

Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah

Cut Sri Wahyuni

Bahasa dan Sastra Arab, Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia
Email: 20201011020@student.uin-suka.ac.id

Abstrak

Dewasa ini keberadaan media sosial sebagai sarana untuk dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama dan para pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda agar siap dan matang dalam menghadapi dari pemikiran-pemikiran yang nantinya sangat tidak relevan dan merusak tatanan kehidupan yang sesuai dengan ajaran agama, hukum dan norma-norma yang berlaku. Aktivitas dakwah melalui media sosial menyedot perhatian semua pihak. Sehingga banyak bermunculan para da'i media sosial secara konvensional sudah populer di tengah-tengah masyarakat, salah satu da'i yang populer yaitu Ustadz Hanan Attaki melalui salah satu media sosialnya *Instagram*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode ini menggambarkan bagaimana aktivitas dakwah melalui media sosial yaitu salah satunya *Instagram* yang berlangsung selama ini. Penelitian ini menganalisa dan mengumpulkan beberapa contoh pada media sosial (*Instagram*) ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Akun sosial media ustadz Hanan Attaki berupaya mengaktualisasi pesan-pesan di atas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui media sosial Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 8,8 juta, ustadz Hanan Attaki merupakan pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan memiliki gaya anak muda pada zaman sekarang. Video yang diunggah berdurasi satu menit dan cara penyampaiannya dengan menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dipahami, juga dipandang efektif dan menarik oleh masyarakat atau kaum muda di zaman sekarang ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Pandangan Islam, Media Dakwah

Abstract

Today the existence of social media as a means for da'wah is no longer at the discourse level. The scholars and Islamic leaders should have realized and immediately took strategic steps to maintain and educate the younger generations so that they are ready and mature in the face of thoughts that will later be very irrelevant and damage the order of life in accordance with religious teachings, laws and regulations, and applicable norms. Da'wah activities through social media attract the attention of all parties. So that many social media preachers have emerged that are conventionally popular in the community, one of the popular preachers is Ustadz Hanan Attaki through one of his social media Instagram. The research method used in this research is descriptive qualitative. This method describes how da'wah activities are carried out through social media, one of which is Instagram. This study analyzes and collects several examples on the social media (Instagram) of Ustadz Hanan Attaki. This research can be concluded that the social media account of Ustadz Hanan Attaki seeks to actualize the messages above in order to provide religious information through social media to the public through Instagram social media with a number of followers of 8.8 million, Ustadz Hanan Attaki is an Indonesian preacher who delivers lectures that are close to with everyday life and has the style of today's youth. The uploaded videos are one minute long and the way they are delivered using soft and easy-to-understand language, is also seen as effective and attractive by the public or young people in this day and age.

Keywords: Social Media, Islamic View, Da'wah Media



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Internet dan media sosial telah membawa perubahan signifikan bagi masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan dan sekaligus membawa kebiasaan baru dalam menggunakan media sosial. Selama ini masyarakat hanya menjadi konsumen pasif dan sekadar menjadi objek media dan kini berubah menjadi produsen-konsumen media menjadi subjek aktif dalam media. Era seperti ini sudah kita lihat dalam berbagai aktivitas masyarakat yang mengunggah status dan memberi tanggapan atas peristiwa yang terjadi disekelilingnya dan membagi dengan cepat melalui media sosial. Setiap detik kita bisa melihat dan membaca status baru berisi informasi baik personal maupun publik yang di unggah oleh masyarakat. Hal ini membawa perubahan signifikan menyangkut aktivitas masyarakat sipil yang selama ini terhegemoni oleh elit kekuasaan. Masyarakat mulai tumbuh kesadaran kritis untuk menyuarakan aspirasi sesuai dengan apa yang diyakini dan diketahui secara terbuka tanpa perasaan dan dibayangi rasa takut (Surokim, 2017:10).

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah penegenalan (cognition), komunikasi (communicate), dan kerjasama (coperation). Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi.

Lembaga *We Are Social* dalam Nasrullah (2015) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media sosial di Indonesiacukup tinggi. Ada sekitar 15 persen penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari jumlah total penduduk, ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar serta memiliki akun di media siosial Facebook. Dari riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial melalui perangkat telpon genggam. Perkembangan teknologi informasi komunikasi saat ini semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan akan informasi. Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram.

