

EFEKTIVITAS MEDIA DAKWAH FEED INSTAGRAM SEBAGAI KONSEP DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL

Afaf Wafiqoh Nusaibah

Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Email: 2207052021@webmail.uad.ac.id

Abstract

. The purpose of this study is to find out how the millennial generation can use social media as a means of da'wah and can be well received by the community, namely by explaining how to use social media, especially Instagram as a medium of da'wah and explaining what are the supporting and inhibiting factors in preaching on social media, especially on Instagram. The method used in this research is qualitative research, the type of library research method or it can also be called the type of library research, the data sources are obtained from various journals related to this research. The results in this study are the application of the type of library research method or can be called the type of literature study in the effectiveness of Instagram feeds as propaganda media in the millennial era. The Instagram feed invites attraction for users, even most users can receive and consume da'wah material easily and not boringly, because on the Instagram feed there is a feature that can upload videos, images and audio so that users don't get bored and can receive da'wah material properly. . In this case, the da'i are also required to be creative in order to give their da'wah well. The findings obtained in this article are that the use of Instagram feeds as propaganda media is quite effective in its implementation.

Keywords: Millennial Generation, Da'wah, Instagram Feed.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana generasi milenial bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dan dapat diterima baik oleh masyarakat yaitu dengan menjelaskan bagaimana pemanfaatan media sosial terutama Instagram sebagai media dakwah serta menjelaskan apa faktor pendukung dan penghambat dalam berdakwah di media sosial terutama pada Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kualitatif, jenis metode penelitian kepustakaan atau bisa disebut juga dengan jenis penelitian kepustakaan, sumber datanya diperoleh dari berbagai jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil dalam penelitian ini adalah penerapan tipe metode *library research* atau bisa disebut tipe studi pustaka dalam efektivitas *feed Instagram* sebagai media propaganda di era milenial. *Feed Instagram* mengundang daya tarik bagi pengguna, bahkan sebagian besar pengguna dapat menerima dan mengonsumsi materi dakwah dengan mudah dan tidak membosankan, karena pada *feed Instagram* terdapat fitur yang dapat mengupload video, gambar dan audio yang membuat pengguna tidak bosan dan dapat

menerima materi dakwah dengan baik. Dalam hal ini, para da'i juga dituntut untuk kreatif agar dapat memberikan dakwahnya dengan baik. Temuan yang didapatkan dalam artikel ini adalah dalam pemanfaatan *feed instagram* sebagai media dakwah terbilang efektif dalam pelaksanaannya.

Kata Kunci: Generasi Milenial, Dakwah, Feed Instagram.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang cepat saat ini menjadi salah satu ladang hijau bagi kalangan muda untuk berlomba-lomba menjadi salah satu pengisi di dalamnya. Perkembangan teknologi yang sangat diandrungi oleh kalangan muda adalah Sosial Media, hal ini dikarenakan sosial media yang ada menyuguhkan banyak hal menarik. Adanya kemudahan dalam mengakses media sosial kadang waktu bagi generasi milenial banyak dihabiskan untuk keperluan bermain media sosial yang ada. Artinya generasi milenial sudah sangat melekat dengan adanya media sosial bahkan kebanyakan dari mereka para generasi milenial mensibukan dirinya dengan media sosial dan melalaikan aktivitas sehari-harinya, apalagi dalam kegiatan mendapatkan ilmu dakwah. Dalam hal ini dakwah melalui sosial media pun tak luput dari pandangan kaum muda milenial yang sadar akan pentingnya dakwah. Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu *dakwah bil kitabah* (dakwah dengan tulisan), *dakwah bil lisan* (dakwah dengan perkataan), dan *dakwah bil hal* (dakwah dengan perbuatan).¹

Dalam proses pemberian dakwah kini menjadi mudah dalam pelaksanaannya karena hadirnya teknologi yang sangat canggih di zaman sekarang ini, dalam berdakwah tentu bukan hanya menyampaikan hal-hal yang sifatnya baik saja, bukan hanya memberikan dalil naqli dan aqli secara cuma-cuma, namun tentu harus mengedepankan ilmu yaitu khususnya ilmu dakwah. Ilmu dakwah menjadi penting bagi seorang da'i hal ini bertujuan agar apa yang akan disampaikan tepat sasaran, pesan yang diberikan sampai kepada orang lain. Dengan kemudahan berbagai macam teknologi yang berkembang yang ada menjadikan pendakwah dituntut untuk bisa mengembangkan kemampuannya dalam berdakwah, agar materi dakwah yang disampaikan oleh pendakwah dapat bisa diterima oleh objek

¹ Moch Fakhruroji and Enjang Muhaemin, "Sikap Akademisi Dakwah terhadap Internet sebagai Media Dakwah," *Jurnal Sositologi* 16, No. 1 (2017): hlm. 82–92.

dakwah bahkan dapat bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh para objek dakwah. Selain pendakwah dituntut kreatif dalam penyampaian materi dakwahnya pendakwah juga dituntut dapat menyesuaikan pembawaan dirinya dalam penyampaian materi dakwah agar dapat diterima oleh objek dakwah.

