

Konsep Dakwah Digital Melalui Platform Sosial Media (Studi Analisis Feed Instagram pada Akun @Thesunnah_Path)

Muhammad Alfreda Daib Insan Labib

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: 21105050042@student.uin-suka.ac.id

ABSTRACT

Instagram is the most accessed social media in Indonesia after whatsapp. This is then used by many Muslim figures as a strategic da'wah path. Not a few of the accounts on Instagram are only focused on discussing da'wah and Islam. One of them is the @thesunnah_path account to be researched. Discussion about digital da'wah is something that needs to be done so that Instagram users or anyone who sees da'wah posts on social media can understand the intentions of admins / content creators. This research uses a descriptive method - analysis by collecting information from primary sources and various secondary sources in order to sharpen ideas. Furthermore, the researcher conducted an analysis of the concept, substance and variety of distribution in related accounts. The conclusion of this world is that digital da'wah in the era of society 5.0 is something that needs to be considered and more encouraged. In addition, there is a need for supervision of related accounts so that there is no spread of hoax or even deviant content.

Keyword: Social Media, Instagram, Digital Da'wah, Technology

ABSTRAK

Instagram adalah media sosial paling banyak diakses di Indonesia setelah whatsapp. Hal ini yang kemudian dijadikan oleh banyak sosok muslim sebagai jalur dakwah yang strategis. Tidak sedikit dari akun di Instagram yang hanya terfokus pada pembahasan dakwah dan islam. Salah satunya adalah akun @thesunnah_path yang akan diteliti. Pembahasan mengenai dakwah digital adalah sesuatu yang perlu dilakukan agar para pengguna Instagram atau siapapun yang melihat postingan dakwah dalam media sosial dapat memahami maksud admin/ konten creator. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif- analisis dengan cara mengumpulkan Informasi dari sumber primer dan berbagai sumber sekunder demi mempertajam gagasan. Selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap konsep, substansi dan ragam pembahsan dalam akun terkait. Adapun kesimpulan dari dunia ini adalah dakwah digital pada era society 5.0 merupakan hal yang perlu diperhatikan dan lebih digalakkan. Selain itu perlu adanya pengawasan terhadap akun akun terkait agar tidak terjadi penyebaran konten hoax atau yang bahkan menyimpang.

Kata Kunci: Sosial Media, Instagram, Dakwah Digital, Teknologi

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang terjadi di era globalisasi tidak terlepas dari kemajuan teknologi. Hari ini, tidak sedikit dari aktivitas belajar mengajar, penyebaran informasi, dan perdagangan komersial dilakukan secara online. Bahkan, transaksi jual beli di platform online dapat bersaing dengan pasar tradisional atau pedagang langsung. Selain itu penyebaran informasi yang dilakukan secara online terlihat lebih masif daripada yang berbentuk media cetak. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya penyedia informasi cetak yang beralih ke media digital (Fathimah; 2020)

Ada beberapa macam informasi yang disajikan di media digital. Diantaranya adalah platform yang menyajikan berita, website yang menyediakan khazanah keilmuan, dan lain lain. Sedangkan di media digital dengan jenis media sosial, memiliki ragam bentuk seperti meme, flyer, infografis, dan video singkat. Namun, Kemajuan teknologi ini tidak serta merta selalu memberikan dampak positif. Terdapat beberapa hal yang perlu diberi perhatian lebih karena berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pengguna media digital.

Dalam konteks media digital (pada umumnya) dan dakwah (pada khususnya), peneliti akan memberikan beberapa contoh poin yang berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pengguna media digital, yaitu: Pertama, Sulit difilter. Dengan banyaknya platform dan website yang bersedia menampung berbagai informasi, menyebabkan sulitnya memilah antara informasi yang benar sesuai fakta dan informasi yang salah. Hal ini yang menjadikan kabar yang diterima rawan terhadap hoax, dan sulit untuk dipertanggungjawabkan.

