

Instagram Sebagai Media Dakwah: Analisis Isi Akun Instagram @harakah.id Bulan Muharram 1443 H

Moh. Asrovi¹, Agus Setyawan², Khafidhoh³

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Sunan Giri Ponorogo

asrovi7@gmail.com, asetawan@gmail.com, khafidhoh.sukses@gmail.com

Received: 26/05/2023

Revised: 27/05/2023

Accepted: 27/05/2023

Abstract

Innovating in preaching is something that is very important in responding to the challenges of the times. In modern times like this, sometimes people get bored with face-to-face da'wah models. In today's contemporary society, people must be approached with something that makes them interested. Social media has managed to achieve the highest popularity in the all-digital era, now one of the most loved by the global community today is Instagram social media. As a prestigious platform in this era. The emergence of Instagram social media which is widely used by various groups of people in communicating and exchanging information has not escaped the attention of da'wah activists to preach. Therefore, this research is a study that tries to describe the use of Instagram as a media for preaching the @harakah.id account. This type of research is descriptive qualitative research. To achieve the objectives of this study using the method of content analysis. While the data collection technique is done by observing and documenting. The data source used in this study uses the content @harakah.id uploaded in the month of Muharram 1443 H on Instagram regarding the use of persuasive communication from Mar'at and the theory of da'wah messages by Al-Bayanuni which divides da'wah messages in the aspects of faith, sharia and morals. The results of this study indicate that the da'wah messages in the @harakah.id account during the month of Muharram 1443 H contain 3 aspects, namely aqidah, sharia and morals. As well as the application of da'wah communication strategies on the Instagram account @harakah.id there are 2, namely rational preaching persuasive communication and emotional persuasion

Keywords

Instagram, Da'wah Material, Da'wah Communication

Corresponding Author

Moh. Asrovi
IAI Sunan Giri; Ponorogo; asrovi7@gmail.com



1. INTRODUCTION

Dewasa ini, dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat dilihat dari perhatian masyarakat terhadap dakwah itu sendiri. Dakwah tidak sebatas dipahami sebagai pekerjaan menyampaikan ajaran Islam melalui kajian, khutbah Jum'at, khutbah dari mimbar dan ceramah pada hari-hari besar Islam. Pengertian dakwah lebih dari itu. Dalam definisi yang lebih maju, dakwah dapat diartikan sebagai aktivitas individu yang bertujuan untuk menciptakan koheisi dan solidaritas bersama. Menurut Ujang Mahad, pengertian dakwah bukanlah pemahaman tradisional dalam arti rutinitas spiritual kolektif, tetapi dakwah juga bisa menjadi pemberian kepada panti asuhan, pengentasan kemiskinan, penanggulangan bencana dan banyak kegiatan kemanusiaan lainnya. Melihat perkembangan zaman, dunia dakwah mengalami beberapa proses, sehingga proses tersebut memiliki banyak cara untuk menyampaikannya, sehingga harus disesuaikan dengan kondisi zaman. Metode dakwah yang dimaksud adalah metode yang harus digunakan oleh para da'i untuk menyampaikan materi dakwah.

Berdakwah merupakan salah satu dari sekian banyak perintah Allah SWT. bagi umat Islam sebagai semacam dukungan inisiatif Syariah Islam di semua bidang kehidupan. Pemenuhan kewajiban dakwah merupakan kewajiban setiap muslim, khususnya mereka yang telah baligh dan berakal, baik laki-laki maupun perempuan. Diasumsikan bahwa setiap Muslim memenuhi tugas Nabi untuk menyampaikan dakwah.

Proses dakwah memiliki kesamaan dengan proses komunikasi, yang dapat berjalan dengan baik jika memenuhi setidaknya lima unsur, yaitu subjek, objek, lingkungan, materi dan metode. Kelima unsur tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Jika beberapa unsur tidak ada, maka fungsi dakwah tidak dapat terpenuhi.

Dakwah mulai berkembang seiring dengan perkembangan zaman, diawali dengan dakwah yang dilakukan Nabi Muhammad SAW pada masa lampau dengan cara-cara tersembunyi melalui mulutnya dan perbuatan-perbuatan yang lembut menyampaikan pesan dakwah Islam. bahwa rekan-rekan dan keluarganya dapat dengan mudah menerimanya. Hingga sampai pada era perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti saat ini, dakwah dilakukan secara terbuka melalui berbagai media seperti media elektronik, media cetak bahkan media sosial. Pengembangan dakwah ini dapat menjadi jalan bagi tumbuh dan berkembangnya dakwah hingga mencakup seluruh masyarakat diseluruh dunia.