Sasaran dakwah media sosial ini sesungguhnya tidak terbatas usia, waktu, dan tempat karena dakwah media sosial ini bersifat fleksibel dan mudah dijangkau dengan gawai. Banyak macam dakwah media sosial yang sudah dilakukan, seperti membuat kajian online, kata-kata motivasi, gambar tauladan yang dikemas dengan lebih cantik, melalui platform yang mendukung seperti, YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, dll. Hal itu dilakukan untuk menarik minat kaum muda lainnya untuk terus belajar mengenai Islam, dan juga ikut mengambil bagian dari proses dakwah. Kini hadir konsep dakwah melalui media sosial yang sedang booming dikalangan muda yaitu dakwah Islam menggunakan platform Instagram, yang mana menggunakan feeds Instagram yang di tata dengan rapih, dan berisi mengenai Islam yang dikemas dengan kalimat puitis dan bergambar aesthetic. Dengan berbagai macam keunikan dan keindahan yang disuguhkan dakwah Islam dengan metode ini bisa dikatakan sangat berhasil mengundang minat kaum muda, beberapa keberhasilannya adalah dengan adanya followers banyak, dan banyak pula kaum muda yang menjadikan kalimat-kalimat puitis tersebut sebagai snapgram di Instagram masing-masing yang mana itu juga salah satu ajaran Islam yaitu berdakwah menyebarkan kebaikan.²

Adapun dari kajian dan penelitian artikel sebelumnya, terdapat artikel yang terkait dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut. Artikel mengenai efektivitas media dakwah instagram @fuadbakh cukup efektif, dakwah yang diberikan melalui media instagram dibenarkan oleh objek dakwah, bahkan objek dakwah sedikit demi sedikit mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-harinya artinya dalam penelitian artikel ini membuktikan bahwa dakwah melalui fed instagram terdapat pengaruh yang baik.³ Selanjutnya penelitian dakwah melalui media sosial, dalam penelitian ini dakwah melalui instagram efektif

² Yosieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung," 2018.

³ Bella Nadyantana Mulia, "Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh sebagai Media Dakwah (ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)," *Skripsi*, 2018, hlm. 14-15.

ketika digunakan, dakwah menjadi efektif ketika memaksimalkan fitur-fitur yang ada di dalam media aplikasi instagram, yaitu seperti *story instagram*, *feed* dan *caption*, *direct message*, dan lain sebagainya.⁴

Penelitian selanjutnya yaitu mengenai komunikasi dakwah media instagram oleh felix siauw, dalam mewujudkan efektivitas dakwah dalam media instagram bukan hal yang gampang kita membutuhkan strategi untuk bisa mewujudkan keefektivan dakwah media instagram. Dalam artikel komunikasi dakwah yang dilakukan oleh felix siauw cenderung mengikuti trend anak muda, yang memerhatikan feed instagram yaitu dengan menambahkan filter dalam postingan feed instagram untuk menarik daya tarik objek dakwah, dan strategi ini sangat efektif untuk mewujudkan keefektivan dakwah dalam media instagram terbukti dakwah melalui hal ini terdapat pengaruh baik bagi anak muda.⁵

Berkaca dari beberapa riset atau penelitian terdahulu diatas tersebut, bahwa penggunaan media instagram sebagai media dakwah terbilang cukup efektif ketika diterapkan sebagai media dalam berdakwah, terbukti efektif karena menurut penelitian diatas pengguna atau pun subjek dakwah mereka memaksimalkan adanya fitur-fitur yang terdapat didalam media sosial instagram. Dakwah yang dilakukan dalam media sosial instagram cukup diterima oleh objek dakwah bahkan tidak sedikit dari objek dakwah mereka dapat mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-harinya. Hal tersebut menjadi suatu hal yang menjadikannya media sosial instagram terbilang efektif ketika diterapkan menjadi suatu media dakwah di zaman sekarang ini. Perbedaan penelitian artikel ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian artikel ini memfokuskan pada satu objek fitur instagram yaitu berupa fitur feed instagram, penelitian ini menjadi peneliti yang penting karena dalam penelitian artikel ini akan membahas lebih lanjut mengenai efektivitas *feed instagram* sebagai media dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana generasi milenial bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dan dapat diterima baik

⁴ Imas Mutiawati, "Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 2, no. 3 (2018): hlm. 1–151.

⁵ Ulfa Khairina, "Jurnal Peurawi : Media Kajian Komunikasi Islam," n.d.

oleh masyarakat yaitu dengan menjelaskan bagaimana pemanfaatan media sosial terutama Instagram sebagai media dakwah serta menjelaskan apa faktor pendukung dan penghambat dalam berdakwah di media sosial terutama pada Instagram. Serta tujuan akhir yang ingin dicapai dalam pembahasan artikel ini yaitu akan membahas lebih lanjut tentang bagaimana proses dakwah pada generasi milenial, serta untuk membahas lebih lanjut mengenai bagaimana efektivitas *feed Instagram* sebagai konsep dakwah Instagram. Untuk itu penulis akan membahasnya lebih lanjut mengenai tujuan penelitian yang diangkat oleh penulis dalam penelitian artikel ini.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian artikel ini adalah berupa jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan bentuk penelitian yang hasil dari penemuan dalam suatu penelitian tidak menggunakan perhitungan atau didapatkan tidak dengan menggunakan tata cara yang bersifat statistik ataupun dengan menggunakan proses-proses dari metode lainnya yaitu berupa metode kuantitatif yang bercirikan dengan suatu angka dalam hasil penelitiannya.⁶ Secara umum jenis penelitian kualitatif merupakan bentuk penelitian yang melihat berdasarkan sebuah fakta, fenomena, aktivitas sosial dan lain sebagainya yang terjadi dalam suatu objek penelitian. Salah satu alasan penulis menggunakan penelitian kualitatif adalah agar penulis dapat langsung bisa meneliti sebuah fakta, fenomena dan aktivitas sosial dalam lapangan tentang bagaimana Efektivitas Media Dakwah Feed Instagram Sebagai Konsep Dakwah Bagi Generasi Milenial.

