

Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah Bagi Mahasiswa Prodi
Komunikasi Dan Penyiaran Islam Stambuk 2018 UIN Sumatera Utara

¹Rizky Rahmadani Nst, ²Hasrat Efendi Samosir, ³Fatma Yulia

¹Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, rizkyrahmadaninst2561@gmail.com

²Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, hasratefendi@staff.uma.ac.id

³Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, fatmayulia@uinsu.ac.id

Corresponding Mail Author: rizkyrahmadaninst2561@gmail.com

Abstract

The general purpose of this study was done to find and find the utilization of Instagram as a means of da'wah by communication and broadcasting Islamic structures 2018 UIN Sumatera Utara. The special purpose of this study is to see how students' communication and broadcasting Islam stambuk 2018 in utilizing Instagram as a means of da'wah; Packaging content of da'wah done; Factors support and dilution in jam. This study using qualitative research is described in descriptive form to obtain a deep data description. The data is analyzed, then researchers choose samples from the population based on certain considerations. The data collection method used in this research is by observation, wandsonasi does not directly use WhatsApp to obtain and dig the data clearly and concrete, and documentation containing screenshots (photographs of screenshots during interviews online). The results of the study obtained that: (1) The utilization of Instagram as a means of da'wah for KPI students is considered able to become a debtion message that is relevant to the development of technology and communication. (2) The form of packaging content da'wah uploaded such as image messages, da'wah videos, and caption. (3) supporting factors and inhibitors because the environment or community, is easily accessible, and encouragement from within themselves that feel that conveying the duty task is the duty of every Muslim who has been Baligh. While the factor of its inhibitors because it does not take the time, as well as the lack of science about the da'wah material to be delivered to Mad'u / Audience.

Keywords: Utilization, Instagram, Dakwah, Student.

Pendahuluan

Setiap muslim yang berilmu dan dewasa wajib menunaikan dakwah. Semua umat tanpa memandang gender wajib menjalankan tugas dakwah sebagai penyambung tugas Rasulullah SAW dalam menyampaikan *amar ma'ruf nahi munkar*. Dakwah merupakan suatu tindakan menyampaikan kedermawanan untuk orang lain. Menurut Prof Toha Yahya Oemar, Dakwah adalah upaya untuk secara bijak mengajak manusia ke jalan yang benar sesuai dengan petunjuk Allah untuk kemaslahatan dunia dan akhirat. Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, dakwah pun mengikuti perkembangan yang ada. Berdakwah bisa dilakukan dengan hal apa saja. Apalagi saat ini, mengembangkan dakwah sangat mudah sekali. Media dakwah merupakan salah satu komponen yang dapat dinilai dari segi sarana dan prasarana. Dakwah merupakan kegiatan global yang menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia, sehingga agar

dapat tersampaikan harus mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dakwah telah berkembang secara substansial, terutama dari segi cara penyampaiannya, jumlah penganutnya, dan media yang digunakan. Keterlibatan dalam memanfaatkan sumber daya dakwah baik yang bersifat umum maupun khusus, banyak media dan infrastruktur pendukung yang dimanfaatkan pada masa kontemporer.

Semua kelompok dapat menggunakan alat dan sarana dakwah universal, termasuk media cetak dan elektronik, untuk tujuan yang luas. Sedangkan pidato di mimbar, masjid, dan pertemuan taklim merupakan bentuk khusus dakwah. Konten dakwah seringkali tersegmentasi dan dikemas dengan berbagai karakter, ada yang berbentuk poster, gambar termasuk ucapan Islami, atau film tausiyah. Masyarakat memanfaatkan media, khususnya media sosial, untuk tujuan selain informasi dan kesenangan. Lebih dari itu, masyarakat mulai memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk industri, bisnis, pendidikan, dan dakwah.

Media sosial merupakan sebuah platform di internet yang memungkinkan penggunanya menampilkan diri, berinteraksi sosial, berkolaborasi, berbagi, dan terhubung dengan pengguna lain secara elektronik, semuanya tanpa dibatasi oleh waktu atau geografi. Media sosial telah berkembang menjadi berbagai platform. Tentu saja setiap orang yang memiliki smartphone pasti memiliki akun media sosial di situs-situs seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Line*, dan lain-lain. Salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna hampir di seluruh belahan dunia adalah *Instagram*. *Instagram* adalah platform yang memungkinkan pengguna membuat dan bertukar gambar dengan cepat.

