

EFEKTIVITAS DAKWAHLDK AL-INTISYAR DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP SIKAP DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA LDK AL-INTISYAR

Diky Arisandy¹, Dahlan R²

^{1,2}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Ibn Khaldun
Jl. Sholeh Iskandar, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

Email: deckyajah17@gmail.com

Abstract

Fast-paced progress from time to time, social media has undergone a significant change, the article in almost all aspects of human life cannot be separated from social media. In 2016 social media users reached 2.31 billion and in the last five years in 2021 it reached 4.2 billion active users. social media network Instagram has now been widely used by the entire world population because Instagram can share information with others in the form of photos, posters and videos. Da'wah is calling people to do good and guided by the teachings of Islam, inviting people to do good and stay away from all forms of disobedience in order to obtain pleasure in this world and the hereafter. Until now, many Islamic da'wah communities use Instagram as a medium for preaching, one of which is the Al-Intisyar Campus Da'wah Institute which has an Instagram named @alintisyar_ldk to spread Islamic symbols both to all LDK Al-Intisyar followers themselves and to active community of Instagram. This study aims to find out how response of followers who are members of LDK Al-Intisyar to the effectiveness of propaganda posters uploaded by the Instagram @alintisyar_ldk using the theory of effectiveness of preaching KH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid and how the message of the propaganda poster in it has meaning, invitation and practice to do good in the teachings of Islam. Based on the results of research that has been carried out on the Instagram, there are 3 propaganda posters that can influence the attitudes and beliefs of members who are Instagram followers LDK Al-Intisyar Isra and Miraj Nabi Muhammad SAW.

Keywords: *Social media; Instagram; Effectiveness of da'wah; Attitude; Trust*

Abstrak

Kemajuan zaman yang serba cepat dari masa ke masa, media sosial mengalami sebuah perubahan yang signifikan, pasalnya hampir di seluruh aspek kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan dengan media sosial. Pada tahun 2016 pengguna media sosial mencapai 2,31 Miliar dan lima tahun terakhir pada tahun 2021 mencapai 4,2 Miliar pengguna aktif. Jejaringan media sosial *Instagram* kini telah banyak digunakan oleh seluruh penduduk dunia dikarenakan pengguna *Instagram* dapat membagikan informasi kepada orang lain berupa foto, poster dan video. Dakwah adalah menyeru manusia untuk berbuat kebaikan serta berpedoman kepada ajaran agama Islam, mengajak manusia berbuat kebajikan dan menjauhi segala bentuk perbuatan kemaksiatan agar memperoleh kenikmatan dunia dan akhirat. Hingga saat ini banyak komunitas dakwah Islam yang menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media berdakwah, salah satunya lembaga dakwah kampus (LDK) Al-Intisyar yang mempunyai akun media sosial dakwah *Instagram* yang bernama @alintisyar_ldk untuk menyebarkan syiar islam baik kepada *followers* LDK Al-Intisyar sendiri maupun kepada seluruh masyarakat aktif pengguna *Instagram* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *followers* yang merupakan anggota LDK Al-Intisyar terhadap efektivitas dakwah poster yang diunggah oleh akun *Instagram* @alintisyar_ldk menggunakan teori efektivitas

©2022 The authors and Komunika. All rights reserved.

Article Information:

Received February 23, 2022, Revised July 17, 2022, Accepted July 17, 2022

dakwah KH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid serta bagaimana pesan poster dakwah yang didalamnya memiliki makna, ajakan dan mengamalkan untuk berbuat kebaikan dalam ajaran agama Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam akun *Instagram* LDK Al-Intisyar terdapat tiga poster dakwah yang dapat mempengaruhi sikap dan kepercayaan anggota yang merupakan *followers Instagram* LDK Al-Intisyar untuk mengajak berbuat kebaikan, saling tolong menolong terhadap sesama dan mempercayai peristiwa *isra* dan *miraj* Nabi Muhammad SAW.

Kata Kunci: Media sosial; *Instagram*, Efektivitas dakwah; Sikap; Kepercayaan

1. Pendahuluan

Kemajuan zaman yang serba cepat dari masa ke masa, media sosial mengalami sebuah perubahan yang signifikan, pasalnya hampir di seluruh aspek kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan dengan media sosial (Junawan & Lauga, 2020). Pada tahun 2016 pengguna media sosial mencapai 2,31 Miliar dan lima tahun terakhir pada tahun 2021 mencapai 4,2 Miliar pengguna aktif (Bayu, 2021). Dengan bermedia sosial manusia dimudahkan dalam berkomunikasi tanpa mengenal batas waktu, wilayah, dan ruang. Semua dapat terakses karena adanya sebuah jaringan internet baik itu berupa *wifi* maupun paket data internet yang digunakan di *smartphone* (Adani, 2020).

Media merupakan cikal bakal terhubungnya sebuah komunikasi antar sesama manusia, serta merubah *mindset* dalam aspek kehidupan manusia saat ini (Fadhli, & Wisman, 2020). Sebuah perubahan yang awalnya berkomunikasi langsung tatap muka dengan manusia, kini dengan kemajuan dan perkembangan zaman sebuah komunikasi dapat dilakukan dengan alat bantu berupa tablet, laptop, dan *smartphone* (Fatmawati, 2020). Kemudian dengan sebuah populernya media sosial yang kekinian mengikuti arus perkembangan zaman, pengguna media sosial di Negara Indonesia mengalami kenaikan signifikan yaitu 59% dari jumlah 272,1 juta populasi Negara Indonesia yang mayoritas penduduknya menggunakan sebuah aplikasi *Likee*, *Facebook*, *Snapchat*, *Instagram* dan *Tiktok* (Stephanie, 2020). Tanpa disadari masyarakat Indonesia telah mengalami sebuah kemajuan dalam menggunakan media sosial untuk menunjang kehidupan sehari-hari, mengubah pola pikir untuk menerapkan semua aktivitas, komunikasi, dan informasi yang beraskan digital, dengan era digital ini manusia menjadikan media sosial sebagai kebutuhan pokok yang tidak bisa dipisahkan (Wulandari & Netrawati, 2020).

