

KRITERIA MEMILIH PASANGAN MENIKAH BAGI GEN Z BERDASAR STANDARISASI TIK TOK PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH*

Oleh: Deswinta¹, Rizky Silvia Putri², Mohammad Yasir Fauzi³

¹²³Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: dwinta197@gmail.com¹, rizkysilviaputri@radenintan.ac.id²,
yasir@radenintan.ac.id³

Article history:

Submitted: 24-09-2025

Revised: 01-11-2025

Accepted: 02-11-2025

Abstract

The development of digital technology has reconstructed the pattern of social interactions among the younger generation, particularly Gen Z, who are increasingly influenced by identity representation through social media platforms such as TikTok. This platform no longer functions merely as a means of entertainment but has evolved into a space for identity production and social standardization, including in defining criteria for life partners. This study aims to examine how partner standards formed on TikTok are understood and negotiated by students of the 2022 cohort of the Islamic Family Law Study Program at UIN Raden Intan Lampung, from the perspective of Maslahah mursalah. Using a descriptive-analytical qualitative approach through questionnaires distributed to 91 respondents, the study finds that although TikTok provides an initial influence in constructing perceptions of the ideal partner, final decisions are filtered through religious values, morality, and the principles of maqasid al-shariah. TikTok serves only as a secondary reference, while religiosity, morality, and responsibility are positioned as primary criteria. The findings affirm that young Muslim generations possess digital literacy capacities grounded in Islamic values and are able to negotiate algorithmic standards with Sharia-based norms.

Keywords: *Digital Identity; Gen Z; Maslahah Mursalah; Partner criteria; TikTok.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah merekonstruksi pola interaksi sosial generasi muda, khususnya Gen Z, yang semakin dipengaruhi oleh representasi identitas melalui media sosial seperti TikTok. Platform ini tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah menjadi ruang produksi identitas dan arena standarisasi sosial, termasuk dalam penentuan kriteria pasangan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana standar pasangan yang terbentuk di TikTok dipahami dan dinegosiasikan oleh mahasiswa Program Studi Hukum Keluarga Islam angkatan 2022, UIN Raden Intan Lampung, dari perspektif *Maslahah mursalah*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis melalui penyebaran kuesioner kepada 91 responden, penelitian ini menemukan bahwa meskipun TikTok memberikan pengaruh awal dalam mengkonstruksi persepsi pasangan ideal, keputusan akhir tetap disaring melalui

nilai-nilai agama, moralitas, dan prinsip-prinsip *maqasid al-syariah*. TikTok hanya berfungsi sebagai referensi sekunder, sementara religiusitas, moralitas, dan tanggung jawab ditempatkan sebagai kriteria primer. Hasilnya menegaskan bahwa generasi muda Muslim memiliki kapasitas literasi digital berdasarkan nilai-nilai Islam, sekaligus mampu menegosiasikan standar algoritmik dengan norma-norma Syariah.

Kata Kunci: Identitas Digital; Generasi Z (Gen Z); Kriteria Pasangan; Masalah Mursalah; TikTok.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat modern, terutama generasi muda. Platform media sosial seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang produksi identitas dan konstruksi makna sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa hubungan antar individu semakin bergantung pada representasi digital, alih-alih interaksi tatap muka. Dalam konteks sosiologis media, hal ini mencerminkan pergeseran paradigma komunikasi menuju budaya platform yang mengutamakan visualisasi dan performativitas diri.¹

Transformasi budaya digital telah membawa platformisasi keintiman, mengubah cara generasi muda menampilkan diri dan menilai orang lain, termasuk dalam konteks memilih pasangan hidup. Dalam platform TikTok, estetika visual, narasi singkat, dan metrik kuantitatif seperti suka dan tayangan telah menjadi indikator simbolis yang sering dianggap sebagai sinyal kualitas pribadi. Pergeseran ini menciptakan “standardisasi” berbasis tren yang dapat memengaruhi ekspektasi dan keputusan pranikah Gen Z, sehingga memerlukan kajian kritis dari perspektif hukum keluarga Islam.²

