

Pengaruh Dakwah Melalui Akun Instagram @Ustadzadhidayat_Lc Terhadap Peningkatan Wawasan Keislaman Anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang

Khairun Nisa¹, Achmad Syarifuddin², Anang Walian³

UIN Raden Fatah Palembang

E-mail: nnisakhairu575@gmail.com

Article History:

Received: 25 Juni 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 06 Juli 2023

Keywords: Strategi Pemasaran, Persaingan Harga, Zafa Mulia Mandiri

Abstract: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dakwah melalui akun instagram @Ustadzadhidayat_Lc terhadap peningkatan wawasan keislaman anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik survei yang dilakukan dengan penyebaran angket dan kuisioner. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik nonprobability sampling, sampling jenuh, yakni teknik pengambilan sampel yang semua populasi dijadikan sampel dengan jumlah 30 orang. Data dianalisis dengan Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Dasar, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji Hipotesis (Uji t dan Uji Koefisien Determinasi), dengan menggunakan alat bantu software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dakwah melalui akun instagram terhadap peningkatan wawasan keislaman, hal ini terbukti bahwa nilai R square pada tabel adalah 0,238 yang menunjukkan bahwa variabel wawasan keislaman (Y) dipengaruhi oleh variabel dakwah melalui instagram (X) sebesar 23,8% dan sisanya sebesar 73,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dari masa ke masa mempengaruhi berbagai aspek yang ada di dunia ini. Termasuk dalam hal perkembangan teknologi digital dan virtual yang semakin berkembang terus menerus sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Saat ini teknologi digital telah masuk ke dalam berbagai aspek bidang kehidupan, dimulai dari bidang pendidikan, bidang kesehatan, bidang transportasi, bidang ekonomi serta bidang-bidang yang lain.¹

Di era globalisasi saat ini kemunculan media baru memberikan peluang terbuka dalam proses transformasi dakwah. Media juga mampu menyampaikan pesan dakwah dalam cakupan

¹ Riza Aulia Putra, "Peran Teknologi Digital dalam Perkembangan Dunia Perancangan Arsitektur" *Jurnal Elkawnie*, vol. 4 No. 1 (Juni, 2018) hal.67

yang luas dan tidak terbatas. Hal ini dapat dilihat pada pertumbuhan dan perkembangan media saat ini baik dalam kuantitas maupun kualitasnya. Setiap media berusaha tampil berbeda dengan menunjukkan cara dan ciri khasnya sendiri. Pendakwah dituntut untuk memahami situasi atau kondisi sosial dan perubahan-perubahan yang terjadi. Hal ini penting, karena sebagai tuntunan konsep Islam yang *Rahmatanlillamin* dalam menentukan media dakwah yang tepat untuk memprediksi perubahan dinamika sosial.²

Seiring berjalannya waktu, kegiatan dakwah mengalami perkembangan. Di Indonesia sendiri dakwah dimulai dari zaman Walisongo. Walisongo dipercaya sebagai petelak batu pertama Islam di pulau Jawa. Dimana pola dakwahnya didasarkan pada pola pengelolaan dan pengembangan budaya masyarakat yang disisipkan dengan ajaran islam yang *rahmatan lil alamin*.

Salah satu media dakwah yang populer adalah media sosial. Media sosial merupakan situs dimana setiap orang yang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Banyak sekali kelebihan-kelebihan yang ditawarkan media sosial menjadikan media sosial memiliki tempat spesial dari para penggunanya. Kecepatan dalam memberikan informasi dan mudahnya dalam mengakses media sosial membuat para *da'i* tertarik melakukan dakwah dengan memanfaatkan media sosial ini.³

Komunikasi dakwah melalui media sosial salah satu strategi yang kekinian dan menarik. Saat ini dakwah bukan lagi merupakan acara yang kaku, tetapi sudah menjadi kebutuhan manusia sebagai aplikasi dari ajaran agama tanpa menghilangkan unsur hiburan.⁴ Dengan adanya aplikasi media sosial, dapat mempermudah bagi para pendakwah untuk membagikan sebuah pemikirannya kepada khalayak dengan menggunakan sebuah gambar ataupun video-video berdurasi untuk direnungkan dan dicerna maknanya. Sehingga kebanyakan dari para pembaca/penonton bisa merenungkan apa yang mereka lihat dan mereka baca dalam aneka macam pesan media berjejaring. Semakin hari, pengguna media akan semakin meningkat dan pesan-pesan yang disampaikan semakin mendapatkan perhatian penggunanya.⁵