Salah satu cara untuk menyampaikan dakwah pada zaman dahulu adalah melalui media seni. Sebagai contoh penyampaian dakwah di Indonesia pada zaman dahulu yaitu dakwah pada

zaman Sunan Kalijaga. Sunan Kalijaga adalah salah satu *Wali Sanga* yang menggunakan seni, khususnya seni wayang, untuk mengislamkan Jawa.

Di era kemajuan teknologi ini, dakwah tidak bisa lagi dilakukan dengan cara konvensional saja. Hal ini karena arus globalisasi yang dapat menghilangkan dakwah akibat ketidaksesuaian zaman. Oleh karena itu, dakwah harus diperbaharui sesuai dengan perkembangan zaman. Dakwah tidak hanya bisa dilakukan melalui mimbar pidato, tetapi juga harus dikemas sedemikian rupa sehingga menjawab tantangan dakwah kontemporer. Saat ini, setiap orang hampir dapat berkhotbah di saluran media yang berbeda. Perkembangan media massa tidak luput dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi. Penggunaan media membutuhkan pengetahuan dan modal yang memadai untuk mengelola dan menggunakannya. Munculnya internet dianggap sebagai revolusi dalam dunia komunikasi dan informasi.

Inovasi dalam dakwah sangat penting untuk menjawab tantangan kontemporer. Di saat seperti itu, orang terkadang jenuh dengan model dakwah tatap muka. Perkembangan saat ini, orang memerlukan ajakan dengan sesuatu yang menarik bagi mereka. Salah satu contohnya adalah penggunaan gambar sebagai alat propaganda. Saat ini ini, banyak orang menggunakan gambar sebagai alat propaganda dengan menjadikannya *postingan* di media sosial, laptop dan membagikannya kepada orang lain.

Instagram adalah aplikasi media sosial yang dirilis pada Oktober 2010, dapat diunduh gratis dari App Store untuk pengguna iPhone dan dari Google Play untuk pengguna Android. Ini adalah aplikasi tempat pengguna dapat mengunggah atau mengirim pesan. Foto, gambar, dan video. Ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital dan membaginya dengan berbagai layanan jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan lainnya yang mereka miliki sebagai pelengkap untuk berkomunikasi dengan dunia.

Salah satu pemanfaatan media social sebagai sarana dakwah adalah Instagram. Melalui Instagram, para da'i dapat menyampaikan pesannya melalui gambar atau video yang diunggah melalui akunnya. Faktanya Instagram berkembang tidak sebatas menjadi akun perseorangan, melainkan bisnis, perusahaan, dan organisasi atau bahkan komunitas-komunitas. Sebagai media dakwah, salah satu akun Instagram yang khusus digunakan untuk berdakwah menyiarkan pesan keagamaan Islam adalah akun @harakah.id. Dalam hal ini, penulis mencoba menggali isi pesan dakwah secara tidak langsung atau langsung dalam pesan gambar akun Instagram @harakah.id.

Dengan adanya akun @harakah.id sepertinya dakwah lebih mudah dipahami dibandingkan akun lainnya, postingannya elegan, model infografis, dan lain sebagainya.

Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi yaitu Instagram sebagai media dakwah (Analisis Isi Akun @harakah.id Bulan Muharram1443 H)

2. METHODS

Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik analisis isi. Yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis, sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Metode kualitatif juga merupakan pendekatan penelitian yang terutama mengandalkan pada analisis secara mendalam terhadap suatu gejala dan dilakukan sampai ke akar-akarnya.

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah akun instagram dakwah yang secara aktif memposting materi dakwah dan memiliki pengikut setia yang aktif dalam menggunakan instagram. Dimana penelitian ini berasal dari analisis peneliti terhadap akun instagram tersebut, yaitu dengan cara melihat dan mengamati bagaimana media sosial instagram digunakan sebagai sarana dakwah para *da'i* demi mencapai target dakwah (*mad'u*) yang lebih luas dan mudah. Dalam hal ini, akun instagram yang akan diteliti ialah akun dakwah @harakah.id

Sumber Data dan Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini, dikelompokkan menjadi dua yaitu; Data Primer adalah berupa data dari isi pesan dakwah akun @harakah.id yang telah diperoleh oleh peneliti. Sedangkan data sekunder, yang diperoleh oleh peneliti adalah data yang bersumber kepustakaan, jurnal, buku, internet, maupun dari berbagai sumber informasi tertulis lainnya yang berkaitan dengan materi dakwah serta media yang digunakan.

