

 — FAI UNISMUH MAKASSAR —	International Conference on Actual Islamic Studies		
	Vol. 2, No. 1	September 2023	e-ISSN: 2980-7925

Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

*The Role of Instagram Social Media as a Da'wah Media for
Islamic Communication and Broadcasting Students
Muhammadiyah Makassar University*

Dewi Rezky Maemunah¹, Amirah Mawardi², Aliman³

Universitas Muhammadiyah Makassar 123 | dewirezky.maemunah@gmail.com
| amirah@unismuh.ac.id
| aliman@gmail.com

Abstrak

Kata Kunci:

Dakwah;
Instagram;
Mahasiswa.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memperkenalkan penggunaannya mengunggah foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, salah satunya Instagram itu sendiri. Media sosial Instagram berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming* dalam menyebarkan konten yang berisikan pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk gambar poster dan video. Dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram tentunya tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu Instagram memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, memiliki beragam fitur serta dengan kekuatan dan kecepatan koneksi internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu beberapa orang belum paham menggunakan Instagram terutama di kalangan orang tua, keterbatasan kuota internet, kurangnya kreativitas dalam mengemas konten dakwah dan masih kurangnya minat seseorang terhadap konten-konten positif seperti konten yang di dalamnya berisikan pesan dakwah, faktor ekonomi sehingga tidak memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* dan faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus.

Abstract

Keywords:

College
Students;
Instagram;
Da'wah

Instagram is a social media platform that can be used as a propaganda medium. Instagram is a photo-sharing application that allows users to upload photos, use digital filters, and share them on various social media platforms, one of which is Instagram itself. Social media Instagram acts as a da'wah medium for several Islamic Communication and Broadcasting Students at the University of Muhammadiyah Makassar class of 2020 by using the feed, reels, instastory and live streaming features to spread content containing da'wah messages packaged in the form of posters and videos. In conveying da'wah on Instagram social media, of course, it cannot be separated from supporting factors and inhibiting factors. Supporting factors in conveying da'wah on Instagram social media, namely Instagram has many users, is easy to use, has a variety of features and with the strength and speed of the current internet connection, the da'wah content shared on Instagram social media will spread more quickly and be conveyed to mad'u. The inhibiting factors in conveying da'wah on Instagram social media are that some people do not understand using Instagram, especially among parents, limited internet quota, lack of creativity in packaging da'wah content and a person's lack of interest in positive content such as content that contains messages da'wah, economic factors so that they do not have a means of communication in the form of a smartphone and network factors which are usually slow, lost or disconnected.

PENDAHULUAN

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia, terbukti dengan terjadinya hubungan dan interaksi dengan orang lain dengan cara saling menyampaikan dan menerima informasi untuk memahami suatu masalah tertentu dalam kehidupan sehari-hari.

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang pesat, sehingga setiap aspek kehidupan manusia sangat berpengaruh dan tidak lepas dari perkembangannya. Kehadiran internet yang merupakan sebuah produk teknologi yang dijadikan sebagai media interaksi sosial di seluruh dunia, sehingga manusia dapat saling mengenal dan bertukar informasi dengan cara menghubungkan komputer dengan jaringan internet. Munculnya internet juga diimbangi dengan hadirnya telepon seluler pintar (*smartphone*) yang memberikan berbagai kemudahan bagi pengguna, salah satunya dapat dibawa kemanapun penggunaanya pergi.

Internet telah menjadi topik penting bagi beberapa penduduk di seluruh dunia, karena banyaknya manfaat yang dapat diperoleh ketika menggunakan internet dengan hati-hati dan bertanggung jawab.

Internet merupakan salah satu jenis media yang mengganti pola penyebaran ide, termasuk yang berhubungan dengan agama. Kemajuan agama yang terus-menerus disertai dengan pembaruan, terutama ketika munculnya teknologi baru. Selain itu, teknologi internet memungkinkan orang untuk melakukan komunikasi dua arah dengan meninggalkan komentar dan menanggapi komentar, baik secara bersamaan maupun tidak.

