, aspek visual masih menjadi bagian yang dapat dikembangkan. Dalam penggunaan Instagram sebagai media informasi kajian, fungsi informatif membantu pengguna memperoleh pengetahuan, sedangkan penyajian visual dapat mendukung munculnya perhatian dan ketertarikan terhadap konten. Oleh karena itu, kedua aspek tersebut perlu diperhatikan secara bersamaan dalam penyampaian informasi melalui media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyebaran pesan keagamaan melalui media digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh cara penyajian pesan yang sesuai dengan preferensi audiens.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Jasafat dkk. yang menjelaskan bahwa Generasi Z di Aceh cenderung memperoleh pemahaman keislaman melalui media sosial dan platform dakwah digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penyampaian dakwah yang memadukan nilai-nilai keislaman dengan media digital lebih mudah diterima oleh Generasi Z karena sesuai dengan karakteristik mereka sebagai generasi yang akrab dengan teknologi. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini, di mana akun Instagram @info_kajian_aceh dinilai mampu menjadi media yang efektif dalam menyebarkan informasi kajian Islam serta mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan melalui kemudahan akses informasi yang disediakan.[14]

Pada aspek konatif, informan menunjukkan beberapa tindakan setelah memperoleh informasi dari akun **@info_kajian_aceh**. Tindakan tersebut antara lain mengikuti akun, menyimpan unggahan, membagikan informasi kepada teman, mengikuti perkembangan informasi kajian, serta menghadiri kajian yang informasinya diperoleh melalui akun tersebut. Informan 1, misalnya, menyatakan pernah menghadiri beberapa kajian setelah mendapatkan informasinya melalui akun @info_kajian_aceh. Informan 3 juga menyampaikan bahwa informasi kajian yang dianggap bermanfaat dibagikan kepada teman agar mereka dapat mengetahui kegiatan tersebut.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh akun tidak hanya berhenti pada tahap pengetahuan. Informasi tersebut dapat mendorong informan untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan kegiatan kajian Islam. Dengan demikian, akun @info_kajian_aceh memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar menyampaikan informasi karena informasi yang diterima dapat menjadi pertimbangan bagi informan untuk mengikuti kegiatan keagamaan.

[14] Jasafat, J., Furqany, S., Balqis, S., Syamaun, S., & Hasan, R. M. *A Cross-Generational Da'wah Strategy for Fostering an Understanding of Islam Among Generation Y and Generation Z in Aceh*. *Kalijaga Journal of Communication, 8*(1), (2026), 207–222. https://doi.org/10.14421/kjc.81.10.2026

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Meskipun demikian, kritik mengenai tampilan visual yang disampaikan Informan 6 dan 7 juga perlu diperhatikan dalam melihat respons konatif. Kedua informan tetap menganggap akun tersebut bermanfaat, tetapi memberikan saran mengenai perbaikan desain dan variasi konten. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat dan kelengkapan informasi menjadi alasan penting bagi informan untuk tetap menggunakan akun tersebut, sedangkan aspek visual merupakan bagian yang masih dapat ditingkatkan. Dengan kata lain, kekurangan pada tampilan visual belum menghilangkan manfaat informasi bagi informan yang memang membutuhkan informasi kajian. Akan tetapi, berdasarkan masukan informan, peningkatan kualitas desain dan variasi konten dapat menjadi upaya untuk meningkatkan perhatian dan keterlibatan pengguna terhadap informasi yang disampaikan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Hidayah, yang menemukan bahwa Generasi Z menunjukkan respon positif terhadap model dakwah berbasis media digital melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa media digital tidak hanya memberikan pengetahuan baru kepada audiens, tetapi juga mampu membangun ketertarikan emosional serta mendorong partisipasi dalam aktivitas keagamaan.[15] Temuan tersebut sejalan dengan penelitian ini, di mana mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry tidak hanya memperoleh informasi mengenai kajian Islam melalui akun @info_kajian_aceh, tetapi juga menunjukkan ketertarikan dan keterlibatan aktif dalam mengikuti berbagai kegiatan kajian yang dipublikasikan.

Dengan demikian, akun Instagram @info_kajian_aceh dapat dipahami sebagai salah satu bentuk media dakwah digital yang mampu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan Generasi Z khususnya mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry. Kehadiran akun tersebut menunjukkan adanya adaptasi metode dakwah terhadap perkembangan teknologi komunikasi, sehingga penyebaran informasi kajian Islam dapat dilakukan secara lebih luas, cepat, serta sesuai dengan karakteristik generasi muda di era digital.

Keterkaitan Temuan dengan Penelitian Terdahulu

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki persamaan sekaligus perbedaan. Penelitian Nurrahmi dan Farabuana (2020) menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media penyampaian dakwah dan dapat memberikan pengaruh terhadap pemahaman serta perilaku informan. Sementara itu, Hidayah (2025) menemukan adanya respons positif Generasi Z terhadap model dakwah melalui media digital berdasarkan aspek kognitif, afektif, dan konatif. Jasafat dkk. (2026) juga menunjukkan pentingnya strategi dakwah digital dalam menjangkau Generasi Z di Aceh.

Penelitian ini melengkapi penelitian tersebut dengan memberikan perhatian khusus pada akun Instagram lokal @info_kajian_aceh sebagai media penyebaran informasi kegiatan kajian Islam. Fokus penelitian bukan hanya pada penyampaian materi dakwah, tetapi pada bagaimana akun tersebut membantu pengguna memperoleh informasi praktis mengenai jadwal, tema, pemateri, waktu, dan lokasi kajian. Dengan demikian, Instagram

[15] Hidayah, R. (2025). *Persepsi dan Respon Generasi Z Terhadap Model Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Studi Kasus Sharing Time Gwenchanayo)* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). http://etheses.uingusdur.ac.id/15350/1/3420077_Cover_Bab%20I%20dan%20Bab%20V.pdf

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

dapat berfungsi sebagai sarana yang menghubungkan pengguna dengan kegiatan keagamaan secara lebih mudah.