Beberapa media sosial yang sangat terkenal dan banyak penggunaannya di seluruh dunia diantaranya *Youtube*, *Instagram*, *LikedIn*, *Whatsapp*, *Twitter* dan sejenis media sosial lainnya (Harahap & Adeni, 2020). Aplikasi media sosial memiliki keunikan dan kegunaannya masing-masing yang menambahkan sebuah fungsi media sosial itu sendiri. Seperti halnya aplikasi *Twitter* yang memberikan sebuah pesan singkat yang di *upload* ke publik baik itu berupa ajakan, kritikan, nasihat, dan motivasi yang dapat dikomentari dalam satu aplikasi. *Facebook* merupakan sebuah media sosial yang memiliki hubungan jaringan yang sangat luas seperti grup komunitas tertentu yang dapat saling berinteraksi. *LinkedIn* merupakan *Platform* jaringan bisnis yang mana dapat merekrut seseorang dalam berbisnis, mengikutinya dan dapat mencari teman bisnis lainnya yang berkesuaian dengan profesinya (Munawar, 2017).

Menurut data yang diterbitkan perusahaan manajemen media sosial *Hootsuite*, pengguna media sosial di Indonesia saat ini telah mencapai angka 170 juta pengguna atau 61,4 persen total populasi 274,9 penduduk (Riyanto, 2021). Salah satu *Platform* media sosial yang sedang ramai saat ini adalah aplikasi *Instagram*. *Instagram* secara pengertian dari kata “*Insta*” yang berasal dari “*Instan*” istilah ini seperti halnya terdapat pada kamera *polaroid*, yang mana kamera *polaroid* ini merupakan sebuah kamera foto yang ketika penggunanya memotret suatu objek maka foto tersebut langsung jadi seketika. *Instagram* sendiri dikembangkan oleh dua orang yaitu Kevin Systrom dan Mike Kriger yang memiliki sebuah perusahaan *Startup Burbn Inc*, yang berlokasi di San Francisco, Amerika Serikat, Aplikasi *Instagram* dirilis perdana pada 6 Oktober 2010 yang dapat beroperasi pada *System Windows 10, Windows Mobile, Android* dan *iOS* (Arifin, 2020).

Instagram memperkenalkan dirinya dengan sebuah aplikasi yang dapat *upload* video dan foto serta dapat dibagikan kepada pengguna lainnya, tidak hanya sampai disitu aplikasi *Instagram* dapat menghubungkan sesama penggunanya dengan mengomentari dan menyukai setiap *postingan* yang diunggah oleh pemiliknya, media sosial *Instagram* didirikan dengan berbasis teknologi *Web 2.0* yang mana penggunanya dapat menyajikan sebuah *postingan* yang dapat dibagikan (Arifuddin & Irwansyah, 2019).

Media sosial dinilai efektif sebagai media dakwah, khususnya dikalangan mahasiswa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Purbohastuti, 2017). Dakwah sendiri menurut Syekh Ali Mahfudz di dalam buku *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, karangan (Hasan, 2013). Menjelaskan bahwa dakwah adalah menyeru manusia untuk berbuat kebaikan serta berpedoman kepada ajaran agama Islam, mengajak manusia berbuat kebajikan, dan menjauhi segala bentuk perbuatan kemaksiatan.

Hingga saat ini banyak komunitas dakwah Islam yang menggunakan media sosial sebagai media berdakwah, salah satunya menggunakan aplikasi *Instagram*, sebab berdakwah tidak hanya diatas mimbar akan tetapi berdakwah juga dapat diaplikasikan didunia maya, seperti adanya komunitas pemuda hijrah yang didirikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang merupakan lulusan Universitas Al-Azhar Kairo, Mesir komunitas ini memiliki akun *instagram* yaitu @hanan_attaki, dengan gaya berdakwah kekinian dan mengikuti arus perkembangan zaman, akun dakwah ini menasar kalangan anak milenial yang membutuhkan sebuah *postingan* dan informasi yang positif, agar mudah diterapkan amalan-amalan kebaikan dalam kehidupan sehari-hari (Al Kusani, 2019). Kemudian adanya Ustadz yang mempunyai sebutan “*sejuta viewers*” dengan cara berdakwah yang diselipi sebuah humor dan candaan yang membuat para penggemarnya semakin menyukai materi dakwah yang disampaikan akun ini, dengan adanya akun *instagram* @ustadzabdulsomad, seorang pendakwah dapat berinovasi membuat sebuah konten yang unik namun berkesesuaian dengan ajaran Islam sehingga mudah untuk diikuti dan dipelajari (Rosid, 2020).

Dalam hal ini lembaga dakwah kampus Al-Intisyar mempunyai sebuah media dakwah *Instagram* yang bernama @alintisyar_ldk, yang masih mempunyai kekurangan yang dimiliki oleh akun lembaga dakwah kampus Al-Intisyar Universitas Ibn Khaldun tersebut, diantaranya ialah masih kurangnya pengurus lembaga dakwah kampus terutama Divisi Syiar dan Media dalam membuat *postingan caption* dan video dakwah yang kurang *update*, jumlah *like postingan* yang hanya 2% dari *followernya*. Peneliti ingin melihat efektivitas akun *Instagram* @alintisyar_ldk terhadap kepercayaan *postingan* poster menambahkan ketaqwaan kepada Allah atau tidak dan bagaimana perubahan sikap *followernya*.

Kepercayaan merupakan perpektif untuk membuat sebuah jalinan yang baik, serta menguntungkan bagi kedua pihak. Dalam hal ini jalinan kerja sama antar kedua pihak dapat menghasilkan kerugian atau keuntungan (Mashitoh, 2019). Mahasiswa yang aktif membuka aplikasi *Instagram* dan mengakses akun dakwah Islami secara otomatis dapat mempengaruhi sikap dan kepercayaan mereka dalam beragama. Pengaruh tersebut secara tidak langsung akan memiliki sebuah rasa untuk berubah dan mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuni, 2019).