Kedua, Menyebarkan paham sesuai dengan kepentingan pribadi dan politik. Hal ini sangat marak terjadi sehingga konsumen perlu berhati hati dan teliti dalam memahami informasi yang tersaji.

Ketiga, Khusus dalam konteks dakwah, konten yang disajikan acapkali terlihat tidak menyeluruh dan bersifat tekstual tanpa ada penjelasan lanjut dalam *caption* ataupun keterangan lainnya (Mira; 2021). Pemahaman yang terkesan setengah setengah dan tidak tuntas dalam suatu konten dapat berdampak fatal bagi konsumen media digital.

Ketika melakukan praktek penggunaan media digital, perlu ada perhatian lebih dari pihak berwenang (Kementerian komunikasi dan informatika). *Pasalnya*, data pengguna internet dan sosial di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Untuk pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021-2022 adalah sejumlah 210,03 juta orang. Hal ini merupakan peningkatan dari tahun 2019-2020 yang berjumlah 196,7 juta, dan tahun 2018 yang berjumlah 171, 17 juta orang (Dimas' 2022).

Penggunaan media sosial juga mengalami peningkatan serupa. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2022 adalah 191 juta orang. Sedangkan di tahun 2021 sejumlah 170 juta, dan di tahun 2020 sejumlah 160 juta orang (M. Ivan; 2022). Maka tindakan yang dapat dilakukan oleh pihak berwenang adalah memblokir atau memberikan catatan hitam kepada website atau platform yang tidak kredibel dan merugikan atau setidaknya membekukan sampai beberapa waktu. Dengan adanya Tindakan tersebut, harapannya para oknum yang tidak bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, dapat berpikir ulang jika ingin melakukan Tindakan yang merugikan.

Melalui tulisan ini, peneliti menspesifikasi kajian dakwah digital pada platform instagram. Alasan peneliti memilih platform istagram adalah karena istagram digunakan oleh banyak orang di Indonesia. Kendati bukan yang digunakan terbanyak, namun Instagram dirasa lebih memberikan kontribusi lebih sebagai

mediasi konten dakwah digital dibandingkan whatsapp yang lebih condong sebagai media komunikasi sosial. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, Instagram merupakan platform media sosial terbesar kedua (84,8%) setelah whatsapp (88,7%). Adapun di urutan selanjutnya ada platform facebook (81,3%), TikTok (63,1%), dan Telegram (62,8%) (Mahdi).

Selanjutnya, untuk mempertajam analisis kajian dan agar pembahasan tidak terlalu banyak sehingga berdampak pada hasil yang kurang maksimal, peneliti mengerucutkan dari platform Instagram kepada salah satu akun yang terfokus pada konten dakwah. Akun tersebut adalah @thesunnah_path. Dengan jumlah pengikut yang mendekati satu juta (913.266) dan postingan feed, reels, dan instastory yang sangat masif (19.263 postingan per hari senin, 23 Januari 2023), maka indikator tersebut yang menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk dijadikan objek penelitian.

Tulisan ini berangkat dari dua pertanyaan mendasar. *Pertama*, Bagaimana Substansi, Konsep, dan ragam pembahasan dakwah pada akun @thesunnah_path di platform Instagram. *Kedua*, Bagaimana respon dan sikap yang harus dilakukan viewers terhadap konten konten didalam akun @thesunnah_path. Kedua pertanyaan tersebut akan menjadi fokus pembahasan dalam tulisan ini.

Untuk mempertegas posisi tulisan ini sebagai produk penelitian yang berbeda dari pembahasan terdahulu, peneliti akan memaparkan beberapa penemuan yang berkaitan dengan kajian yang akan dibahas. hal ini dilakukan untuk menghindari pembahasan yang berulang ulang sehingga dapat menyebabkan kejenuhan bagi para pembaca. Dalam melakukan penelusuran peneliti mengelompokannya menjadi 3 bagian.

