

PEMANFAATAN *CHANNEL YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA AKUN *YOUTUBE ANZA CHANNEL K.H ANWAR ZAHID*)

M. Alfaynanur Rifqi¹⁾

¹⁾ UIN K.H Abdurrahman Wahid, Pekalongan

e-mail Correspondent: alfay.rifqi@gmail.com

Received: 6-01-2024

Revised: 30-04-2024

Accepted: 07-05-2024

Info Artikel

Abstract

Keywords:

YouTube, da'wah media, Anza channel

Technological developments are increasingly rapid and can be reached quickly by social media users. YouTube is the platform most used by users with a user percentage reaching 65.41%. Based on this phenomenon, many preachers use YouTube social media to convey their preaching messages through video content. This research aims to determine the use of K.H Anwar Zahid's Anza Channel YouTube channel as a medium for Islamic preaching. This research uses the library research method, namely with data sources obtained from main informants including viewers of this channel. The data collection technique was carried out by observing and documenting online on the Anza Channel YouTube account. The results of this research show that the use of YouTube social media is a bridge for preachers to carry out their preaching activities via YouTube. One of the times is that the Anza Channel YouTube account which contains K.H Anwar Zahid's preaching content can be easily accessed by its subscribers. In this case, da'wah is no longer limited because it can be easily reached and makes it easier for many people to access information about da'wah through the social media YouTube. The video content uploaded to the Anza channel account is packaged in an attractive way so that it gives a good impression to subscribers, especially on K.H Anwar Zahid's Anza channel account.

Abstrak

Perkembangan teknologi semakin pesat dapat dijangkau secara cepat oleh para pengguna media sosial. *YouTube* merupakan sebuah *platform* yang paling banyak digunakan oleh pengguna dengan persentase pengguna mencapai 65,41%. Berdasarkan fenomena tersebut, banyak para da'i yang memanfaatkan media sosial youtube untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui konten video. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *Channel Youtube Anza Channel* milik K.H Anwar Zahid sebagai media dakwah Islam. Penelitian ini menggunakan metode *library research* yaitu dengan sumber data diperoleh dari informan utama termasuk penonton dari

Kata kunci:

YouTube, Media Dakwah, Anza Channel

channel ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan dokumentasi secara online pada akun *youtube* Anza *Channel*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial *youtube* menjadi jembatan bagi para *da'i* untuk melakukan aktifitas dakwahnya melalui *youtube*. Salah satunya pada akun *youtube* Anza *Channel* yang berisi konten-konten dakwah beliau K.H Anwar Zahid dapat diakses dengan mudah oleh para subscribarnya. Dalam hal ini dakwah tidak lagi terbatas sebab dapat mudah dijangkau dan menjadikan banyak orang lebih mudah mengakses informasi tentang dakwah melalui media sosial *youtube*. Konten video yang diunggah pada akun Anza *channel* ini dikemas secara menarik sehingga memberikan kesan yang baik bagi para subscriber terutama pada akun Anza *channel* milik K.H Anwar Zahid.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah menyediakan akses informasi yang lebih mudah bagi pengguna media sosial. (Wibowo 2019) Istilah media sering dikaitkan dengan penggunaannya secara luas oleh banyak orang, hal tersebut dikarenakan kata media itu sendiri sering muncul dalam teori komunikasi massa. (Nasrullah 2016) Sebagai pengguna yang baik, kita seharusnya memahami peran serta fungsi media sosial dengan benar untuk mencegah potensi dampak negatif dalam kehidupan kita. Para pengguna media sosial menggunakan aplikasi *youtube* bukan hanya sekedar untuk memperoleh hiburan, akan tetapi juga untuk belajar atau memperoleh informasi yang menarik dan *terupdate*.

