

**FENOMENA HIJRAH DIGITAL : ANALISIS PSIKOLOGI AGAMA TERHADAP
TREND HIJRAH DI MEDIA SOSIAL**

Sheilahariry¹, Hairul Ahmad Zili², Lilit Farza³, Sari Ayu Astuti⁴, Tiara Amanda Sari⁵

¹Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

²Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

*Email: Sheilahariry27@gmail.com¹, Irulrulhairul287@gmail.com²,
sariayuaastuti7@gmail.com³, lilyfarza@gmail.com⁴, Sariamndaa@gmail.com⁵

Abstract

This article explores the phenomenon of digital hijrah as a form of religious expression among Millennials and Generation Z, which has rapidly expanded through social media platforms. The shift in religious practice reflects a transformation from traditional, textual, and institutional forms of religiosity toward a more visual, affective, and narrative-driven spirituality. Using a qualitative approach based on literature review and religious psychology theory, this study analyzes how social media facilitates the search for religious identity, fosters digital spiritual communities, and simultaneously presents challenges regarding religious authority and the depth of doctrinal understanding. The findings indicate that hijrah content on platforms such as Instagram and TikTok primarily stimulates affective and symbolic dimensions, potentially encouraging rapid spiritual transformation that remains shallow without adequate religious literacy and authoritative guidance. Thus, it is essential to integrate religious psychology, media literacy, and digital da'wah strategies to build a reflective, educational, and sustainable spiritual space in the digital age.

Keywords : Digital Hijrah, Psychology Of Religion, Religious Identity, Social Media, Digital Da'wah

Abstrak

Artikel ini membahas fenomena hijrah digital sebagai bentuk ekspresi religius generasi milenial dan Gen Z yang berkembang pesat melalui media sosial. Perubahan pola keberagamaan ini menunjukkan pergeseran dari praktik keagamaan yang tekstual dan institusional menuju spiritualitas yang bersifat visual, afektif, dan naratif. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan teori psikologi agama, artikel ini menganalisis bagaimana media sosial memfasilitasi pencarian identitas religius, membentuk komunitas spiritual digital, dan sekaligus menimbulkan tantangan terkait otoritas keagamaan serta kedalaman pemahaman ajaran. Ditemukan bahwa konten hijrah yang beredar di platform seperti Instagram dan TikTok lebih banyak menstimulasi aspek afeksi dan simbolik, sehingga dapat mendorong transformasi spiritual yang cepat namun berisiko dangkal apabila tidak disertai literasi keagamaan dan bimbingan otoritatif. Dengan demikian, penting adanya sinergi antara psikologi agama, literasi media, dan strategi dakwah digital untuk menciptakan ruang spiritual yang reflektif, edukatif, dan berkelanjutan di era digital.

Kata Kunci: Hijrah Digital, Psikologi Agama, Identitas Religius, Media Sosial, Dakwah Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ekspresi religius masyarakat. Di Indonesia, fenomena digitalisasi spiritualitas tercermin melalui maraknya gerakan hijrah yang tersebar luas di media sosial. Platform seperti Instagram, YouTube, hingga TikTok menjadi ruang baru bagi penyebaran konten dakwah yang dikemas secara estetik dan emosional. Gerakan hijrah ini tidak lagi terbatas pada pemahaman tekstual keagamaan, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup dan identitas sosial yang dipromosikan oleh para figur publik, komunitas hijrah, hingga tokoh agama non-formal yang aktif di dunia maya. Fenomena ini menandai terjadinya transformasi cara umat Muslim, khususnya generasi muda, dalam mengakses dan memaknai ajaran Islam di era digital (Taufiq, 2022).

Tren hijrah digital ini tampak menonjol di kalangan generasi milenial dan Gen Z yang memiliki keterikatan tinggi terhadap media sosial. Generasi ini dikenal sebagai kelompok yang aktif secara daring, kritis, serta memiliki karakteristik psikologis yang sedang dalam pencarian identitas diri. Ketertarikan mereka terhadap narasi religius yang dikemas modern menunjukkan adanya dimensi psikologis yang kompleks, seperti kebutuhan akan pengakuan sosial, makna hidup, dan pembentukan identitas spiritual. Studi Fajriani (2020) dan Musahadah & Triyono (2019) menunjukkan bahwa narasi hijrah di media sosial mengandung daya tarik persuasif tinggi karena menggabungkan elemen emosional, simbolik, dan retorik keagamaan yang berfungsi sebagai stimulus perubahan psikologis. Konten semacam ini, yang diunggah oleh akun-akun seperti @pemudahijrah atau @xbank.indonesia, mampu mendorong audiens untuk melakukan perubahan gaya hidup sesuai dengan nilai-nilai Islam (Setiawati, 2023).