2. Metodologi

Adapun penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Yang mana penelitian ini berasaskan dengan filsafat protivisme, yang dipergunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah. Metode deskriptif merupakan sebuah metode yang meneliti suatu objek, suatu kelompok manusia, sistem pemikiran atau kejadian pada masa saat ini. Kualitatif deskriptif digunakan untuk mengembangkan teori yang sudah ada, melalui sebuah data yang didapat dari tempat yang diteliti (Rahmayanti, Antosa & Adiputra, 2020).

Pada penelitian ini menggunakan teknik dan prosedur pengumpulan data menggunakan observasi untuk dapat menggambarkan dan mendokumentasikan secara terstruktur yang ada kaitannya dengan subjek penelitian (Nugrahani, 2014). Lebih lanjut dalam penelitian kualitatif diperlukan teknik wawancara sebab penelitian yang ditulis oleh peneliti menggunakan jenis wawancara (*in dep interview*) semiterstruktur yang mana peneliti menyiapkan beberapa instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis, akan tetapi tidak memberikan sebuah jawaban seperti halnya wawancara terstruktur. Wawancara semiterstruktur merupakan sebuah gabungan antara (*unstructured interview*) wawancara tidak terstruktur dengan (*structured interview*) wawancara terstruktur, yang posisinya ada ditengah-tengah. Ketika wawancara peneliti diharuskan mencatat apa-apa yang disampaikan oleh narasumber dengan teliti (Nugrahani, 2014).

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara, yang mana dokumentasi mengumpulkan sebuah data-data dan dokumen yang akan digunakan dalam penelitian (Sidiq & Choiri, 2019). Serta dalam penelitian pemeriksaan keabsahan data dengan ketekunan pengamatan yang bermaksud menemukan unsur-unsur dan ciri-ciri dalam kejadian yang sangat relevan isu atau persoalan yang sedang dicari serta memutuskan dan menfokuskan diri pada hal-hal tersebut secara rinci, dan menggunakan triangulasi

sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sidiq & Choiri, 2019).

3. Hasil dan Pembahasan

Efektivitas Dakwah di Media Sosial Instagram LDK Al-Intisyar

Intensitas *postingan* poster dakwah *Instagram* LDK Al-Intisyar dalam penyebaran syiar ajaran islam melalui media sosial *Instagram* memiliki jadwal *postingan* tersendiri, sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar:

“Untuk postingan itu sendiri biasanya itu mengupload 1 kali upload bisa 3 hari jadi tergantung itu kondisional terkait ada kegiatannya atau tidak, biasanya seminggu bisa upload 2 ataupun 3 postingan. Dan untuk insta story itu hampir setiap hari karena memang kita menshre yang namanya quote dan juga jadwal solat”.

Kemudian pernyataan diatas juga diperkuat oleh pengelola akun media sosial *instagram* sebagai berikut:

“Intensitas dari segi efisiensinya itu benar-benar intensif, kenapa karena memang konten-konten kita tadi disesuaikan dengan kebutuhan yang saat ini ada terkait intensitas jangka waktu upload ini mungkin ada sedikit kendala dari kita yang mungkin kurang konsisten terkadang seminggu kita buat 2 postingan 3 atau bahkan hanya 1, dikarenakan tadi faktor kurangnya sdm yang memadai harapannya mungkin kedepannya lebih baik”.

Pernyataan pengelola *instagram* diatas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS: *“Setiap hari mereka update khususnya di story”.*

Menurut saudara MRG: *“Mereka post poster dalam seminggu 3 sampe 4 kali”.*

Menurut saudara MZMA: *“Intensitas postingan saya rasa baik”.*

Menurut saudara MNR:

“Setiap hari”.

Menurut saudari MH:

“Menurut saya setiap harinya LDK Al-Intisyar sudah bisa konsisten memposting setiap hari”.

Menurut saudari RNF:

“Untuk intensitasnya cukup sering”.

Menurut saudari SA:

“Sering hampir tiap hari”.

Menurut saudari SN:

“Setiap hari ada postingan poster dakwah yang di share di Instagram.”

Menurut saudari SM:

“Bagus intensitas poster dakwah di LDK Al Intisyar itu cukup baik”.

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa intensitas *postingan* konten dakwah di Media sosial *Instagram* LDK Al-Intisyar sebagai berikut: 1 kali *postingan* dalam 3 hari tapi kondisional juga, Seminggu 2 *postingan*, Setiap hari khususnya *instastory*, Seminggu 3 sampai 4 kali, Rutin di *upload* setiap pekan, Setiap hari ada terutama *quote of the day* atau jadwal sholat.

a) Poster dakwah tentang “puasa sehari menghapus dosa dua tahun.”



Gambar 1. Poster “puasa sehari menghapus dosa dua tahun.”

1) Kebermanfaatan poster

Poster dakwah yang bertemakan “puasa sehari menghapus dosa dua tahun” memiliki kebermanfaatan sebagai mana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar.

“Jujur ini sangat bermanfaat banyak yang tadinya tidak tau, jadi tau seperti itu dan ini sebagai reminder kita agar pengikat kita untuk belajar puasa arafah dan puasa asyuro”.

Pernyataan diatas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Bermanfaat sekali karena jujur saya itu orang yang ga terlalu memperhatikan kalender hijrih jadi ketika dari tim mengusulkan untuk membuat poster terkait puasa itu merasa teringatkan, jadi selain kita untuk mengajak orang lain untuk berpuasa bisa mengingatkan diri kita sendiri. sebagai teguran jangan sampai kita buat postingan itu kita menajajak orang lain buat puasa tapi kita sendiri tidak puasa”.

Pernyataan diatas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“Bermanfaat”.

Menurut saudara MRG:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudara MZMA:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudara MNR:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudari MH:

“Menarik dan bermanfaat”.