Pertama, yaitu tulisan terkait digitalisasi hadis. artikel berikut berjudul “bentuk mediastisasi hadis berupa video;

respon netizen terhadap video pendek mengenai hadis di aplikasi tik tok”. Tulisan yang ditulis oleh mira fitri shari dan terbit di jurnal moderasi: *the Journal of Ushuluddin and Islamic Thought, and Muslim Societies* ini, membahas tentang definisi mediastisasi hadis, ragam dan bentuk video pendek terkait hadis di aplikasi tiktok dan respon netizen terhadap video video tersebut. kemudian tulisan yang ditulis oleh Muhammad Alfatih Suryadilaga dkk dengan judul “Digitalisasi Hadis Ala Pusat Kajian Hadis (PKH): Distribusi, Ciri, dan Kontribusi dalam Kajian Hadis Indonesia”. Tulisan yang terbit di Masdhar: Jurnal Studi Alquran dan hadis tahun 2021 ini membahas tentang PKH sebagai pesantren dengan basis digital yang baik. Selain itu artikel ini juga membahas perihal karya karya seputar web yang telah dikembangkan oleh PKH. Dan yang ketiga tulisan yang ditulis oleh Siti Syamsiyatul Ummah dan terbit di jurnal Diroyah: Jurnal Ilmu Hadis pada tahun 2019. Artikel yang berjudul Digitalisasi hadis: Studi Hadis di era digital ini membahas tentang perkembangan kajian keilmuan hadis melalui teknologi digital.

Kedua, yaitu artikel yang membahas dan melakukan kajian analisis akun akun tertentu dalam platform Instagram. Beberapa judul artikel terkait sebagai berikut, “Aktualisasi Media Dakwah Instagram @santribatang” yang ditulis oleh Mochamad Aris Yusuf dan Fikriyatul Islami Mujahidah, “Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram” oleh A’ourika Devi, Ulfah Dwi Hidayah, Muiz Al Barudin, dan Dwi Parwati, “Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah Di Media Sosial Instagram” oleh Asriyanti Rosmalina dan Fawaz Altop Zulfikar.

“Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021” oleh Indah Siti Nurazizah dan Nia Kurniati, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi

Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah) oleh Ulya Dinillah dan Aka Kurnia SF, "Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar dalam Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Followersnya" oleh Aji Wiryonegoro, dan "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid" oleh Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda.

Ketiga, Yaitu artikel yang memberikan gambaran perihal Instagram sebagai media dakwah. Beberapa artikel terkait yaitu, "Self-disclosure melalui media Instagram; Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja" oleh Teguh Wiyono dan Abdul Muhid, "Da'i dan Pemanfaatan Instagram; Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital" oleh Luthfi Ulfa Ni'amah dan Sukma Ari Ragil Putri, "Efektivitas Dakwah melalui Instagram" oleh Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana,

"Makna Hijrah Bagi Kalangan Remaja Non Santri: Dampak Penggunaan Media Sosial" oleh Alif Alfi Syahrin dan Bunga Mustika, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Jihad" Oleh Fathimah Nadia Qurrota A'yun, "Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah" oleh Ahmad Zaki Abdul Aziz, dan "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosialmasyarakat Di Indonesia" oleh Anang Sugeng Cahyono.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan memfokuskan kajiannya terhadap beberapa postingan akun Instagram @thesunnah_path dan klasifikasinya secara global. Untuk mencapai fokus tersebut peneliti terlebih dahulu akan membahas Instagram secara umum dan memberikan analisis terhadap akun kemudian beranjak kepada analisis beberapa konten yang dipilih. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yaitu penelitian ilmiah yang berdasarkan pada kualitas data dan kemudian diolah serta dianalisis lebih mendalam.

Sumber primer penelitian ini adalah postingan pada akun @thesunnah_path satu tahun terakhir. sedangkan sumber sekundernya adalah artikel lima tahun terakhir yang relevan dengan pembahasan. Selain itu peneliti juga merujuk kepada salah satu buku yang menjelaskan tentang konsep memahami hadis yang berjudul "*Kaifa Nata'amal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyah*, Terj. Moh. Baqir, Bagaimana Memahami Hadis nabi" karya Yusuf Qardhawi.

