

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam
IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151>

Vol. 7 No. 1, 2020

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung

Yosieana Duli Deslima

UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia

ochiduli@gmail.com

Abstrak

Instagram merupakan salah satu media yang dimanfaatkan mahasiswa KPI sebagai akses pesan dakwah bagi mahasiswa dan khalayak umum. Hal ini dimaksudkan agar dakwah mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan budaya umat. Karena itu harus dikemas dengan menarik. Ketika melihat situasi dan kondisi mahasiswa, ternyata Instagram begitu akrab dengan aktivitas keseharian mahasiswa, bahkan tidak sedikit yang setiap harinya membuka Instagram, dari sini Da'i memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung yang menggunakan Instagram dan mengakses pesan dakwah di Instagram. Hasil penelitian diketahui bahwa: Instagram memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI, terdapat 2 macam bentuk pemanfaatan; 1) Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi, 2) Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Kesimpulannya, Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam. Secara keseluruhan dakwah di Instagram yang merupakan dakwah milenial mampu

menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian *followers* untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki.

Kata kunci: Dakwah, Instagram, Media Dakwah.

Pendahuluan

Dakwah berasal dari bahasa arab “*da’wah*”. Da’wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, ‘*ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan. (Aziz, 2004:6) Secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan dakwah, hal ini di sebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri. Sebagian ulama seperti yang di ungkapkan oleh muhammad abu al-futuh dalam kitabnya *al-madkhal ila ‘ilm ad-da’wat* mengatakan, bahwa dakwah adalah menyampaikan (*at-tabligh*) dan menerangkan (*al-bayan*) apa yang telah dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. (Faizah, 2006:5)

Islam merupakan suatu kebenaran, maka Islam harus tersebar luas dan penyampaian kebenaran tersebut merupakan tanggung jawab umat Islam secara keseluruhan. Sesuai dengan misinya sebagai “*Rahmatan Lil Alamin*”, Islam harus ditampilkan dengan wajah yang menarik supaya umat lain beranggapan dan mempunyai pandangan bahwa kehadiran Islam bukan sebagai ancaman bagi eksistensi mereka melainkan pembawa kedamaian dan ketentraman dalam kehidupan mereka sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan kehidupan dunia dan akhirat.

Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur’an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan, dan menyampaikan agama islam kepada masyarakat. (Suparta, 2009:5) Di dalam Alqur’an terdapat perintah berdakwah dalam Q.S. An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Teknologi dalam Islam bukan sesuatu yang dilarang, meskipun di masa Rasulullah SAW belum di temukan adanya teknologi seperti yang berkembang pada saat ini. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan mengharapkan dakwah mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman.

Dengan selalu berkembangnya teknologi maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, dan majelis ta'lim.

Penyampaian dakwah harus menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu media yang hanya menggunakan suara untuk di dengarkan, media visual yaitu media yang menggunakan gambar dan tulisan yang hanya bisa dilihat serta media audio visual media yang menggunakan suara dan gambar yang bisa dilihat dan didengar. Tentu media audio-visual yang banyak digunakan seseorang untuk berdakwah karena lebih mudah dan cepat ditangkap oleh sasaran dakwah, melihat dan mendengar lebih berkesan daripada hanya melihat atau mendengar saja.

Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial, yang memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara singkat, simpel dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting, melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial.

Dakwah yang disampaikan pada masa kini dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya Instagram. Menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dalam membuat dakwah dapat membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan sasaran, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Kini, media sosial telah menjadi alat yang paling berkesan untuk menyampaikan pesan dakwah karena hampir setiap rumah kini mempunyai akses internet. Oleh karena

itu, media seperti TV dan radio dilihat telah hilang popularitasnya yang kini ramai orang lebih menghabiskan masa menggunakan internet sebagai sumber maklumat dan hiburan.

