

**PERSONAL BRANDING HABIB JAFAR DALAM SOSIAL MEDIA:
KAJIAN DISTINCTION PIERRE BOURDIEU**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Magister dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh:

**KHOIRUL ANAM
NIM: 02040720015**

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirul Anam
NIM : 02040720015
Program : Magnister (S2)
Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 12 Juli 2023

yang menyatakan



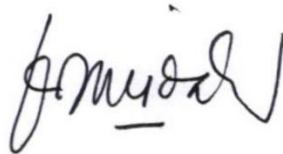
Khoirul Anam

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis yang berjudul “Personal Branding Habib Jafar Dalam Sosial Media: Kajian Distinction Pierre Bourdieu” yang ditulis oleh Khoirul Anam ini telah disetujui pada tanggal 10 Juli 2023

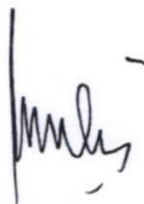
Oleh:

PEMBIMBING I



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M. Si
NIP. 197312171998032002

PEMBIMBING II



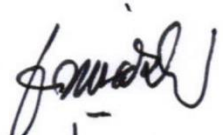

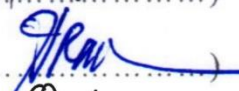
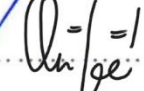
Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag
NIP. 196912041997032007

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul “Personal Branding Habib Jafar Dalam Sosial Media: Kajian Distinction Pierre Bourdieu” yang ditulis oleh Khoirul Anam NIM 02040720015 ini telah dipertahankan di depan sidang Tim Penguji Tesis Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya pada tanggal 13 Juli 2023

Tim Penguji :

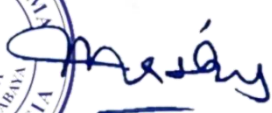
1. Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
2. Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag.
3. Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I.
4. Aun Falestien Faletahan, M. HRM, Ph.D


(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Surabaya, 13 Juli 2023

Direktur,




Prof. H. Masdar Hilmy, S.Ag., MA., Ph.D.



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khoirul Anam
NIM : 02040720015
Fakultas/Jurusan : Magister Komunikasi Penyiaaran Islam
E-mail address : khoirulanamelzian@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul : Personal Branding Habib Jafar Dalam Sosial Media: Kajian Distinction Pierre Bourdieu.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Desember 2024
Penulis

(KHOIRUL ANAM)

Abstrak

Habib Husein Ja'far Al Hadar adalah salah satu pendakwah yang sering muncul diberbagai akun media digital, Habib Husein memiliki akun *YouTube* Jeda Nulis yang memiliki 597 ribu *subscriber*. Angka tersebut tidak begitu saja didapat dengan mudah. Butuh waktu untuk membangun nama atau merek diri untuk menarik minat pengguna media sosial. Maka dari itu, dibutuhkan *personal branding* bukan hanya sebagai proses memperkenalkan diri agar publik mengetahui visi misi yang ingin disampaikan tetapi juga dapat membangun citra yang positif terhadap nama atau merek tersebut. Hal ini menarik untuk diteliti sehingga perlu dipaparkan secara ilmiah bagaimana Habib Ja'far membangun Personal branding dan kontruksi yang dibangun lewat media social Youtube.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis analisis teks media atau menggunakan analisis simiotika. Dalam definisi Charles Sanders Peire melihat suatu teks terdiri dari beberapa tingkatan dari bagian-bagian yang saling mendukung yang disebut *triadic*. Ada tiga tingkatan menurut Charles Sanders Peire, yaitu ada sign sebagai tanda yang selalu terhubung dengan ketiga tanda lainnya, yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*.

Analisis yang dikupas melalui model *triadic* Peirce, Habib Ja'far dalam Proses Distinction personal branding terbentuk oleh lingkungan, Pendidikan dan perilakunya yang agamis kemudian di eksternalisasi dengan pola dakwah yang beliau sampaikan menunjukkan sebagai sosok pendakwah yang gaul, melek media, update, humanis, namun tidak lepas dengan tujuan utamanya untuk berdakwah. Semua ini tidak lain dipengaruhi oleh modal serta habitus yang dimiliki Habib Ja'far.

Kontruksi yang dibangun Habib Ja'far berasal dari habitus selama berkulat dalam lingkungan pendidikan filsafat yang menghasilkan modal berupa rasa humanis, peka terhadap kondisi sosial, memahami realitas sosial, melihat dunia yang dinamis dan fluktuatif serta terbukanya pemikiran dan jaringan atau relasi dimana semua itu dikemas dengan gaya dakwah yang sejuk damai, humanis, dan personal brandingnya yang melek media serta update terhadap sesuatu yang sedang *hype* pada kalangan anak muda, namun dengan tetap berisi sebuah pesan moral yang juga mudah dipahami.