Penelitian dalam artikel ini menggunakan jenis metode penelitian library research atau bisa disebut sebagai jenis studi kepustakaan, dimana metode studi pustaka merupakan kegiatan mengumpulkan data pustaka yang diperlukan. Serta selanjutnya setelah data pustaka dikumpulkan lalu data pustaka dibaca, dan dicatat

⁶ Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif," *Journal Equilibrium* 5 No. 9 (2009): hlm. 1-8.

serta diolah kembali dalam suatu penelitian yang baru pada penelitian ini.⁷ Sumber dari data pustaka yang didapatkan dan digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari artikel jurnal terdahulu yang saling berkaitan kemudian setelah itu data pustaka yang didapatkan oleh peneliti akan diolah sedemikian rupa sesuai dengan suatu kaidah penyusunan artikel jurnal sehingga menjadi sebuah konsep yang menjadi penemuan yang baru.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah Generasi Milenial

Secara bahasa kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu daa'a yang memiliki arti menyeru, mengundang, mengajak, memohon, memanggil. Sedangkan secara istilah kata dakwah berarti sebuah ajakan yang dapat berupa ucapan/perkataan, perbuatan, ataupun tulisan yang dilakukan dengan sadar secara penuh dan memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang baik individu maupun kelompok untuk timbul dalam jiwanya mengenai agama sebagai pesan yang telah disampaikan kepadanya yang dalam hal ini bersifat tidak memaksa.⁸ Makna dakwah lainnya yaitu berupa mengajak seseorang atau sebagian orang untuk mengarahkan ke jalan yang lurus yaitu jalan Allah, yaitu mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah serta mengikuti sunnah dari Nabi Muhammad saw. Dakwah bukan berarti mengikuti seorang penceramah serta bukan pula mengikuti sekelompok orang. Dakwah juga diartikan sebagai komunikasi timbal balik antara penceramah dengan perespon yang berisi kalimat ajakan berupa pembelajaran mendekatkan diri kepada Allah dan nabi Muhammad saw. Definisi dakwah lainnya adalah yaitu kegiatan da'I dalam mempengaruhi orang lain baik dakwah berupa lisan, tulisan serta perbuatan dari seorang da'I atau seseorang untuk memberikan pengajaran berupa pengajaran untuk menyembah Allah dan mengikuti sunnah nabi Muhammad saw.⁹ Proses perkembangan dakwah setiap

⁷ Supriyadi Supriyadi, "Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan Antar Pustakawan," *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan* 2, No. 2 (2017): hlm. 83.

⁸ Puput Puji Lestari, "Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial," *Jurnal Dakwah* 21, No. 1 (2020): Hlm. 41–58.

⁹ Dalinur M. Nur, "Dakwah Teori, Definisi dan Macamnya," *Wardah* 12, No. 2 (2015): Hlm. 41.

zaman berganti semakin berbeda terdapat perkembangan maupun penurunan disetiap zamannya dan itu menjadi sebuah hal yang menjadikan seorang da'I dituntut kreativitasnya dalam membawakan pesan dakwah.

Dakwah sebagai sarana transfer keilmuan Islam yang bertujuan untuk menyeru kepada kalangan masyarakat untuk bersama-sama *amar ma'ruf nahi munkar* yang dilakukan dengan *dakwah bil hal*, *dakwah bil kitabah*, dan *dakwah bil lisan*.¹⁰ Dalam hadits Rasulullah Saw yang di riwayatkan oleh Bukhari yang mana dijelaskan bahwasannya kita sebagai orang yang beriman memiliki kewajiban yang sama yaitu untuk berdakwah walaupun menyampaikannya hanya satu ayat. Dalam proses dakwah terdapat unsur-unsur didalam pelaksanaannya, unsur dakwah berupa hal yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur dakwah diantaranya yaitu berupa da'I sebagai pelaku dakwah, mad'u atau berupa objek dakwah, materi dakwah, media dakwah, metode serta efek dakwah. Da'I adalah seorang pendakwah yang menyampaikan materi dakwah, da'I juga bisa dikatakan sebagai subjek dakwah. Selanjutnya media dakwah merupakan alat yang digunakan dalam berdakwah baik itu secara lisan, tulisan dll. Selanjutnya berupa metode dalam berdakwah tentu terdapat metode, metode sendiri adalah suatu cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan dakwah. Unsur yang terakhir berupa efek, efek adalah respon balik dari para pendengar ceramah atau disebut sebagai reaksi dari penceramah.¹¹ unsur-unsur dakwah tersebut harus ada dalam penyampaian dakwah agar untuk bisa mencapai tujuan penyampaian dakwah dengan baik.

Selama ini dakwah yang dikenal di kalangan masyarakat umum adalah dengan cara berceramah di kampung, masjid, dan kajian-kajian lainnya. Namun pada zaman modern ini strategi dakwah mulai melakukan perubahan yaitu seperti dakwah digital melalui platform sosial media, aplikasi daring. Tema-tema yang muncul bukan hanya tema yang biasa di lakukan ketika berdakwah di kampung, tema yang diangkat kini lebih menarik dan dikemas lebih modern. Dalam memberikan dakwah bukan hanya mereka sebagai seorang da'i saja melainkan

¹⁰ Fakhruroji And Muhaemin, "Sikap Akademisi Dakwah terhadap Internet sebagai Media Dakwah."

¹¹ Aminudin Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah," *Al-Munzir* 9, No. 1 (2016): Hlm. 29–46.

orang yang berhak memberikan dakwah adalah mereka yang berprofesi apapun itu. Berdakwah yaitu dijalankan oleh seseorang individu muslim dengan segala profesi yang mereka miliki, mereka diperintahkan berdakwah sesuai kemampuan serta profesi yang mereka jalankan masing-masing individu dengan cara serta kefahaman media yang mereka punya masing-masing. Berdakwah dianjurkan tidak boleh berhenti dan terputus kapanpun, seseorang yang ingin berdakwah tidak boleh menghentikan dakwahnya apalagi bersikap putus asa karena minimnya sambutan dari objek dakwah. Karena pada dasarnya tugas pendakwah adalah mengajak perkara dakwah diterima tidaknya bukan tanggung jawab dari pendakwah. Tingkat keberhasilan seorang pendakwah adalah ketika melihat sejauh mana objek dakwah menjalankan atau mengimplementasikan materi dakwah dalam kehidupan sehari-harinya. Untuk mencapai keberhasilan pendakwah dalam memberikan materi dakwah pendakwah harus dapat bisa mempersiapkan segala halnya secara matang dan terstruktur.¹²