Di Indonesia *YouTube* masih menjadi *platform* yang paling banyak digunakan oleh pengguna. Meskipun terdapat *platform* baru seperti *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp* atau *Twitter*, *YouTube* masih tetap memegang posisi sebagai media dengan jumlah penonton terbanyak (Helmy dan Ayuni 2019). Hal ini berdasarkan hasil survei penggunaan internet pada tahun 2023, terungkap bahwa *YouTube* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna, dengan persentase pengguna mencapai 65,41%. (Tamburaka 2013)

Seiring dengan adanya kemajuan teknologi berupa *Youtube* sebagai salah satu media yang dijadikan untuk berdakwah. Sebab jangkauan penyebarannya sangat luas, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Dalam lingkup komunikasi dan penyiaran Islam, *YouTube* dapat berfungsi sebagai media dakwah yang efektif. Hal ini apabila dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para *da'i* maka akan menjadi media dakwah yang menarik dan berbeda dari dakwah klasik yang biasa dilakukan. *YouTube* dapat merangkum beberapa prinsip dakwah yang sudah dijelaskan dalam Surat An-nahl: 125, bahwa dakwah dilakukan dengan cara *bil hikmah* (hikmah), *mauidzah al-Hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah al-Ahsan* (argumen yang baik) dalam satu bentuk format audiovisual yang menarik dan mudah diterima.

Dakwah ialah suatu aktifitas mulia bagi setiap umat muslim karena melalui dakwah, umat muslim mempunyai kemampuan untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan kepada orang-orang yang belum mengetahuinya. Dakwah Islam sendiri tidak hanya dilakukan langsung dengan tatap muka tetapi dapat dilakukan melalui media sosial. (Fajrussalam et al. 2023) Oleh sebab itu, maka dakwah diartikan sebagai ajakan atau dorongan (motivasi) serta bimbingan terhadap seseorang untuk menerima ajaran Islam dengan penuh kesadaran diri bukan untuk kepentingan da'i. Media dakwah merupakan suatu sarana yang difungsikan dalam berdakwah guna menunjang kelangsungan proses penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u. Sebelum menyampaikan pesan kepada mad'u, juru dakwah seharusnya melihat terlebih dahulu kondisi mad'unya terkait memilih media yang sesuai untuk berdakwah. (Aminudin 2018)

Melihat fenomena yang ada, banyak masyarakat yang masih menyalahgunakan dalam penggunaan media sosial, salah satunya *youtube* digunakan untuk menyebarkan informasi hoax atau pelanggaran hak cipta. Namun, banyak juga masyarakat yang memanfaatkan media sosial *youtube* untuk menyebarluaskan ajaran-ajaran Islam melalui video yang diunggah. Salah satunya ialah *youtube* milik K.H Anwar Zahid.

Adapun alasan peneliti memilih akun *YouTube* Anza Channel sebagai subjek penelitiannya yaitu karena pada bulan Juli hingga Agustus 2023, peneliti melihat perkembangan bahwa di *YouTube* Anza Channel secara rutin mengunggah video 1 atau 2 hari sekali, terkadang juga setiap hari. Selain itu, dari jumlah penontonya bisa mencapai 100-500 ribu *viewer*. Peneliti juga mengamati bahwa jumlah *viewer* yang tinggi biasanya dipengaruhi oleh judul atau tema video yang diunggah sehingga mampu menarik banyak *viewer* untuk menonton video tersebut. Dengan hal ini, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul ***“YouTube Sebagai Media Dakwah Di Era Digital (Analisis Terhadap Anza Channel KH. Anwar Zahid)”***.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan studi pustaka (*library research*) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini dilakukan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata, lisan atau narasi tertulis tentang suatu yang diamati secara alamiah. Penelitian ini mempunyai dua data yaitu data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari informan utama melalui wawancara dan observasi kepada responden. Responden yang dipilih dalam penelitian ini berumur antara 12-25 tahun, yang merupakan usia *digital native* yang lahir pada era internet. Dalam penelitian ini, populasinya adalah *viewer* channel *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid. (Sugiyono 2008:hlm. 309)