Di Indonesia, media telah berkembang semakin maju. Perkembangan media cetak ke dunia digital dan elektronik semakin nyata. Kemudahan dalam berdakwah dapat dirasakan dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti Whatsapp, Telegram, Instagram, Twitter dan Facebook, sehingga membuka peluang dan kesempatan baru bagi para penggerak dakwah untuk menyebarkan Islam tanpa batas-batas ruang dan waktu.

Berdakwah merupakan tugas yang mulia, karena dakwah itu tidak lebih dari mengarahkan manusia kepada kebenaran dan mengajak mereka untuk menghadapi kezaliman dan kejahatan. Dakwah hukumnya wajib bagi yang mengaku dirinya muslim, sebagaimana dalam Q.S. Ali-Imran ayat 104, Allah swt. memerintahkan manusia untuk berdakwah dan amar ma'ruf nahi mungkar.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.

Melihat popularitas dan penggunaan media sosial di Indonesia, Instagram kini menjadi salah satu media komunikasi yang populer dan memainkan banyak peran. Salah satu peran media sosial Instagram yaitu dapat dijadikan sebagai ajang menebar kebaikan yaitu dengan berdakwah. Kemajuan teknologi tidak lagi membatasi dakwah hanya dilakukan di atas mimbar dan majelis taklim saja. Namun, penggunaan media sosial bisa menjadi pertimbangan sebagai sarana dan strategi dakwah. Media sosial merupakan sarana penyebaran informasi yang handal dan efektif untuk bersilaturahmi. Beberapa bahkan menghabiskan hampir sepanjang hari untuk mengakses media sosial. Namun, pengguna tetap harus mematuhi etika dalam menggunakan media sosial Instagram.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang

memperkenankan penggunaannya mengunggah foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, salah satunya Instagram itu sendiri. Kemampuan Instagram mengubah gambar menjadi format persegi, mirip dengan hasil kamera Kodak *Instamatic* dan Polaroid, menjadi salah satu fitur pembedanya. Pada umumnya, orang-orang lebih menyukai informasi dalam bentuk visual, maka seorang *da'i* yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah penting untuk mengetahui bahwa foto dan video merupakan peran utama dalam media sosial Instagram. Meskipun adanya caption juga penting, namun biasanya orang-orang tidak terlalu memperhatikannya saat *scrolling timeline*, apalagi jumlah kata di caption terbatas sehingga harus memilih kata-kata menarik dan komunikatif sebelum mengunggah konten video ataupun foto.

Berdakwah dalam rangka untuk menyiarkan nilai-nilai Islam, mahasiswa sebagai agen perubahan (*agent of change*) dengan ide, keterampilan dan pemikiran cerdas yang dimilikinya dituntut agar turut andil berperan. Terutama bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dengan segala potensi yang dimiliki diharapkan mampu mengoptimalkan semua kemampuannya dalam berdakwah, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana atau media dakwah. Dimana media sosial Instagram merupakan suatu media komunikasi yang cukup efektif dalam menyebarkan informasi secara tepat waktu, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti dalam proses penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati secara langsung.

Sumber data yang peneliti terapkan pada penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data sekunder dapat menjadi penunjang untuk data primer. Peneliti dapat memperoleh data sekunder lewat buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian Teori

A. Media Sosial

Media merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang berasal dari bahasa latin, secara harfiah berarti “perantara”, yaitu komunikator dengan komunikan.

Menurut Cangara, media adalah alat atau cara penyampaian pesan dari sarana komunikasi kepada khalayak.

Media sosial adalah alat yang dirancang untuk memudahkan orang-orang untuk terlibat dalam interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam interaksi sosial dengan berkomunikasi atau berbagi teks, gambar, dan video.

Menurut Boyd, media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk terhubung, berbagi, berkomunikasi dan dalam situasi tertentu bekerja sama atau bermain satu sama lain.

Media sosial memiliki karakteristik berbeda yang tidak dimiliki media lain. Jika dibandingkan dengan bentuk media lainnya, media sosial memiliki batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dijumpai di sosial media. Adapun karakteristik dari media sosial, yaitu:

1. Internet

Landasan dari media sosial adalah internet. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan berinteraksi secara selektif, baik secara *real-time* atau tidak serempak, dengan khalayak yang luas dan sempit, mengkreasikan konten yang dibuat oleh pengguna, dan adanya tanggapan interaksi dengan pengguna lain.