Sumber data selanjutnya yakni observasi secara mendalam dengan mengamati dan memahami akun @harakah.id dalam setiap *postingan*-nya, khususnya pada bulan Muharram 1443 H. Pengumpulan data selanjutnya adalah dengan teknik dokumentasi, yaitu menghimpun berbagai catatan-catatan yang terkait dengan penelitian yang bersumber dari buku, jurnal, makalah, skripsi, foto, video, koran, internet dan lain sebagainya.

Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun dan mengolah data yang telah diperoleh

terkait dengan objek penelitian sehingga dapat ditafsirkan lebih lanjut untuk mendapatkan kesimpulan atau jawaban dari rumusan masalah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis isi. Dalam hal ini peneliti menyimpulkan data dari isi instagram para pelaku dakwah yakni akun dakwah @harakah.id dalam strategi penggunaan komunikasi secara *rasional* dan *emosional* serta membahas isi konten materi dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah dan akhlak. Kemudian data yang telah terkumpul tersebut peneliti akan menyusun secara sistematis dan juga akan peneliti analisis secara objektif berdasarkan fakta-fakta yang ada. Sehingga didapatkan hasil penelitian ilmiah sesuai dengan prosedur penelitian yang berlaku

3. FINDINGS AND DISCUSSION

Aspek Isi Pesan Dakwah @harakah.id

Merinci klasifikasi isi pesan dakwah yang terdapat pada akun @harakah.id materi dakwah ini dibagi mengikuti pendapat Al-Bayayuni yang membagi pesan dakwah kedalam tiga aspek, yaitu : aspek akidah, aspek syariah dan aspek akhlak. Berikut merupakan pembahasan mengenai klasifikasi pesan dakwah berdasarkan tiga aspek tersebut:

a. Akidah

Aqidah merupakan inti keyakinan yang harus diimani oleh setiap muslim. Iman Islam disebut Tauhid dan merupakan inti dari iman. Aqidah adalah keyakinan internal *bathiniyah* yang berisi masalah yang terkait erat dengan rukun iman. Masalah akidah ini secara garis besar terdapat dalam sabda Rasulullah SAW; *"Iman ialah engkau percaya kepada Allah SWT, Malaikat-MalaikatNya, Kitab-Kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, Hari Akhir dan percayaadanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk"* (HR.Muslim).

Adapun aqidah, pembahasannya tidak hanya tentang hal-hal yang diyakini, tetapi materi dakwah juga memiliki hal-hal yang dilarang, misalnya syirik (menyekutukan keberadaan Tuhan), Peningkaran terhadap keberadaan Tuhan. dan sebagainya

b. Syari'ah

Secara bahasa, syariat berarti aturan atau hukum. Singkatnya, Syariah adalah hukum yang diatur oleh Allah SWT. Syariah ditetapkan oleh Allah SWT untuk umat Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun dalam Sunnah Nabi. Hal ini dijelaskan dalam sabda Nabi Muhammad SAW yang artinya: *" Islam adalah bahwasannya engkau menyembah kepada Allah SWT dan janganlah kau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, mengerjakan shalat,*

membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan dan menunaikan ibadah Haji di Mekkah (Baitullah)". Hadits ini menjelaskan hubungan manusia dengan Allah SWT dalam hal ibadah. Ibadah merupakan inti perbuatan yang terkandung dalam rukun Islam, yaitu syahadat, shalat, puasa, zakat dan haji bagi yang mampu.

Aspek syariah mencakup semua hukum dan peraturan yang terkandung dalam Islam pada tingkat individu, keluarga dan masyarakat. Oleh karena itu, aspek ini mencakup aturan ibadah, muamalah dan ekonomi, aturan hukum dan politik, aturan sosial, aturan jihad dan sebagainya, yang penjelasannya dapat ditemukan dalam kitab-kitab fikih dan hukum.