Pengguna Instagram sebagai komunikasi pemebelajaran merupakan suatu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial, karena biasanya menggunakan cara komunikasi kelompok, komunikasi publik, ataupun komunikasi interpersonal. Di dalam pembelajaran pada media sosial Instagram, pemilik akun-akun dakwah berperan sebagai pengajar yang membelajarkan atau menasehati sasaran dengan pesan informasi dan motivasi yang bersifat edukatif yang berasal dari sumber-sumber ilmu agama. Pengguna Instagram berperan sebagai sasaran dari pengajar dan menerima isi pesan pembelajaran (Meutia Puspita Sari, 2017:3). Dakwah melalui Internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam memperlebar sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media Internet sebagai salah satu media merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud yaitu bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islam (Nur Ahmad, 2014:326-327).

Dakwah pada dasarnya menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecendrungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah di seluruh dunia. Dakwah juga usaha untuk

mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan Al-Qur'an dan Hadits (Riski Adam Siregar, 2021:5). Allah berfirman dalam *Q.S Nahl* ayat 125 "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk; (Q.S Nahl ayat 125).*

Mengenai perkembangan Islam di Indonesia, sejak tahun 615 M Islam telah masuk ke Indonesia, yaitu pada zaman khalifah Utsman bin'Affan yang pada waktu itu mengirim delegasi untuk memperkenalkan pemerintahan islam ke negeri Cina, namun dalam perjalanan ke Cina tersebut delegasi singgah di Indonesia dan mengenalkan kepada penduduk tentang Islam. Di era modern, dakwah islam terus berkembang dengan banyaknya generasi-generasi yang membawa misi dakwah Islam membuat ajaran Islam terus tertangani (Shafira Alviana, 2). Dewasa ini tidak bisa di pungkiri sosial media tidak hanya sebagai alat komunikasi semata, ternyata juga berimbas pada proses perkembangan dan pemahaman islam, maka dari itu penulis merasa perlu membahas lebih lanjut bagaimana islam dan ulama dalam menyikapi sosial media sebagai medium dalam perkembangan islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif sebagaimana dijelaskan oleh Wardi Bachtiar (1997), bahwa metode ini biasanya menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga peneliti ketika terjun ke lapangan tidak membawa alat pengumpul data, melainkan langsung melakukan observasi atau pengamatan evidensi-evidensi sambil mengumpulkan data dan melakukan analisis. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kajian pustaka dengan membaca dan mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan. Penelitian ini menganalisa dan mengumpulkan beberapa contoh pada media sosial (*Instagram*) ustadz Hanan Attaki.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan kepada masyarakat, seiring dengan perkembangan zaman, media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang biasa diakses secara mudah melalui smartphone, dari maraknya penggunaan telpon pintar atau smartphone sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon genggam tidak hanya sebatas sms dan berbicara melalui telepon tetapi juga tersedia fasilitas-fasilitas lainnya (Adi Wibowo, 2019:345).

Pendidikan Islam dalam penyampaianya perlu dikemas dengan trend yang sedang berkembang, alhasil diperlukan metode-metode khusus agar dakwah tersebut bisa diakses oleh semua kalangan, dimanapun dan kapanpun, internet bisa dikatakan akses yang cukup praktis dimana hampir semua kalangan masyarakat menggunakannya, maka internet bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang lebih luas agar misi pendidikan yang dikemas melalui dakwah tersampaikan kepada khalayak umum.

Penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook mampu menampilkan video maupun foto secara jelas ditambah mampu menyimpan sampai kapanpun, maka penggunaan media Facebook maupun Instragram sebagai media dakwah dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam dipandang sangat efektif. Video pendek dengan durasi tidak lebih dari 1

menit tanpa melepas nilai-nilai dakwah menjadikan media sosial Instagram paling diminati karena tidak menimbulkan kebosanan para penggunanya (Adi Wibowo, 2019:347).