Di dunia saat ini, termasuk Indonesia, *Instagram* menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat. Pengguna *Instagram* di Indonesia berjumlah 69,2 juta, menurut laporan Mustafa Imam di situs *Good News From Indonesia*. Kelompok usia 18 hingga 34 tahun merupakan mayoritas pengguna *Instagram*. Kelompok usia produktif mendominasi. Hasilnya, masyarakat pada kelompok usia ini merasa nyaman menggunakan teknologi dan terampil menemukan teknologi baru. *Instagram* kini menjadi salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan masyarakat dibandingkan platform lainnya. Dibandingkan dengan media lain seperti media cetak atau elektronik, *Instagram* lebih efektif dalam menyebarkan informasi yang diinginkan. Jangkauan dan ruang informasi yang tersedia untuk publikasi melalui media *Instagram* tidak terbatas, serta menghemat waktu dan biaya..

Luasnya penggunaan media sosial untuk dakwah Islam menunjukkan bahwa ponsel kini banyak digunakan, sehingga prospek dakwah melalui media sosial, khususnya *Instagram*, cukup mudah diakses. *Instagram* dapat dijadikan sebagai pengganti media tradisional dalam pembentukan pesan-pesan Islami berupa gambar yang disertai teks atau dalil penggunaannya dalam dakwah. Karena *Instagram* lebih praktis dan memiliki lebih banyak pengikut, para *Da'i* memanfaatkannya sebagai platform dakwahnya. *Mad'u* dapat lebih mudah mengakses berbagai kajian dakwah kapan pun dan di mana pun ia berada dengan dakwah melalui *Instagram*.

Meskipun kemajuan teknologi semakin pesat, dakwah akan menjadi usang jika dilakukan dengan cara-cara yang sudah ketinggalan zaman. Selain itu, tidak ada seorang pun yang akan terhenti oleh kekuatan *Instagram* jika diabaikan. Dari fenomena tersebut, hal inilah yang menjadikan *Instagram* kemudian dimanfaatkan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sumatera Utara sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah, mengakses pesan-pesan dakwah melalui *Instagram*, maupun

men-*share* pesan-pesan dakwah tersebut di akun pribadi mereka. Dengan cara memasuki peradaban baru generasi milenial sebagai salah satu bentuk dakwahnya. Jika mereka dapat menyebarkan informasi kepada orang lain, mahasiswa dapat berperan sebagai intelektual dan agen perubahan yang akan memperoleh banyak manfaat serta memberikan dampak positif bagi masyarakat. Selain itu, mereka juga dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti yang ditunjukkan dengan penggunaan *Instagram* sebagai alat untuk menyebarkan dakwah.

Pada acara Tablig Akbar yang tentunya tidak dilakukan setiap hari, selain mengikuti pengajian, para hadirin juga bisa mendengarkan ceramah. Penulis penasaran untuk mempelajari bagaimana memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana dakwah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam karena sifatnya yang *real-time*, mengutamakan visual, fitur yang beragam, dan kemudahan penggunaan.

Mahasiswa Fakultas Dakwah telah dibekali ilmu-ilmu dakwah, sesuai pengamatan awal penulis bulan November dan pengalaman pribadinya menjadi mahasiswa disana. Namun tidak semua mahasiswa Fakultas Dakwah benar-benar memanfaatkan *Instagram* sebagai wadah penyebaran pesan dakwah. Jumlah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam stambuk 2018 di UIN Sumatera Utara sebanyak 149 orang, dari total empat kelas. Dari 149 orang tersebut hampir keseluruhan memiliki *Instagram*. Tetapi hanya 7 orang ditemui jumlah mahasiswa yang menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah. Merekalah yang penulis pilih sebagai informan di dalam penelitian ini.

Padahal *Instagram* sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam keseharian mahasiswa di Fakultas Dakwah. *Instagram* digunakan untuk mempublikasikan konten mulai dari topik luas hingga pribadi.

Landasan Teori

Konsep *Instagram*

Instagram adalah program berbagi foto di mana pengguna dapat mengomentari foto satu sama lain dan melihat foto yang diunggah oleh pengikutnya. *Instagram* berasal dari kata "*insta*" dan "*gram*", dimana "*insta*" berasal dari kata "*instan*" dan "*gram*" berasal dari istilah "*telegram*". Kata-kata ini dapat diterjemahkan sebagai "memberi informasi dengan cepat dan praktis" atau "berbagi foto dengan orang lain".