Menurut saudari RNF:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudari SA:

“Tentu sangat bermanfaat”.

Menurut saudari SN:

“Ya sangat bermanfaat, karna menjadi pengingat untuk melakukan shaum sunnah arafah dan asyuro”.

Menurut saudari SM:

“Bermanfaat”.

Menurut Saudara RI:

“Sangat bermanfaat”.

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa poster yang bertemakan *“puasa sehari menghapus dosa dua tahun”* yang di *posting* oleh akun dakwah Media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar sebagai berikut: Sangat bermanfaat, karena sebagai *reminder* pengikat untuk belajar puasa arafah dan puasa asyuro, merasa teringat dengan adanya poster puasa arofa dan puasa asyuro, jadi motivasi bagi para pengelola dan *followers* LDK Al-Intisyar.

2) Efektivitas Poster

Poster dakwah yang bertemakan *“puasa sehari menghapus dosa dua tahun”* memiliki efektif sebagai mana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar.

“Untuk ini saya tidak bisa menjamin atau tidaknya karena memang kita cuman menekan di medianya belum mendekati secara langsung secara personal tapi untuk pengurus insyaAllah akan menjalankan dan efektif untuk pengurus tersebut”.

Pernyataan di atas diperkuat oleh pengelola *Instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Nah ini bisa ditinjau dari beberapa aspek, pertama efektif dari segi kontennya, karena dirasa cukup efektif dari kontennya kita disitu sudah menyampaikan poin penting bahwa terkait keutamaan puasa tersebut, dengan poster tersebut likenya lumayan banyak juga banyak beberapa yang ngeshare dirasa itu sudah cukup efektif”.

Pernyataan diatas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“kalau menurut lala yang mungkin efektif karena ada yang ngerepost postingan instagram sebagai pengingat jadi efektif”.

Menurut saudara MRG:

“Menurut saya efektif”.

Menurut saudara MZMA:

“Menurut saya sudah efektif”.

Menurut saudara MNR:

“Sangat efektif”.

Menurut saudari MH:

“Efektif tersampaikan”.

Menurut saudari RNF:

“Cukup efektif”.

Menurut saudari SA:

“Sangat efektif”.

Menurut saudari SN:

“Cukup efektif”.

Menurut saudari SM:

“Sudah efektif”.

Menurut Saudara RI:

“Sangat efektif”.

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa efektivitas poster yang bertemakan *“puasa sehari menghapus dosa dua tahun”* yang di *posting* oleh akun dakwah Media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar sebagai berikut: Efektif, banyak beberapa yang ngeshare, tolak ukur efektif bisa dilihat dari postingan itu sendiri seperti like dan komentarnya.

3) Pengamalan

Pengamalan poster dakwah yang bertemakan *“puasa sehari menghapus dosa dua tahun”* telah diamalkan sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar.

“Nah ini karena ada postingan LDK Al-Intisyar reminder dari yang tidak tau jadi tau dan alhamdulillahnya di LDK Al-Intisyar ini banyak belajar saya pribadi gitu khususnya terkait puasa Arafah dan Asyuro dan Alhamdulillah saya mengamalkan puasa ini”.

Pernyataan diatas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Alhamdulillah mengamalkan, karena seperti tadi yang saya bilang yaitu sebagai motivasi tersendiri ketika kita membuat poster, tentang hal tersebut selain menjadi pengingat itu jadi teguran toh kita mengajak mereka, kenapa kita ga puasa”.

Pernyataan diatas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“Insyaallah kalau ga ada halangan”.

Menurut saudara MRG:

“Sudah mengamalkan”.

Menurut saudara MZMA:

“Saya pernah melakukannya”.

Menurut saudara MNR:

“Sudah mengamalkan”.

Menurut saudari MH:

“Sudah”.

Menurut saudari RNF:

“Sudah”.

Menurut saudari SA:

“Selalu mengusahakan”.

Menurut saudari SN:

“Sudah”.

Menurut saudari SM:

“Sudah”.

Menurut Saudara RI:
“Mengamalkan”.

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa poster yang bertemakan “puasa sehari menghapus dosa dua tahun” yang di posting oleh akun dakwah Media sosial Instagram LDK Al-Intisyar mereka sudah mengamalkan sebagai berikut: Mengamalkan karena *postingan* puasa arafah dan puasa asyuro sebagai pengingat dari yang tidak tau jadi tau, sebagai motivasi buat mengajak semua orang.

b) Poster dakwah tentang “aksi galang dana erupsi gunung semeru”.



Gambar 2. Poster “Aksi galang dana erupsi Gunung Semeru.”

a. Kebermanfaatan poster

Poster dakwah yang bertemakan “Aksi galang dana erupsi gunung semeru” memiliki manfaat sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar

“Tentu jelas karena memang ini menumbuhkan kita untuk peduli kepada sesama seperti itukan galang dana ini aksi kita untuk bermanfaat buat sesama, karena dakwah kita itu tidak cuman tentang kampus aja, tapi dakwah kita itu menyeluruh dan ini bukan saya yang merasakan bermanfaat tetapi memang kadaer-kader LDK Al-Intisyar memang antusias untuk ikut”.

Pernyataan diatas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Bermanfaat sekali karena ini bisa membangun kepedulian sosial baik bagi para followers secara umum ataupun bagi pribadi sendiri, membantu sodara-sodar kita dengan apa yang kita bisa minimal dengan mengajaknya untuk berdonasi melalui poster-poster kita”.

Pernyataan diatas juga di perkuat oleh 8 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudara MRG:

“Sangat bermanfaat.”

Menurut saudara MNR:

“Kebaikan yang harus kita lakukan”.

Menurut saudari MH:

“Bermanfaat”.

Menurut saudari RNF:

“Bermanfaat”.

Menurut saudari SA:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudari SN:

“Sangat bermanfaat”.

Menurut saudari SM:

“Bermanfaat”.

Menurut Saudara RI:

“Sangat bermanfaat”.