Syariah dibagi menjadi dua hal; Pertama, yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT disebut ibadah, ibadah merupakan amalan inti yang terkandung dalam rukun Islam yaitu syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji bagi yang mampu. Kedua, yang mengatur manusia dan manusia lain atau alam disebut muamalah, muamalah adalah penerapan ibadah dalam kehidupan bermasyarakat.

c. Akhlak

Akhlak secara bahasa berarti perbuatan yang dilakukan secara spontan. Sedangkan menurut istilah, akhlak berarti suatu sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang yang dari sifat tersebut timbul suatu perbuatan dengan mudah/gampang tanpa perlu pemikiran dan pertimbangan (al-Imam al-Ghazali).

Akhlak merupakan penyempurna dan pelengkap aspek Iman dan Syariah, Materi akhlak memegang peranan yang sangat penting dalam melengkapi Iman dan Islam. Ajaran akhlak Islam terkandung dalam materi dakwah yang penting dalam menyampaikannya kepada masyarakat penerima dakwah. Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moral dalam kehidupan manusia. Pembahasan Muamalah juga mencakup akhlak, yang dalam hal ini membedakan pokok bahasan tentang akhlak atau keadaan hati seseorang yang mempengaruhi sikap dan akhlaknya.

Adapun materi dakwah pada akun @harakah.id mencakup ibadah, syari'ah dan akhlak yang penulis rangkum selama bulan muharram 1443 H adalah sebagai berikut:

NO	TEMA	TGL	JUDUL PESAN	KATEGORI
----	------	-----	-------------	----------

1	Muamalah	9-AGT	Ucapan Selamat Tahun Baru 1443 H	Syari'ah
2	Amalan	9-AGT	Amalan Yang Dituduh Bid'ah Di Bulan Muharram	Syari'ah
3	Hukum	10-AGT	Kamu Punya Teman Cepu Dan Tukang Ngadu? Begini Kata Al-Quran	Syari'ah
4	Muamalah	11-AGT	Selama Agamanya sama bisa kok Ijab sah, Apapun kelompokmu	Syari'ah
5	Muamalah	11-AGT	Kesetiaan Kepada Tanah Air tak bertentangan dengan Agama	Syari'ah
6	Muamalah	13-AGT	Belajar Bahasa Arab Cara Mengatakan "Maukah kamu ..."	Syari'ah
7	Muamalah	14-AGT	Al-Wala' wal bara" vs Islam Wasatiyyah	Akidah
8	Ibadah	15-AGT	Hari Asyura Tanggal 10 Muharam Puasa Sunnah	Syari'ah
9	Ucapan	17-AGT	Ucapan Dirgahayu Indonesia ke-76.	Syari'ah
10	Muamalah	17-AGT	Tebar Rahmat Indonesia Sehat	Syari'ah
11	Rukun Iman	19-AGT	Berdakwah dengan Kelembutan	Akhlak
12	Sejarah	19-AGT	Kejadian Penting di Hari Asyura	Akhlak
13	News	20-AGT	Taliban menang dan berhasil mengambil alih Afganistan.	Akidah
14	Ideologi	20-AGT	Alasan Wahabi membenci Habaib	Syari'ah
15	kecintaan	24-AGT	Fanatik pada Ustadz Sunnah	Akidah
16	Ideologi	28-AGT	Al-Wala Wal Bara' yang Terkadang Kebablasan	Akidah
17	Ibadah	02-Sep	5 Manfaat Ikut Tahlilan	Syari'ah
18	Muamalah	04-Sep	4 isi kitab Al-Barzanji yang dianggap sesat dan bantahannya	Syari'ah
TOTAL			18 kiriman 12 kategori syari'ah , 5 akidah, 1 dan akhlak.	

Tabel 1. Rangkuman unggahan akun Instagram @harakah.id pada bulan Muharram 1443 H.

Strategi Komunikasi Dakwah Akun Instagram @harakah.id.

Penerapan Strategi Komunikasi akun @harakah.id adalah :

1. Komunikasi Persuasif Dakwah

Komunikasi persuasif dalam pembahasannya dibagi menjadi dua bagian, yaitu rasional, yang memengaruhi komponen kognitif seseorang sedemikian rupa sehinggadapat mengubah pikiran atau gagasan ketika membentuk keyakinan. Dan aspek emosional yang dapat yang dapat menyentuh keterikatan seseorang sehingga mempengaruhi emosi dan membuat orang bahagia. Peneliti membaginya menjadi pembahasan sebagai berikut:

a. Persuasif secara rasional

Persuasi rasional adalah strategi untuk mempengaruhi sasaran dengan menggunakan kecerdasan, keahlian, keterampilan, pengalaman, fakta, pengetahuan dan informasi serta kemampuan berbicara dengan argumen yang masuk akal dan kemampuan memotivasi dengan kekuatan logika. Menurut dakwah, komunikasi persuasif ini secara rasional berkaitan dengan persepsi hamba terhadap penciptanya, yaitu Allah SWT umat manusia. Untuk mengubah penilaian dan pemikiran atau untuk menyampaikan pengetahuan mutlak Islam menurut ajaran agama dan Al-Qur'an dan Sunnah. Berikut penerapan komunikasi persuasi secara rasional yang terdapat dalam konten dakwah akun instagram @harakah.id terdapat 11 kiriman selama bulan Muharram 1443 H.

Rasional berarti pemikiran manusia yang rasional dan masuk akal. Persuasi rasional adalah komunikasi yang mempengaruhi komunikan dengan cara menyajikan pesan atau informasi yang bermakna sehingga dapat diterima dengan baik.

NO	TGL	JUDUL PESAN
1	9-AGT	Ucapan Selamat Tahun Baru 1443 H
2	9-AGT	Amalan Yang Dituduh Bid'ah Di Bulan Muharram
3	11-AGT	Kesetiaan Kepada Tanah Air tak bertentangan dengan Agama
4	13-AGT	Belajar Bahasa Arab Cara Mengatakan "Maukah kamu ..."
5	14-AGT	Al-Wala' wal bara" vs Islam Wasatiyyah
6	15-AGT	Hari Asyura Tanggal 10 Muharam Puasa Sunnah
7	17-AGT	Ucapan Dirgahayu Indonesia ke-76.
8	17-AGT	Tebar Rahmat Indonesia Sehat
9	19-AGT	Kejadian Penting di Hari Asyura
10	02-Sep	5 Manfaat Ikut Tahlilan
11	04-Sep	4 isi kitab Al-Barzanji yang dianggap sesat dan bantahannya
TOTAL		11 KIRIMAN

Tabel 2. Sajian pesan dalam gambar unggahan akun Instagram strategikomunikasi akun @harakah.id secara persuasif rasional @harakah.id pada bulan Muharram 1443 H

b. Persuasif secara emosional

Persuasi emosional adalah penerapan komunikasi persuasif yang mempengaruhi komunikan dengan cara mendekati emosi atau perasaan komunikan. Pesan yang disampaikan sesuai dengan informasi yang terjadi atau memang dibutuhkan. Dalam pembahasannya komunikasi dakwah merupakan pesan yang berisi nasehat atau saran dan dorongan untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam. Pesan dakwah dalam persuasif emosional didukung pula dengan caption atau visual menarik yang mampu menyentuh dan membuat tertarik komunikan atau target dakwah (*mad'u*). Penerapan komunikasi persuasif secara

emosional yang terdapat dalam akun @harakah.id selama bulan Muharram 1443 ditemukan ada 7 pesan dakwah yang memenuhi klasifikasi pembahasan berdasarkan penerapan komunikasi persuasif secara emosional. komunikasi persuasif secara emosional sangat jelas digambarkan dari pemilihan judul yang dipilih oleh admin dalam menggambarkan pesan dakwah yang hendak disampaikan kepada komunikan. Persuasif dari desain ilustrasi yang dibuat dengan gambar. Secara emosional, kiriman tersebut membahas mengenai pesan dari kebiasaan yang belakangan sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, mencela, mengkritik, serta mengejek.

NO	TGL	JUDUL PESAN
1	10-AGT	Kamu Punya Teman Cepu Dan Tukang Ngadu? Begini Kata Al-Quran
2	11-AGT	Selama Agamanya sama bisa kok Ijab sah, Apapun kelompokmu
3	19-AGT	Berdakwah dengan Kelembutan
4	20-AGT	Taliban menang dan berhasil mengambil alih Afganistan.
5	20-AGT	Alasan Wahabi membenci Habaib
6	24-AGT	Fanatik pada Ustadz Sunnah
7	28-AGT	Al-Wala Wal Bara' yang Terkadang Keablasan
Total		7 Kiriman Komunikasi Persuasif Emosional

Tabel 3. Sajian pesan dalam gambar unggahan akun Instagram strategi komunikasi akun @harakah.id secara persuasif emosional padabulan Muharram 1443 H