Kata Kunci: Personal Branding, media dakwah, Youtube.

Abstract

Habib Husein Ja'far Al Hadar is one of the preachers who often appears in various digital media accounts. Habib Husein has a YouTube account, Pause Nulis, which has 597 thousand subscribers. This figure is not simply obtained easily. It takes time to build a name or self-brand to attract social media users. Therefore, personal branding is needed not only as a process of introducing oneself so that the public knows the vision and mission to be conveyed but also to build a positive image of the name or brand. This is interesting to study, so it needs to be scientifically explained how Habib Ja'far built personal branding and construction through the social media Youtube.

This study used a descriptive qualitative research method using simotic analysis. In Charles Sanders Peirce's definition, a text consists of several levels of mutually supporting parts which are called triadic. There are three levels according to Charles Sanders Peirce, namely there is a sign as a sign that is always connected with the other three signs, namely sign, object, and interpretant.

The analysis that is discussed through Peirce's triadic model, Habib Ja'far in the Distinction Process personal branding is formed by the environment, education and religious behavior then externalized with the da'wah pattern that he delivered shows as a preacher who is slang, media literate, updated, humanist, but can not be separated from the main purpose of preaching. All of this was influenced by Habib Ja'far's capital and habitus.

The constructions that Habib Ja'far built came from his habitus while working in a philosophy education environment which produced capital in the form of a humanist feeling, being sensitive to social conditions, understanding social reality, seeing a dynamic and fluctuating world and open thoughts and networks or relationships where all of that was packaged with His da'wah style is cool, peaceful, humanist, and his personal branding is media literate and updates on something that is currently hype among young people, but still contains a moral message that is also easy to understand.

Keywords: Personal Branding, da'wah media, Youtube.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PERBAIKAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
UCAPAN TERIMAKASIH	xiii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Definisi Konsep	7
G. Penelitian Terdahulu	11
H. Kajian Teori	12
I. Metode Penelitian	22
J. Sistematika Pembahasan	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
A. Personal Branding	27
B. Personal Branding dalam Islam	29
C. Citra Pendakwah	32
D. Pengertian Dakwah Digital	36

E. Media Digital Dakwah Menjadi Ruang Untuk Menyampaikan Pesan Agama	44
F. Youtube Sebagai Media Dakwah	48
BAB III GAMBARAN UMUM HABIB HUSEIN JA'FAR AL HADAR	50
A. Biografi Habib Husein Ja'far Al Hadar	50
1. Profil Husein Ja'far Al Hadar	50
2. Latar Belakang lingkungan kehidupan keluarga Habib Ja'far	51
3. Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Media Sosial	52
4. Komunitas dan Aktifitas Habib Husein Ja'far Al Hadar	54
B. Channel Youtube @Jeda Nulis Habib Husein Ja'far Al Hadar	61
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	76
A. Penyajian Data	77
B. Analisis Data	73
1. Habib Ja'far Membangun Personal Branding Melalui Media Sosial Youtube	73
2. Kontruksi Yang di Bangun Habib Ja'far Melalui Konten Dakwah di Media Sosial	77
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Ahmad, Amar. "Dinamika Komunikasi Islam Di Media Online." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 01 (2013).
- Al-Asqalani, Ahmad Ibnu Ali Ibnu Hajar. *Bulugh Al-Maram Min Jam'i Adillat Al-Ahkam*. Kairo: Dar Al-Hadits, 2003.
- Al-Bayanuni, M.A.A.F. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Pustaka Al-Kautsar, n.d.
- Al-Naisaburi, Abu al-Husain Muslim ibn al-Hajjaj ibn Muslim al-Qsyairi. *Shahih Muslim, Juz 2*. Dar al-Kutub Ilmiyyah, 1992.
- "Al-Quran Digital Android." Accessed April 18, 2023.
<https://quranforandroid.com>.
- Ali, A. Mukti. *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*. Jakarta: Rajawali Press, 1998.
- Ali, Abdullah. *Antropologi Dakwah*. Cirebon: STAIN Press, 2004.
- Alyusi, Shiefti Dyah. *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016.
- An-nabity, and Bahri F. *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i Pertama*. Jakarta: Sinar Grafika., 2008.
- Anshari, Anhar. *Kuliah Ilmu Dakwah Pendekatan Tafsir Tematik*. Yogyakarta: UAD Press, 2018.
- Arbi, Armawati. *Komunikasi Intra Pribadi (Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam Dan Komunikasi Lingkukngan)*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Amico, 1984.
- AS, Enjang, and Aliyuddin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widaya Padjajaran, 2009.