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa poster yang bertemakan *“Aksi galang dana erupsi Gunung Semeru”* yang di *posting* oleh akun dakwah Media sosial *Instagram* LDK Al-Intisyar memiliki kebermanfaatannya sebagai berikut: membangun kepedulian sosial kepada *followers* LDK Al-Intisyar ataupun diri kita masing-masing, serta mengajak orang lain untuk berdonasi disalurkan kepada mereka yang membutuhkannya.

b. Efektivitas Poster

Poster dakwah yang bertemakan *“Aksi galang dana erupsi gunung semeru”* memiliki peran efektif sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar.

“Memang sangat efektif ga cuman saya saja, tetapi juga anggota atau kader LDK Al-Intisyar itu sendiri karena kegiatan itu ternyata sangat disenangi atau dinanti-nantikan ketika ada galang dana, karena ternyata kemanusiaan kader LDK Al-Intisyar itu sangat tinggi, ga cuman kader kita ternyata, lembaga-lembaga lain juga suka ikut minta ingin bergabung untuk melakukan aksi galang dana, jadi itu cukup efektif sekali”.

Pernyataan diatas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Bisa efektif apa enggak nya jadi galang dana itu kita sebar posternya itu alhamdulillah antusiasnya dari teman-teman itu benar-benar banyak yang bantu mengadakan galang dana baik itu secara pribadi atau bahkan mengajak LDK Al-Intisyar untuk rame-rame kita galang dana ga hanya sekedar online melalui poster dan kita akhirnya bekerjasama dengan beberapa organisasi kampus seperti IMM, KAMMI, Aski, Pramuka, Hima PBI dan Hima Eksyar untuk galang dana bersama jadi benar-benar efektif”.

Pernyataan diatas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“Efektif.”

Menurut saudara MRG:

“Efekif.”

Menurut saudara MZMA:

“Sudah efektif.”

Menurut saudara MNR:

“Menurut ana sangat efektif, untuk menyampaikan dakwah sebagaimana kita ketahui dalam suatu hadist dikatakan “kullu ma’rufin sodaqoh” setiap kebaikan yang kita lakukan adalah sedekah jadi seperti itu, jadi kebaikan-kebaikan yang ada seperti itu untuk membantu sodara kita”.

Menurut saudari MH:

“Efektif.”

Menurut saudari RNF:

“Sudah efektif.”

Menurut saudari SA:

“Tentu efektif.”

Menurut saudari SN:

“Efektif.”

Menurut saudari SM:

“Efektif.”

Menurut Saudara RI:

“Sudah.”

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa poster yang bertemakan *“Aksi galang dana erupsi gunung semeru”* yang di *posting* oleh akun dakwah Media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar memiliki peran efektif sebagai berikut: kegiatan ini sangat disenangi atau dinanti-nantikan ketika galang dana, kemanusiaan kader LDK Al-Intisyar itu sangat tinggi serta lembaga-lembaga lainnya juga ingin bergabung melakukan aksi galang dana, memperjuangkan aksi galang dana bagi korban yang membutuhkan bantuan erupsi gunung semeru, terdapat dalam hadist *“kullu ma’rufin sodaqoh”* setiap kebaikan yang kita lakukan adalah sedekah untuk membantu sodara kita yang mengalami musibah erupsi gunung semeru.

c. Suka tolong menolong

Peran untuk saling tolong menolong terhadap sesama menumbuhkan rasa empati sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar:

“Nah ini seperti poster galang dana tadi, nah jujur yang saya itu apatis tetapi ketika saya masuk LDK Al-Intisyar dan saya diajakin galang dana itu alhamdulillah menumbuhkan rasa empati saya menolong sesama manusia, dan disini kita juga saling tolong menolong ketika ada kader ataupun sahabat kita merasakan kesusahan kita itu sudah reflek tolong menolong terhadap sesama”.

Pernyataan di atas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Insyaallah selama dalam kemampuan saya, misalkan ada temen-temen diluar LDK Al-Intisyar yang mungkin butuh bantuan membuat konten di tim LDK Al-Intisyar siap membantu selama tidak ada

kesibukan dan nanti kita disitu sebagai sarana dakwah kita juga nih bisa kita sisipkan nilai-nilai dakwah dalam poster tersebut.”

Pernyataan di atas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“Menolongkan wajib.”

Menurut saudara MRG:

“Insyallah dari diri pribadi belajar-belajar untuk saling tolong menolong.”

Menurut saudara MZMA:

“Saya merasa suka dan gemar untuk menolong orang lain.”

Menurut saudara MNR:

“Sudah tugasnya manusia sesama umat muslim kita harus tolong menolong dalam kebaikan.”

Menurut saudari MH:

“Dimampukan untuk menolong sesama umat manusia.”

Menurut saudari RNF:

“Alhamdulillah suka.”

Menurut saudari SA:

“Selalu mengusahakan.”

Menurut saudari SN:

“Saling menolong saudara yang kesulitan.”

Menurut saudari SM:

“Sudah.”

Menurut Saudara RI:

“Sudah sebagai muslim kita dianjurkan untuk tolong menolong.”

Dari hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa tolong-menolong terhadap sesama merupakan hal yang menumbuhkan rasa empati sebagai berikut: Alhamdulillah ketika ikut galang dana disitu sebagai sarana dakwah bisa kita sisipkan nilai-nilai dakwah, merasa suka dan gemar untuk menolong orang lain, Harus tolong menolong dalam kebaikan, sesama muslim dianjurkan untuk saling tolong menolong.

c) Poster dakwah tentang *“Isra dan miraj Nabi Muhammad SAW”*



Gambar 3. Poster *“Isra dan Miraj Nabi Muhammad SAW”*

1) Kebermanfaatan poster

Poster dakwah yang bertemakan *“Isra dan Miraj Nabi Muhammad SAW”* memiliki kebermanfaatan sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar:

“Jawabanya sangat bermanfaat buat reminder saya pribadi dari yang tidak tau jadi tau dan juga diposter itu dijelaskan terkait peristiwa isra dan miraj dan saya meyakini mengenai isra dan miraj yang dialami Nabi Muhammad SAW”.