Akhir-akhir ini semakin banyak bermunculan media sosial baru. Sebelumnya ada *facebook* dan *twitter*, dan sekarang yang sedang *booming* adalah *instagram*. Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan *instagram*. Pada awalnya *instagram* sendiri berkembang dari aplikasi *Iphone* untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan internet yang berkembang. *Instagram* dapat diakses melalui *handphone*, sehingga mudah bagi para pengguna hp menggunakan media *instagram*. Dengan melihat maraknya pengguna *Instagram* dari berbagai kalangan ini, *Instagram* sendiri menjadi media paling diminati dan menjadi media dakwah bagi para Da'i dan Da'iah dalam menyampaikan dakwah mereka. Hal ini yang kemudian dimanfaatkan oleh mahasiswa menjadi sarana komunikasi serta media dakwah dan akses pesan-pesan dakwah yang ada di *instagram*, karena dirasa lebih mudah diakses selain mengikuti pengajian, mendengarkan ceramah diacara *tabligh* akbar yang tentunya tidak setiap hari dilaksanakan.

Kajian Teori

Instagram: Sejarah dan Fungsi

Menurut Bambang Dwi Atmoko, *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *handphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. (Atmoko, 2012: 10) Menurut sejarahnya *Instagram* berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama *Burbrn. inc* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolutioner* *Instagram*. Di startup yang didirikannya ini Kevin dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai keinginannya.

Perusahaan *Burbrn, Inc.* adalah perusahaan teknologi yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbrn, Inc.*

sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Peluncuran perdana Instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan viral marketing namun berhasil menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran Instagram, pengguna telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin dan Mike melakukan *upgrade* pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna Instagram meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari satu tahun Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS yang ada di hp Iphone. Kini instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari *apple, app store* tempat pembelian aplikasi di *Iphone* telah memberikan apresiasi kepada instagram, dengan diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch, dan ipad.

Pada 3 April 2012, instagram resmi dirilis pada sistem operasi Android. Aplikasi instagram berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, nampaknya pengguna smartphone berbasis android telah menanti-nanti kehadiran instagram di handphone mereka.

Pertumbuhan pesat Instagram terlihat pula dari review yang diberikan pengguna mendapatkan 1 juta rating bagus di Google Play. Instagram saat itu menjadi salah satu aplikasi yang mencapai satu juta peringkat dan berhasil menduduki posisi ke lima. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan Instagram telah diambil alih oleh perusahaan Facebook dengan nilai hampir 1 miliar dollar dalam bentuk tunai dan saham. Pada 11 Mei 2016 Instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan ikon baru dan tentunya desain dan tampilan baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru lebih berwarna yaitu kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. Dengan ikon dan tampilan baru ini Instagram semakin banyak disukai oleh pengguna dan tetap menggunakan instagram bukan malah menghapusnya.

Adapun fungsi instagram menurut Arif Rohmadi (2016:2), banyak sekali, di antaranya:

a. Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang *trend* yang dibicarakan banyak orang.

b. Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai *user* atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat dari oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

d. *Branding*

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, *branding* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat *personal* (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan *personal branding*.

e. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial.

Instagram dan Dakwah

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang di bagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi. (Atmoko 2012:42) Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk meng-unggah informasi tersebut dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya.

Dengan keunikan Instagram yang ada pada bingkai foto maupun video berbentuk persegi, juga fitur edit foto maupun video inilah yang menjadi penarik minat pengguna untuk memposting di Instagram. Keunikan lain Instagram ada pada durasi video yang diberikan oleh Instagram yaitu tidak melebihi 60 detik, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi pengguna agar bisa mengemas pesannya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh Instagram.

Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak di minati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi tren di masyarakat. Masyarakat sangat menyukai konten dakwah yang ada di Instagram terutama mahasiswa yang tentunya mereka tidak ingin ketinggalan zaman dan dirasa dakwah lewat Instagram lebih efektif untuk menarik hati khususnya kaum muda. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Pada intinya isi pesan Instagram memberikan manfaat bagi penggunanya.

Macam-macam Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan. (Syukur, 1983:163) Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya. Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. (Syukur, 1983: 164) Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u.