Namun, di balik maraknya konten hijrah digital, terdapat tantangan besar dalam memahami kedalaman fenomena ini. Sebagian besar gerakan hijrah digital dikampanyekan oleh “dai prematur” yang muncul dari latar belakang non-formal, namun memiliki daya pengaruh besar di media sosial. Tokoh-tokoh ini kerap menggunakan pendekatan motivasional, pengalaman pribadi, dan simbol-simbol syari’ah yang relevan secara visual bagi pengikut mereka. Sayangnya, sebagian besar kajian akademik masih berfokus pada aspek fenomenologis dan sosiologis dari hijrah, belum secara mendalam membahas bagaimana

psikologi agama dapat menjelaskan dinamika afeksi, kognisi, dan perilaku religius dalam konteks digital. Oleh sebab itu, kajian yang memadukan perspektif psikologi agama dan media studies menjadi penting untuk menjelaskan proses spiritualisasi yang terjadi melalui platform digital (Masyrik et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena hijrah digital dari sudut pandang psikologi agama, dengan fokus pada dinamika internal generasi milenial dalam merespons ajakan hijrah di media sosial. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai transformasi spiritual yang terjadi dalam ranah digital, serta menjelaskan peran media sosial dalam membentuk kesadaran religius dan identitas keagamaan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah digital yang lebih adaptif, reflektif, dan pemahaman pada psikologis yang mendalam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis fenomena hijrah digital dari perspektif psikologi agama. Data dikumpulkan melalui studi literatur terhadap jurnal ilmiah, artikel media, dan konten-konten hijrah di media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Fokus penelitian ini adalah mengungkap dinamika psikologis generasi milenial dalam merespons ajakan hijrah digital, termasuk aspek afeksi, kognisi, dan identitas religius. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data secara naratif, dan penarikan kesimpulan yang bersifat interpretative. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber dan telaah teoritis dari kajian psikologi agama dan media digital. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai peran media sosial dalam konstruksi spiritualitas digital generasi muda Muslim di Indonesia (Giftia et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hijrah Digital sebagai Ekspresi Spiritualitas Generasi Milenial

Fenomena hijrah digital yang berkembang pesat di media sosial merupakan refleksi dari pencarian makna spiritual yang khas pada generasi milenial dan Gen Z. Generasi ini hidup dalam era teknologi yang memfasilitasi transformasi nilai-nilai keagamaan ke dalam format yang lebih visual, interaktif, dan emosional. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan

YouTube tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang transformatif bagi penyebaran pesan-pesan dakwah yang mengusung tema hijrah. Ekspresi spiritualitas tidak lagi terbatas pada institusi formal, melainkan terwujud melalui narasi personal yang dikemas dengan gaya estetika dan bahasa yang relatable. Konten-konten seperti testimoni perubahan hidup, video motivasi Islami, hingga kutipan ayat yang dipadukan dengan desain visual menarik, menjadi bentuk baru internalisasi nilai religius yang sesuai dengan karakteristik digital natives (Harifah, 2025).

Dalam perspektif psikologi agama, ekspresi hijrah digital dapat dimaknai sebagai respons terhadap kebutuhan afeksi dan pencarian identitas spiritual. Generasi milenial dikenal sebagai kelompok usia yang sedang berada dalam fase krisis identitas, di mana mereka cenderung mencari jati diri melalui pengalaman emosional yang dapat memberikan validasi sosial. Narasi hijrah yang bersifat persuasif dan menyentuh sisi emosional, sering kali menjadi pelarian terhadap kecemasan eksistensial dan kebutuhan untuk merasa "dimiliki" oleh komunitas religius tertentu. Algoritma media sosial pun memperkuat pengalaman ini melalui filter konten yang sesuai dengan minat, menciptakan ruang afektif yang mendukung proses hijrah. Akibatnya, spiritualitas yang terbentuk lebih banyak bersandar pada aspek emosional daripada kognitif, membentuk identitas keagamaan yang instan dan berisiko rapuh (Astuti, 2023).