Kehadiran internet juga diimbangi dengan munculnya telepon genggam pintar (*smartphone*) yang dapat dibawa kemanapun kita pergi. Perkembangan media di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Media cetak perlahan mulai beralih ke dunia digital dan elektronik. Dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan media memperlihatkan kemajuan yang sangat pesat di dunia media massa.⁶

Dari sini terlihat bahwa media memiliki peran besar dalam penyampaian pesan agama, sang pendakwah tidak harus bertatap muka langsung dengan masyarakat. Media dakwah merupakan suatu alat yang menjadi perantara seorang *da'i* (penyeru dakwah) untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* (penerima pesan dakwah). Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi memudahkan kita untuk mencari berbagai macam bentuk hiburan, informasi, berita, dan lain-lain melalui berbagai macam media, salah satunya

² Intan Musdalifah dan Nikmah Hadiati Salisah "Cyberdakwah : Tiktok sebagai Media Baru", *Jurnal Komunida*, Vol.12 No.2,(November, 2022), hal.181

³ *Ibid* hal. 199

⁴ Intan Musdalifah dan Nikmah Hadiati Salisah "Cyberdakwah : Tiktok sebagai Media Baru", *Jurnal Komunida*, Vol.12 No.2,(November, 2022), hal.189

⁵ Zida Zakiyatul Husna & Farhan, Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi akun instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid", *Jurnal El-Furqonia*, vol. 05 No. 01 (Februari 2019) hal. 108

⁶ Saifuddin, dkk., "Peran Media Sosial Instagram dalam Mempublikasikan Dakwah Majelis Az-Zikrra sentul Bogor", *Jurnal Komunika*, vol. 04 No. 2 (2020) hal. 122

melalui instagram.⁷

Instagram merupakan media sosial berbasis visual khususnya foto yang pertama kali diluncurkan pada Oktober 2010. Orang dapat dengan mudah dan cepat membuat akun dan terhubung atau bertukar informasi hanya melalui unggahan visual yang direspons tanpa adanya pertemuan fisik.⁸ Aplikasi Instagram sangat mudah digunakan sehingga menjadikan alternatif media sumber informasi dan edukasi.⁹

Instagram merupakan media teknologi komunikasi yang begitu cepat perkembangannya, canggih, dan tiada batasan, perkembangan besar ini tidak dapat direncanakan. Teknologi komunikasi dihadapkan pada berbagai perubahan dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat, serta globalisasi yang melanda dunia sehingga manusia dituntut untuk mengikuti kemajuan zaman.¹⁰

Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data *We Are Social*, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada April 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brazil.¹¹

Instagram adalah bagian dari media sosial yang bisa dimanfaatkan menjadi media menyebarkan dakwah. Dengan menggunakan Instagram, dakwah dapat dibagikan dengan mengunggah video, dan para *mad'u* dapat menyaksikan pesan dakwah yang dikirim melalui video dan berbagi foto di Instagram.¹² Sehingga Pengguna Instagram di Indonesia bukan hanya sekedar meng-*upload* foto dan tren gaya hidup dalam kegiatan sehari-hari saja, namun sebagian pengguna Instagram di Indonesia sudah memanfaatkannya sebagai media dakwah.¹³

Jika ditinjau dari kajian komunikasi, dakwah merupakan bentuk komunikasi persuasi yang dapat dikatakan efektif jika memberikan pengaruh kepada audiensinya. Efek tersebut meliputi efek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Karena itu, dakwah dapat dikatakan efektif jika mampu mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah menjadi lebih baik (*hijrah*) secara agama. Tujuan dakwah adalah pembentukan dan perubahan sikap atau tingkah laku yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dari Abdullah bin Amr *radhiyallahu ta'ala 'anhu*, bahwa Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda,

يَلْعُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)

⁷ Aji Wirgonegoro, “Pengaruh Dakwah akun @bagussuhar dalam media sosial instagram terhadap akhlak *followersnya*”, Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2 No. 1 (Juli 2022) hal. 52

⁸ Amelia Rugun Sirait, “Spectatorial Sisterhood : Relasi Sosial Pengguna *Second Account* di Instagram”, Jurnal Antropologi Indonesia, Vol. 42 No. 1 (2021) hal. 35