Dasar pelaksanaan dakwah ini ada dalam Qs. An-Nahl: 125 yang mana dijelaskan di dalamnya bahwa Allah Swt memberikan sebuah pedoman kepada Rasulullah Saw mengenai dakwah yaitu dakwah dilakukan dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan apabila ingin membantah maka membantah dengan cara yang baik. Dalam hal ini jelas bahwa cara dakwah yang di bawa Islam adalah dengan cara yang lemah lembut.¹³ Dalam suatu penyampaian dakwah terdapat komunikasi dalam berdakwah dimana komunikasi dakwah tersebut berisi materi serta pesan-pesan dakwah. Yang dalam penyampaiannya berisi ajakan untuk selalu didalam jalan yang lurus sesuai yang diperintahkan oleh Allah SWT. Dalam komunikasi dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya seorang pendakwah menggunakan simbol-simbol yaitu baik menggunakan symbol verbal maupun non verbal. Symbol verbal yaitu berupa ucapan maupun bentuk tulisan yang gampang dipahami. Selanjutnya simbol nonverbal dalam berdakwah adalah meliputi gerak-gerik pendakwah, ekspresi wajah, busana, serta perilaku dan

¹² Zulkarnain, "Dakwah Islam Di Era Multimedia (Studi Atas Minat para Da'i IKMI Kota Pekanbaru Menggunakan Media Cetak sebagai Media Dakwah," in *Risalah*, vol. XXIV, 2013, Hlm. 37-53.

¹³ Lestari, "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial."

situasi dan kondisi lingkungan dalam berdakwah.¹⁴ Dalam komunikasi dakwah terdapat pula komunikasi persuasif, komunikasi persuasif adalah komunikasi yang berisi ajakan dimana tujuan adanya komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi pendengar dakwah untuk mengikuti ajaran, pesan-pesan dakwah yang diberikan oleh pendakwah. Komunikasi persuasif juga dapat diartikan sebagai komunikasi yang berhubungan dengan aspek psikologis yang mampu membangkitkan objek penceramah untuk dapat menerima dan mengimplemantasikan ajaran agama islam dalam kehidupannya.

Dakwah multikulturalisme sangat ramai menjadi perbincangan generasi milenial sekarang ini. dalam makna multikulturalisme sendiri adalah berupa wujud dari sikap penerimaan terhadap perbedaan-perbedaan budaya, komunitas, pandangan dan lain sebagainya. Pelaksanaan dalam dakwah multikulturalisme terdapat 2 pendekatan diantaranya seperti pendekatan structural serta pendekatan kultural dalam proses dakwahnya. Pendekatan yang pertama berupa structural bermakna yaitu dengan pendekatan yang menekankan atau memfokuskan dalam kekuasaan atau sering disebut sebagai politik. Bentuk pendekatan structural yaitu berupa memperjuangkan tegaknya sebuah keadilan bangsa, kemakmuran serta pemerataan bangsa untuk kehidupan baik bagi suatu bangsa. Dengan ikut andil dalam pengendalian tata kekuasaan bangsa, yaitu dengan ikut andil dalam perumusan undang-undang yang diperlukan serta ikut andil dalam pelaksanaannya. Dalam pelaksanaan pendekatan ini yaitu dengan seseorang menjabat sebagai pemimpin Negara serta jajaran dari pemimpin Negara dengan misi khusus melindungi minoritas dalam komunitas. Pendekatan yang kedua adalah berupa pendekatan kultural, pendekatan kultural biasanya digunakan seseorang berprofesi sebagai pendidik, seorang aktivis organisasi, maupun pemimpin organisasi.¹⁵

Terdapat salah satu hal yang gencar yang sifatnya penting dalam arus globalisasi mendorong lahirnya yang sering kita dengar di era dewasa ini berupa

¹⁴ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin, "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, No. 2 (2016): Hlm. 60–88.

¹⁵ Pardianto, "Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah di Era Globalisasi)," *Mediasi* 9, No. 2 (2015): Hlm. 1–16.

generasi millennial. Generasi millennial adalah generasi yang kegiatan sehari-harinya selalu berdampingan yang berhubungan dengan teknologi-teknologi informasi. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah bagian yang penting dalam kehidupan mereka, dan tidak dapat terpisahkan sedikitpun dari kehidupan para generasi milenial.¹⁶ Dengan adanya perkembangan zaman keberadaan generasi millennial sangatlah baik keberadaannya sisi baiknya mereka dapat mempergunakan teknologi informasi dengan baik. Tetapi sisi lain adanya hal baik tersebut terdapat suatu pengaruh buruk, pengaruh buruk tersebut yaitu terdapat nilai-nilai baru yang muncul yang bertentangan dengan budaya yang dimiliki oleh bangsa, sehingga dengan adanya pengaruh buruk tersebut ditakutkan dapat merusak karakter yang dimiliki oleh generasi millennial penerus bangsa.

Di era sekarang ini media sosial banyak sekali perannya dalam kehidupan masyarakat modern lebih khusus juga berperan sangat penting juga dalam berdakwah.¹⁷ Di era teknologi berkemajuan ini kita sering mendengar internet jika kita mendengar sebuah istilah internet di era modern sekarang ini pasti generasi milenial memaknai internet sebagai kemudahan, bebas serta luas dalam menggunakan atau mengaksesnya, karena memang adanya internet sangat memudahkan keperluan masyarakat modern sekarang ini. Media sosial yang dilengkapi internet masyarakat modern sangat dengan mudah memasuki ruang serta waktu yang baru. Media sosial yang ada sekarang ini adalah hasil dari ciptaan Negara-negara barat dimana masyarakat modern sekarang ini hanyalah sebagai konsumen, seperti halnya islam juga menjadi konsumen yang tidak memiliki kedudukan mencirikan dalam proses adanya media sosial. Sehingga pemanfaatan yang dilakukan oleh idlam sendiri belum terbilang maksimal apalagi masih sangat jauh jika di harapkan islam menjadi produsen bagi media sosial yang ada.