Pernyataan di atas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

“Bermanfaat karena sebagai pengingat juga yah karena terkadang dari kebanyakan dari kita suka malas membaca sejarah jadi ini sebagai untuk pengingat sejarah isra dan miraj itu gimana, apa keutamaannya dan apa sih yang bisa kita petik dari kisah isra dan miraj, selain jadi pengingat bagi yang belum tau bisa menambahkan wawasan”.

Pernyataan di atas juga diperkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

“Bermanfaat.”

Menurut saudara MRG:

“Alhamdulillah sangat bermanfaat.”

Menurut saudara MZMA:

“Menarik tentu.”

Menurut saudara MNR:

“Sangat bermanfaat, tentunya kita tau yah kisah isra dan miraj, Nabi Muhammad SAW yang diisra dan dimirajkan sehingga kita bisa mengenal dan bisa melaksanakan solat, yang tadinya 50 waktu. Menjadi 5 waktu, nah ini sangat bermanfaat buat diri saya pribadi”.

Menurut saudari MH:

“Bermanfaat.”

Menurut saudari RNF:

“Sangat bermanfaat.”

Menurut saudari SA:

“Tentu sangat bermanfaat.”

Menurut saudari SN:

“Sangat bermanfaat.”

Menurut saudari SM:

“Bermanfaat.”

Menurut Saudara RI:

“Sangat bermanfaat. Sebab Isra Miraj adalah peristiwa turunnya perintah sholat 5 waktu melalui Nabi Muhammad SAW untuk ummatnya”.

Dari hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa poster dakwah yang bertemakan *“isra dan miraj Nabi Muhammad SAW”* memiliki kemanfaatan sebagai berikut: Sangat bermanfaat, karena yang tidak tau jadi tau serta diposter

tersebut menjelaskan terkait *isra* dan *miraj* Nabi Muhammad SAW, kisah ketika Nabi Muhammad SAW yang diisra dan dimirajkan, sehingga solat yang awalnya 50 waktu menjadi 5 waktu.

2) Efektivitas Poster

Poster dakwah yang bertemakan "*Isra dan miraj Nabi Muhammad SAW*" memiliki efektivitas sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar:

"Bukan cuma saya doang yang merasakan tetapi memang kader kami juga merasakan dari yang tidak tau jadi tau dan mereka juga antusias terkait ini, bahkan mereka juga meshare di sosial medianya gitu ga cuman di instagram LDK Al-Intisyar nya tetapi kader kami menshare juga diinstagram mereka dan juga di Whatsapp ataupun di medsos lainnya".

Pernyataan di atas diperkuat oleh pengelola *instagram* LDK Al-Intisyar menurutnya:

"Saya bisa lihat hanya dari jumlah interaksinya aja dari likers alhamdulillah lumayan banyak meskipun tidak sebanyak puasa arafah dan tapi ada beberapa yang ngeshare, kita menganggap hal itu sesuatu yang penting untuk disebarluaskan oleh karenanya mereka mengesahre poster tersebut".

Pernyataan di atas juga di perkuat oleh 9 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudara MRG:

"Efektif."

Menurut saudara MZMA:

"Sudah efektif."

Menurut saudara MNR:

"Menurut saya sudah efektif."

Menurut saudari MH:

"Sudah efektif, karena tersampaikan kepada saya sebagai anggota LDK Al-Intisyar."

Menurut saudari RNF:

"Sudah efektif."

Menurut saudari SA:

"Sangat efektif."

Menurut saudari SN:

"Efektif."

Menurut saudari SM:

"Efektif."

Menurut Saudara RI:

"Sudah."

Dari hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa poster dakwah yang bertemakan "*Isra dan Miraj Nabi Muhammad SAW*" memiliki efektif menyampaikan pesan dakwah kepada ketua, pengelola dan *followers* sebagai

berikut: Efektif, Merespon positif, bisa dilihat dari interaksi dan *likersnya*, serta ada yang *ngeshare ngeriplay* di sataus *whatsapp*.

3) Mengikuti agenda kegiatan Tablig Akbar *isra dan miraj*

Dari penjelasan poster dakwah yang bertemakan "*Isra dan miraj Nabi Muhammad SAW*" mengikuti agenda Tablig akbar *isra dan miraj nabi Muhammad SAW* sebagaimana pernyataan ketua LDK Al-Intisyar:

"Nah ini jujur yang tadinya pengen ikut dirumah saya tapi qodarullah ada bentrok juga ada kegiatan LDK Al-Intisyar jadi tidak mengikuti, tapi sebelum-sebelum memang nya saya mengikuti".

Pernyataan di atas juga di perkuat oleh 10 anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar sebagai berikut:

Menurut saudari SSS:

"Iya mengikuti".

Menurut saudara MRG:

"Pernah mengikuti".

Menurut saudara MZMA:

"Selalu mengikuti".

Menurut saudara MNR:

"Selalu mengikuti".

Menurut saudari MH:

"Saya mengikuti".

Menurut saudari RNF:

"Mengikuti".

Menurut saudari SA:

"Tentu".

"saya mengikutinya".

Menurut saudari SM:

"Pernah mengikuti".

Menurut Saudara RI:

"Mengikuti".

Dari hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa poster dakwah yang bertemakan "*isra dan miraj Nabi Muhammad SAW*" memiliki respon untuk mengikuti kajian tablig akbar *isra dan miraj Nabi Muhammad SAW* sebagai berikut: Mengikuti, Selalu mengikuti,

1) Sikap

Sikap dalam keagamaan Islam menurut Khoirul Abror yaitu berupa amalan yang dikerjakan oleh manusia dalam bentuk peribadatan kepada Allah SWT. Baik ibadah yang di batasi kadarnya oleh syariat Islam (*mahdhoh*), maupun yang tidak tidak dibatasi kadarnya oleh syariat Islam (*ghairu mahdoh*) (Abror 2019). Pada pembahasan sikap peneliti memilih dua poster yang berkesesuaian dengan penjelasan Khoirul Abror pertama mengenai ibadah (*mahdhoh*) yang dibatasi oleh kadarnya, peneliti memilih poster yang bertemakan "*puasa sehari menghapus dosa dua tahun*", kemudian kedua ibadah (*ghairu mahdoh*) yang tidak dibatasi

kadarnanya oleh syariat islam peneliti memilih poster yang bertemakan “aksi galang dana erupsi semeru”.