⁹ Luthfiana Nurkusuma Ningtyas, dkk., “Pengaruh Edukasi Gizi melalui Instagram dengan *Power point* tentang Sayur dan Buah pada siswa”, Vol. 4 No. 2 (Desember 2022) hal. 84

¹⁰ Faridah, dkk. “Efektivitas Dakwah melalui media sosial Instagram dalam pandangan kaum milenial” Jurnal Retorika, vol. 4 No. 2 (2022) hal. 140

¹¹ <https://goodstats.id/infographic/8-negara-pengguna-instagram-terbanyak-2022-HneG2> diakses pada 22 Oktober 2022 Pukul 12:13 WIB

¹² Muzayyanah Yuliasih, “Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi generasi millennial”, Jurnal Da'wah Vol. 4 No. 2 (2021) hal. 67

¹³ Suriati. (2021). Dakwah dan Hedonisme. *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), hal.27

Salah satu akun instagram yang melaksanakan dakwah melalui media instagram adalah akun @ustadzadhidayat_lc. Akun @ustadzadhidayat_lc berisikan video kajian Ustadz Adi Hidayat dari berbagai sumber. Akun ini dibuat sejak November 2017. Jumlah postingannya sejumlah 2.213 postingan. Dan memiliki *followers* sebanyak kurang lebih 1.500.000. Akun @ustadzadhidayat_lc selalu *memposting* video ceramah ustadz Adi Hidayat dari berbagai tempat dan sumber. Video yang *diupload* berisikan pesan dakwah Islam. Video pada akun tersebut merupakan cara menyebarkan pesan-pesan dakwah yang dikemas secara lebih modern dengan tujuan untuk menarik perhatian mad'u. Akun ini *memposting* video kajian ustadz Adi Hidayat setiap hari.

Pengguna media sosial yang paling dominan atau banyak adalah remaja. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Tiktok. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki.¹⁴

Perpektif Islam menyatakan bahwa remaja adalah generasi penerus yang mewarisi ajaran agama Islam dan memperjuangkan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupannya dengan skema utama mengikuti apa yang diperintahkan Allah *Subhana wa Ta'ala* dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah *Shalallahu 'alaihi wasallam*. Untuk menyiapkan generasi masa depan (*syabâbul yaumi rijâlul ghad*). dan pewaris nilai-nilai Islam, remaja harus berbekal akhlak, ilmu, iman, dan beramal berdasarkan petunjuk agama kita Islam yang mana berpedoman pada al-Qur'an dan Sunnah *maqbullah*.¹⁵

Terdapat identifikasi masalah, seperti keluhan tentang hadirnya berbagai *platform* yang dikawatirkan membuat perilaku para remaja menjadi berubah sehingga kesadaran untuk beribadah juga mengalami penurunan. Media sosial juga dianggap mampu merubah kontak sosial dan interaksi yang berdekatan jadi berjarak, bahkan menjadi pelaku *phubbing*, yaitu seseorang yang asyik dengan gawainya atau bermedia sosial tanpa memperdulikan orang-orang yang berada didekatnya. Bukan itu saja, yang tidak kalah penting dan harus terus diperhatikan adalah keawatiran terhadap penurunan adab sopan santun kepada orang tua dan orang lain, serta kurangnya pengetahuan agama di kalangan remaja.¹⁶

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik survei yang dilakukan dengan penyebaran angket dan kuisioner. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik nonprobability sampling, sampling jenuh, yakni tekni pengambilan sampel yang semua populasi dijadikan sampel dengan jumlah 30 orang. Data dianalisis dengan Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Dasar, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji Hipotesis (Uji t dan Uji Koefisien Determinasi), dengan menggunakan alat bantu software SPSS versi 25.

¹⁴Kamaluddin Tajibu, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba", *Jurnalisa*, Vol 07 No 01, (Mei, 2021), hal.128

¹⁵Lailan Rafiqah, dkk, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Masjid Al-Muawanah Kota Pekanbaru", *Jurnal Dakwatulislam*, Vol.7 No 1, (Desember, 2022), hal.21