Namun demikian, ekspresi spiritualitas melalui hijrah digital juga menghadirkan paradoks. Di satu sisi, media sosial membuka ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam yang lebih inklusif dan mudah diakses; namun di sisi lain, muncul kekhawatiran akan terjadinya banalitas spiritualitas akibat minimnya pendalaman nilai. Figur-figur dakwah yang dikenal sebagai "dai prematur" sering kali menyampaikan pesan-pesan keagamaan tanpa landasan keilmuan yang kuat, mengedepankan pendekatan motivasional yang populer namun dangkal. Dalam konteks ini, hijrah digital berisiko menjadi tren gaya hidup semata, bukan transformasi spiritual yang substansial. Oleh karena itu, penting bagi strategi dakwah digital untuk tidak hanya menyentuh aspek emosional, tetapi juga memperkuat dimensi kognitif dan tindakan nyata sebagai bagian dari proses spiritual yang otentik dan berkelanjutan (Rejeki & Yudistira Nugraha, 2024).

Sebagai konsekuensinya, perlu adanya upaya literasi digital keagamaan yang sistematis untuk mendampingi generasi milenial dalam menavigasi pengalaman hijrah di ruang digital. Literasi ini tidak hanya berfokus pada kemampuan teknologis, tetapi juga mencakup

pemahaman kritis terhadap isi pesan keagamaan, otoritas keilmuan, serta etika beragama di media sosial. Pendekatan semacam ini akan memperkuat daya tahan spiritual generasi muda terhadap konten-konten religius yang bersifat dangkal, populis, atau bahkan manipulatif. Di sisi lain, aktor dakwah digital juga perlu dibekali dengan pengetahuan psikologi perkembangan dan komunikasi digital agar mampu menyampaikan pesan keagamaan yang tidak hanya inspiratif secara emosional, tetapi juga mencerahkan secara intelektual dan membina secara spiritual. Dengan demikian, hijrah digital dapat tumbuh sebagai gerakan transformasi batin yang autentik dan berkelanjutan, bukan sekadar tren temporer yang kehilangan makna di tengah arus digitalisasi yang serba instan.

Psikologi Agama dan Identitas Religius Digital

Kemunculan fenomena hijrah digital yang tersebar luas di media sosial menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam pembentukan identitas religius umat Islam, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Dalam psikologi agama, identitas religius merupakan bagian integral dari struktur kepribadian yang berkembang melalui proses afeksi, kognisi, dan pengalaman transendental (Hood, Hill, & Spilka, 2009). Di era digital, proses ini tidak lagi hanya berlangsung di ruang-ruang tradisional seperti masjid, majelis taklim, atau pendidikan formal, tetapi juga dalam ekosistem daring yang dinamis. Platform seperti Instagram dan TikTok telah menjadi media alternatif pembentukan identitas religius, di mana individu mengalami, memaknai, dan mengekspresikan spiritualitas melalui konten yang mereka lihat, buat, dan bagikan (Najwah Fahira, 2024).

Media sosial menyediakan ruang untuk eksplorasi spiritual yang sangat personal, namun sekaligus publik. Identitas religius yang terbentuk di dunia digital sering kali dibentuk oleh narasi-narasi visual dan emosional, seperti kisah hijrah, muhasabah diri, maupun dakwah motivasional dari figur publik atau tokoh non-formal. Dalam konteks ini, konsep “religious self” yang dikemukakan dalam psikologi agama bertransformasi menjadi bentuk “digital religious self”, yakni konstruksi diri keagamaan yang dipengaruhi oleh interaksi sosial virtual, algoritma konten, dan tren spiritualitas populer. Pengalaman religius tidak lagi bersifat linier dan individual, melainkan bersifat terfragmentasi namun kolektif, dibentuk oleh percakapan, komentar, dan interaksi lintas ruang dan waktu (Ahmad Rizal et al., 2024).