Masalah mursalah dalam ushul fiqh menyediakan alat evaluatif untuk menimbang manfaat sosial yang tidak memiliki bukti spesifik tetapi selaras dengan *maqasid al-Syariah*. Kerangka kerja ini relevan untuk menilai apakah standar

¹ Elisa Kusumawardhani dan Deasy Silvy Sari, “Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi kasus Amerika Serikat, Jepang, India dan Indonesia,” *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (2021): 20–22, <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.27758>.

² Arina Himatul Husna dan Desy Mairita, “Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok,” *Jurnal Riset Komunikasi* 7, no. 1 (2024): 98–99, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>.

TikTok dalam pemilihan pasangan menghasilkan manfaat (misalnya, transparansi informasi, kesesuaian nilai) atau kerugian (objektifikasi, bias algoritmik, ilusi presentasi diri). Oleh karena itu, studi ini mengisi kesenjangan wacana antara platform budaya dan etika Syariah dalam pemilihan pasangan.³

Studi ini berfokus pada mahasiswa Program Studi Hukum Keluarga Islam angkatan 2022, UIN Raden Intan Lampung, sebagai representasi Muslim Gen Z yang familiar dengan TikTok dan memiliki literasi keagamaan normatif. Konteks ini memungkinkan analisis yang lebih tepat mengenai negosiasi antara standar algoritmik dan standar normatif (agama, moral, kepentingan keluarga), sehingga menghasilkan temuan yang bermanfaat untuk memperkuat literasi agama digital.⁴

Penelitian ini secara akademis berkontribusi pada dua bidang sekaligus, yaitu studi hukum Islam dan studi media digital. *Pertama*, penelitian ini memperkaya wacana hukum keluarga Islam kontemporer dengan menyajikan analisis dinamika media sosial yang jarang dibahas dalam literatur yurisprudensi Islam klasik. *Kedua*, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana platform algoritmik memengaruhi konstruksi pilihan pasangan dalam kerangka nilai-nilai agama. Oleh karena itu, temuan yang diperoleh diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi literasi digital berbasis maqashid al-syariah di kalangan generasi muda Muslim.⁵

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif-analitis dengan pendekatan kualitatif terbuka. Data primer diperoleh melalui kuesioner Google Form yang disebarakan kepada 91 mahasiswa Hukum Keluarga Islam angkatan 2022. Instrumen penelitian difokuskan pada dua indikator utama: (1) keselarasan standar TikTok

³ Uswatun Hasanah, "Kedudukan Mashalih Al-Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *Al-Ushrah: Jurnal Al-ahwal As-Syakhsiyah* 12, no. 1 (2024): 24–26, <https://doi.org/10.30821/al-usrah.v12i1.23352>.

⁴ Rully Agung Yudhiantara dan Dita Martitia, "Literasi Digital Mahasiswa di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri," *Jurnal Perspektif* 7, no. 2 (2023): 118–21, <https://doi.org/10.15575/jp.v7i2.225>.

⁵ Nevi Ristiani dkk., "Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi* 1, no. 2 (2022): 215–18, <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

dengan prinsip syariah, (2) efektivitas media sosial dalam menetapkan kriteria pasangan hidup. Semua data dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk naratif, diperkaya dengan diagram hasil kuesioner. Validitas diperkuat melalui triangulasi dengan literatur ilmiah yang membahas budaya digital, karakteristik Generasi Z, dan konsep *Maslahah* mursalah.⁶

C. Pembahasan

1. Representasi Kriteria Pasangan dalam Standardisasi TikTok

TikTok menampilkan citra pasangan ideal dengan cara yang sangat visual dan mudah viral, mulai dari penampilan fisik dan gaya berpakaian hingga pola interaksi romantis. Representasi ini menginternalisasi nilai-nilai baru dalam benak Gen Z, terutama pelajar yang merupakan pengguna aktif. Kuesioner yang melibatkan 91 responden mengungkapkan bahwa paparan paling besar terhadap standar-standar ini adalah melalui konten bertema hubungan Islami, pengembangan diri, dan pasangan yang harmonis. Paparan ini kemudian membentuk preferensi awal terkait kriteria pasangan, meskipun hal ini tidak selalu sejalan dengan realitas interaksi langsung.