Dalam penelitian kali ini peneliti akan terfokus kepada pengumpulan karya-karya tulis primer dan sekunder terkait topik kajian. Langkah selanjutnya setelah data terkumpul akan dipilih sesuai dengan pembahasan, kemudian diolah secara kritis guna memberikan hasil penelitian yang presisi.

Data data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode deskriptif analitis. Yaitu peneliti mendeskripsikan terkait Instagram, dakwah dan konten tertentu yang kemudian dianalisis lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram dan akun @thesunnah part

Instagram adalah salah satu platform media yang memediasi penggunaanya dalam membagikan postingan foto, video dan layanan sosial kepada pengguna lainnya (Ulya; 2019). Selain sekedar membagikan foto dan video, tidak sedikit dari para pengguna instagram yang menjadikan platform tersebut untuk kepentingan menyebar informasi, mempromosikan produk dagang dan ajang dakwah. Hal ini karena sesuatu yang diposting di Instagram dapat diakses oleh pelbagai pengguna lainnya dari bermacam macam daerah bahkan negara.

Akun @thesunnah_path merupakan salah satu diantara banyaknya akun dakwah yang terdapat dalam platform Instagram. Sesuai Namanya, Akun ini banyak memuat

pembahasan yang berkaitan dengan sunnah nabi. beberapa ragamnya adalah pembahasan seputar hadis nabi, qoul ulama, kutipan buku, dan ceramah singkat ustadz kontemporer. Dalam satu hari, akun ini dapat mengunggah lebih dari 20 konten (tercatat pada tanggal 23 Januari 2023 terdapat 22 postingan). Di lain sisi, admin akun ini juga memiliki akun dakwah dengan fokus kajiannya alquran, yaitu @thequran_path (Agus ; 2020).

Substansi, Konsep, dan ragam pembahasan dakwah pada akun @thesunnah_path

Dalam akun tersebut, peneliti menganalisis substansi dan konsep yang dilakukan admin @thesunnah_path dalam mengelola akun Instagram sebagai ladang dakwah. Secara umum, akun dakwah memiliki beberapa substansi yang terkandung dalam suatu konten, yaitu promosi produk, informasi dan tips, interaksi dengan followers atau testimoni, kurasi konten, dan quotes inspiratif (agus; 2020). kelima poin tersebut sudah tercakup dalam akun @thesunnah_path, namun perbedaan yang peneliti analisis adalah poin poin yang terkandung dalam akun @thesunnah_path, berbasiskan hadis, perkataan sahabat, kajian ustadz, dan kutipan kitab kitab agama. Hal ini yang menjadikan nilai plus bagi akun tersebut.

Adapun konsep yang digunakan oleh admin akun @thesunnah_path adalah sebagai berikut;

Pertama, Mengunggah konten sesuai dengan kondisi. Misalnya unggahan nasehat tentang larangan menyerupai kafir diunggah pada malam tahun baru, atau doa doa pada bulan rajab, diunggah pada awal bulan itu.

Kedua, Membuat konten yang menarik dengan perpaduan dan gradasi warna yang serasi antara satu konten dengan konten lainnya. Hal ini dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi yang melihat postingan dalam akun tersebut.

Ketiga, Dalam beberapa postingan, terdapat solusi dalam menghadapi masalah kehidupan. seperti susah mendapatkan rezeki, susah mendapatkan jodoh, dan lain lain. Ragam pembahasan konten yang disajikan di akun tersebut bermacam macam (agus; 2020). Peneliti mengklasifikasikannya kedalam empat kelompok, yaitu:

(1). Aqidah; Pembahasan yang dimaksud adalah hal hal yang berkaitan dengan nilai nilai transendensi, profetik, ilahiyah, eskatologi, sam.iyat dan ruhaniyat. Beberapa contoh yang termasuk dalam kategori ini adalah konten yang memiliki esensi sholat sebagai penghubung manusia dan tuhan dan video singkat yang berisi perintah untuk menyampaikan aqidah yang benar.