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang vital dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur yang lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah kedalam lima kelompok. Pertama objek dakwah atau materi yang disampaikan, kedua juru dakwah atau da'i, ketiga mad'u, keempat metodik atau uslub, sedangkan yang kelima media atau wasilah. (Zaidan, 1983: 17-22) Menurut

Hamzah Ya'qub, media atau wasilah dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

1. Lisan: Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
2. Lukisan: Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain.
3. Tulisan: Buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
4. Audio visual: Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti televisi.
5. Akhlaq: Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang telah dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub diatas, Berdakwah di media sosial Instagram yang memposting pesan-pesan dakwah merupakan salah satu media dakwah. Media Instagram termasuk dalam klasifikasi audio visual, karena didalam akun Berdakwah pada media sosial Instagram memposting gambar-gambar serta video yang bisa dilihat dan juga bisa di dengar. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya agar memudahkan Da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, dan memudahkan mad'u untuk melihat pesan dakwah dengan mengakses akun instagram yang berkonten dakwah hanya melalui *handphone* mereka.

Macam-macam Media Dakwah

Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan, diantaranya:

1. Film Slide

Film slide adalah rekaman gambar pada film yang telah diprogram sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang cukup jelas kepada audiens tentang informasi yang disampaikan Da'i. Sedangkan kelemahannya adalah untuk

membuat program melalui film slide diperlukan orang khusus dalam bidang fotografi dan grafis. Selain itu juga diperlukan ruangan khusus dengan menggunakan aliran listrik. (Amin, 2013:113)

2. Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program ke dalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan selera da'i dan apalagi jika diwarnai dengan seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya yaitu memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik juga menuntut kreatifitas da'i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik. (Amin, 2013:117)

3. Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimanamana, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik seperti surat kabar, majalah dan sebagainya. Dalam perkembangannya gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da'i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak terlalu mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan. Kelemahannya, seorang da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, salian itu juga menuntut da'i untuk kreatif dan inovatif. (Amin, 2013: 117-118)

4. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Diantaranya: (Amin, 2013:120)

a. Radio

Dakwah dilakukan melalui siaran radio akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikan yang jauh dan tersebar.

Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara. (Aziz, 2004:152)

b. *Tape Recorder*

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara kedalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplay back dalam bentuk suara. (Amin, 2013:120) Dakwah dengan *tape recorder* ini relatif mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai keinginan dan kebutuhan. Disamping itu da'i juga dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya dapat disebarakan.

5. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Diantaranya: televisi, film, dan internet. (Amin 2013)

a. Televisi

Di beberapa daerah di Indonesia Masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. (Aziz, 2004:152) Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi. Saat ini sangat banyak acara-acara dakwah yang disiarkan di tv contohnya Islam itu Indah yang disiarkan *channel* Transtv, Mamah Dedeh di Indosiar, dan juga kajian-kajian di *channel* tv lainnya.

b. Film

Film yang digunakan sebagai media dakwah yang harus diisi misi dakwahnya adalah naskah, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai

kalangan. Disamping itu, secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.

c. Internet

Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasaan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, cultural dan lainnya.

Internet dapat menjadi media sekaligus ruang ekspresi bagi masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas dakwah, baik sebagai khalayak (*mad'u*) maupun sebagai penyeru (*Da'i*). Melalui berbagai *platform* internet, setiap orang dapat menikmati pesan-pesan agama sekaligus menambah informasi-informasi agama. (Fakhruroji, 2007:48)

Begitu besarnya potensi dan efisiennya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakwah*. Dan media sosial termasuk golongan internet karena mengaksesnya harus menggunakan koneksi internet.

6. Media Cetak

Media cetak adalah media penyampaian informasi melalui tulisan yang tercetak. Diantaranya: buku, surat kabar, majalah.

a. Buku

Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Para ulama yang merupakan penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya. Seperti halnya Imam Al-Ghazali menulis *Ihya' 'Ulumuddin*, Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Shalihin*, dan lain-lain.

b. Surat kabar

Surat kabar beredar dimana-mana, karena di samping harganya yang murah beritanya juga sangat *up to date* dan memuat berbagai jenis berita. Surat kabar cepat peredarannya karena jika terlambat beritanya akan *out of date*. Dakwah melalui surat

kabar yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.

c. Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Majalah biasanya mempunyai ciri tertentu, ada yang khusus wanita, remaja, pendidikan, keagamaan, teknologi, kesehatan, olahraga, dan sebagainya. Sekalipun majalah mempunyai cirri tersendiri tetapi majalah masih dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, bagi majalah bertema umum. Jika majalah tersebut majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang Da'i dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

Dari masing-masing media di atas semuanya bisa digunakan sebagai media dakwah. Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara *continue* terhadap objek dakwah. Kegiatan dakwah mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa sesuai dengan kondisi dan situasinya. Media komunikasi berarti semua medium yang dipakai dalam berkomunikasi. Pada level ini Islam nampak akomodatif dalam mengambil beberapa media baik yang tradisional maupun media modern.

Masalah media merupakan permasalahan peradaban manusia, dan peradaban erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya yang beredar serta peningkatan karsa dan kemampuan manusia. Maka seperti yang diketahui bahwa dakwah yang disampaikan di setiap masa selalu ada penggunaan media mulai dari yang paling sederhana seperti bahasa dan isyarat sampai pada penggunaan media yang berbentuk material seperti buku, surat, dan gambar, sesuai pencapaian teknologi pada masa itu. (Taufik, 2013:163)

Menggunakan internet sebagai media dalam aktivisme dakwah bukanlah hal baru, dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dipandang sebagai medium bagi aktivitas dakwah, tetapi juga menjadi lingkungan baru yang signifikan. (Taufik, 2013: 190) Oleh sebab itu, harus dipahami bahwa aktivisme dakwah yang dimaksud adalah tindakan yang tidak hanya menjadikan internet sebagai medium bagi gerakan sosial keagamaan dalam konteks dakwah tetapi juga menjadikan internet sebagai medan gerakan dakwah. Terutama media sosial yang secara visual atau secara jelas bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan pesan dakwah dan dapat kita lihat

dan kita gunakan dimanapun berada selagi kita mempunyai jaringan internet, yang sekarang ini instagram merupakan media dakwah terpopuler dimasyarakat dan masih banyak lagi media sosial lain seperti, fecebook, twitter dan lainnya yang serupa dapat digunakan sebagai media dakwah.

Pembahasan

Pemanfaatan Instagram di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Media sosial yang merupakan bagian dari teknologi informasi memiliki banyak peran penting dalam pengolahan dan penyediaan informasi apabila dapat dimanfaatkan dengan baik terutama bagi para komunikator. Mahasiswa Jurusan KPI sebagai calon komunikator atau Da'i di masa yang akan datang harus mengetahui dan mampu memanfaatkan media sosial dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pekerjaan sebagai pemberi pesan/informasi.

Dalam dunia pendidikan khususnya dalam lingkup universitas dan sekolah tinggi, kata media sosial sudah tidak asing lagi bahkan sudah sering di dimanfaatkan oleh para masyarakat kampus khususnya para mahasiswa, dosen, dan yang lainnya dalam proses komunikasi, belajar, dan kegiatan sosial kampus lainnya. Begitupun di UIN Raden Intan Lampung, pimpinan Universitas telah melengkapi fasilitas-fasilitas yang begitu banyak termasuk penyediaan wifi kampus yang memungkinkan mahasiswa dapat mengakses internet secara gratis meskipun masih banyak kendala-kendala yang sering dihadapi oleh para penggunanya.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan permasalahan yang dikaji mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, maka dari hasil penelitian tersebut dapat digambarkan beberapa bentuk pemanfaatan oleh mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah yang merupakan bagian terkecil dari keseluruhan mahasiswa yang ada di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung mengenai bagaimana mereka memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan instrumen penelitian yang berupa angket, dan wawancara maka peneliti dapat menggambarkan beberapa bentuk penggunaan dan pemanfaatan Instagram bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, antara lain:

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi

Dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi*, W. Littlejohn dan Karen A. Foss mengatakan bahwa media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan oleh seorang komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Media komunikasi menjadi sebuah sarana dalam produksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana, media komunikasi adalah suatu perantara yang menjadi penghubung untuk menyampaikan informasi ataupun data dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar sampainya informasi atau data tersebut.