Standarisasi TikTok telah memunculkan fenomena bukti sosial, di mana jumlah suka dan tayangan menjadi indikator kualitas pasangan. Responden mengakui pengaruhnya, tetapi menekankan bahwa faktor-faktor ini bukanlah penentu utama dalam memilih pasangan. Hal ini menunjukkan kesadaran kritis untuk tidak menjadikan popularitas sebagai tolok ukur mutlak. Pelajar Gen Z justru lebih menekankan moral dan agama sebagai faktor penentu. Oleh karena itu, TikTok berfungsi sebagai gerbang informasi, bukan pengontrol standar pasangan.⁷

Representasi pasangan ideal di TikTok seringkali menekankan estetika dan keharmonisan publik. Namun, responden mempertahankan preferensi yang lebih

⁶ Andi Baso Akbar dkk., "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z Di Program Studi Ilmu Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan* 2, no. 2 (2024): 135–36, <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2>.

⁷ Maisah Salsabila Andani dkk., "the Influence of Viral Marketing, Social Media Marketing and Consumer Online Review on Purchasing Decisions for the Tiktok Platform Perspective (Literature Review)," *Proceeding International Seminar on Islamic Studies* 6, no. 1 (2025): 286–89, <https://doi.org/10.24123/mabis.v24i1.878>.

seimbang, menekankan standar tradisional, seperti religiusitas dan komunikasi yang sehat. Hal ini menegaskan bahwa meskipun media digital memainkan peran penting dalam memengaruhi perspektif, generasi ini masih menggunakan nilai-nilai agama sebagai filter utama. Proses penyaringan ini juga menunjukkan resistensi terhadap dominasi algoritmik. TikTok pada akhirnya hanya menjadi referensi sekunder.⁸

Berdasarkan perspektif akademis, representasi pasangan di TikTok dapat dipahami sebagai naskah budaya baru bagi Gen Z. Naskah ini menormalkan pola kencan tertentu, bahkan dalam komunitas Muslim. Responden terus mengartikulasikan standar Syariah melalui preferensi moralitas, yang menunjukkan adanya negosiasi antara platform budaya dan nilai-nilai Islam. Negosiasi ini merupakan kunci untuk menjaga keseimbangan antara identitas digital dan identitas agama.⁹

Kriteria pasangan yang diterima oleh mahasiswa pada akhirnya tidak sama dengan apa yang mereka lihat di TikTok. Standar-standar ini dimodifikasi melalui pengetahuan agama dan interaksi sosial di dunia nyata. Representasi pasangan ideal di TikTok berfungsi sebagai pemicu refleksi, bukan sebagai dogma yang harus diterima begitu saja. Inilah yang membedakan perspektif Gen Z yang berpendidikan religius tentang media sosial dari kelompok lain. Standar TikTok tetap tunduk pada filter nilai yang lebih tinggi.¹⁰

2. Kerangka Masalah Mursalah: Menimbang Manfaat dan Mafsadat

Berdasarkan perspektif *ushul fiqh*, *Maslahah mursalah* mengkaji kebaruan standar dengan mengacu pada pelestarian lima prinsip utama yaitu, agama,

⁸ Ai Nurul Fahmi dkk., "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia," *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024): 22–24, <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>.

⁹ Ihsan Satrya Azhar, "Relasi Maslahat Mursalah dengan Maqoshid Syari'ah dalam Penetapan Hukum Fikih," *Jurnal Tazkiya* 9, no. 1 (2020): 60–62, <https://doi.org/10.30829/taz.v9i1.749>.