¹⁶ *Ibid*, hal.22

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel new media (X) berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel wawasan keislaman (Y), maka dengan itu dinyatakan signifikansi jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$. Nilai $t_{tabel} = 5\%$ (uji dua arah) dengan rumus $df = n-2$ ($30-2 = 28$) kemudian diperoleh t_{tabel} sebesar 1,701, maka dapat diperhitungkan hipotesis dari uji t masing masing variabel sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.353	11.723		2.674	.012
	NEW MEDIA	.551	.186	.488	2.959	.006

a. Dependent Variable: WAWASAN KEISLAMAN

Berdasarkan dari tabel di atas maka diperoleh nilai t_{hitung} 2,959 yang artinya t_{hitung} 2,959 > t_{tabel} 1,701 dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Dakwah melalui *New Media* terhadap Peningkatan Wawasan Keislaman anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang.

b. Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel dakwah melalui new media (X) terhadap variabel wawasan keislaman (Y), dapat dilihat dari tabel perhitungan statistik menggunakan determinasi sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.211	5.008

a. Predictors: (Constant), NEW MEDIA

Dari tabel di atas maka dapat dilihat bahwa besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,488 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,238. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel Dakwah melalui New Media (X) berpengaruh terhadap Wawasan Keislaman (Y) sebesar 23,8%.

Pembahasan

Pada penelitian ini, responden anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang sebanyak 30 orang yang dibagikan kuesioner. Penelitian ini melakukan perhitungan menggunakan alat bantu software SPSS versi 25, lalu untuk menguji hipotesis digunakan regresi sederhana. Adapun penjelasan hasilnya sebagai berikut :

Hasil uji normalitas data menjelaskan bahwa data residual nilai Asymp Sig.(2-tailed) sebesar $0,067 > 0,05$. Jadi nilai signifikansi variabel menghasilkan lebih besar dari pada 0,05.

Maka dapat disimpulkan bahwa data-data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil angket dakwah melalui *new media* menunjukkan bahwa akun @ustadzadhidayat_lc berdakwah secara baik kepada anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang. Hal ini dilihat dari frekuensi jawaban dominan setuju dan sangat setuju.

Selanjutnya berdasarkan hasil angket wawasan keislaman menunjukkan bahwa anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang memiliki wawasan tentang keislaman yang baik dilihat dari frekuensi jawaban angket yang dominan menjawab setuju.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari hasil perhitungan uji $t_{hitung} 2,959 > t_{tabel} 1,701$ dan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dakwah melalui *new media* terhadap peningkatan wawasan keislaman dengan persentase korelasi 23,8% yang diperoleh dari hasil koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Putri Hidayati (2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat antara konten dakwah terhadap pemahaman agama followers.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan :

1. akun @ustadzadhidayat_lc berdakwah secara baik kepada anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang. Hal ini dilihat dari frekuensi jawaban yang dominan menjawab setuju dengan rata-rata persentase 65%.
2. Anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang memiliki wawasan tentang keislaman yang baik dilihat dari frekuensi jawaban yang dominan menjawab setuju dengan rata-rata persentase 77%.
3. Terdapat pengaruh signifikan dakwah melalui *new media* terhadap peningkatan wawasan keislaman dengan persentase korelasi 23,8% yang diperoleh dari hasil koefisien determinasi (R^2).

DAFTAR REFERENSI

- Al-Asyqar, Umar Sulaiman Abdullah 2018. *Pengantar Studi Akidah Islam*, Terj.Muhammad Misbah. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Ali Mohammad D. 2011. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alim, Muhammad. 2011. *Pendidikan Agama Islam Upaya Pembentukan Pemikiran Dan Kepribadian Muslim*, cetakan kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Al-Qaradhawi, Syaikh Y. 2020. *Al-Akhlaq Al-Islam*, Terj. Fuad SN. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Amin, Samsul M. 2016. *Ilmu Akhik*. Jakarta: Amzah.
- Aminuddin, 2016. "Media Dakwah", *Al-Munzir* Vol. 9. No. 2 November.
- An-Nabiry, Fathul B. 2008. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'I*, Jakarta: Amzah.
- Anshari, Endang S. Wawasan Islam Pokok-Pokok Pikiran tentang Paradigma dan Sistem Islam, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), cet. 1, hal. 45
- Arifin, Johar. 2008. *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azis Moh A. 2004. *Ilmu Dakwah edisi revisi*. Jakarta : Kencana.