Menurut situs resmi *Instagram*, Kevin Systrom menemukan layanan tersebut. Kevin adalah CEO dan pencipta *Instagram*, jaringan dengan lebih dari 600 juta pengguna yang menggunakan platform ini untuk merekam dan berbagi momen dari seluruh dunia. Dia bertanggung jawab atas operasional sehari-hari serta visi dan strategi perusahaan yang lebih luas. *Instagram* adalah alat jejaring sosial yang memiliki kelebihan tersendiri. Program ini akan dengan cepat menampilkan gambar atau video dengan efek mirip Polaroid. *Instagram* adalah platform untuk berbagi media. Media sosial semacam itu mendorong saling berbagi di antara para anggotanya. Pengguna dapat menambahkan caption pada foto yang diunggahnya sebagai pesan kepada pengguna media.

Dalam pengembangan programnya *Instagram* memiliki beberapa fitur yang di tawarkan, yaitu:

1. Pengikut atau *Follower*
Dengan mengembangkan metode untuk mengikuti akun, *Instagram* membangun jaringan sosial di mana pengguna selanjutnya dapat mengikuti pengguna lain dan terlibat dalam percakapan.
2. Unggah Foto dan Video
Sifat ini sangat khas. Ini hadir di hampir semua media sosial, namun *Instagram* memiliki keunikan karena foto-foto yang dikirimkan memberikan kekuatan.
3. Tagar atau *Hashtag*
Pada *Instagram*, *hashtag* juga dapat digunakan sebagai kata kunci. Fitur ini memudahkan pengguna *Instagram* untuk mencari foto atau video yang menyertakan tag atau *hashtag* yang mirip dengan kata kunci yang ingin dikenali.
4. Tanda Suka
Fitur *Instagram* untuk engagement ditandai dengan menawarkan cinta sebagai tanda bahwa pengguna lain menikmati foto atau video yang dikirimkan. Ini dikenal sebagai tanda suka atau *love/like*.
5. Pencarian atau *Search*
Anda dapat menggunakan fungsi ini untuk mencari akun pengguna *Instagram* lain, atau Anda dapat menggunakan kata kunci atau *hashtag* untuk mencari gambar tertentu. Pengguna *Instagram* dapat dengan mudah mengakses profil atau gambar pengguna lain berkat fungsi ini.
6. *Direct Message*
DM adalah fungsi yang memungkinkan Anda berkomunikasi secara diam-diam dengan pengguna lain. Pengguna *Instagram* dapat memanfaatkan fungsi ini untuk berbicara dengan pengguna lain atau bahkan membentuk grup.
7. *Instastories*
Fitur ini terinspirasi oleh aplikasi *Snapchat*. Seorang pengguna dapat berbagi foto atau video dengan pengguna lain dengan menggunakan efek atau filter yang unik dan dinamis. Selain itu, masih ada fitur lain seperti Q&A, polling, dan masih banyak lagi. Selain itu, fitur ini menawarkan beragam efek pengeditan video, antara lain boomerang, rewind, handsfree, dan live (siaran langsung). Hanya 24 jam yang dapat dihabiskan di *Instagram Stories* sebelum dapat diakses kembali menggunakan fitur terbaru platform, yaitu arsip

Konsep Dakwah

Dakwah adalah kata kerja yang dapat diterjemahkan dari bahasa Arab yang bermakna memanggil, mengajak, meminta bantuan, memohon, mengajak pada sesuatu, dan mentransformasikan melalui perkataan, perbuatan, dan perbuatan. Makna-makna yang sudah ada bersumber dari dakwah dalam Al-Quran. Dakwah, yang masih merupakan istilah luas dan digunakan dalam Al-Qur'an, mungkin juga berarti "mengajak pada kebaikan".

Dakwah juga bisa merujuk pada upaya memperbaiki suatu kondisi sesuai dengan prinsip Islam atau ajakan untuk mengikuti Allah. Tujuan dakwah adalah menghimbau masyarakat melalui komunikasi lisan dan tulisan serta perilaku yang disengaja dan terencana dalam upaya membujuk mereka agar mengubah sikap dan perilakunya agar dapat memahami dan menghayati secara utuh ajaran agama tanpa

adanya paksaan. Macam-macam dakwah, secara umum dakwah terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Dakwah bil lisan*
Dakwah bil lisan yaitu dakwah meliputi antara lain ceramah, khotbah, percakapan, bimbingan, dan penyampaian lisan lainnya..
2. *Dakwah bil hal*
Dakwah bil hal adalah dakwah dengan amal nyata berarti menjalankan operasional dakwah dengan amal yang terpuji dan tulus.
3. *Dakwah bil qalam*
Khususnya dakwah berbasis tulisan yang dilakukan melalui internet, buku, majalah, surat kabar, dan media lainnya.