4. CONCLUSION

Pesan dakwah yang dibagikan selama bulan Muharram 1443 H oleh akun @harakah.id menggunakan penerapan komunikasi persuasif secara emosional serta komunikasi persuasif secara rasional. Dilihat dari jenis konten yang dibagikan, akun @harakah.id membagikan konten dakwahnya dengan dukungan desain ilustrasi yang berwarna-warni sehingga terlihat lebih menarik. Selain hal tersebut, dalam kirimannya akun @harakah.id juga mengunggah gambar tekstual dengan variasi *background* yang disesuaikan dengan tema *postingan*..Berdasarkan data yang ada, pesan dan strategi komunikasi dakwah yang dijalankan oleh akun @harakah.id adalah sebagai berikut:

- a. Pesan dakwah dalam akun @harakah.id selama bulan Muharram 1443 H memuat 3 aspek yaitu aqidah, syariah dan akhlak.
- b. Strategi komunikasi dakwah dalam akun instagram @harakah.id ada 2 dua yaitu komunikasi dakwah persuasif rasional dan persuasif emosional

Dalam mengembangkan media social yang ada - khususnya Instagram – akun @harakah.id memiliki peran yang signifikan dalam menyiarkan nilai-nilai agama Islam untuk mewujudkan dalam Islam yang ramah di Indonesia. Sehingga, optimalisasi lebih lanjut seyogyanya dapat dilakukan oleh admin akun @harakah.id, dengan:

- a. Meningkatkan kembali konten-konten dakwah melalui instagram yang lebih luas dan bervariasi baik gambar, foto maupun video. Sehingga para pembaca bisa terus mengikuti perkembangan akun @harakah.id.

Mengoptimalkan dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan dakwah secara santun dan baik, tidak mengandung kebencian atau menyinggung isu SARA. Dengan menghadirkan prinsip *moderasi dan toleransi* agar bisa merangkul semua golongan

REFERENCES

Buku

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir MediaPress.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badan Wakal Al-Qurán. 2017. *Al-Quránul Karim (Al-Qurán Terjemah dan Tajwid Warna)*. Jakarta: BWA.
- Purwadi, *Dakwah Sunan Kalijaga*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 122.
- Salim dan Syahrudin, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CitapustakaMedia.
- Setiawan, Bambang. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka

Jurnal

- Atabik, Ahmad . 2014. Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal At-Tabsyir*, 2 (2):
- Muslimin, Ritonga. 2019. Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan*, 3 (1):
- Syafriani, Desi, 2017. Hukum Dakwah dalam Al-Qurán dan Hadits. *Jurnal Fuaduna*, 1

Skripsi

- Dinillah, Ulya. 2019. *Media Instagram sebagai Media Dakwah (Analisis isi pada akun @tentang.islam dan*

@*harakah.islamiyah*). Skripsi tidak diterbitkan. Sumbawa: Universitas Teknologi Sumbawa.

Mulia, Bella Nadyantana. 2018. *Efektivitas Media Sosial instagram @fuadbakh sebagai media dakwah (ditinjau dari teori jarum hipodermik)*. Skripsi tidak diterbitkan. Ponorogo: IAIN Ponorogo

Wase, Abdul. 2017. *Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Bergambar di Akun Instagram @teladan.rasul)*. Skripsi tidak diterbitkan. Banten: UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten

Internet

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Online), (<https://kbbi.web.id/persuasi>), diakses 12 Oktober 2021.

Kristina. 2021. *Pengertian Dakwah Menurut Bahasa dan Istilah*, (Online), (<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5599206/pengertian-dakwah-menurut-bahasa-dan-istilah>), diakses 6 Oktober 2021.

Ngilan, Riska. 2020. *IG Aplikasi Populer Dengan Sejarah Panjang*, (Online), (<https://kumparan.com/berita-update/ig-aplikasi-populer-dengan-sejarah-panjang-1u0CAXQsKFm>), diakses 06 Oktober 2021.

Rifda, Saidati Ismaha. 2020. *Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, (Online), (<https://www.kompasiana.com/rifdasaidati/5f34174ed541df5a4109b502/penerapan-strategi-komunikasi-dalam-dakwah>), diakses 10 Oktober 2021.

Romeltea. 2015. *Strategi Komunikasi: Pengertian dan Ruang Lingkup*, (Online), (<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html>), diakses 10 Oktober 2021.

Winarso, Bambang. 2015. *Apa Itu Instagram, Fitur Dan Cara Menggunakannya?*, (Online), (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>), diakses 06 Oktober 2021