Dikemajuan teknologi sekarang ini dengan pemanfaatan teknologi sekarang ini dalam ajaran islam penggunaan teknologi tidak terdapat larangan-larangan. Semakin majunya zaman media dakwah harus selalu berkembang

¹⁶ Heru Dwi Wahana, "Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial dan Budaya Sekolah terhadap Ketahanan Individu," *Jurnal Ketahanan Nasional* 21, No. 1 (2015): Hlm. 14–22.

¹⁷ Tomi Hendra and Siti Saputri, "Tantangan Dakwah dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial," *Al Hikmah* 7 (2020): Hlm. 50–60.

disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada, sehingga dakwah akan selalu berjalan dan dapat mudah diterima baik oleh seriap kalangan masyarakat. Penyampaian dakwah di era modern pesatnya teknologi sekarang ini adalah para generasi muda milenial yang menjadi subjek yang tepat karena memiliki keahlian dalam mengoperasikan teknologi. Media dalam teknologi yang ada yaitu berupa audio, gambar, video dan lain sebagainya.¹⁸ Salah satu media yang menjadi gaya anak muda sekarang ini serta banyaknya segala kalangan dapat mengakses instagram, menjadi alasan instagram menjadi media yang tepat sebagai media dakwah segala kalangan. Selain fungsi media instagram sebagai hiburan serta informasi konten dakwah juga dapat masuk dalam media tersebut baik untuk pengetahuan pribadi maupun untuk sesama.

Dengan hadirnya media sosial dalam kehidupan masyarakat sekarang ini sangatlah berpengaruh besar bagi kehidupan masyarakat. Terlebih sangat berpengaruh besar dalam perilaku masyarakat. Dalam penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari dapat sangat memudahkan penggunanya baik dalam penyampaian dan mendapatkan pesan secara cepat, lebih mudah serta lebih efektif, dan penggunanya dapat lebih tau mengenai berita atau isu-isu yang terkini. Pesan tersebut dapat dalam bentuk visual, audio serta audio visual bukti bahwa media sosial sangat memudahkan penggunanya. Aplikasi-aplikasi media sosial adalah diantaranya terdapat facebook, instagram, twitter, whatsapp dan lain sebagainya.¹⁹ Media sosial serta aplikasi media sosial menjadi gaya komunikasi bagi generasi milenial, selain sebagai media komunikasi sosial media juga dapat sebagai media dakwah media penyembaran konten dakwah. Yang tadinya seorang pendakwah harus pergi ke forum seperti masjid, sekolah, tempat kajian sekarang dengan adanya aplikasi media sosial mereka tidak perlu repot-repot untuk pergi dahulu menghadiri ke forum-forum dakwah.

Dalam pelaksanaan dakwah di era modern dakwah yang disampaikan dengan menyesuaikan dengan keadaan serta kondisi masyarakat nya yang terbilang modern tersebut. Penyesuaian tersebut berupa penyesuaian dalam hal

¹⁸ Junaidi, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Dikalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat," *Ilmu Komunikasi* 6, No. 2 (2020): Hlm. 174.

¹⁹ Zakiyah Romadlany and Farhan, "Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid" 05, No. 01 (2019).

materi dakwah, metode dakwahnya serta dengan media apa yang perlu digunakan. Hal tersebut mestinya harus dijalankan dan dipersiapkan dengan baik karena jika hal-hal tersebut tidak dipersiapkan dengan baik maka tujuan dari dakwah maupun proses dakwah tidak dapat dijalankan dengan semestinya. Untuk menyampaikan pesan dakwah tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan penyampaian dakwah dengan baik dibutuhkan seorang pendakwah yang mempunyai pengetahuan serta wawasan yang terbilang luas untuk bisa menjalankan dakwah dengan baik.²⁰ Yang terpenting adalah pendakwah dituntut kreatif untuk bisa memilih materi, metode serta media yang digunakan dalam dakwah lebih penting pula pendakwah harus dapat bisa menggunakan media dengan sebaik-baiknya yang disesuaikan dengan media-media teknologi di era modern sekarang ini.

Dakwah pada zaman modern ini juga banyak menggandeng ustadz-ustadzah milenial yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menguasai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Telegram, dll, serta mengangkat materi yang menarik di kalangan muda-mudi saat ini. Penyampaian materi yang ringan, dengan bahasa gaul namun tetap mengedepankan adab membuat generasi milenial saat ini tertarik untuk terjun juga dalam dunia dakwah, baik menjadi jama'ah ataupun menjadi panitia kajian dakwah tersebut.²¹ Melalui gawai, dan juga media modern dakwah saat ini tentu banyak membuat dan menghasilkan buah yang positif di kalangan muda. Kalangan muda menjadi lebih banyak berpartisipasi dalam menyuarakan kebenaran, menjadi bagian dari da'I milenial yang mampu menguasai teknologi. Sehingga dakwah yang dahulu dilakukan Rasulullah Saw kini menjadi lebih mudah untuk dilanjutkan, dan di transfer kepada seluruh masyarakat dan kalangan muda lainnya yang melek akan ilmu agama khususnya agama Islam.

2. Efektivitas Feed Instagram Sebagai Konsep Dakwah Instagram

Teknologi canggih semakin marak bermunculan di era dewasa ini, hal tersebut menjadi sebuah bukti fakta lapangan yang ada bahwa adanya kebutuhan penyampaian informasi yang memudahkan serta cepat menjadi kebutuhan yang terus meningkat di era dewasa ini. di era sekarang ini masyarakat sangat menaruh

²⁰ Zulkarnaini, "Dakwah Islam di Era Modern," *Risalah* 26, No. 3 (2015).

²¹ Lestari, "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial."

perhatian pada teknologi yang dilengkapi arus internet yang mudah dan cepat, jika tidak demikian masyarakat akan sedikit-sedikit meninggalkannya. Seperti halnya yang kita sering dengar yaitu berupa media sosial, media sosial adalah media yang menjadi salah satu fitur yang menarik perhatian masyarakat di era sekarang ini karena adanya kemudahan dalam mengaksesnya dan kecepatan dalam mengaksesnya karena media sosial sekarang ini dilengkapi dengan arus internet yang sangat memudahkan penggunaannya dalam menggunakannya. Dimana fungsi dari media sosial adalah berupa penyampaian serta penerima informasi antara satu orang dengan yang lainnya, serta antara satu orang dengan sekelompok orang.