Dari penjelasan oleh ahli di atas maka peneliti pertama membahas poster dakwah yang bertemakan “puasa sehari menghapus dosa dua tahun” karena poster puasa ini merupakan termasuk dalam ibadah *mahdoh* yang telah ditentukan kadarnya, berikut gambar poster yang bertemakan “puasa sehari menghapus dosa dua tahun”.



Gambar 4. Poster “puasa sehari menghapus dosa dua tahun”

Dalam poster yang bertemakan “puasa sehari menghapus dosa dua tahun” yang di *posting* oleh akun media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar pada 18 Juli 2021 dapat mempengaruhi informan dalam mengubah sikap serta mau mengamalkan puasa Arafah, Karena poster ini memiliki amalan utama pada awal bulan Dzulhijjah, tepatnya pada tanggal 9 Dzulhijjah. Sebab puasa ini memiliki sebuah keutamaan yang semestinya tidak ditinggalkan oleh seorang muslim. Puasa ini juga tidak di kerjakan bagi kaum muslimin yang sedang melaksanakan ibadah haji. Mengingat dengan adanya keutamaan puasa Arafah yang sangat besar, maka keutamaan puasa Arafah ini terdapat dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim nomor 1162 yaitu:

صِيَامُ يَوْمِ عَرَفَةَ أَحْتَسِبُ عَلَى اللَّهِ أَنْ يُكَفِّرَ السَّنَةَ الَّتِي قَبْلَهُ
وَالسَّنَةَ الَّتِي بَعْدَهُ وَصِيَامُ يَوْمِ عَاشُورَاءَ أَحْتَسِبُ عَلَى اللَّهِ أَنْ
يُكَفِّرَ السَّنَةَ الَّتِي قَبْلَهُ

“Puasa Arafah (9 Dzulhijjah) dapat menghapuskan dosa setahun yang lalu dan setahun akan datang. Puasa Asyuro (10 Muharram) akan menghapus dosa setahun yang lalu”.

Selanjutnya pada pembahasan kedua peneliti memilih poster yang bertemakan “Aksi galang dana erupsi Gunung Semeru” karena poster ini termasuk dalam ibadah *ghairu mahdha* sebagaimana menurut Ningsih ibadah *ghairu mahdha* merupakan ibadah tidak murni, ibadah yang selain hubungan manusia dengan Allah, juga merupakan hubungan manusia dengan sesama manusia seperti halnya bersedekah, mencari nafkah bagi keluarganya dan saling tolong menolong kepada masyarakat lainnya, namun ibadah ini masih sejalan dengan prinsip-perinsip nilai ajaran agama Islam (Ningsih, 2021).

Dari penjelasan oleh Ningsih maka tolong menolong yang merupakan termasuk dalam ibadah *ghairu mahdha* peneliti memilih poster yang bertemakan “Aksi galang dana erupsi Gunung Semeru” berikut gambar poster tersebut:



Gambar 5. Poster “Aksi galang dana erupsi Gunung Semeru”

Dalam poster yang bertemakan “Aksi Galang dana erupsi Gunung Semeru” yang diposting oleh akun media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar pada 21 Desember 2021 dapat mempengaruhi anggota yang merupakan *followers* LDK Al-Intisyar menumbuhkan rasa empati dan kepedulian kepada korban yang terkena erupsi gunung semeru yang berada di Kabupaten Malang Jawa Timur, sebagaimana tolong menolong dalam kebaikan terdapat pada Al-Qur’an surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Dalam surat Al-Maidah ayat 2 ini telah menjelaskan bahwa tolong menolong merupakan perbuatan kebajikan, kebaikan yang tentu harus dimiliki oleh seorang manusia untuk mempermudah setiap urusan orang lain dan membantu kepada orang lain yang tertimpa musibah.

2) Kepercayaan

Dalam ajaran agama Islam istilah kepercayaan dan keyakinan disebut iman. Pada dasarnya manusia mempunyai fitrah berupa kepercayaan tentang adanya dzat yang maha kuasa, yang dalam istilah agama disebut Tuhan, fitrah manusia tersebut adalah fitrah beragama tauhid yang hanya menyembah kepada Allah SWT Sedangkan iman secara istilah menurut Syaikh Husein bin Audah Al-Awaisyiah menjelaskan iman adalah keyakinan dalam hati, ucapan dalam lisan dan perbuatan dengan anggota tubuh. Amal perbuatan dengan segala bentuknya, baik amalan hati maupun amalan anggota tubuh termasuk hakikat keiman (Subhi, 2020). Beriman kepada segenap Rasul artinya membenarkan dengan seyakini-yakinnya bahwa Allah SWT mengutus seorang Rasul pada setiap umat untuk mengajak mereka beribadah kepada Allah SWT semata, tanpa menyekutukan-Nya (Al-Fauzan 2010). Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Surat Saba’ ayat 28:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

“Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”.

Dari ayat di atas telah dijelaskan bahwa beriman kepada Rasul merupakan hal yang harus dipercayai, karena Rasul merupakan utusan Allah SWT sebagai pembawa kabar gembira dan peringatan kepada seluruh umat manusia, Oleh karena itu, peneliti memilih sebuah poster dakwah yang berkesesuaian dengan rumasan ketiga yaitu kepercayaan terhadap *Isra* dan *Miraj* Nabi Muhammad SAW berikut poster tersebut.