- Daulay, Haidar P. 2014. *Pendidikan Islam dalam Perspektif Filsafat*, Jakarta : Kencana Media Grup.
- Faridah, dkk. 2022 “Efektivitas Dakwah melalui media sosial Instagram dalam pandangan kaum milenial” *Jurnal Retorika*, vol. 4 No. 2.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Hamka. 2020. *Studi Islam*. Cetakan pertama. Depok: Gema Insani.
- Husna Zida Z. dan Farhan, 2019 Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi akun instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid”, *Jurnal El-Furqonia*, vol. 05 No. 01
- Husna, Zida Z. dan Muhid, Abdul. 2021 “Perkembangan Dakwah melalui Media Sosial Instagram (*Literature Review*)”, *Jurnal At-Thariq*, vol. 05 No. 02
- <https://goodstats.id/infographic/8-negara-pengguna-instagram-terbanyak-2022-HneG2> diakses pada 22 Oktober 2022 Pukul 12:13 WIB
- Karim, Abdul. 2016. “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang”. *At-Tabsyir* Vol.4, No.1.
- Kusumastuti, Adhi. Ahmad Mustamil Khoiron, Taofan Ali Achmadi, 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV. Budi Utami.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa). Terj. Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Munir, Muhammad dan Ilaihi, Wahyu. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Musdalifah, Intan dan Hadiati, Salisah N. 2022”Cyberdakwah : Tiktok sebagai Media Baru”, *Jurnal Komunida*, Vol.12 No.2.
- Musdalifah, Intan dan Salisah Nikmah H. 2022”Cyberdakwah : Tiktok sebagai Media Baru”, *Jurnal Komunida*, Vol.12 No.2.
- Ningtyas, Luthfiana N., dkk., 2022 “Pengaruh Edukasi Gizi melalui Instagram dengan *Power point* tentang Sayur dan Buah pada siswa”, Vol. 4 No. 2.
- Nuryadi, dkk., 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta, Sibuku Media,
- Nuwairah, Nahed. 2014. “Dakwah di Tengah Keragaman Masyarakat : Hakikat dan Strategi”, *Alhadharah*, Vol.13 No.25.
- Putra, Riza A. 2018 “Peran Teknologi Digital dalam Perkembangan Dunia Perancangan Arsitektur” *Jurnal Elkawnie*, vol. 4., No. 1.
- Rafiqah, Lailan. dkk, 2022 “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Masjid Al-Muawanah Kota Pekanbaru”, *Jurnal Dakwatulislam*, Vol.7 No 1.
- Ridwan, Mohammad. 2021. *Wawasan Keislaman Penguatan Diskursus Keislaman Kontemporer Untuk Mahasiswa Perguruan Tinggi Umum*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Roudhonah, Sugiharto, Muhamad Zen. 2017. *Peta Dakwah Dosen Tangerang Selatan : Cinta Buku Media*.
- Rustandi, Ridwan. 2019. “Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam”. *Jurnal Nalar*. Vol. 3, No. 2.
- Saifuddin, dkk. 2022 “Peran Media Sosial Instagram dalam Mempublikasikan Dakwah Majelis Az-Zikra sentul Bogor”, *Jurnal Komunika*, vol. 04 No. 2.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cetakan kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sirait Amelia R., 2021 “Spectatorial Sisterhood : Relasi Sosial Pengguna *Second Account* di Instagram”, *Jurnal Antropologi Indonesia*, Vol. 42 No. 1.
- Solis,B. 2010. *The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And*

- Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons,.
- Sucahya. 2013. "Teknologi Komunikasi dan Media". *Jurnal Komunikasi*, Vol.2 No. 1.
- Sudijono, Anas. 2015. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Cet. Ke-11. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Suriati. 2021. "Dakwah dan Hedonisme". *Jurnal Retorika* :, Vol. 3 No.1.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, 2011. *Statistik Untuk Penelitian Bandung*: Alfabeta.
- Suhadi dan Zein, Siti M. 2022. *Path Analysis Faktor Dominan Penentu Rasa Percaya Diri*. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Suhandi. 2014. "Penyiaran Agama Dalam Perspektif Islam (Studi Manajemen Dakwah)", *Al-Aldyan* Vol.IX No. 2.
- Suryani. dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Swarjana, I K. 2020. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tajibu, Kamaluddin. 2021. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba", *Jurnalisa*, Vol 07 No 01.
- Wirgonegoro, Aji. 2022 "Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Followersnya", *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol. 2 No. 1.
- Yuliasih, Muzayyanah. 2021. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millennial", *Jurnal Da'wah* Vol. 4 No. 2.
- Zubaidi. 2015. *Akhlak dan Tasawuf*. Jogjakarta : Lingkar Media