Instagram adalah menjadi salah satu media sosial yang mengundang daya tarik bagi para masyarakat. Aplikasi media sosial instagram memiliki fitur berupa dapat menampilkan foto maupun video didalam tampilannya. Instagram juga bisa dipergunakan sebagai media sharing karena didalamnya selain ada fitur mengunggah foto, video didalamnya juga terdapat fitur penulisan caption yang terletak pada keterangan dari foto maupun video. Adanya fitur-fitur instagram pada intinya sangat dapat mengasah kreativitas dalam penggunaannya, karena didalamnya disediakan fitur-fitur yang menarik dan terbilang lengkap yang memudahkan penggunaannya untuk mengembangkan kreativitasnya. Sisi lain dari fitur-fitur instagram banyak diminati para pengguna, pengguna tertarik mengoperasikan instagram karena instagram menyajikan sebuah media informasi yang up to date yang menjadikan para pengguna selalu tertarik dalam membuka aplikasi media sosial instagram dan instagram menjadi sebuah rujukan yang tepat bagi para pengguna media sosial yang baru saja ingin mencoba masuk ke dunia per media sosialan. Media sosial aplikasi instagram memiliki enam fitur utama didalamnya

- a) Tampilan beranda adalah halaman utama yang menampilkan update terbaru yang terbaru dari para pengguna yang saling menghubungkan di dalam instagram. Cara melihat update terbaru yaitu berupa memindahkan layar dari atas ke bawah maupun sebaliknya.
- b) Fitur papan komentar, didalam layanan instagram menampilkan papan komentar di setiap unggahan yang ada dalam postingan instagram. Fitur papan komentar yaitu terletak di bawah unggahan yang berbentuk seperti balon

komentar, cara menggunakannya yaitu dengan cara mengklik balon komentar lalu ketik pesan untuk postingan lalu klik kirim.

- c) Fitur explore, merupakan sebuah tampilan diinstagram dimana berisi unggahan-unggahan yang paling banyak disukai atau direspon oleh para pengguna instagram, dalam fitur tersebut kita juga bisa menemukan nama pengguna instagram yang ingin dicari.
- d) Fitur profil, dalam fitur ini para pengguna instagram dapat mengetahui secara detail informasi pribadi maupun informasi akun dari pengguna instagram lainnya, cara mengakses fitur profil yaitu melalui ikon kartu nama dari para pengguna didalamnya kita bisa melihat profil, unggahan, follower dari si pengguna.
- e) Fitur news feed, adalah fitur yang menyajikan adanya notifikasi yang berasal dari aktivitas pengguna instagram, dalam fitur ini terdapat dua fitur yaitu berupa fitur following dan fitur news, dalam fitur following berisikan informasi mengenai pengguna instagram berupa aktivitas terbaru para pengguna instagram, sedangkan dalam fitur news yaitu berisi aktivitas baru yang menampilkan informasi berupa para pengguna instagram ketika memberikan suka maupun komentar pada suatu postingan maka notifikasi tersebut muncul pada fitur ini.
- f) Fitur stories, merupakan tampilan yang menampilkan foto maupun video yang hampir sama dengan tampilan beranda yang membedakan unggahan yang diunggah dalam fitur ini tidak bertahan lama untuk waktunya dibatasi menjadi 1x24 jam, jika sudah sampai pada waktunya maka postingan tersebut akan terhapus dengan sendirinya.

Sebuah dakwah pada semakin majunya zaman sangat berkembang pesat yang tadinya berupa dakwah dilakukan dengan tahapan secara konvensional dan sampai pada dakwah dilakukan pada tahapan ilmiah, karena pada dasarnya tahapan-tahapan dalam berdakwah tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Tahapan-tahapan dalam dakwah itu saling berkaitan dan saling mempengaruhi seperti pada tahapan konvensional dimana dalam tahapan ini seorang pendakwah melakukan hal kemanusiaan hal tersebut didapatkannya dari pengalaman dari pendakwah itu sendiri. Selanjutnya dalam tahapan ilmiah

pendakwah mulai menyusun adanya ilmu pengetahuan yang tersistem untuk bisa disampaikan kepada objek dakwah sehingga dengan adanya tahapan ilmiah ini pendakwah dapat bisa mempertanggung jawabkan keilmuannya secara ilmiah. Dakwah secara umum dikelompokkan menjadi 3 macam, yaitu diantaranya,

- a) Dakwah bil lisan, yaitu berupa dakwah yang dilakukan dengan menggunakan lisan dari pendakwah, dakwah ini bentuk-bentuknya yaitu berupa ceramah, khutbah, berupa nasihat, diskusi dan lain sebagainya. Cara berdakwah lisan ini sering digunakan oleh para pendakwah, yaitu pada kegiatan seperti ceramah di majelis taklim maupun di pengajian-pengajian, khutbah jum'at di masjid.
- b) Dakwah bil hal, yaitu berupa dakwah yang dilakukan dengan perbuatan nyata yang dilakukan pendakwah berupa keteladanan serta sebuah tindakan nyata dari para pendakwah. Yang ditemukan biasanya berupa tindakan amal karya nyata dimana dari hasil amal tersebut dapat dilihat serta dirasakan secara nyata oleh para objek dakwah, biasanya pendakwah berada dilingkungan orang yang terkena musibah, para pendakwah disitu mengajarkan mereka untuk tetap sabar dan tabah.
- c) Dakwah bil qalam, yaitu berupa dakwah yang dilakukan dengan menggunakan tulisan, yaitu berupa menulis dakwah menggunakan media cetak maupun media elektrik. Contoh media cetak yaitu berupa keahlian menulis dalam surat kabar, majalah serta buku. Contoh media elektrik yaitu berupa menulis di dalam internet yaitu berupa blog maupun pemanfaatan media sosial. Waktu dalam dakwah dalam bentuk ini terbilang tidak terbatas saat objek dakwah mengkonsumsi materi dakwahnya hanya saja pendakwah dalam hal ini membutuhkan waktu khusus untuk dapat bisa melakukan dakwah secara tertulis ini.²²