Instagram sebagai media jejaring sosial, menjadi salah satu media komunikasi paling populer saat ini. Sebagaimana yang dikemukakan oleh **Arma Daily Palogan** mahasiswa KPI semester 4, tentang pertanyaan mengenai apa saja kegunaan Instagram, sebagai penyambung seseorang yang jauh, menjadi media komunikasi dan juga sebagai media informasi. (Arma Daily, 2018)

Heny Mulya Sari mahasiswa KPI semester 4, tentang pertanyaan mengenai apa saja kegunaan Instagram, selain menjadi media komunikasi saya dengan keluarga juga karena saya adalah mahasiswa fakultas dakwah jadi bisa untuk berdakwah, posting-posting tentang agama jadi kita menghimbau mahasiswa yang lain untuk ikut serta dalam apa yang disampaikan. (Heny Mulya: 2018)

Ketertarikan seseorang dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi salah satunya karena kepopuleran media ini dan ketersediaan informasi yang banyak ditemukan oleh orang-orang yang mencari informasi.

Minat seseorang terhadap fitur yang ditawarkan instagram juga menjadikan instagram dipilih oleh orang-orang untuk berkomunikasi. Seperti halnya fitur foto dengan “bingkai” persegi. **Wahyuni Z.A** mahasiswa KPI semester 4 mengungkapkan bahwa: selain menjadi media komunikasi berguna juga untuk agar kita selalu *up to date*,

dan juga agar kita eksis dengan foto-foto yang kita miliki di media sosial. (Wahyuni, 2018)

Kecenderungan seseorang dalam mengunggah setiap kejadian, apa yang dilakukan maupun karya sendiri di Instagram, menjadikan Instagram sebagai media komunikasi populer saat ini. Setiap orang dengan mudahnya mengeksiskan diri dan juga hanya sekedar berbagi informasi dengan foto ataupun video yang diunggah.

Keterangan-keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram dipilih sebagai media sosial yang dijadikan banyak orang sebagai media dalam berkomunikasi dengan berbagai faktor.

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah

Perkembangan pesat yang dialami oleh Instagram saat ini menjadi daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan maraknya para warganet yang melihat dan mencari informasi tentang Islam di Instagram. Percobaan pencarian melalui mesin pencari *google* dengan kata kunci “*Dakwah Instagram*”, memunculkan nama akun-akun dakwah di halaman hasil pencarian yang ada di Instagram beserta *username* akun mereka.

Hal ini sejalan dengan alasan beberapa informan terkait pertanyaan tentang informasi apa yang dicari di Instagram. Semua mengatakan bahwa dakwah Islam merupakan salah satu informasi yang mereka cari di Instagram. **Ratnawati** mengatakan:

“Informasi yang di cari di Instagram biasanya informasi seputar komedi dan motivasi-motivasi dakwah, kajian mingguan dan sedikit hiburan, bisa lihat-lihat akun artis.” (Ratnawati, 2018)

Yang mendasari seseorang memilih sesuatu hal dikarenakan minat yang berbeda-beda. Keterangan Ratnawati menandakan bahwa dia memilih instagram untuk mendapatkan informasi-informasi seputar agama Islam dan hiburan yang bisa dia dapatkan dari berbagai akun yang ada di Instagram. Berbeda halnya dengan pendapat **Arma Daily Palogan** yang mengatakan:

“Informasi yang di cari di Instagram adalah informasi tentang kuliner-kuliner lampung, karena banyak makanan jadi suka melihatnya kemudian baru informasi dakwah ustadz Abdul Somad.” (Arma Daily: 2018)

Arma dalam pemilihannya terhadap Instagram dikarenakan banyaknya informasi seputar kesukaannya kuliner yang ada di Lampung. Arma juga menyebutkan bahwa informasi lain yang dicari adalah informasi dakwah, ceramah Ustadz Abdul Somad.