(2). Syariah; Konten yang tergabung dalam kelompok ini adalah postingan dengan unsur unsur spiritual keagamaan, dan hukum hukum didalamnya seperti perintah dan larangan serta sunnah dan makruh. Contoh konten yang termasuk didalam kelompok ini adalah pentingnya kehalalan terhadap apa yang kita makan atau gunakan dan bahaya dari sifat sombong.

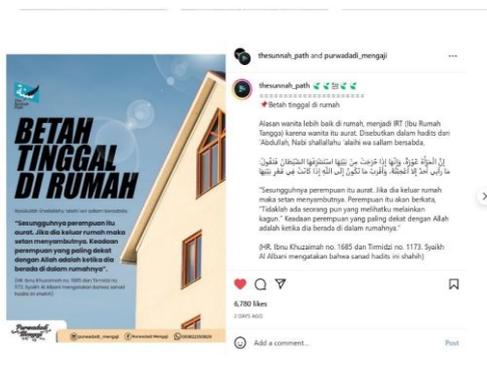
(3). Akhlak; Konten akhlak dalam akun @thesunnah_path adalah yang berkaitan dengan Tindakan yang dilakukan, baik perbuatan terpuji maupun perbuatan tercela. Contoh konten yang termasuk dalam pembahasan akhlak adalah konten yang berisikan tentang akhlak istri terhadap suami dan konten yang berisikan perintah izin istri terhadap suami jika hendak melakukan puasa sunnah

(4). Mu'amalah; Mu'alamah yang dimaksud adalah interaksi kepada Allah, interaksi antara sesama umat manusia, dan interaksi kepada Alam. Adapun contoh konten terkait adalah yang menjelaskan tentang perintah saling membantu sesama teman dalam ketaatan dan konten yang berisi manfaat bagi pelaku seseorang yang berbuat baik

ANALISIS KONTEN

Dalam tulisan ini, peneliti akan melakukan analisis terhadap tiga konten yang perlu diperhatikan oleh pembuat konten (admin/ creator) ataupun pengguna instagram yang melihat konten tersebut. pembahasan terkait adalah berupa sebuah feed yang berisikan tentang hadis dan 2 lainnya adalah kutipan dari kitab yang membahas keagamaan.

1. Betah Tinggal dirumah



Gambar 1. Postingan tentang betah tinggal di rumah.

Postingan tersebut menjelaskan tentang hadis Ibnu Khuzaimah no. 1685 dan Tirmidzi no. 1173 dimana syaikh Al albanī mengatakan bahwa sanad hadis ini shahih. Dalam konten tersebut, admin/ creator konten menyimpulkan hadis tersebut merupakan alasan perempuan lebih baik tinggal dirumah, sedangkan jika perempuan keluar rumah makan setan akan menyambutnya. Dan berdasarkan makna hadis menurut admin/ creator konten, perempuan yang paling dekat dengan Allah adalah ketika dia berada didalam rumahnya.

Berbeda dengan pandangan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa hadis diatas bersifat tekstual, lokal-temporer dan perlu dilakukan reinterpretasi makna dari hadis tersebut sehingga bersifat tekstual. Salah satu poin dari petunjuk dan ketentuan umum untuk memahami

sunnah adalah dengan memahami hadis sesuai dengan latar belakang, situasi, kondisi, serta tujuan Rasulullah menyampaikan hadis tersebut (Siti, 2018). dengan Langkah ini kemudian makna hadis dapat terjadi pemaknaan ulang.

Hadis tersebut berlaku pada perempuan di masa nabi, dimana budaya patriarki masih sangat kental dan perempuan di masa tersebut kurang dihormati atau bahkan diperlakukan secara tidak manusiawi. Hadis tersebut bertujuan untuk menjaga dan melindungi perempuan dengan mengurangi interaksi dan aktivitas di ruang publik. Esensi melindungi perempuan dalam hadis ini serupa dengan larangan perempuan untuk bepergian tanpa adanya mahrom.