¹⁰ Indah Fujianti, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam," *Action Research Journal Indonesia (ARJI)* 7, no. 1 (2025): 2577–78, <https://doi.org/10.61227/arji.v7i1.270>.

kehidupan, akal, keturunan, dan harta.¹¹ Standar yang dihasilkan melalui platform seperti TikTok dapat dianggap bermanfaat ketika mendorong keterbukaan, memperkuat keselarasan prinsip antar individu, dan memfasilitasi percakapan yang sehat. Standar-standar ini berubah menjadi *mafsadat* jika menimbulkan bias penampilan, memicu sinyal kebajikan, dan menimbulkan kelelahan dalam menunjukkan kejujuran diri. Situasi ini menunjukkan bahwa *Maslahah* mursalah berfungsi sebagai kerangka normatif untuk menyaring pengaruh digital. Oleh karena itu, evaluasi standar media sosial tidak dapat dipisahkan dari *maqasid al-Syariah*.¹²

Ketepatan penggunaan standar baru, seperti daftar periksa pasangan TikTok, ditentukan oleh keselarasannya dengan maqasid tanpa bertentangan dengan nash. Nilai-nilai fundamental seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keteguhan spiritual diberi status yang lebih tinggi daripada indikator citra digital yang dangkal. Kriteria yang menjamin *hifz al-nasl*, termasuk kepercayaan, pengendalian emosi, dan kompetensi dalam menafkahi orang lain, lebih diutamakan daripada penilaian estetika yang ditentukan oleh algoritma. Hal ini tetap sejalan dengan standarisasi lokalis-tradisionalis di beberapa daerah di Indonesia.¹³ Posisi TikTok harus dipahami sebagai pemicu awal, bukan penentu akhir dalam pertimbangan pasangan. Maqasid pada akhirnya menjadi tolok ukur untuk memverifikasi konten yang ditawarkan oleh platform digital.

Penerapan prinsip ini terbukti melalui mekanisme penilaian multi-tahap yang ditunjukkan oleh mahasiswa dalam penelitian terkini. Mekanisme ini mencakup penyaringan nilai-nilai inti untuk menilai keselarasan prinsip, validasi karakter di luar platform untuk menghindari ilusi algoritmik, komunikasi berbasis persetujuan, dan penguatan manfaat bersama. Pada tingkat ini, TikTok hanya

¹¹ Ahmad Fauzan dan Hadi Amroni, "The Concept Of Sakinah Family In The Contemporary Muslim Generation," *Al-'Adalah* 17, no. 1 (2020): 54, <https://doi.org/10.24042/adalah.v17i1.6458>.

¹² Gandhi Liyorba Indra dkk., "The Ideal Age for Marriage in The Compilation of Islamic Law (KHI) and Psychology," *Al-'Adalah* 20, no. 1 (2023): 6, <https://doi.org/10.24042/adalah.v20i1.11598>.

¹³ Muammar Hasri dkk., "MEMAKNAI PRIBAHASA BUGIS æœMAKKALU DAPURENG WEKKA PITUæœ DALAM HUKUM ISLAM," *AL-SYAKHSHIYYAH Jurnal Hukum Keluarga Islam dan Kemanusiaan* 7, no. 1 (2025): 101–13, <https://doi.org/10.30863/as-hki.v7i1.8495>.

berfungsi sebagai katalisator rasa ingin tahu, bukan pengendali utama. Kesadaran kritis mahasiswa menunjukkan kapasitas literasi digital yang berlandaskan nilai-nilai agama. Hubungan ini menciptakan sinergi antara etika Islam dan dinamika media sosial.¹⁴