Bukan halnya metode penyampaian dakwah yang dianggap penting, didalam dunia dakwah juga terdapat da'I,maudu serta efek yang ketiganya saling berkesinambungan antara satu dengan yang lainnya, hal tersebut dikenal sebagai unsur-unsur yang terdapat dalam dakwah. Salah satu unsur dalam dakwah yaitu

²² Nurul Avifah, "Efektivitas Dakwah Islam melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat)," *RAUSHAN FIKR* 6, No. 2 (2017): Hlm. 37.

berupa da'i, da'i merupakan seorang pendakwah yang membawa pesan dakwah yang isinya berupa ajakan berupa berbuat kebaikan dan ajakan menjauhi larangan Allah Ta'ala. Materi pesan dakwah secara umum diambil didalam Al-Quran maupun Hadist. Syarat menjadi seorang pendakwah adalah muslim maupun muslimat dewasa dimana mereka mempunyai kewajiban yang melekat pada dirinya untuk selalu menyampaikan pesan dakwah.

Tanggapan masyarakat dengan adanya penggunaan media sosial instagram sebagai media dakwah di era dewasa ini masyarakat menjawab hal tersebut tergantung dengan adanya stimulus. Maksud dalam hal stimulus yaitu berupa dalam akun-akun dakwah dalam instagram merupakan sebuah stimulus yang menimbulkan atau mengakibatkan adanya respon atau tanggapan berupa bersifat positif maupun sebaliknya dari masyarakat yang menerima adanya pesan dakwah yang di sebar dalam media sosial instagram. Dalam fakta lapangan yang ada akun-akun dakwah dalam media sosial aplikasi instagram dalam unggahannya mendapatkan tanggapan positif oleh para masyarakat khususnya bagi para masyarakat pengguna maupun pengikut akun yang bersangkutan.

Hal tersebut di buktikan atas dasar banyaknya netizen atau pengguna instagram dalam akun yang bersangkutan memberikan jejak dalam unggahan akun yang bersangkutan yaitu berupa pemberian suka maupun meninggalkan sebuah komentar. Dalam fakta lapangan yang ada adanya media sosial instagram sebagai media dakwah menjadi sebuah kemudahan dalam mendapatkan maupun dalam menerima pesan dakwah yang ada. Dalam hal ini memilih media sosial dakwah dalam hal ini sangat relevan karena dapat menghubungkan fungsi dakwah yang sampai pada masyarakat sehingga bagi para masyarakat yang belum begitu paham mengenai suatu hal dalam menjalankan kebaikan dapat secara perlahan-perlahan dapat mendapatkan hal tersebut dengan membuka atau mengakses akun-akun dakwah yang bersangkutan.

Adapun penelitian yang penulis temui pada penelitian yang terdahulu penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kepustakaan, dimana berkembangnya pesat media sosial salah satunya termasuk instagram merupakan salah satu aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam mengaksesnya instagram dalam hal digunakan untuk media dakwah memiliki beberapa

kelebihan-kelebihan yang dapat mendorong adanya keberhasilan dari dakwah itu. Berdakwah dalam media sosial instagram sangat memudahkan pendakwah dalam mempergunakannya, pendakwah dapat bisa menggunakan dengan menyampaikan pesan dakwah melalui unggahan video, gambar, maupun audio, dimana adanya unggahan-unggahan tersebut dapat dengan mudah menarik objek dakwah untuk menonton, melihat maupun mendengar dakwah yang disampaikan. Artinya berdakwah melalui instagram pada feed instagram khususnya dapat memiliki daya tarik tersendiri bagi para objek dakwah.²³

Dalam penelitian dari artikel jurnal terdahulu selanjutnya disebutkan bahwa terdapat 92% masyarakat memepergunakan telepon pintarnya selama lebih dari 8 jam dalam seharinya. Dengan adanya hal tersebut menjadikannya dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat sekarang ini bukan hanya membutuhkan telepon pintar dalam hal mengirim dan mendapatkan pesan singkat saja melainkan masyarakat sekarang ini juga membutuhkan kebutuhan lainnya yaitu berupa kebutuhan sekundernya, kebutuhan sekunder yang dimaksud adalah berupa adanya informasi up to date disetiap harinya. Hasil akhir dari artikel jurnal ini terdapat 90% perespon memepergunakan telepon pintarnya untuk mendapatkan informasi mengenai materi dakwah yang terdapat pada sosial media. Fakta dari penelitian artikel jurnal tersebut dapat menarik kesimpulan bahwa dakwah media instagram menjadi daya tarik tersendiri dan dapat terbilang efektif dalam pelaksanaan dakwah.²⁴

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang memfokuskan ke kalangan mahasiswa di kabupaten aceh barat, para mahasiswa memepergunakan media sosial instagram kebanyakan dari mereka memepergunakannya dalam kepentingan pribadinya lebih sering mengunggah hal tentang dirinya sendiri dan lebih jarang mengunggah suatu hal yang sifatnya dakwah. Tetapi dengan adanya fakta tersebut tidak menutup kemungkinan mereka tidak sama sekali memepergunakan media sosial sebagai sarana dakwah, walaupun mereka tidak berperan aktif mengunggah

²³ Desi Angraini, "Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)," *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul 53*, no. 9 (2012): Hlm. 99.