Gambar 6. Poster “isra dan miraj Nabi Muhammad SAW”

Dalam poster yang bertemakan “*isra dan miraj Nabi Muhammad SAW*” yang di *posting* oleh akun media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar pada 11 Maret 2021 dapat mempengaruhi informan dalam mempercayai *isra*’ perjalanan Rasulullah SAW dari Masjidil Haram di Mekkah ke Masjidil Aqsha di Yerussalem sedangkan Miraj merupakan kisah perjalanan Nabi dari bumi naik ke langit ketujuh dan dilanjutkan ke *Sidratul Muntaha* (akhir penggapaian) untuk menerima perintah Allah SWT menunaikan shalat lima waktu. Sebagaimana dalam firman Allah Surat Al-Isra ayat 1:

سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ

“Maha suci Allah, yang telah memperjalankan hamba-Nya pada suatu malam dari Al Masjidul Haram ke Al Masjidil Aqsha yang telah Kami berkahi sekelilingnya agar Kami perlihatkan kepadanya sebagai tanda-tanda (kebesaran) Kami. Sesungguhnya Dia adalah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data peneliti yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya, peneliti mendapati hasil dari pesan dakwah yang disampaikan oleh akun media sosial *instagram* LDK Al-Intisyar melalui poster dakwah yang banyak sekali mengandung pesan dakwah seperti mengingatkan kepada anggota yang merupakan *follower* LDK Al-Intisyar dan juga kepada khalayak umum lainnya,

untuk mengingatkan puasa arafah, mengingatkan untuk saling tolong menolong dalam kebaikan seperti aksi galang dana bagi korban erupsi Gunung Semeru, serta menambahkan kepercayaan mengenai peristiwa berupa *isra'* perjalanan Rasulullah SAW dari Masjidil Haram di Mekkah ke Masjidil Aqsha di Yerusalem sedangkan Miraj merupakan kisah perjalanan Nabi dari bumi naik ke langit ketujuh dan dilanjutkan ke *Sidratul Muntaha* (akhir penggapaian) untuk menerima perintah Allah SWT menunaikan shalat lima waktu. Peneliti melihat dari rumusan masalah yaitu efektivitas dakwah, perubahan sikap, dan kepercayaan *follower* terhadap bertambahnya keimanan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.

Dalam poster dakwah yang diunggah oleh *instagram* LDK Al-Intisyar banyak memberikan pesan kebaikan bagi kita yang masih dalam mempelajari ilmu ajaran islam untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Sebab Allah SWT menciptakan Jin dan Manusia hanya untuk beribadah kepada-NYA, apapun yang kita lakukan di dunia baik atau buruk, nanti akan mendapatkan balasan dari yang Maha Kuasa, Hakikatnya kita sebagai manusia hidup di dunia ini semata-mata untuk mengumpulkan pahala sebagai bekal diakherat nanti serta mendapatkan keridhaan dari Allah SWT.

6. Referensi

- Abror, K. (2019). *Fiqh ibadah*. Lampung, Penerbit CV. Arjasa Pratama Bandar Lampung. ISBN 978-602-0713-81-6.
- Adani, M. (2020). Pengaruh media sosial dan manfaat untuk bisnis. <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/media-sosial-untuk-bisnis/>
- Al Kusani, M. (2019). *Analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @HANAN_ATTAKI*. Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Al-Fauzan, S. (2010). *Kitab Tauhid*. Jilid 2, Jakarta. Penerbit Darul Haq, ISBN : 978-979-9137-15-9.
- Arifin, R. (2020). Pengertian instagram. <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>.
- Arifuddin, M. & Irwansyah (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 3(1), 37-55.
- Bayu, D. (2021). Pengguna media sosial didunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>.
- Fadli, M. S., & Wisman. (2020). Peningkatan kesadaran masyarakat dalam menggunakan bahasa yang bijak di media sosial pada era digitalisasi. *Jurnal Abdi Pendidikan*, 1(1).
- Fatmawati, E., (2020). Kebebasan informasi kalangan milenial dalam bermedia sosial. *Jurnal Perpustakaan Univesitas Airlangga*, 10(2), 94-103.
- Harahap, M. & Adeni, S. (2020). Tren pengguna media sosial selama pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS Unived*, 7(2).
- Hasan, M. (2013). *Metodologi pengembangan ilmu dakwah*. Surabaya: Penerbit Pena Salsabila.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi media sosial, youtube, instagram dan whatsapp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 4(1).
- Mashitoh, I. (2019). *Hubungan antara kepercayaan dengan konflik interpersonal pada mahasiswa yang mengikuti lembaga fakultas* (Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya Inderalaya).
- Munawar, Z. (2017). *Penggunaan profil media sosial untuk memprediksi kepribadian*. Tematik-Jurnal teknologi informasi komunikasi, 4(2).
- Ningsih, Y. (2021). *Fiqh Ibadah*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Penerbit Cakra Books.
- Purbohastuti, A. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2).
- Rahmayanti, L., Antosa, Z., & Adiputra, M. (2020). Analisis kesulitan guru dalam menerapkan pembelajaran dengan pendekatan saintifik. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 9

- (Februari 2020).
- Riyanto, A. (2021). Pengguna media sosial di Indonesia. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2021>.
- Rosid, A. (2020). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah. (Studi kasus akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad)* Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 2020.
- Sidiq, U. & Choiri, M. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. Ponorogo: Penerbit CV. Nata Karya.
- Stephanie, C. (2021). Berapa lama orang indonesia akses internet dan medsos setiap hari. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>.
- Subhi, D., (2020). Keimanan dalam perspektif Islam. *Jurnal UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten*.
- Wahyuni, L. (2019). Pesan-pesan dakwah instagram @SAHABAT_ISLAMI dalam meningkatkan kesadaran keagamaan (studi pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam KPI fakultas dakwah dan komunikasi). *Jurnal Media Kajian Komunikasi Islam Peurawi*, 2(2).
- Wulandari, R. & Netrawati, N. (2020) Analisis tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Jurnal JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(2), 41-42.