Representasi pasangan yang beredar di TikTok dapat dilihat sebagai naskah budaya baru yang berkembang di kalangan komunitas Muslim perkotaan. Naskah budaya ini tidak sekadar diterima tetapi dinegosiasikan dengan syariat melalui preferensi moral dan prinsip-prinsip agama. Negosiasi ini menunjukkan dialektika antara budaya populer dan norma-norma Islam. Identitas digital mahasiswa Gen Z tetap berlandaskan pada identitas keagamaan mereka yang kuat. Realitas ini menggarisbawahi kapasitas adaptif generasi muda dalam menghadapi modernitas.¹⁵

Kriteria pasangan yang pada akhirnya dipilih oleh mahasiswa bukan sekadar duplikasi standar TikTok, melainkan hasil modifikasi melalui internalisasi nilai-nilai agama dan interaksi sosial langsung. Representasi media sosial lebih berfungsi sebagai pemicu refleksi kritis daripada sebagai dogma yang diterima. Hirarki Nilai dengan tegas menempatkan syariah di atas algoritma, sehingga memungkinkan keseimbangan antara kepentingan publik dan teknologi. Mekanisme ini mencerminkan kecerdasan spiritual yang hadir di tengah dominasi budaya digital. Oleh karena itu, *Maqasid al-Syariah* tetap menjadi orientasi utama dalam merespons standar-standar baru dalam menentukan kriteria pasangan menikah.¹⁶

3. Negosiasi Standar Platform dan Nilai-Nilai Syariah

Negosiasi antara standar platform dan nilai-nilai Syariah menjadi titik temu krusial dalam studi ini. Responden menyatakan bahwa meskipun dipengaruhi oleh konten TikTok, keputusan akhir tetap didasarkan pada agama. Fenomena ini menegaskan hierarki nilai, di mana Syariah ditempatkan lebih tinggi daripada algoritma. TikTok pada akhirnya dipandang sebagai alat, bukan penentu absolut.

¹⁴ Dian Amelia Sari, “Maqasid Al-Syari’ah,” *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 9 (2024): 323–26, <https://doi.org/10.5281/zenodo.13731844>.

¹⁵ Fathayatul Husna dkk., “TikTok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, dan Kreativitas di Masa Pandemi,” *Idarotuna* 4, no. 2 (2022): 120–21, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i2.18177>.

¹⁶ Isnaini, “Mashlahah Al-Mursalah Sebagai Dalil dan Metode Ijtihad,” *Hikmah: Journal of Islamic Studies* 2, no. 16 (2020): 214–18, <https://doi.org/10.47466/hikmah.v16i2.175>.

Hal ini menunjukkan upaya Gen Z untuk menyeimbangkan modernitas dengan tradisi.¹⁷

Negosiasi juga terlihat dari kecenderungan mahasiswa untuk memilih konten Islami sebagai referensi utama. Video tentang moralitas, komunikasi Islami, dan gaya hidup sederhana menjadi referensi yang paling dominan. Oleh karena itu, TikTok berfungsi sebagai sarana dakwah sekaligus referensi sosial. Para siswa memanfaatkan algoritma untuk memperkuat identitas keagamaan mereka. Posisi ini menunjukkan literasi digital keagamaan yang matang.¹⁸

Berdasarkan perspektif hukum Islam, negosiasi ini mencerminkan prinsip *dar' al-mafasid wa jalb al-masalih* (menjauhi bahaya dan mencari manfaat). Platform standar yang berpotensi menimbulkan bahaya langsung ditolak, sementara konten yang mendukung moral dan kepentingan publik diterima. Fenomena ini sejalan dengan fungsi *Maslahah* mursalah, yang mengakomodasi kebutuhan baru tanpa mengabaikan *maqasid al-syariah* (prinsip hukum Islam). Oleh karena itu, TikTok diposisikan sebagai sarana kepentingan publik yang terkendali.¹⁹