Media sosial aplikasi Instagram yang masih berumur sekitar lima tahun, sudah memiliki pengguna sudah mencapai 400 juta pengguna aktif. Pencapaian angka ini adalah sebuah prestasi bagi Instrgram, karena sebelumnya pada tahun 2014 pencapaiannya internet dan jejaring sosial, maka penyebaran kebaikan (berdakwah) sangatlah efektif jika menjadikan internet sebagai sarana atau mediana dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak. Karena dengan jejaring sosial, khalayak bisa dengan mudah mendapatkan nasihat-nasihat harian selain pendakwah atau para ustadz tanpa jejaring (Acep Aripudin, 2013). Maka dengan begitu para pendakwah atau ustadz akan sangat mudah untuk menyalurkan dakwah atau pemikirannya. Melihat jejaring sosial sudah menjadi aplikasi yang banyak di minati oleh khalayak.

Media Sosial Dakwah Ustadz Hanan Attaki

Konten dakwah merupakan bentuk pemanfaatan yang dilakukan oleh salah satu pendakwah yaitu ustadz Hanan Attaki dalam akun sosial mediana *hanan_attaki*. Ia adalah seorang pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan gaya anak muda. Ia juga pendiri Gerakan Pemuda Hijrah yang dekat aktif berdakwah di komunitas pemuda seperti anak punk, geng motor, skateboard, sepeda BMX, parkour dan berbagai komunitas hobi lainnya. Instagram salah satu media populer di kalangan anak muda. Jadi sangat strategis bila meramaikan Instagram dengan konten-konten dakwah.

Pengikut akun Ustadz Hanan Attaki ini berjumlah 8,8 juta dengan postingannya berjumlah 1.039 postingan.

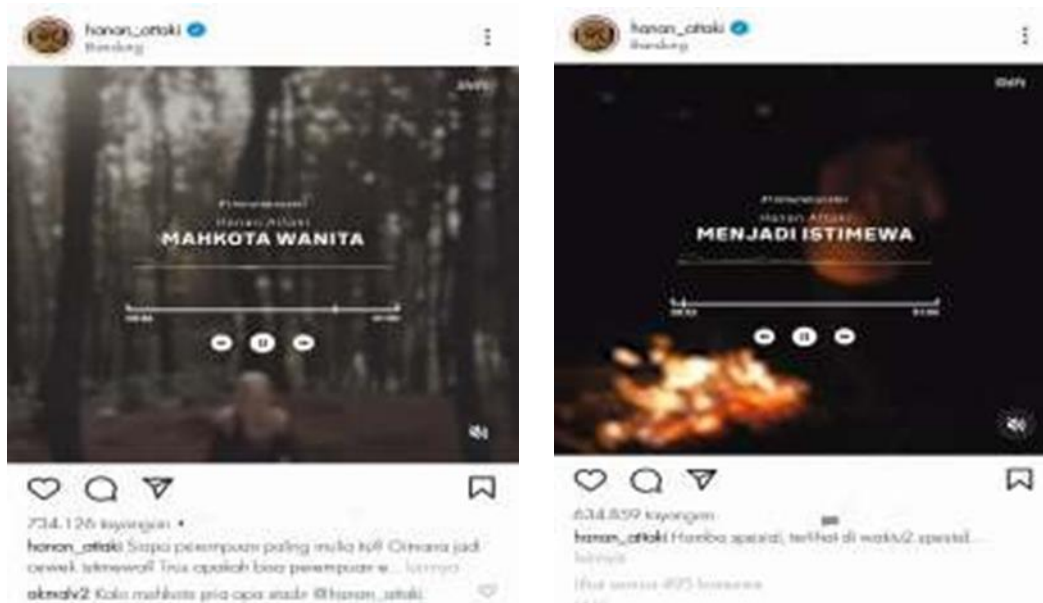


Berikut contoh postingan tentang dakwah dalam akun Instagram Ustadz Hanan Attaki:



Pada gambar tersebut akun media sosial ustadz Hanan Attaki dengan video yang diunggah memiliki 897 komentar dan 141.655 suka. Postingan yang menggambarkan informasi keagamaan yang sering dialami dalam kehidupan sehari-hari sehingga mudah diterima oleh para pengikut media sosial tersebut.