Namun, proses pembentukan identitas religius digital tidak selalu mencerminkan kedalaman spiritual yang otentik. Psikologi agama menggarisbawahi pentingnya konsistensi antara afeksi religius (perasaan spiritual), kognisi religius (pemahaman keagamaan), dan

konasi religius (tindakan spiritual) dalam pembentukan identitas yang sehat dan stabil (Paloutzian & Park, 2013). Di media sosial, konten religius yang viral cenderung menonjolkan aspek emosional dan visual, sementara aspek reflektif dan konseptual sering kali terabaikan. Akibatnya, individu dapat mengalami apa yang disebut sebagai “keterasingan religius digital”, yaitu kondisi di mana ekspresi keagamaan dilakukan secara simbolik tetapi tidak berdampak signifikan terhadap transformasi batin. Fenomena ini menunjukkan bahwa identitas religius yang terbentuk secara digital rentan terhadap superfisialitas jika tidak diiringi dengan penguatan spiritual yang mendalam (Giftia et al., 2021).

Oleh karena itu, pendekatan psikologi agama menjadi krusial dalam memahami dinamika pembentukan identitas religius digital. Dengan mengintegrasikan analisis terhadap motif afektif, pola kognitif, dan pengalaman spiritual individu dalam ruang digital, kajian ini dapat mengungkap bagaimana generasi muda Muslim membentuk, mempertahankan, atau bahkan merestrukturisasi identitas keagamaannya di tengah derasnya arus informasi dan konten religius daring. Penelitian dalam ranah ini tidak hanya penting untuk memahami fenomena hijrah digital secara lebih utuh, tetapi juga untuk merumuskan strategi dakwah dan pendidikan agama yang lebih responsif terhadap kebutuhan psikologis dan karakteristik spiritual generasi digital.

Media Sosial sebagai Medium Transformasi Spiritual

Media sosial telah menjadi medium utama dalam membentuk cara baru umat Muslim, khususnya generasi milenial dan Gen Z, dalam mengekspresikan dan mengalami spiritualitas. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi religius, tetapi juga memediasi transformasi identitas keagamaan melalui konten-konten visual dan narasi personal. Fenomena hijrah digital yang menjamur di ruang maya merupakan refleksi dari pergeseran orientasi religius ke arah yang lebih dinamis, interaktif, dan visual. Generasi digital yang terbiasa mengonsumsi informasi secara cepat dan emosional cenderung lebih mudah terhubung dengan pesan-pesan keagamaan yang dikemas secara estetis, naratif, dan menyentuh aspek afeksi (Antonius Tarigan et al., 2025).

Dalam teori psikologi agama, pengalaman spiritual tidak hanya berakar pada ajaran normatif, tetapi juga pada pengalaman simbolik dan emosional yang membentuk makna personal. William James (1902) menekankan bahwa pengalaman keagamaan dapat dipicu oleh simbol, suara, dan narasi yang membangkitkan perasaan religiusitas secara mendalam. Konten dakwah digital yang tersebar melalui akun seperti @pemudahijrah atau @hijrahfest,

sering kali menghadirkan elemen-elemen retorik dan simbolik seperti kutipan ayat, hadis, testimoni hijrah, hingga transformasi visual penampilan tokoh publik yang telah berhijrah. Kombinasi ini menciptakan stimulus spiritual yang kuat dan membentuk komunitas virtual dengan identitas religius yang kolektif (Meiranti Mike, 2022).

Namun, proses spiritualisasi melalui media sosial juga menimbulkan ambiguitas. Di satu sisi, platform digital telah membuka ruang demokratisasi dakwah yang lebih luas, di mana setiap individu dapat menjadi penyampai pesan keagamaan. Di sisi lain, munculnya fenomena “dai instan” atau tokoh non-formal yang belum memiliki otoritas keilmuan yang mapan menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya simplifikasi ajaran agama. Pesan-pesan spiritual yang bersifat emosional sering kali tidak diiringi oleh pemahaman mendalam mengenai teologi, fikih, maupun etika dakwah. Hal ini berpotensi menciptakan pola keberagamaan yang instan, dangkal, dan terfragmentasi, sehingga perlu adanya kontrol intelektual dan moderasi dari lembaga keagamaan formal (Taufik et al., 2024).