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari sumber data diperoleh melalui studi kepustakaan, serta informasi yang berkaitan dengan subjek atau objek penelitian terhadap akun *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid. Data ini diperoleh dari karya tulis ilmiah, referensi buku, jurnal ilmiah, dokumen-dokumen, dan informasi tertulis lainnya yang relevan. (Bungin 2017) Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung terhadap kondisi objek penelitian sehingga diperoleh gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teknik observasi langsung melalui media *youtube* sehingga data yang diperoleh lebih akurat. (Soehadha 2019) Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mengambil gambar atau berupa *screen shoot* pada setiap konten-konten dakwah pada akun *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penggunaan *YouTube* Anza Channel sebagai Media Dakwah Di Era Digital

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan pada akun *YouTube* milik K.H Anwar Zahid terdapat 1800 video yang telah diunggah di *Anza Channel Youtube* milik K.H Anwar Zahid. Dengan ratusan video yang telah diunggah, maka tidak heran jika akun *youtube* milik *Anza Channel* ini memiliki 2,95 juta *subscriber*. Akun ini dapat dikatakan sebagai akun berbasis dakwah yang perkembangannya sangat pesat. Berdasarkan pengamatan yang diperoleh penulis, setiap harinya mengunggah 1-2 konten video dalam 1 atau 2 hari sekali. Salah satu diantaranya ialah video live streaming yang diunggah di *channel* tersebut.

Jumlah *subscriber* di *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid terus meningkat dan berkembang. Peningkatan ini disebabkan oleh daya tarik dari konten-konten video yang disajikan. Hal tersebut membuat jumlah *subscriber* Anza Channel KH. Anwar Zahid terus bertambah. Kesuksesan ini juga memberikan motivasi tambahan bagi para *crew* dalam membuat konten video yang akan diunggah ke *YouTube*. Penelitian ini menggunakan teori Chris Huerer yang menjelaskan ada empat teori dalam pengoprasian media sosial, yaitu:

1. *Contexs* (Konteks)

Konteks adalah bagaimana Anza Media membangun sebuah pesan, informasi, ataupun cerita. Anza Media memanfaatkan media sosial *YouTube* untuk mempublikasikan beberapa informasi dakwah yang dipandu langsung oleh beliau KH. Anwar Zahid dengan pengemasannya yang menarik seperti pemilihan video yang akan diupload. Anza Media di bawah asuhan KH. Anwar Zahid menjadi sesuatu yang penting dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam. Melalui ceramah, kajian agama, dan tayangan religius lainnya, media

penyiaran ini berupaya mengajarkan nilai-nilai agama yang toleran dan damai kepada masyarakat.

2. *Communication* (Komunikasi)

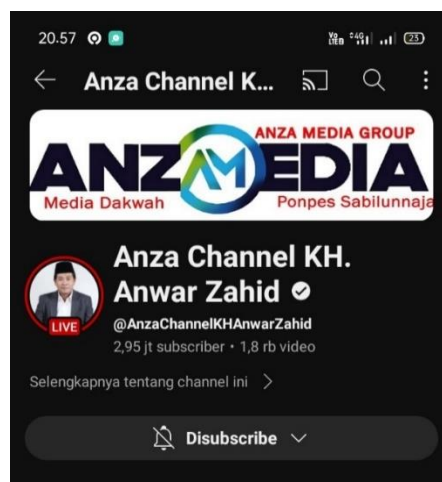
Media sosial digunakan untuk komunikasi dan proses penyampaian pesan melalui media sosial yang dapat memberikan pemahaman dan bisa mendapatkan tanggapan atau umpan balik. Kanal *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan *viewernya* melalui like, komentar ataupun melalui *live streaming*. Hal ini dikatakan langsung oleh tim pengelola Anza Media mengenai interaksi dengan para *viewer*.