Konsep Mahasiswa

Siswa adalah mereka yang bersekolah di lembaga pasca sekolah menengah, seperti perguruan tinggi, universitas, atau akademi. Siswa dapat disebut sebagai mereka yang terdaftar di perguruan tinggi. Namun, definisi "siswa" seringkali tidak begitu dibatasi. Persyaratan resmi untuk mendaftar di institusi yang lebih tinggi adalah semua yang diperlukan untuk menjadi seorang pelajar, namun istilah "mahasiswa" memiliki arti lebih dari itu.

Pemanfaatan *Instagram*

Pemanfaatan berasal dari kata dasar "kemanfaatan" dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berarti kegunaan atau manfaat. Dapatkan pesan imbuhan berikutnya, yang menunjukkan prosedur, pendekatan, tindakan, atau pemanfaatan. Oleh karena itu, penggunaan dapat dilihat sebagai suatu metode atau proses memanfaatkan sesuatu atau sesuatu. Jika digunakan dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka istilah "pemanfaatan" mengacu pada penggunaan Instagram atau pemanfaatan Instagram dengan cara yang bermanfaat untuk menggunakan Instagram sebagai alat penyebaran dakwah di kalangan mahasiswa, dalam hal ini mahasiswa Komunikasi Islam Stambul 2018 dan Program Studi Penyiaran. Keuntungan menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah mahasiswa antara lain memudahkan mahasiswa dalam mengakses dan menyebarkan pesan, mengingatkan mereka untuk tetap lurus dan sempit dalam menggunakan Instagram, dan memberikan wadah bagi mereka untuk mengekspresikan kreativitasnya.

Metode Penelitian

Untuk melakukan penelitian secara metodis dan menghasilkan penjelasan yang akurat terhadap permasalahan yang diteliti, diperlukan metodologi penelitian. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Dakwah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambul 2018 UIN Sumatera Utara merupakan proyek penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif metodologinya. Dengan mendefinisikan keadaan topik atau objek penelitian, seperti individu, lembaga, komunitas, dan lain-lain, berdasarkan fakta dan kesimpulan yang telah diketahui, maka teknik deskriptif dapat dipandang sebagai suatu proses pemecahan masalah. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan teknik penelitian lapangan.

Hasil Dan Pembahasan

Di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara banyak ditemukan penemuan berdasarkan analisis data tentang pemanfaatan Instagram sebagai alat dakwah oleh mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, diantaranya:

1. Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah Bagi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambuk 2018 UIN Sumatera Utara

Berdasarkan penelitian, mahasiswa yang mempelajari Komunikasi Penyiaran Islam sering memanfaatkan *Instagram* yang digunakan untuk menyebarkan berita tentang Islam dengan cepat dan efisien. Penggunaan *Instagram* sebagai alat dakwah dikatakan mampu menyebarkan pesan-pesan terkait dengan kemajuan komunikasi dan teknologi. Di era globalisasi ini, maraknya dakwah personal dapat dilihat dari banyaknya manfaat yang ditawarkan. Para dai dapat memanfaatkan *Instagram* untuk memposting dan mengirim pesan dakwah.

Para *da'i* dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah sesuai dengan kepentingan umat Islam dengan caramengupdate konten video status ceramah, mengunggah pesan-pesan dakwah tertulis, memposting pesan-pesan dakwah tertulis dalam bentuk video, dan mengirimkan gambar-gambar sebagai pesan-pesan dakwah. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Negeri Sumatera Utara angkatan 2018 menilai dakwah di *Instagram* sederhana dan efektif. Hal ini disebabkan karena peserta didik dapat dengan mudah memperoleh dan memproduksi konten dakwah apa pun yang mereka inginkan atau inginkan, baik dalam bentuk pesan tekstual maupun visual, film, atau jenis konten dakwah lainnya. Selain kelebihan *Instagram*, memposting konten dakwah di sana juga bisa membuat pengunggahnya senang.