Namun hari ini, tidak sedikit dari perempuan yang berkompoten dalam urusan publik. Tidak sedikit dari perempuan yang berprofesi sebagai dokter, guru, polisi, bahkan sopir bus. Apabila perempuan perempuan tersebut diminta dan diharuskan untuk mengikuti hadis diatas secara tekstual, maka akan terjadi kekosongan pada profesi profesi yang ditinggalkan.

2. Pentingnya keikhlasan



Gambar 1 2. Postingan tentang pentingnya keikhlasan.

Kesimpulan dari postingan kedua berdasarkan analisis peneliti adalah larangan untuk mempublish atau menyebarluaskan ketika memberi. Hal ini dikarenakan dapat

mengganggu keikhlasan dan tercampurnya riya' ketika memberi. Dalam caption postingan tersebut tertulis "pentingnya keikhlasan. Mudah diucapkan namun tak semua orang mampu tuk melakukan."

Berdasarkan analisis dan komparasi dengan beberapa hadis, menyebarluaskan dalam berbuat kebaikan itu sah sah saja dilakukan. Bahkan hal tersebut bisa menjadi pahala jariyah baginya apabila banyak orang lain yang terketuk hatinya untuk memberi dan melakukan hal hal kebaikan lainnya. Adapun yang menjadi perhatian sebenarnya adalah niat dari orang yang menyebarluaskan kebaikannya. Apabila niatnya baik, maka pahala ganjarannya, dan apabila niatnya buruk (riya'), maka amalannya tidak diterima sebagaimana yang dijelaskan pada postingan diatas.

3. Menghadiri kajian tanpa buku catatan

adalah aktivitas yang baik dan bahkan dianjurkan oleh agama. Maka perlu adanya pembahasan lanjutan mengenai potongan pernyataan tersebut agar para konsumen atau pembaca postingan tidak salah memahami konten berikut.

Sikap yg dilakukan ketika dakwah dalam media sosial

Sebelum menentukan sikap, Ada dua macam posisi yang harus diperhatikan, yaitu: (1). Sikap sebagai admin; diantara hal-hal yang perlu dilakukan adalah, a). Melakukan validasi kebenaran dari pembahasan yang akan disebarakan sebagai media dakwah guna menghindari terjadinya salam paham. b). Menjelaskan secara menyeluruh atau yang mudah dipahami bagi konsumen

c). Memberikan pandangan lain dalam pembahasan yang serupa atau menyebutkan bahwa yang dijadikan konten adalah menurut pandangan ulama tertentu. d). Tidak menyebarkan nilai nilai agama demi kepentingan pribadi atau politik yang dapat berdampak buruk kepada konsumen dan pengguna isntagram lainnya yang turut mengakses konten tersebut.

(2). Sikap sebagai penerima atau konsumen; a). Melakukan filterisasi dan berhati hati dalam menerima berita. b). Tidak langsung percaya dengan apa yang dilihat di media digital. c). Turun menyebarkan kepada khalayak ramai jika memang itu merupakan sebuah konten yang baik serta turut memberikan informasi kepada khalayak ramai apabila suatu postingan terindikasi hoax didalamnya.



Gambar 1 3. Postingan Tentang menghadiri kajian tanpa buku catatan

Dalam postingan berikut menjelaskan bahwa menghadiri kajian tanpa buku catatan adalah sesuatu yang hina. Berdasarkan analisis peneliti, Pernyataan yang dikutip dari kitab *hilyatul aulia* ini tidak bisa ditelan maknanya bulat bulat. Hal ini dikarenakan menghadiri sebuah majlis

KESIMPULAN

Pada akhir tulisan, peneliti menyimpulkan dua poin dari seluruh pemabahasan sebelumnya. *Pertama*, dakwah melalui instagram merupakan inovasi keagamaan serta strategi dakwah yang berbasis teknologi digital di era society 5.0. konsep dakwah ini

sangat baik karena dapat menjangkau konsumen dari berbagai penjuru dunia. Selain itu konsep dakwah digital dapat disebut juga sebagai eco-dakwah karena tidak menimbulkan sampah dan polusi.