Pola negosiasi ini menumbuhkan pemikiran kritis di kalangan Gen Z, yang tidak pasif terhadap media. Mereka menyadari bahwa algoritma dapat beroperasi tanpa disaring oleh nilai-nilai agama. Oleh karena itu, syariah menjadi lensa utama dalam menafsirkan konten. Mekanisme ini membantu mereka menghindari jebakan standar visual semata. Kondisi ini dapat dilihat sebagai manifestasi kecerdasan spiritual di tengah dominasi digital. Negosiasi antara platform standar dan nilai-nilai syariah pada akhirnya menghasilkan model literasi baru. Siswa Gen Z tidak menolak modernitas, melainkan mengintegrasikannya ke dalam kerangka kepentingan publik. Identitas keagamaan tetap terjaga sekaligus mampu

¹⁷ Dila Alfiana Nur Haliza dkk., "Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hukum Negara di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0," *Jurnal Riset Agama* 2, no. 1 (2022): 117, <https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>.

¹⁸ Dessy Kushardiyanti dkk., "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era," *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 103, <https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>.

¹⁹ Mohamad Atho Mudzhar, "The Use of Legal Maxims in the Fatwas of Indonesian Ulama Council," *Jurnal Indo-Islamika* 12, no. 1 (2022): 5, <https://doi.org/10.15408/jii.v12i1.24343>.

beradaptasi dengan perubahan zaman. Model ini dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi pendidikan digital Islam yang relevan.²⁰

D. Penutup

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa standar pasangan hidup yang diproyeksikan melalui TikTok tidak secara signifikan membentuk pilihan generasi Z, khususnya mahasiswa Hukum Keluarga Islam di UIN Raden Intan Lampung. Representasi populer tentang pasangan ideal di platform tersebut lebih berfungsi sebagai katalis refleksi kritis, alih-alih sebagai doktrin yang mengikat. Keputusan akhir mahasiswa tetap berlandaskan nilai-nilai hierarkis yang mengutamakan agama, moralitas, dan maqasid al-syariah sebagai landasan utama. Oleh karena itu, standarisasi TikTok tidak menggantikan standar Islam yang normatif, melainkan dinegosiasikan secara kritis untuk menciptakan keseimbangan antara modernitas digital dan identitas keagamaan. Temuan ini menunjukkan bahwa *Maslahah* mursalah efektif digunakan sebagai kerangka evaluatif dalam menimbang manfaat dan potensi *mafsadat* standar media sosial bagi kehidupan kaum muda Muslim.

E. Referensi

- Akbar, Andi Baso, Ashar Hasyim, dan Asmurti. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z Di Program Studi Ilmu Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan* 2, no. 2 (2024): 132–39. <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2>.
- Andani, Maisah Salsabila, Dewita, Nabilah Razan, Diana Rosalina Ritonga, dan Sri Rahayu. "the Influence of Viral Marketing, Social Media Marketing and Consumer Online Review on Purchasing Decisions for the Tiktok Platform Perspective (Literature Review)." *Proceeding International Seminar on Islamic Studies* 6, no. 1 (2025): 1988–2006. <https://doi.org/10.24123/mabis.v24i1.878>.
- Azhar, Ihsan Satrya. "Relasi Maslahat Mursalah dengan Maqoshid Syari'ah dalam Penetapan Hukum Fikih." *Jurnal Tazkiya* 9, no. 1 (2020): 1–9. <https://doi.org/10.30829/taz.v9i1.749>.
- Fahmi, Ai Nurul, Siti Komariah, dan Puspita Wulandari. "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia." *Jurnal*

²⁰ Usman Usman dkk., "Religious Digital Literacy in Islamic Higher Education: Student-Perceived Benefit," *Sosiohumaniora* 25, no. 1 (2023): 101–2, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v25i1.41113>.

Analisa Sosiologi 13, no. 1 (2024): 22–40.
<https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>.

Fauzan, Ahmad, dan Hadi Amroni. “The Concept Of Sakīnah Family In The Contemporary Muslim Generation.” *Al-'Adalah* 17, no. 1 (2020): 51–70.
<https://doi.org/10.24042/adalah.v17i1.6458>.