Selain itu, penelitian ini menemukan adanya perbedaan antara manfaat informasi dan daya tarik visual. Sebagian besar informan menilai informasi yang diberikan bermanfaat dan mudah diperoleh, tetapi Informan 6 dan 7 memberikan masukan mengenai desain serta variasi konten. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi kajian melalui media sosial tidak hanya berkaitan dengan kelengkapan isi informasi, tetapi juga dengan cara informasi tersebut disajikan kepada pengguna.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian dakwah digital dengan menggambarkan pengalaman mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry dalam memanfaatkan akun Instagram lokal sebagai sumber informasi kajian Islam. Kontribusi tersebut terutama terlihat pada konteks lokal penelitian dan fungsi informasional akun, serta pada temuan bahwa kelengkapan informasi dapat mendorong pemahaman dan tindakan pengguna, sementara kualitas penyajian visual masih menjadi aspek yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan ketertarikan terhadap konten.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry yang menjadi informan memberikan respons positif terhadap informasi kajian Islam yang diperoleh melalui akun Instagram @Info_Kajian_Aceh. Respons tersebut terlihat melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif yang dapat dipahami melalui keterkaitannya dengan tiga aspek gejala jiwa, yaitu cipta, rasa, dan karsa.

Pada aspek kognitif yang berkaitan dengan cipta, informan memperoleh dan memahami informasi mengenai kegiatan kajian Islam, meliputi jadwal, tema, waktu, lokasi, dan pemateri. Informasi tersebut membantu informan mengetahui kegiatan kajian yang sebelumnya belum mereka ketahui.Pada aspek afektif yang berkaitan dengan rasa, informan menunjukkan perasaan dan penilaian positif terhadap informasi yang diperoleh. Informan merasa senang, tertarik, dan terbantu karena informasi kajian dapat diakses dengan mudah. Namun, beberapa informan memberikan tanggapan mengenai tampilan visual dan variasi konten yang masih dapat dikembangkan agar penyajian informasi lebih menarik.

Pada aspek konatif yang berkaitan dengan karsa, informasi yang diperoleh mendorong informan melakukan tindakan tertentu, seperti mengikuti akun, menyimpan unggahan, membagikan informasi kepada teman, mengikuti perkembangan informasi kajian, serta menghadiri kegiatan kajian yang diketahui melalui akun tersebut. Dengan demikian, respons mahasiswa terhadap informasi kajian Islam melalui akun @Info_Kajian_Aceh tidak hanya terlihat dari pengetahuan dan pemahaman terhadap informasi yang diterima, tetapi juga dari perasaan dan penilaian terhadap informasi serta tindakan yang dilakukan setelah memperoleh informasi tersebut. Temuan penelitian ini menggambarkan pengalaman tujuh mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry sebagai informan penelitian dan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh Generasi Z.

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

F. Daftar Rujukan

A . Sholikhah, Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif, *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 2 (2016), 342–362.

Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 26320-26332.

Azis, I. *Hubungan Intensitas Mengakses Pesan Dakwah Pada Aplikasi Instagram Dengan Ketenangan Jiwa Mahasiswa BKI IAIN Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE). 2025.

Dewi, M. S. R., *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam),* Research Fair Unisri 3, no. 1 (2019).

Di Sriwulan, S. A. Y. U. N. G., & Lestari, L. N. *Analisis Teori Respon Kognitif Dalam Komunikasi Risiko*.

Hidayah, R. Persepsi dan Respon Generasi Z Terhadap Model Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Studi Kasus Sharing Time Gwenchanayo) (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan) 2025. http://etheses.uingusdur.ac.id/15350/1/3420077_Cover_Bab%20I%20dan%20Bab%20V.pdf

Jasafat, J., Furqany, S., Balqis, S., Syamaun, S., & Hasan, R. M. *A Cross-Generational Da'wah Strategy for Fostering an Understanding of Islam Among Generation Y and Generation Z in Aceh. Kalijaga Journal of Communication,* *8*(1) 2026, 207–222. https://doi.org/10.14421/kjc.81.10.2026

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. ke-3 (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014).

Mudjia Rahardjo, *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*, disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2011, http://repository.uin-malang.ac.id/1123/

Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). *Penggunaan media sosial pada Generasi Z*. Character Jurnal Penelitian Psikologi, *11*(2), 705-713.

Nasrullah, R. *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. 2015

Nurrahmi and P. Farabuana, *Efektivitas Dakwah Melalui Instagram*, Nyimak: Journal of Communication 4, no. 1 (2020): 1–16, https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2324.

Puput Puji Lestari, "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial," *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 45, https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1

Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. *Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup generasi Z di era digital*. Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis), *3*(1), 2025. 323-331.

R. Hidayah, *Persepsi dan Respon Generasi Z terhadap Model Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Studi Kasus Sharing Time Gwenchanayo)* (doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025).

Volume 14 Nomor 2 Juli-Des 2026 173-187 E-ISSN 2597-9175 I P- ISSN 2338-2341

Suriati, S., Suriyati, S., Muhlis, M., Musliadi, M., & Imran, M. *Komunikasi Dakwah Islam Untuk Generasi Z. Retorika:* Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, *8*(1), 2026. 1-13.