Kedua, terlepas dari berbagai berbagai nilai positif, terdapat hal hal yang perlu diperhatikan agar tidak terjadi sesuatu yang buruk dalam melakukan dakwah digital, di antaranya dengan Melakukan validasi kebenaran dari pembahasan yang akan disebar sebagai media dakwah guna menghindari terjadinya salam paham bagi admin/ konten kreator dan melakukan filterisasi dan berhati hati dalam menerima berita.

Kajian tentang Konsep dakwah digital melalui platform sosial media sangatlah luas dan variatif. Masih banyak platform, atau akun Instagram lainnya yang dapat dikaji. Penelitian dalam akun ini pun belum mencakup keseluruhan pembahasan tentang dakwah. Beberapa hal yang belum peneliti kaji adalah klasifikasi per postingan, analisis arah atau paham yang diikuti oleh admin ataupun konten creator dan dampak kepada followers.

Dakwah dalam media sosial memang kerap kali menjadi sorotan di era serba digital ini. sehingga kajian terkait tema serupa yang belum dikaji, dapat menjadi opsi bagi siapapun yang ingin turut memberikan kontribusi terhadap perbendaharaan keilmuan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad Zaki Abdul Aziz, "Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah Ahmad," *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1.4 (2020), 216–26
- Aji Wiryonegoro, "Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar dalam Media Sosial Instagram terhadap Akhlak

Followersnya," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 50–55
<<https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.870>>

Alfatih, Muhammad, Saifuddin Zuhri Qudsy, dan Inayatul Mustautina, "Digitalisasi Hadis Ala Pusat Kajian Hadis (PKH): Distribusi , Ciri , dan Kontribusi dalam Kajian Hadis Indonesia Digitalisasi Hadis Ala Pusat Kajian Hadis (PKH): Distribusi , Ciri , dan Kontribusi dalam Kajian Hadis Indonesia," *Mashdar: Jurnal Studi al-Qur'an dan Hadis*, 3.2 (2021), 105–28
<<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/mashdar/article/view/2982>>

ANANG SUGENG CAHYONO, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA," *Asy Syar'lyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5.2 (2020), 202–25
<<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>>

Devi, A, U Hidayah Dwi, dan ddk, "Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram," *Journal of Multidisciplinary Studies*, 1.2 (2017), 142–60

Dimas bayu, "APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022," *dataindonesia.id*, 2022
<<https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>> [diakses 23 Januari 2023]

Dinillah, Ulya, dan Aka Kurnia SF, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah)," *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of*