2. Informasi (*informations*)

Informasi merupakan komponen penting dari media sosial karena pengguna media sosial dapat membentuk representasi identitas mereka, menghasilkan materi atau konten, dan berkomunikasi berdasarkan dengan harapan mereka.

3. Arsip (*archive*)

Media sosial sebagai alternatif penyimpanan arsip digital pribadi. Bagi pengguna media sosial, arsip telah berperan sebagai karakter yang menjelaskan bahwa materi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa saja.

4. Interaksi (*interactivity*)

Media sosial membangun hubungan antara orang-orang yang tidak hanya tentang memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) saja, mereka juga membangun hubungan dengan cara berinteraksi satu sama lain.

5. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Didasarkan pada teknologi 2.0, konten media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (*User Generated Content/UGC*). Melalui UGC, pengguna dapat mengkreasikan isi kontennya sesuai dengan keinginan, baik itu berupa teks, gambar, audio maupun video.

6. Komunikasi Massa Interpersonal (*masspersonal communication*)

Menurut Carr & Hayes, media sosial merupakan perpaduan antara komunikasi massa dengan komunikasi interpersonal. Dimana pada komunikasi

massa (seperti radio, televisi, surat kabar), komunikasi berlangsung dari satu sumber ke banyak orang, namun berbeda dengan komunikasi interpersonal yang berlaku hanya dari satu orang ke satu orang lainnya. Media sosial menggabungkan dua bentuk komunikasi tersebut. Gambaran sederhana, dalam media sosial kita sedang berinteraksi dengan seseorang (interpersonal), tetapi percakapan tersebut dapat dilihat dan diikuti oleh banyak orang (komunikasi massa).

Instagram Sebagai Media Sosial

Instagram merupakan gabungan dari kata “insta” dan “gram”. Kata “insta” memiliki asal kata yaitu “instan”, memiliki makna seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan istilah “gambar instan”. Instagram juga dapat menampilkan gambar seperti Polaroid secara instan. Kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Instagram juga dapat membagikan gambar melalui jaringan internet, dan dapat diterima dengan cepat oleh pengguna lainnya. Itu sebabnya Instagram berasal dari kata Instan dan Telegram.

Instagram adalah media sosial untuk berbagi foto dan video. Selain itu, pengguna media sosial ini memiliki opsi untuk mengambil foto atau video secara langsung, memodifikasinya menggunakan filter yang tersedia, dan kemudian mengunggah hasil dari foto atau video tersebut ke Instagram dan jaringan media sosial lainnya. Setelah itu, pengguna Instagram lain yang menjadi pengikut akan dapat melihat gambar dan video yang dikirimkan. Semudah ini menggunakan media sosial Instagram, yaitu mengambil foto, mengeditnya, dan memposting hasilnya.

Instagram Sebagai Media Dakwah

Aplikasi Instagram saat ini dapat dimanfaatkan oleh para pegiat dakwah untuk berdakwah. Dengan memanfaatkan fitur foto ataupun video pada aplikasi Instagram yang dimaksudkan dapat menumbuhkan kreativitas. Selain mengabadikan objek, foto yang diunggah bisa berupa desain *typografi*, poster ataupun gambar komik dengan pesan dakwah yang terdapat didalamnya. Tidak hanya foto, unggahan video di Instagram menampilkan berbagai macam kreativitas, antara lain yaitu video dakwah, *motion graphic*, film pendek, vlog, dan sebagainya yang mana pada video tersebut pesan yang disampaikan mengandung unsur dakwah.

Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020

Instagram saat ini telah menjadi platform yang diminati oleh semua kalangan dan beberapa orang lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosial salah satunya Instagram. Maka dari itu sebagai seorang mahasiswa atau anak muda milenial maka seharusnya dapat memaksimalkan media sosialnya untuk membagikan hal-hal positif dan bermanfaat bagi pengguna Instagram lainnya. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada beberapa kegunaan Instagram bagi Mahasiswa, yaitu sebagai berikut:

- a) Wadah untuk mengekspresikan diri (*personal branding*).
- b) Wadah untuk berkreativitas dan melatih skill.
- c) Wadah untuk mendapatkan berbagai macam informasi.
- d) Wadah untuk menawarkan barang dan jasa.

Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Sebagai Media Dakwah

1. Pendapat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Mengenai Berdakwah di Media Sosial Instagram.

Dakwah melalui media sosial salah satunya Instagram merupakan teknik inovatif mengajak dan mengingatkan seseorang untuk menaati petunjuk Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya melalui konten-konten yang berisikan materi yang menarik dan informasi yang sederhana yang dapat dipahami dengan mudah oleh pembacanya. Saat berdakwah di media sosial, harus diingat bahwa kebaikan yang dilakukan hanya dinilai oleh Allah SWT bukan atas penilaian orang yang melihatnya, maka harus selalu perbarui niat berdakwah hanya karena Allah SWT. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber dapat disimpulkan mengenai pendapat dari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 bahwa media sosial Instagram dapat digunakan sebagai media dakwah karena melihat perkembangan zaman ini, Instagram memiliki banyak sekali pengguna dan kebanyakan dari orang-orang sekarang cenderung menghabiskan waktunya di media sosial khususnya Instagram, maka dari itu Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat efektif dan inovatif untuk dijadikan sebagai media dakwah, ditambah dengan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah di media sosial Instagram dalam membagikan konten-konten dakwah yang akan dipublikasikan ke pengguna Instagram lainnya.

2. Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

Di era masyarakat digital saat ini, peran media sosial sangat penting untuk menyampaikan dakwah ke *mad'u*. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitasnya masing-masing sehingga tidak sempat untuk menonton dakwah di

televisi ataupun menghadiri kajian agama di masjid, namun masyarakat memiliki cara untuk mendapatkan informasi dakwah melalui internet yang sangat penting di era digital saat ini yaitu melalui media sosial khususnya Instagram yang memungkinkan dakwah berlangsung kapan saja dan di mana saja dengan jangkauan dakwah yang luas. Dakwah melalui media sosial Instagram juga dimanfaatkan oleh beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 yang menjadi narasumber pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah karena berdakwah di Instagram itu termasuk sarana dakwah yang sangat efektif dan fleksibel dalam membagikan pesan dakwah maupun mengakses konten yang berisikan pesan-pesan dakwah maupun konten bermanfaat lainnya. Di samping itu, media sosial khususnya Instagram memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan masyarakat dari yang muda hingga orang tua sehingga sangat berpeluang pesan dakwah yang dibagikan dapat tersampaikan kemanapun dan kesiapapun. Mereka memilih berdakwah di Instagram karena merasa lebih nyaman berdakwah dengan tulisan yang kemudian diedit dan disajikan dalam bentuk gambar atau video seperti membagikan quotes yang membangun atau memotivasi seseorang. Dan dengan membagikan konten video dan tulisan dakwah di Instagram dapat meminimalisir konten-konten tulisan hoax dan menyimpang yang tersebar di media sosial Instagram.

3. Fitur-fitur yang Dimanfaatkan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Instagram

Instagram merupakan platform jejaring sosial terkemuka dengan menawarkan berbagai fitur bermanfaat yang dapat digunakan oleh semua orang, tanpa memandang usia. Beberapa dari fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram yaitu *feed*, *Instastory*, *reels*, *live streaming* dan lain sebagainya. Dari berbagai fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan oleh seorang *da'i* khususnya Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dalam menyebarkan pesan dakwahnya di media sosial agar dapat dengan mudah tersampaikan ke pengguna Instagram lainnya melalui fitur yang mereka gunakan.

4. Bentuk Konten Dakwah yang Dibagikan di Media Sosial Instagram.

Seiring dengan kemajuan teknologi, banyak pendakwah atau *da'i* yang berdakwah menggunakan platform media sosial seperti Instagram. Berdakwah di media sosial Instagram cukup efisien dan terasa praktis dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial tersebut, karena dengan sekali unggahan sudah

dapat menjangkau banyak sekali dari kalangan masyarakat maupun dipenjuru belahan dunia.

Berdakwah di media sosial Instagram juga tentunya memerlukan ide yang menarik dan kreatif yang dapat disampaikan dalam bentuk visual gambar dan video yang tentunya berisikan pesan-pesan yang bermanfaat, terdapat kebaikan dan pengetahuan didalamnya.