3. *Collaboration* (Kolaborasi)

Kolaborasi adalah bagaimana Anza Media dapat kerjasama dengan pihak lain. Media sosial bisa mendorong kontribusi dan umpan balik agar komunikasi menjadi lebih efektif dan efisien. Anza Media juga berkontribusi dalam komunikasi dengan *viewer* melalui kanal *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid. Contohnya adalah dengan menjawab pertanyaan yang diberikan oleh *viewer* melalui komentarnya dan juga *mereplay story* yang ada di *Instagramnya*.

4. *Connection* (Koneksi)

Koneksi adalah bagaimana Anza Media menjalin atau memelihara hubungan yang sudah terbina dengan para *viewernya*. Melalui media sosial *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid bisa menjaga koneksi atau hubungan dengan *viewer* sehingga dapat memberikan kenyamanan pada hubungan yang sudah dibangun tersebut. Anza Media dapat dikatakan bisa menjaga hubungan baik dengan *viewer* karena dapat dibuktikan dengan tidak adanya komentar negatif pada konten yang diupload kanal *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid.



Gambar 1. Tampilan Beranda *YouTube* Anza Channel K.H Anwar Zahid

Sumber: Dokumentasi *platform youtube* Anza Channel



Gambar 2. Video yang diunggah di *YouTube* Anza Channel K.H Anwar Zahid dengan jumlah *viewers* 1 juta lebih.

Sumber: Dokumentasi *platform youtube* Anza Channel

Motif Penggunaan *YouToub*e Anza Channel KH. Anwar Zahid Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Keislaman di kalangan *Viewer*

Motif merupakan dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan di sini artinya desakan alami untuk memuaskan kebutuhan hidup. Motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media. (Sambas 2015) Dengan adanya motif tersebut merupakan awal dari mengapa dan bagaimana seseorang menggunakan media tersebut. (Utomo 2013) Menurut McQuail motif memiliki empat indikator, diantaranya adalah informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. (McQuail 1996)

Dalam penelitian ini motif informan pada saat melakukan pencarian informasi mengenai hal-hal yang menyangkut keislaman di media sosial *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid memiliki motif yang berbeda beda. Hasil yang di dapat memperlihatkan bahwa informan memiliki motif dalam menggunakan *YouTube* baik dari motif informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, serta motif hiburan sebagai berikut:

1. Motif Informasi

Media sosial *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid ini hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya, terutama pada kalangan *viewer* dan *subscriber YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid. Hal ini terbukti dengan data sejumlah enam orang sebagai informan yang menyatakan bahwa salah satu hal yang mendorong mereka untuk menggunakan media sosial *YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah untuk mendapatkan informasi mengenai keislaman. Enam orang informan tersebut yakni, informan *pertama*, Andi, terkait motif informasi dalam penggunaan *YouTube* Anza Channel ia mengatakan Kategori informasi

keislaman yang sering saya lihat seperti pengajian, dan pengetahuan tentang pemikiran-pemikiran keagamaan yang relevan dengan konteks zaman sekarang. *Kedua* Habib, ia sering melihat informasi mengenai pengajian, dan mencari pemahaman tentang ilmu pengetahuannya. Untuk informasi keislaman yang saya lihat contohnya pengajian, sama mencari pemahaman tentang Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari, tafsir ayat-ayat Al-Qur'an, hadis-hadis Rasulullah, serta nasihat-nasihat untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna secara spiritual.

Dalam teori mengenai motif penggunaan media McQuail disebutkan bahwa salah satu motif informasi yaitu memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. Dalam hal ini Andi memiliki motif informasi menggunakan media sosial *YouTube* Anza Channel untuk menambah ilmu pengetahuannya dan melihat pengajian guna menambah wawasan keislaman. Kemudian Habib mempunyai motif informasi mencari pemahaman tentang Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari dan melihat pengajian atau dakwah yang disampaikan oleh beliau KH. Anwar Zahid.