- Communication Science*, 1.1 (2019), 54–67
<<https://doi.org/10.36761/kaganga.komunika.v1i1.411>>
- Fahimah, Siti, “Hermeneutika Hadis: Tinjauan Pemikiran Yusuf Al-Qordhowi dalam Memahami Hadis,” *Refleksi*, 16.1 (2018), 83–104
<<https://doi.org/10.15408/ref.v16i1.10177>>
- Fathimah Nadia Qurrota A’yun, “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA JIHAD,” *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, 9.1 (2020), 88–100
<<https://doi.org/10.35878/islamicreview.v9i1.192>>
- Haqien, Danin, dan Aqilah Afifadiyah Rahman, “Pemanfaatan Zoom Meeting untuk Proses Pembelajaran pada Masa Pandemi Covid-19,” *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5.1 (2020)
<<https://doi.org/10.30998/sap.v5i1.6511>>
- Indah Siti Nurazizah, dan Nia Kurniati Syam, “Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 43–49
<<https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.867>>
- Ismawati, Dwi, dan Iis Prasetyo, “Efektivitas Pembelajaran Menggunakan Video Zoom Cloud Meeting pada Anak Usia Dini Era Pandemi Covid-19,” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5.1 (2020), 665
<<https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.671>>
- Mahdi, M. Ivan, “Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022,” *dataindonesia.id*, 2022
<<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>> [diakses 23 Januari 2023]
- Munir, A L, Mochamad Aris Yusuf, dan Fikriyatul Islami Mujahidah, “Aktualisasi Media Dakwah Instagram @ santribatang,” *Al munir. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 13.2 (2022), 133–43
<<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v13i02.5013>>
- Ni’amah, Luthfi Ulfa, dan Sukma Ari Ragil Putri, “Da’i dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital,” *Jurnal Komunikasi Islam*, 9.2 (2019), 264–90
<<https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.264-290>>
- Nurrahmi, Febri, dan Puteri Farabuana, “Efektivitas Dakwah melalui Instagram,” *Nyimak: Journal of Communication*, 4.1 (2020), 1
<<https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>>
- Rosmalina, Asriyanti, dan Fawaz Altop Zulfikar, “PESAN DAKWAH TENTANG K-WAVERS HIJRAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DA’ WAH MESSAGE ABOUT K-WAVERS HIJRAH IN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA,” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10.2 (2019), 136–51
<<http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi>>
- Saragih, Naikson Fandier, Roni Jhonson Simamora, Program Studi, Manajemen Informatika, dan Universitas Methodist Indonesia, “KONSEP PENGAMANAN VIDEO CONFERENCE DENGAN ENKRIPSI AES-GCM PADA APLIKASI ZOOM Rimbun Siringoringo , 3 Eviyanti Novita Purba,” 4.2 (2020), 109–13

- Shari, Mira Fitri, "Bentuk Mediatisasi Hadis berupa Video: Respon Netizen terhadap Video Pendek Mengenai Hadis di Aplikasi Tiktok," *Jurnal Moderasi: the Journal of Ushuluddin and Islamic Thought, and Muslim Societies*, 1.2 (2021) <<http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/moderasi/index>>
- Syahrin, Alif Alfi, dan Bunga Mustika, "Makna Hijrah Bagi Kalangan Remaja Non Santri: Dampak Penggunaan Media Sosial," *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 16.1 (2020), 61-72 <<https://doi.org/10.23971/jsam.v16i1.1901>>
- Triyono, Agus, dan Nifsya Khaira Marhuda, "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2020), 50-67 <<https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.3944>>
- Ummah, Siti Syamsiyatul, "Digitalisasi Hadis (Studi Hadis di Era Digital)," *Diroyah: Jurnal Ilmu Hadis*, Vol 4.No 1 (2019), 1-10
- Wiyono, Teguh, dan Abdul Muhid, "Self-disclosure melalui media instagram: Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja," *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.2 (2020), 141 <<https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.5834>>
- Yusuf Qardhawi, (1999), *Kaifa Nata'amal Ma'a as-Sunnah an-Nabawiyah*, Terj. Moh. Baqir, *Bagaimana Memahami Hadis Nabi, Ma'had al-Islami lil fikr al-islamiy USA, Virginia*, 1999.
- https://www.instagram.com/p/Cnnznb9tjNp/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CngGg6VP4sL/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CmWnf3JPfhN/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CnjTxGBvass/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/reel/CnazHnylpEy/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CnrkoilP7mT/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/Cnl4fL3PDyC/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/Cnrku6Av7yP/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CnhQFC0vWby/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CnTLw0Tvjl/?utm_source=ig_web_copy_link
- https://www.instagram.com/p/CnRUTZgv_hH/?utm_source=ig_web_copy_link
- [Wadah Media Dakwah Sunnah \(@thesunnah path\) • Instagram photos and videos](https://www.instagram.com/p/CmWnf3JPfhN/?utm_source=ig_web_copy_link)
- [Daily Qur'an and Booster \(@thequran path\) • Instagram photos and videos](https://www.instagram.com/p/CnjTxGBvass/?utm_source=ig_web_copy_link)