²⁴ Deslima, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung."

konten dakwah mereka tetap melihat postingan dakwah dari akun lain yang sering mengunggah mengenai dakwah tak jarang dari mereka merespon unggahan dakwah tersebut dengan memberikan tanda suka (like) pada postingan dakwah tersebut, dan bahkan tidak sedikit dari mereka ikut membagikan ulang dalam postingan feed instagram yang mereka miliki. Terbukti instagram memiliki daya tarik yang baik jika digunakan sebagai media dakwah.²⁵

Pada penelitian artikel jurnal selanjutnya yaitu pada objek mahasiswa fakultas dakwah, dalam fakta lapangan yang ada masih terdapat banyak mahasiswa fakultas dakwah yang masih ragu menunjukkan dirinya dalam kata lain kebanyakan dari mahasiswa masih merasa malu ketika menjadi seorang pendakwah. Media sosial menjadi jalan ninja para mahasiswa-mahasiswa tersebut untuk menyebarkan dakwahnya yaitu melalui akun-akun pribadi milik mereka. Bagi mahasiswa-mahasiswa tersebut dengan penggunaan instagram memiliki kebebasan-kebebasan sendiri untuk mengekspresikan kreativitasnya dalam berdakwah. Dengan hal tersebut pengguna dapat memanfaatkan media sosial instagram dengan baik tanpa batasan berekspresi. Mengolah maupun pempergunakan instagram untuk media dakwah bagi mahasiswa fakultas dakwah adalah menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi karena instagram merupakan media sosial yang terbilang mudah dalam menggunakannya. Dalam hal ini para mahasiswa dianggap sangat selektif dalam memilih media dakwah, terbukti bahwa instagram menjadi media yang efektif ketika dipergunakan untuk media berdakwah.²⁶

Dari beberapa riset penelitian yang dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu dapat ditarik bukti dari fakta lapangan yang ditemui yaitu bahwa media sosial instagram khususnya feed instagram terbilang efektif ketika diterapkan sebagai media dakwah pada generasi milenial sekarang ini, terbukti dari fakta-fakta penelitian riset yang dirangkum oleh penyusun bahwasannya media sosial instagram sangat mdah ketika diterapkan maupun dioprasikan oleh para

²⁵ Junaidi, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah dikalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat."

²⁶ Khoirina Dewi Nugrahaini, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga Tahun 2020" Hlm. 9.

pendakwah dan dalam hal ini para pendakwah dianggap sudah selektif dalam memilih media dakwah, media sosial instagram khususnya feed instagram juga mengundang daya tarik objek dakwah untuk menerima serta mengkonsumsi materi dakwah yang diberikan karena didalamnya terdapat fitur-fitur yang tidak membosankan dan terbilang kekinian yang sangat mendatangkan daya tarik penggunaannya. Dalam hal ini pendakwah memang harus betul-betul dapat mengoperasikan media sosial instagram dengan baik agar tujuan dakwah yang diberikan dapat disampaikan dan dapat diterima dengan baik oleh para objek dakwah.

D. PENUTUP

Generasi milenial adalah generasi dimana dalam kegiatan sehari-harinya mereka disibukkan dengan adanya penggunaan media sosial artinya generasi milenial dan media sosial terbilang sudah sangat melekat dan tidak dapat dipisahkan. Untuk itu kebanyakan dari generasi milenial mereka kadang lalai untuk melakukan aktivitas sehari-harinya apalagi dalam hal mendapatkan ilmu dakwah, adanya hal tersebut para pendakwah sekarang ini melakukan pengembangan dakwah disesuaikan dengan majunya zaman. Yang sering kita dengar sekarang yaitu muncul adanya ustadz-ustadzah milenial yang terbilang lihai dapat mengoperasikan media sosial yang ada.

Efektivitas feed instagram sebagai media dakwah di era milenial berdasarkan penelitian-penelitian yang ditemui dapat ditarik kesimpulan bahwa feed instagram terbilang efektif sebagai media dakwah. Feed instagram mengundang daya tarik bagi para pengguna, bahkan kebanyakan dari pengguna dapat menerima dan mengonsumsi materi dakwah dengan mudah serta tidak membosankan, karena didalam feed instagram terdapat fitur-fitur yang dapat mengunggah video, gambar serta audio, yang menjadikan para pengguna tidak bosan serta dapat menerima materi dakwah dengan baik. Dalam hal ini para pendakwah juga dituntut kreativitasnya untuk dapat memberikan dakwahnya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, A. (2016). Konsep Dasar Dakwah. *Al-Munzir*, 9(1), 29–46.
- Anggraini, D. (2012). Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 1689–1699.
- Avifah, N. (2017). Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat). *RAUSHAN fIKR*, 6(2), 223–237.
- Deslima, Y. D. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung.
- Fakhruroji¹, M., & Muhaemin, E. (2017). Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Sositologi*, 16(April).
- Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial. *Al Hikmah*, 7, 50–60.
- Junaidi. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Dikalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat. *Ilmu Komunikasi*, 6(2), 174.
- Khairina, U. (n.d.). *Jurnal Peurawi : Media Kajian Komunikasi Islam*.
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58.
- Mulia, B. N. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (ditinjau dari teori jarum hipodermik). *Skripsi*, 14–15.
- Mutiawati, I. (2018). Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(3), 1–151.
- Nugrahaini, K. D. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2016 Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga Tahun 2020. 9.
- Nur, D. M. (2015). Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya. *Wardah*, 12(2), 135–141.
- Pardianto. (2015). Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah Di Era Globalisasi). *Mediasi*, 9(2), 1–16.

- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Journal Equilibrium*, 5 No. 9, 1–8.
- Romadlany, Z., & Farhan. (2019). *Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*. 5(1).
- Supriyadi, S. (2017). Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan antar Pustakawan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2(2), 83.
- Wahana, H. D. (2015). Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial Dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 21(1), 14–22.
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 60–88.
- Zulkarnain. (2013). Dakwah Islam di Era Multimedia (Studi atas Minat Para Da'i IKMI Kota Pekanbaru Menggunakan Media Cetak Sebagai Media Dakwah. In *Risalah: Vol. XXIV* (Issue November, pp. 37–53).
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*, 26(3).