2. Motif Identitas pribadi

Motif identitas pribadi merupakan cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi seperti meningkatkan pemahaman untuk meningkatkan pemahaman keislaman atau keagamaan. (Alyusi 2016) Pada motif identitas pribadi dalam menggunakan *YouTube* Anza Channel, Informan Hadi mengatakan semakin banyak informasi positif di *YouTube* misal seperti keislaman itu untuk menambah wawasan tentang keagamaan saya, wawasan pengetahuan keislaman saya bertambah walaupun sedikit demi sedikit, yang awalnya kurang tau jadi lebih tau atau lebih menjadi tambah luas pemahaman tentang keislaman. Pada kanal *YouTube* Anza Channel terdapat banyak materi pengetahuan tentang ajaran islam, seperti video pengajian atau konten dakwah yang disampaikan oleh KH. Anwar Zahid. Seperti halnya disampaikan Informan Habib dan Andi, dapat menambah wawasan keislaman yang dapat diakses dengan mudah kapan saja. Lebih tau tentang ajaran-ajaran islam dapat menambah wawasan tentang keislaman, dapat mengisi waktu istirahat lewat video konten yang sudah ada di kanal tersebut.

Selanjutnya Informan Adiba, Lina dan Riska juga menyampaikan mengenai motif identitas pribadinya saat menggunakan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya bermanfaat dalam menambahkan pengembangan pemahaman keislaman saya. Bisa jadi lebih tau ketika ada informasi keislaman yang belum cukup terpenuhi. Seperti halnya kajian tentang ibadah puasa, ibadah sunnah yang dianjurkan apa saja, seperti ada pelajaran agama tentang

sholat jenazah bacaannya sudah ada dibuku namun praktek gerakannya belum kita bisa lihat di Channel KH. Anwar Zahid.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, salah satu motif penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi keislaman oleh *viewer YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid ditemukan adanya motif hubungan sosial. *Viewer YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid juga menggunakan media sosial *YouTube* Anza Channel untuk berinteraksi dan tanya jawab antar pengguna *YouTube* maupun mengapresiasi kreator video tersebut. Selain itu, para *viewer YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid juga berharap dapat mengetahui keadaan orang lain untuk memotivasi dirinya dan orang lain agar dapat menyajikan informasi yang bermanfaat dan juga berbalik mendapatkan manfaat dari video yang dibuat kreator.

4. Motif Hiburan

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan informan 6 orang *viewer YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid, mereka mengaku juga menggunakan media sosial *YouTube* untuk mendapatkan ilmu keislaman dan melepaskan diri dari permasalahan, memperoleh kenyamanan, bersantai, mengisi waktu luang, memperoleh hiburan dan kesenangan.

Mulai dari informan pertama Andi mengatakan “Ceramah yang disampaikan oleh KH. Anwar Zahid selalu menghibur dan memberikan inspirasi semua kalangan, sehingga saya dapat bersantai sambil meningkatkan pemahaman saya tentang agama guna memperoleh kenyamanan melepaskan diri dari permasalahan, mengisi waktu luang dan bersantai”. Informan Habib mengatakan “selain melihat informasi pengetahuan seperti pengajian juga menggunakan media sosial *YouTube* Anza Channel untuk mendapatkan motif hiburan. Saya melihat konten Anza Channel yang isi kontennya untuk mencari hiburan yang bermanfaat. Karena ceramah yang dibawakan sangat lucu sehingga dapat mudah dipahami dan tidak membosankan serta untuk melepas penat dan mendapatkan suasana yang positif.”

Dengan adanya motif hiburan akan pelarian atau pelepasan yang artinya kebutuhan yang berkaitan dengan menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat keanekaragaman adanya motif mengisi waktu luang dengan mengakses konten hiburan di media sosial *YouTube* dalam hal ini *viewer YouTube* Anza Channel KH. Anwar Zahid mengisi waktu luang mereka untuk untuk mendapatkan informasi dan pemahaman yang lebih baik tentang Islam serta mendapatkan hiburan dari beliau guna menghilangkan rasa bosan yang ada pada dirinya.