Dengan demikian, media sosial dapat berfungsi ganda sebagai sarana transformasi spiritual sekaligus medan tantangan dalam menjaga kemurnian ajaran dan kedalaman makna religius. Transformasi digital tidak dapat dielakkan, namun harus disikapi secara bijak dengan memadukan pendekatan psikologi agama, literasi digital, dan pemahaman keislaman yang komprehensif. Para pendakwah digital, khususnya yang memiliki pengaruh luas, perlu dibekali dengan kompetensi spiritual dan etika komunikasi digital agar dapat menjadi agen perubahan yang bertanggung jawab. Pendekatan ini akan memperkuat peran media sosial sebagai medium transformatif yang tidak hanya menggugah emosi sesaat, tetapi membangun kesadaran religius yang matang, reflektif, dan berkelanjutan

Tantangan dan Peluang Dakwah di Era Digital

Dakwah Islam di era digital mengalami pergeseran paradigma yang signifikan, dari pendekatan tradisional berbasis mimbar dan majelis, menuju ruang-ruang maya yang dinamis, instan, dan sangat interaktif. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah membuka peluang dakwah yang lebih luas, lintas geografis dan demografis. Generasi muda sebagai pengguna dominan media digital menjadi audiens utama dakwah kontemporer. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya disampaikan melalui ceramah konvensional, tetapi juga dalam bentuk video pendek, infografis, kutipan hadis, hingga podcast spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa era digital menawarkan medium dakwah yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap preferensi generasi digital (Taufiq, 2022).

Namun demikian, tantangan besar juga muncul bersamaan dengan meluasnya dakwah digital. Salah satunya adalah munculnya fenomena dai instan atau dai selebgram, yaitu tokoh-tokoh non-ulama yang memproduksi konten keagamaan dengan pendekatan populer, namun minim kedalaman teologis. Kehadiran mereka memunculkan persoalan otoritas keagamaan yang kabur, karena popularitas di media sosial tidak selalu sejalan dengan kapasitas keilmuan yang sah. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya simplifikasi ajaran agama, di mana pesan-pesan spiritual yang disampaikan lebih menekankan pada aspek emosional dan motivasional, tanpa kerangka keilmuan yang komprehensif. Dalam hal ini, dakwah digital berisiko terjebak pada *commodification of religion*, yakni menjadikan agama sebagai komoditas viral semata (Febriansyah & Hariry, 2025).

Meski demikian, peluang dakwah digital tetap besar jika dimanfaatkan dengan pendekatan yang tepat dan bertanggung jawab. Integrasi antara nilai-nilai keislaman, psikologi komunikasi, dan literasi media menjadi kunci utama keberhasilan dakwah di era digital. Para dai dan lembaga dakwah perlu mengembangkan strategi konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sarat makna, relevan dengan isu kontemporer, serta mengedukasi audiens untuk berpikir kritis dan spiritual secara mendalam. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan dakwah *bi al-hikmah*, yaitu dakwah yang mengedepankan kebijaksanaan, kelembutan, dan rasionalitas. Dengan membekali para pendakwah dengan kecakapan digital, pelatihan keilmuan, serta pemahaman terhadap psikologi generasi muda, potensi dakwah di ruang digital dapat dioptimalkan secara maksimal (Mubarok & Sunarto, 2024).

Selain itu, dakwah digital memiliki potensi untuk merekonstruksi kesadaran kolektif umat dalam merespons tantangan zaman. Media sosial dapat menjadi alat untuk membangun komunitas dakwah yang transnasional, menjembatani perbedaan mazhab, etnis, bahkan budaya melalui semangat ukhuwah Islamiyah yang lebih inklusif. Di sinilah pentingnya kolaborasi antara ulama, akademisi, kreator konten, dan lembaga dakwah untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat, edukatif, dan transformatif. Dengan pengelolaan yang tepat, era digital bukan hanya menjadi medan dakwah yang menantang, tetapi juga ladang amal yang luas dalam menyemai nilai Islam rahmatan lil ‘alamin kepada generasi global.

KESIMPULAN

Fenomena hijrah digital yang marak di media sosial merepresentasikan perubahan signifikan dalam cara generasi milenial dan Gen Z memaknai spiritualitas dan identitas keagamaannya. Media sosial telah menjadi ruang baru yang tidak hanya memfasilitasi penyebaran ajaran Islam secara visual dan afektif, tetapi juga menjadi arena pembentukan identitas religius yang personal sekaligus kolektif. Melalui pendekatan psikologi agama, terlihat bahwa dinamika hijrah digital sangat dipengaruhi oleh kebutuhan afeksi, pencarian makna hidup, serta keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan keterhubungan spiritual. Transformasi ini menunjukkan bahwa proses religiusitas di era digital tidak hanya berlangsung secara rasional dan tekstual, tetapi juga melalui pengalaman emosional yang terbingkai dalam konten digital yang simbolik dan naratif.