Fujianti, Indah. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam.” *Action Research Journal Indonesia (ARJI)* 7, no. 1 (2025): 2573–78. <https://doi.org/10.61227/arji.v7i1.270>.

Haliza, Dila Alfiana Nur, Merita Dian Erina, Isna Fitri Choirun Nisa, Azizah Jumriani Nasrum, dan Moh. Asror Yusuf. “Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hukum Negara di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0.” *Jurnal Riset Agama* 2, no. 1 (2022): 100–118.
<https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>.

Hasanah, Uswatun. “Kedudukan Mashalih Al-Mursalah Sebagai Dalil Hukum.” *Al-Ussrah: Jurnal Al-ahwal As-Syakhsyah* 12, no. 1 (2024): 23–30.
<https://doi.org/10.30821/al-ussrah.v12i1.23352>.

Hasri, Muammar, Erzi Aurelia Maharani, dan Mustafa M.h. “MEMAKNAI PRIBAHASA BUGIS æœMAKKALU DAPURENG WEKKA PITUæœ DALAM HUKUM ISLAM.” *AL-SYAKHSHIYYAH Jurnal Hukum Keluarga Islam dan Kemanusiaan* 7, no. 1 (2025): 101–13.
<https://doi.org/10.30863/as-hki.v7i1.8495>.

Husna, Arina Himatul, dan Desy Mairita. “Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok.” *Jurnal Riset Komunikasi* 7, no. 1 (2024): 86–100.
<https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>.

Husna, Fathayatul, Dony Arung Triantoro, dan Raudhatun Nafisah. “TikTok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, dan Kreativitas di Masa Pandemi.” *Idarotuna* 4, no. 2 (2022): 86.
<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i2.18177>.

Indra, Gandhi Liyorba, M. Yasin Al Arif, dan Abdul Qodir Zaelani. “The Ideal Age for Marriage in The Compilation of Islamic Law (KHI) and Psychology.” *Al-'Adalah* 20, no. 1 (2023): 1–18.
<https://doi.org/10.24042/adalah.v20i1.11598>.

Isnaini. “Mashlahah Al-Mursalah Sebagai Dalil dan Metode Ijtihad.” *Hikmah: Journal of Islamic Studies* 2, no. 16 (2020): 204–18.
<https://doi.org/10.47466/hikmah.v16i2.175>.

Kushardiyanti, Dessy, Zaenal Mutaqin, dan Iman Nurhotimah Aulia Sholichah. “Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui

Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends Of Digital Da ' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media In The Covid-19 Pandemic Era." *Orasi : Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114. <https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>.

Kusumawardhani, Elisa, dan Deasy Silvy Sari. "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi kasus Amerika Serikat, Jepang, India dan Indonesia." *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (2021): 19. <https://doi.org/10.24198/padmir.v3i1.27758>.

Mudzhar, Mohamad Atho. "The Use of Legal Maxims in the Fatwas of Indonesian Ulama Council." *Jurnal Indo-Islamika* 12, no. 1 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.15408/jii.v12i1.24343>.

Ristiani, Nevi, Usman Raidar, dan Damar Wibisono. "Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi* 1, no. 2 (2022): 186–95. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

Sari, Dian Amelia. "Maqasid Al-Syari'ah." *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 9 (2024): 119–20. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13731844>.

Usman, Usman, Syarifah Halifah, Ahmad Abbas, dan Syamsidar Syamsidar. "Religious Digital Literacy in Islamic Higher Education: Student-Perceived Benefit." *Sosiohumaniora* 25, no. 1 (2023): 98. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v25i1.41113>.

Yudhiantara, Rully Agung, dan Dita Martitia. "Literasi Digital Mahasiswa di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri." *Jurnal Perspektif* 7, no. 2 (2023): 117. <https://doi.org/10.15575/jp.v7i2.225>.