Anza Channel sudah menjalankan fungsinya sebagai channel youtube yang berbasis dakwah Islam.(Iqrom 2020) Dakwah yang dilakukan oleh K.H Anwar Zahid melalui channel

youtube nya sudah tidak diragukan lagi, hal ini dibuktikan dengan tanggapan positif penonton yang ada pada kolom komentar di beberapa konten video. Anza Channel milik K.H Anwar Zahid ini banyak memberikan dampak positif bagi para penontonya, sebab di dalamnya berisi kajian-kajian Islam yang ringan dan mudah dipahami, selalu mengingatkan tentang nilai-nilai kebaikan. Selain itu, Anza Channel juga berhasil mempengaruhi mad'unya menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya dan lebih dalam memperoleh informasi tentang ajaran Islam.

Menonton konten video dakwah milik K.H Anwar Zahid dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja sembari bersantai ataupun bekerja. Dalam berkomunikasi beliau menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, gaya dakwahnya dilakukan dengan santai dan humoris. (Cahyono 2019) Beliau juga selalu menyelipkan pertanyaan yang ditujukan kepada mad'u yang memiliki bakat baik dari kalangan anak-anak, remaja hingga dewasa. Terlepas dari dakwah beliau yang santai dan humoris, namun pesan dakwah yang beliau sampaikan banyak manfaatnya dan berdampak positif bagi mad'unya. Dakwah beliau juga sangat mempengaruhi hati agar selalu sadar akan dosa-dosa yang telah dilakukan semasa hidup dan agar senantiasa bersyukur atas nikmat yang Allah berikan. Dengan adanya Anza Channel milik K.H Anwar Zahid ini memberikan pemahaman tentang ajaran Islam dan praktiknya dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi masyarakat yang akan membawa perubahan pada generasi berikutnya. Selain itu, beliau juga mendukung anak-anak yang memiliki potensi atau bakat agar dapat percaya diri dan dikemudian hari bakatnya dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

KESIMPULAN/CONCLUSION

Dengan adanya media sosial youtube dapat dimanfaatkan untuk menjangkau target atau sasaran dakwah lebih luas. Konten dakwah pada akun Anza Channel dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Dengan munculnya media sosial dapat dijadikan sebagai media dakwah yang memudahkan para juru dakwah menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial youtube. Bentuk konten video yang diunggah pada akun youtube anza channel dikemas secara menarik sehingga memberikan kesan tersendiri bagi para penontonya. Selain itu, pesan dakwah yang disampaikan mengandung ajaran-ajaran Islam. Sehingga hal tersebut dapat menjadi amal jariyah bagi da'i yang telah menyebarluaskan pesan dakwah kepada mad'unya.

REFERENCES (DAFTAR PUSTAKA)

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial (Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial)*. 1 ed. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Aminudin, A. 2018. "Media Dakwah." *Al-Munzir* 9(2):210.
- Bungin, M. Burha. 2017. *Penelitian Komunikatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu*

- Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Cahyono, Guntur dan Nibros Hassani. 2019. "YouTube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran." *AlHikmah* 13(1).
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G. Realistiya, W. A. R Rosyani, dan Y. Rahmawati. 2023. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3(2):2337–2447.
- Helmy, Muhammad, dan Risa Dwi Ayuni. 2019. "Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3Safa)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(1).
- Iqrom, Faldiansyah. 2020. "Dakwah Media Sosial : Alternatif Dakwah Kontemporer." *Tawshiyah* 15(2).
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sambas, Syukriadi. 2015. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soehadha, Moh. 2019. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. Yogyakarta: SUKA-Presss UIN Sunan Kali Jaga.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfa Beta.
- Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utomo, Dea Anggraeni. 2013. "Motif Pengguna Jejaring Sosial Google Di Indonesia." *E-Komunikasi* 1(3).
- Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 3(2):339–56.