Dalam video ini, ustadz Hanan Attaki berdakwah tentang manusia yang paling dicintai oleh Allah. Dikala itu Nabi sedang duduk dengan para sahabat kemudian Nabi menanyakan kepada sahabat *siapa manusia yang dicintai oleh Allah?* Nabi menjelaskan bahwasanya manusia yang paling dicintai oleh Allah ialah umatnya. Mereka yang datang setelah para sahabat, mereka tidak pernah melihat Rasulullah tetapi mereka beriman kepada Rasulullah, mengikuti sunnah Rasulullah dan Rasulullah rindu kepada mereka, dan Rasulullah menganggap mereka adalah keluarga.



Diatas merupakan beberapa contoh postingan dalam akun ustadz Hanan Attaki dengan judul yang sangat menarik yaitu *mahkota wanita* dan *menjadi istimewa*. Video yang diunggah selama 1 menit ini sangat menarik bagi penonton karena dari judulnya saja sudah menarik bagi kaum muda pada zaman sekarang. Bahasa yang disampaikan oleh ustadz Hanan Attaki sangat lembut dan terkesan ringan untuk kaum muda yang baru menggemari ilmu agama, dibalut dengan realitas dan ekspetasi yang menarik hingga contoh-contoh yang sangat dekat dengan pendengar berhasil mengantarkan pemahaman agama yang semula nya sulit menjadi mudah dan bisa di konsumsi oleh semua kalangan dan status sosial. Pembawaan yang apik, pelan dan terkesan menjadi pemikat tersendiri hingga diulang-ulang pun tetap menarik hati.

Menurut hasil penelitian akun instagram menjadi salah satu akun media sosial yang paling diminati oleh para masyarakat karena lebih banyak menampilkan video-video keagamaan, motivasi, dan lain sebagainya. Respon pengguna media sosial terhadap nilai-nilai pendidikan yang disampaikan ke dalam dakwah melalui medsos ustadz Hanan Attaki secara umum mengatakan positif hal tersebut dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah pengikut, akun media sosial Ustadz Hanan Attaki ini sebagai motivasi dan media belajar agama yang disampaikan dengan gaya anak muda pada zaman sekarang.

Pembahasan

Dakwah Melalui Media Sosial Dalam Pandangan Islam

Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting: (1) Muslim telah menyebar ke seluruh dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu terhubung

dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia. (2) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan ke seluruh dunia. (3) Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya, juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah (Fathul Wahid, 2004:29-30).

Keefektifan media bergantung pada umat islam itu sendiri. Artinya, kecakapan dan keikhlasan mereka dalam berdakwah melalui internet, serta kesungguhan mereka dalam merendahkan segala bentuk perpecahan dan perselisihan intern dalam umat Islam sangat berpengaruh pada sukses tidaknya misi suci ini. Untuk itulah, diantara kewajiban para pemimpin aliran-aliran dalam Islam agar berusaha semaksimal mungkin untuk dapat merukunkan dan meminimalisasi perbedaan dan berusaha mengedepankan persamaan (Dr. Bambang S.M, 2010:173). Dengan segala kelebihan dan kekurangannya internet ternyata dapat menjadi salah satu media alternatif dakwah informasi dan globalisasi. Keberhasilan media dakwah berpeluang pada kesiapan pengembang dakwah, terutama dalam mempersiapkan calon-calon dakwah provider yang memiliki kreatifitas yang memadai (Wahyu Ilahi, 2010:112).