Faktor Pendukung dan Penghambat Berdakwah di Media Sosial Instagram

Berdakwah melalui media sosial Instagram bagi seorang *da'i* dalam menjalankan dakwahnya tersebut tentunya memiliki faktor pendukung dan penghambat yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Pendukung

- a. Memiliki Banyak Pengguna
- b. Mudah Digunakan
- c. Memiliki Beragam Fitur
- d. Kekuatan dan Kecepatan Koneksi Internet

2) Faktor Penghambat

- a. Beberapa Orang Belum Paham Menggunakan Instagram.
- b. Keterbatasan Kouta Internet.
- c. Kurangnya Kreativitas dalam Mengemas Konten Dakwah.
- d. Masih Kurangnya Minat Seseorang Terhadap Konten Positif.
- e. Faktor Ekonomi Sehingga Tidak Memiliki Alat Komunikasi Berupa Smartphone.
- f. Faktor Jaringan.

KESIMPULAN

Media Sosial Instagram berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming* dalam menyebarkan konten yang berisikan pesan-pesan dakwah. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dengan membagikan konten dalam bentuk gambar poster dan video yang didalamnya berisikan informasi-informasi yang bermanfaat yang mengandung dakwah seperti tulisan-tulisan inspiratif, qoutes islami, motivasi serta ayat al-Qur'an dan kutipan hadits yang telah dikemas dengan baik dan menarik agar pengguna Instagram tertarik dengan konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram.

Dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung

dalam menyebarkan dakwah di media Sosila Intagram yaitu Instagram memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, memiliki beragam fitur dan dengan kekuatan dan kecepatan koneksi internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah yaitu beberapa orang dari kalangan orangtua belum paham menggunakan Instagram, keterbatasan kouta internet, kurangnya kreativitas dalam mengemas konten dakwah, masih kurangnya minat seseorang terhadap konten-konten positif, faktor ekonomi sehingga tidak memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* dan faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan.
 AB, Syamsuddin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
 Aminudin. 2018. "Media Dakwah," *Al-Munzir: Jurnal Ilmu-Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, Vol. 9, No. 2 (November).
 Ardiansyah, Irfan dan Anastasya Maharani. 2020. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: Cendekia Press.
 Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
 Damayanti, Rini. 2018. "Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*. Vol. 5, No. 3.
 Departemen Agama RI. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta Timur: CV Darus Sunnah.
 Eriyanto. 2021. *Analisi Jaringan Media Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
 Hidayatullah, Syarief . 2020. *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. Marketing Craft. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial> (diakses pada 10 oktober 2022).
 Instagram". *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada 24 september 2022).
 Ismail, Ilyas. 2018. *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Kencana.
 Kurnia, Neng Dewi, dkk. 2018. "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas." *EduLib*, Vol. 8, No. 1.
 Malik, Hatta Abdul. 2016. "Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 36, No. 2.
 Masruroh, Lina. 2021. *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
 Mubasyaroh. 2016. "Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)." *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1.
 Munir, M. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
 Nordin, Nur Hidayu, dkk. 2019. "Media Sosial dan Instagram Menurut Islam." *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13, 1, http://eprints.utm.my/id/eprint/85127/1/18%20NurHidayuNordin2020_MediaSosialdanInstagramMenurut.277-296.pdf (diakses pada jam 00.31, 09 Oktober 2022)

- Nurrahmi, Febri dan Puteri Farabuana. 2020. "Efektivitas Dakwah melalui Instagram". *Nyimak: Journal of Communication*. Vol. 4, No. 1
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ratnamulyani, Ike Atikah dan Beddy Iriawan Maksudi. 2018. "Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor." *Sosiohumaniora*, Vol. 20, No. 2.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Silmi, Nisa Adilah. 2018. "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijabalila". *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Solihatin, Nofita. 2021. "Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure". *Skripsi*. Purwokerto: UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Tim Stiletto Book dan Mutiara Arum. 2019. *How To Win Instagram*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Umam. 2021. *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Situs Resmi Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> (diakses pada 24 september 2022).
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah, Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group.
- Winarso, Bambang. 2015. *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*. Hybrid.co.id. <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram> (diakses pada 02 November 2022).
- Yulistiyo, Agus, dkk. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Insani.
- Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zahra, Ulfa Fauzia, dkk. 2016. "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2.