2. Bentuk Kemasan Konten Dakwah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambuk 2018 UIN Sumatera Utara

Video, teks (*captioning*), dan pesan visual merupakan tiga format mahasiswa Penyiaran Islam dalam mengemas informasi dakwahnya. Seperti yang dilakukan oleh para informan, pemanfaatan teknologi sebagai alat dakwah akan membantu membangun dakwah Islam itu sendiri. Misalnya dengan menggunakan *Instagram*, membagikan gambar atau video ceramah singkat dengan *caption* yang bermanfaat bagi pengikutnya akan membantu memajukan dakwah Islam. Dengan adanya fitur-fitur di *Instagram* lebih memudahkan lagi dalam mengemas konten dakwah semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhan.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Penggunaan *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah Bagi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambuk 2018 UIN Sumatera Utara

Berdasarkan penelitian yang peneliti dapatkan yang menjadi faktor pendorong dan penghambat Instagram sebagai sarana dakwah, yaitu : Faktor pendukung karena lingkungan atau komunitas, kemudian mudah di akses khalayak, dan dorongan dari dalam diri yang merasa bahwa tugas dakwah adalah kewajiban setiap muslim yang telah baligh. Faktor penghambatnya karena tidak meluangkan waktu, serta minimnya ilmu tentang materi dakwah.

Kesimpulan

Berikut ini dapat diambil kesimpulan dari rumusan masalah tersebut di atas berdasarkan observasi dan perbincangan penulis dengan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018 di UIN Sumatera Utara:

1. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambuk UIN Sumut Tahun 2018 Menggunakan Instagram Sebagai Alat Dakwah Pada penelitian ini diketahui terdapat tujuh orang informan yang mengunggah pesan dakwah ke profil Instagramnya. Namun, terlepas dari penelitian ini, hal ini mungkin saja penting bagi para peneliti.
2. Bentuk kemasan konten ajakan dakwahnya pun beragam, ada melalui video foto atau *caption* dengan tema yang berbeda-beda di masing-masing unggahan tetapi diselipkan unsur dakwah semenarik mungkin dan dianggap mempermudah pengguna dalam menyebarkan dakwah serta mudah diterima oleh khalayak ramai.
3. Karena aksesibilitasnya dan dukungan dari teman-temannya, faktor lingkungan dan sosial serta keyakinan mereka sendiri bahwa dakwah adalah kewajiban setiap muslim yang telah baligh, semuanya berkontribusi pada motivasi siswa untuk menggunakan *Instagram* sebagai alat dakwah. Sedangkan kendala yang menghalangi masyarakat untuk melakukan hal tersebut antara lain adalah kurangnya waktu dan ketidaktahuan terhadap konten dakwah yang akan disampaikan kepada khalayak atau *Mad'u*.

Daftar Pustaka

- Agus Eka Pratama, Putu. 2020. *Social Media Dan Social Network*. Bandung: Informatika.
- Ardiansyah Irfan, Anastasya Maharani. 2018. *Optimalisasi instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Arief, Barda Nawawi. 2003. *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Arifin, Muhammad. 2006. *Dakwah Multi Media*. Surabaya: Graha Ilmu Mulia Surabaya.
- Arifin, Zainal. 2018. *Tafsir Inspirasi: Inspirasi dari Kitab Suci Alquran*. Medan: Duta Azhar.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Depok: Rajawali Pers.
- Databoks Katadata, *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id>. Diakses pada 25 Juni 2022.
- Dhifa Nabila, dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4,0*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.
- G. Sevilla Consuelo, dkk, penerjemah Alimuddin Tuwu. 2006. *Pengantar Metode Penelitian*. Penerbit Universitas Indonesia Jakarta.
- Handriatmaja, Clara Devi. 2013. Skripsi. "Citizen Journalism dalam Pemberitaan Bencana di Instagram".
- Munir Amin, Samsul. 2014. *Sejarah Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Narbuko Cholid, Ahmadi. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simibosa Rekatama Media.
- Pahlawan Kayo, Khatib. 2007. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Amzah.

- Pengertian Mahasiswa, [https://www.gurupendidikan.co.id/ pengertianmahasiswa](https://www.gurupendidikan.co.id/pengertianmahasiswa), diakses pada 3 Juli 2022, pukul 22.41 WIB.
- Setiawan Rizki, Nurul Audie. 2020. Jurnal Community. *Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiolog FKIP UNITRA.*
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Sidiq*, Anwar. 2017. Skripsi. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)". *Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sulthon, Muhammad. 2003. *Desain Ilmu Dakwah*. Semarang: Pustaka Pelajar.
- Suryabata, Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syahputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syaifuddin. 2020. *Teori Komunikasi Massa Dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Usman Husaini, Punomo Setiady. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.