Menurut Syeikh Sulthan al-Umari tertulis di dalam makalahnya dengan judul *Istikhdam al-Internet fi ad-Da'wah* (REPUBLIKA, Jumat 3 Mei 2013, hlm. 4). Menurutnya, ada beberapa petunjuk penting yang harus diperhatikan dalam berdakwah di dunia maya. *Pertama*, hal paling mendasar adalah meluruskan niat. Dakwah di internet akan mulus bila di dasari dengan niat dan iktikad yang baik, sebaliknya bukan bertujuan untuk menggerai materi atau larut dengan perdebatan mazhab. *Kedua*, merumuskan visi dan misi berdakwah di dunia maya, dalam konteks ini maka penting untuk memahami bahwa substansi berdakwah ialah memberikan manfaat untuk orang lain. Berdakwah adalah mengajak ke arah kebaikan dan ranah positif. Sebuah riwayat yang dinukilkan dari Abu Hurairah menyebutkan bahwa siapapun yang mengajak kepada hidayah kebaikan maka ia memperoleh pahala yang sama dari orang yang bersangkutan. *Ketiga*, tunjukkan pada dunia keagungan nilai-nilai luhur Islam. *Keempat*, pilihlah pembimbing atau pengontrolan kualitas konten yang berkompeten dalam urusan syariahnya dan memiliki wawasan luas, ini akan membantu terhindar dari kontroversi dan kontradiksi konten. *Kelima*, konten selalu disesuaikan dengan kebutuhan masa kini dan kecenderungan masyarakat sekarang. Terakhir. Jika membuat situs dakwah tertentu maka jangan lupa melengkapinya dengan aplikasi-aplikasi unggulan, seperti forum, mengobrol langsung (chatting), dan fasilitas surat elektronik (*e-mail*) (Ahmad Zaini, 2015:105).

Sebagaimana telah diketahui bahwa dakwah islam tidak hanya bi al-lisan (dengan ungkapan atau kata-kata), melainkan juga bi al-kitab (dengan tulis-menulis), bi at-tadbir (manajemen atau mengorganisasikan) dan bi al-hal (aksi sosial). Seorang da'i atau mubaligh yang baik hanya menguasai materi dakwah, melainkan juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal itu akan mempermudah da'i dalam memilih kata dan menemukan metode apa yang harus digunakan. Sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang artinya: "berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka". (HR. Muslim).

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet. Sebuah langkah yang baik telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Langkah-langkah untuk berdakwah melalui internet dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, diantaranya: cybermuslim atau cyberdakwah, Situs

Dakwah Islam, Youtube Islam atau IslamTube, website, Blog dan jaringan sosial seperti: Facebook dan Twitter. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya (Asep dan Agus, 2002:84).

KESIMPULAN

Penulis dapat menyimpulkan bahwa media sosial tentu bisa dijadikan sebagai salah satu media dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat, baik itu dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah merupakan sebuah kesempatan yang sangat baik bagi para pendakwah, supaya media sosial itu tidak disalahgunakan oleh sekelompok orang untuk kegiatan yang menyimpang dan bertentangan dengan agama. Agar pesan-pesan dakwah para da'i sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (washilah) yang dapat digunakan. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat sekarang adalah internet dengan fasilitas di dalamnya yaitu: *Website, Blog, Mailing-list, Chatting*, ataupun jejaring sosial semisal *Instagram, Facebook* dan *Twitter*. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Jumlah yang banyak itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring sosial itu yang terkenal dengan sebutan media kicauan itu. Ini adalah potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah.

Akun sosial media ustadz Hanan Attaki juga berupaya mengaktualisasi pesan-pesan diatas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 8,8 juta, ustadz Hanan Attaki merupakan pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan memiliki gaya anak muda pada zaman sekarang. Video yang diunggah berdurasi satu menit dan cara penyampaiannya dengan menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dipahami oleh masyarakat atau kaum muda di zaman sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Acep Aripudin. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Cet. I. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Adi Wibowo. (2019). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*. Jurnal Islam Nusantara. Vol. 03. No. 02.
- Ahmad Zaini. (2015). *Dakwah Melalui Internet*. At-Tabasyir. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.
- Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei. (2002). *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Dr. Bambang Saiful Ma'arif. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung Simbiosis Rekatama Media.
- Fathul Wahid. (2004). *E-dakwah, Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gava Media.
- Masyhur, M. (2012). *Fiqh Dakwah*, terj. Abu Ridho et.al. Cet. Ke 12. Jakarta: Al-I'tishom.
- Meutia Puspita Sari. 2017. *Fenomena Penggunaa Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. Universitas Riau. Vol.4. No.2. Oktober.
- Nur Ahmad. (2014). *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah*. Jurnal ADDIN. Vol.8.
- Riski Adam Siregar. (2021). *Pemanfaatan Instagram "Go Hijrah" Dalam Pengembangan Dakwah Islam Klangan Remaja Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Surokim. (2017). *Internet, Media Sosial dan Perubahan Sosial Di Madura*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Wahyu Illahi. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.