Pernyataan tersebut memberikan pengertian bahwa para pengguna Instagram juga membutuhkan informasi seputar Islam di Instagram. Instagram digunakan sebagai media untuk mendapatkan informasi seputar agama.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Fadly Usman dalam jurnalnya menyebutkan bahwa 92% orang menggunakan *smartphone* mereka lebih dari 8 jam sehari. Hal ini menandakan bahwa kini *smartphone* tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer seperti telepon atau sms, melainkan adanya kebutuhan sekunder berupa informasi-informasi lain. Hasil penelitian dari jurnal ini disebutkan bahwa 90% responden menggunakan *smartphone* sebagai sarana untuk mendapatkan informasi terkait dakwah Islam melalui media sosial. (Usman, 2016: 1-8)

Fakta-fakta tersebut menunjukkan bahwa media sosial sangat efektif jika digunakan sebagai media dakwah. Merupakan peluang besar bagi seorang Dai dalam menggunakan media sosial untuk menyampaikan dakwah ataupun nasehat-nasehat yang baik. Pemilihan Instagram sebagai media dakwah yang sebagaimana dijelaskan bahwa Instagram menjadi media sosial favorit saat ini, khususnya di kalangan anak muda, akan menjadi media yang sangat efektif karena maraknya orang-orang menggunakan internet dan orang-orang mencari dakwah melalui media sosial.

Perkembangan Instagram di Kalangan Mahasiswa KPI

Sebagai seorang mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, harus bisa menjadi seorang komunikator yang baik, penyampai pesan dan penyebar pesan karena memang dalam proses belajar di bangku kuliah dilatih untuk mengenal komunikasi yang baik.

Sebagai seorang Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu *up to date* seiring perkembangan zaman, mahasiswa saat ini tidak mau ketinggalan zaman dengan hampir seluruh mahasiswa memiliki *handphone* dengan koneksi internet untuk menggunakan dan *update* di media sosial.

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam memiliki berbagai macam cara dalam memanfaatkan Instagram mereka. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan Instagram untuk mencari informasi, sebagai sarana komunikasi, mengikuti gaya hidup, hiburan dan sebagai media dakwah, wadah untuk menyalurkan dakwah kepada sasaran dakwah.

Bentuk Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah

Bentuk pemanfaatan mereka pun berbeda-beda, seperti yang di ungkapkan Taufiq sebagai berikut:

“saya menggunakan instagram sejak tahun 2015, kalau pribadi saya, instagram adalah medsos yang populer, selain akun pribadi sendiri instagram dapat menyalurkan hobi saya yaitu fotografi, yang bisa selalu saya upload di instagram, dan orang bisa mengetahui bakat kita. Saya juga sering upload video jalan-jalan, dan juga video yang bermanfaat. Bisa melihat dakwah di akun Hanan Attaki, Adi Hidayat. Setelah saya melihat dakwah mereka kemudian saya download dan saya bagikan video tersebut di instagram saya, di grup whatsapp dan media lain yang saya miliki.” (Efha Taufiq: 2018)

Hal serupa juga disampaikan oleh Atika yang menyatakan:

“Instagram sebagai media dakwah, kalau saya sendiri saya melihat dakwah di instagram dan Alhamdulillah sedikit demi sedikit juga bisa, sebenarnya masih belajar mengamalkan balighu anni walau ayat, menyampaikan walau hanya satu ayat, jadi apa yang sudah didapat dan emang yang udah kita ketahui dari guru, buku, dan sesuai nasab nya bisa diamalkan gitu, lagian kita ikut senang ketika kita memposting suatu kebaikan dan banyak orang yang mengikuti kebaikan itu jadi ikut bahagia ternyata apa yang kita sampaikan itu masuk sama mad'u bisa diterima oleh mereka.” (Atika Fadilatul: 2018)

Ada juga pendapat yang mengatakan bahwa Instagram sebagai media dakwah sangat efektif. Seperti yang diungkapkan oleh Sandi sebagai berikut:

“saya menggunakan Instagram semenjak SMA, tapi hanya sekedar untuk upload foto saja, setelah masuk kuliah saya mulai menjadi konten creator di Instagram tahun 2016. Selain saya manfaatkan instagram untuk menjalin tali silaturahmi dengan kerabat, teman dan sahabat-sahabat, saya juga menggunakan instagram sebagai tempat atau wadah untuk berdakwah, karena menurut saya cukup efektif instagram dijadikan media dakwah bagi pemuda

seperti saya. Saya sudah hobi membuat video dari SMA dan instagram tepat menjadi sarana untuk saya bisa Upload di Instagram saya, menyalurkan hobi dan memberikan manfaat untuk orang lain. Melalui persentase pemuda di Indonesia lebih dari 90% orang-orang sumuran saya pengguna instagram aktif, jadi kalau instagram di jadikan sebagai media dakwah itu sangat efektif, terutama dakwah-dakwah remajanya misalnya tentang larangan pacaran. Walau saya belum fasih menyampaikan dakwah secara langsung, saya menyampaikan lewat video, dakwah juga berbentuk story jadi penonton bisa mencari pesan dakwahnya sendiri, tanpa harus dijelaskan secara langsung.” (Sandi, 2018)

Hari yang juga seorang konten creator dakwah memiliki pandangan yang sama dengan Sandi, seperti yang diungkapkan:

“aku pikir ini trend ya, generasi kita (anak milineal) lebih banyak konsumsi Instagram ketimbang facebook, twitter atau yang lain, dan lebih simple, langsung fokus, di instagram penampilannya rapih, jelas, kaya album jadi enak melihatnya. Bisa videoan juga berdurasi 1 menit, untuk share poin-poin dakwah, karena kalau udah kelamaan anak-anak sekarang males nontonnya.” (Hari, 2018)

Bentuk Pemanfaatan Instagram Sebagai Akses Pesan Dakwah

Selain menjadi media untuk menyebarkan dakwah inatagram juga menjadi media akses pesan dakwah seperti yang di ungkapkan Arma sebagai berikut:

“saya menggunakan instagram sudah sejak kelas 1 SMA, dengan mem-follow teman-teman, juga artis-artis, melihat kuliner lampung karena saya suka makanan dan saya bisa melihat dakwah Ustad Abdul Somad yang sekarang memang beliau sedang diminati dakwahnya oleh masyarakat. Gaya berdakwah ustad Somad yang menyentuh hati saya. Saya bisa memanfaatkan instagram sebagai media dakwah dengan melihat akun Ustad Abdul Somad (@ustadzabdulsomad). Saya juga tidak hanya melihat saja karena manfaatnya cukup banyak, apalagi untuk kehidupan sehari-hari, jadi kita lebih tau gimana sih hukum-hukum islam yang memang seharusnya bagi kita umat muslim terapkan” (Arma, 2018)

Hal senada juga disampaikan oleh Ratna yang menyatakan :

“kalau menurut saya kegunaan Instagram yang sangat banyak seperti hiburan, juga bisa sebagai metode pembelajaran mba, buat motivasi ketika kita melihat video atau film pendek di instagram. Apalagi nih, buat mahasiswa yang terutama jurusan KPI yang ada di UIN Lampung, bisa mengembangkan kreatifitas melalui video di instagram. Jadi bisa saya manfaatkan untuk melihat video-video dakwah, ceramah ustad-ustad muda gitu, seperti ustad Hannan Attaki (@hanan_attaki), ustad Evie Effendie (@evieeffendie) dan Ustad Adi Hidayat (@ustadzadhidayat).” (Ratnawati, 2018)

Ada yang berpendapat bahwa akses pesan dakwah di instagram juga sangat mudah dilakukan selain mengikuti pengajian, disampaikan oleh Chika sebagai berikut:

“bagi saya saya berdakwah di instagram itu sangat efektif karena di lihat dari zaman sekarang orang-orang semakin jarang mengikuti majelis taklim dan cenderung menggunakan hp membuka aplikasi instagram untuk memenuhi kebiasaan sehari-hari, saya hanya menonton dakwah di instagram dan masi belajar kak.” (Puspa, 2018)

Hal serupa juga disampaikan oleh Restu sebagai berikut:

“karena di zaman sekarang ini instagram sangat sering digunakan, banyak orang yang memakai jadi mengetahui pesan dakwah walau tidak datang ke pengajian, tanpa adanya pengajian juga semua orang dimana saja bisa melihat dakwah dan bisa menerima dakwah melalui instagram, saya mengakses instagram melihat dakwah dan menerima dakwah” (Restu, 2018)

Dari apa yang diungkapkan mahasiswa KPI diatas dapat dilihat bahwa instagram sangat banyak perannya sebagai media dakwah jika kita menggunakannya dengan baik dan benar. Efek dari instagram dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap informan bahwasannya memanfaatkan instagram sebagai media dakwah sangat baik dilakukan bila sesuai dengan syariat Islam. Dapat disimpulkan bahwa instagram efektif di gunakan sebagai media dakwah bila sesuai dan tidak menyalahi aturan yang ada.

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Dalam Penyampaian Pesan Dakwah

Dalam memanfaatkan instagram sebagai media penyampaian pesan dakwah mahasiswa KPI yang memang kebanyakan mereka mempunyai aplikasi instagram bisa memanfaatkannya sebagai akses pesan dakwah dari berbagai akun dakwah Islam di

instagram. Seperti yang Wahyuni katakan bahwa : “saya dapat melihat pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad maulana dengan mengakses instagram” (Wahyuni, 2018)

Jadi selain mahasiswa berlaku sebagai seorang Da'i yang menyampaikan pesan dakwah di media Instagram, mahasiswa KPI juga menjadi seorang mad;u yang menerima pesan dakwah yang disampaikan melalui media Instagram. Artinya media Instagram ini sangat efektif sebagai media dakwah.

Banyak sekali fitur dari instagram yang bisa dijadikan media dakwah yang dapat kita ambil pelajarannya, seperti pesan dakwah yang disampaikan langsung fokus pada sasaran yang dituju, mudahnya akses pesan dakwah tanpa harus kesana-kemari, terlebih materi yang disampaikan juga dikemas dengan menarik dan membuat kita senang melihatnya. Seperti yang dilakukan mahasiswa KPI saat wawancara bahwa Ia menggunakan instagram sebagai wadah untuk berdakwah.

Simpulan

Bentuk pemanfaatan instagram bagi masing-masing mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dari hasil wawancara dengan mahasiswa KPI, hampir semuanya mengungkapkan bahwa Instagram adalah media yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa dipastikan banyak yang menonton dan melihat pesan dan isi dakwah yang disampaikan melalui instagram. Dari hasil wawancara pula dapat diketahui bahwa cara mereka memanfaatkan media instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah/tempat untuk berdakwah dan ada pula yang menjadikan instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut.

Karena dakwah sekarang milenial, mengikuti perkembangan zaman menyesuaikan perkembangan di masyarakat yang berubah sesuai era digital saat ini maka dakwah yang disebarkan melalui media sosial mendapatkan banyak perhatian masyarakat terutama kalangan pemuda, mahasiswa yang merupakan anak milenial cenderung melihat konten dakwah di media sosial khususnya instagram.

Mereka juga menegaskan bahwa berdakwah di instagram harus sesuai dengan syariat Islam, menyerap isi pesan dakwah di instagram juga harus diiringi referensi yang kuat. Sebagai mahasiswa KPI sekaligus sebagai penerus dakwah masa depan untuk tetap harus sesuai dengan syariat Islam menyebarkan nilai-nilai dakwah Islamiyah yang

sesuai syariat. Dari itu dakwah yang disampaikan melalui instagram harus berdasarkan syariat Islam yang baik sehingga terciptanya kebaikan yang hakiki.

Daftar Pustaka

- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Enjang dan Aliyudin. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Faizah, Muchsin Effandi. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Fakhruroji, Moch. 2007. *Dakwah Di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustan, Zulkifli. 2005. *Ilmu Dakwah*. Makassar: Pustaka Al-Zikra.
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suparta, Munzien, Aefni Harjani. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syukur, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Taufik, M. Tata. 2013. *Dakwah Di Era Digital: Seri Komunikasi Islam*. Pustaka Al-Ikhlas.
- Usman, Fadly. 2016. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*.
- Zaidan, Abdul Karim. 1983. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Media dakwah.