Namun demikian, spiritualitas digital juga mengandung kerentanan jika tidak disertai dengan pemahaman keagamaan yang mendalam dan literasi media yang memadai. Dominasi figur non-formal dalam dakwah digital, serta viralitas konten yang lebih menonjolkan emosi daripada kedalaman ilmu, menimbulkan potensi banalitas dan komersialisasi ajaran agama. Oleh karena itu, penting bagi institusi keagamaan, pendidik, dan praktisi dakwah digital untuk mengintegrasikan pendekatan psikologi agama dalam strategi dakwah mereka, guna menciptakan transformasi spiritual yang autentik, reflektif, dan berkelanjutan. Hijrah digital bukan semata tren, melainkan fenomena kompleks yang mencerminkan kebutuhan spiritual generasi digital, sehingga perlu direspon dengan pendekatan multidisipliner yang kritis, humanistik, dan transformatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rizal, D., Maula, Atul, & Idamatussilmi, N. (2024). Transformasi Media Sosial Dalam Digitalisasi Agama; Media Dakwah Dan Wisata Religi. 9(2).
- Antonius Tarigan, S., Mitaenjelina Simorangkir, R., & Sihombing, R. (2025). Transformasi Penyampaian Firman Dari Mimbar Ke Media Sosial. *Jinu*, 2(1), 406–410. <https://doi.org/10.61722/Jinu.V2i1.3343>
- Astuti, (2023). Psikologi Agama Sebagai Strategi Pendidikan Agama Islam Di Era Revolusi Industri 5.0.
- Febriansyah, R., & Hariry, S. (2025). Peran Agama Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja Muslim: Tinjauan Psikologi Agama. *Jimu: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 03(03).

- Giftia, G., Delilah, A., Ramdania, D. R., & Busro, B. (2021). Representasi Gambar Hijrah Milenial Di Media Online: Analisis Wacana Kritis Multimodal Dan Gender The Representation Of Millennial Hijrah Image In Online Media: Gender And Multimodal Critical Discourse Analysis. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1).
- Harifah, N. (2025). Tren Hijrah Dan Dai Prematur: Analisis Fenomena Sosial Dan Implikasinya Dalam Dakwah Kontemporer. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2). <https://doi.org/10.62387/Naafijurnalilmiahmahasiswa.V2i2.159>
- Masyrik, M., Aripin, S., & Attaqwa Noer Alie Bekasi, I. K. (2025). *Transformasi Pendidikan Agama Islam Terhadap Media Sosial Instagram* (Vol. 10).
- Meiranti Mike. (2022). *Fenomena Hijrah Di Era Milenial Dalam Media Sosial*.
- Mubarok, A. R., & Sunarto, S. (2024). Moderasi Beragama Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang. *Journal Of Islamic Communication Studies*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.15642/Jicos.2024.2.1.1-11>
- Najwah Fahira. (2024). Analisis Pesan Dakwah Digital Dalam Merespon Persoalan Generasi Milenial Pada Konten “Gagal Move On” Di Channel Youtube Pemuda Hijrah.
- Rejeki, T., & Yudistira Nugraha, M. (2024). Efektivitas Komunikasi Dalam Berdakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Instagram Terhadap Spiritualitas Generasi Z.
- Setiawati, M. (2023). Fenomena Minat Hijrah Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Followers @Xbank.Indonesia) (Vol. 03, Issue 01).
- Taufik, W. ;, Mahfuzh, W., Uin, B., Banjarmasin, A., Iain, ;, Raya, P., & Uin, ; (2024). Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora. 21(1), 47–73. <https://doi.org/10.18592/Khazanah.V22i1.36475-1>
- Taufiq, T. T. (2022). Tren Hijrah Muslim Perkotaan Di Media Sosial: Konstruksi, Representasi, Dan Ragam Ekspresi Tren Hijrah Muslim Perkotaan Di Media Sosial: Konstruksi, Representasi Dan Ragam Ekspresi. <https://doi.org/10.21043/Fikrah.V10i2>