- Asep Muhyiddin. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Aziz, Moh Ali. "Ilmu Dakwah." *Buku*, 2009.
- Azizi, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Bangbang, and Nufian. *Strategi Branding (Teori Dan Perpektif Komunikasi Dalam Bisnis)*. Malang: UB Press, 2020.
- Basit, Abdul. "Dakwah Cerdas Di Era Modern." *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no. 01 (2013).
- Bruce R. Hopkins. *The Nonprofits Guide to Internet Communication Law*. United States America: Jhon Wiley dan Son Inc, 2003.
- Budiantoro, Wahyu. "Dakwah Di Era Digital." *Komunika* 11, no. 02 (2017).
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hasani. "Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran." *Jurnal Dakwah* 23, no. 01 (2019).
- Calesta. "Husein Ja'far Al-Hadar: Habib Kok Begini." <https://www.detik.com/hikmah/kha-zanah/d-6390090/husein-jafar-alhadar-habib-kok-begini>, 2022.
- Chris Gilleard. "Bourdieu's Forms of Capital and the Stratification of Later Life." *Journal of Aging Studies*, 2020.
- Deni Puji Utomo, Rachmat Adiwijaya. "Representasi Moderasi Beragama Dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Podcast Noice 'Berbeda Tapi Bersama.'" *Pusaka* 10, No. 1 (2022). <https://doi.org/https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.675>.
- Dillard, JM, and MC. Pfau. *Handbook of Persuasive Communication*. London: Sage Publication, 2002.
- Djalal, Abdul, and M Syamsul Huda. "Islam Moderat Dan Islam Radikal Dalam Perspektif Generasi Milenial Kota Surabaya." *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 04, no. 02 (2020).

- Echols, and Hassan. *Kamus Inggris Dan Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2007.
- Effendi, Faizah, and Muchsin. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT. LKiS Printing Cemerlang, 2001.
- Fadhlurrahman, Faiz Imam. “Strategi Personal Branding Habib Ja’far Dalam Kegiatan Dakwah Di Youtube (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Youtube Jeda Nulis).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Fahma, Alhimni. “Eksistensi Para ‘Gus’ Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital.” *Dakwatuna Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 06, no. 02 (2020).
- Faizah, and Muchsin Eefendi. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Hatta, M. “Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja (Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Hidayat, Nur. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Alauddin Press, 2013.
- Hidayati, Atin Nurul, and Ageng Widodo. “Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja’far Di YouTube Channel ‘Jeda Nulis.’” *Kalijaga Jurnal Communication* 03, no. 02 (2021).
- “<https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20190601/dakwah-digital-sang-habib-muda/>,” n.d.
- Ibrahim, and Akhmad. *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- Ishaq, Ropingi el. *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*. Malang: Madani, 2016.
- Jalaluddin rahmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya, 1998.

- Jalaluddin Rahmat. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1998.
- Kamphuis, Carlijn B. M., Tessa Jansen, Johan P. Mackenbach, and Frank J. van Lenthe. "Bourdieu's Cultural Capital in Relation to Food Choices: A Systematic Review of Cultural Capital Indicators and an Empirical Proof of Concept." Edited by C. Mary Schooling. *PLOS ONE* 10, no. 8 (August 2015): e0130695. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0130695>.
- Karnanta, Kukuh Yudha. "Paradigma Teori Arena Produksi Kultural Sastra: Kajian Terhadap Pemikiran Pierre Bourdieu." *Poetika* 1, no. 1 (July 2014). <https://doi.org/10.22146/poetika.v1i1.10420>.
- Kartanegara, Mulyadhi. *Menembus Batas Waktu, Panorama Filsafat Islam, Sebuah Refleksi Autobiografis*. Bandung: Mizan, 2005.
- Khumaedi, Teddy, and Siti Fatima. "Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial." *Jurnal Al-Mubin* 02, no. 02 (2019).
- Loretta, Dya. *Its Me : Super Brand Diri Untuk Jadi Beda*. Jakarta: PT Lintas Karya, 2015.
- Lubis, Akhyar Yusuf. *Postmodernism: Teori Dan Metode*. Depok: Rajagrafindo Persada, 2014.
- Mabrur, and Angga Marzuki. "Literasi Digital Sumber Paham Agama Pada Mahasiswa Penghafal Al-Quran Di PTIQ Jakarta." *Jurnal PENAMAS* 33, no. 01 (2020).
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Sosial Kosnep-Kosnep Kunci*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015.
- Moefad, Agoes Moh, Syaifuddin, and Iklima Sholichati. "Digitizing Religion: Millennial Generation Da'wah Pattens on Social Media." *Ilmu Dakwah: Akademica Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021).
- Montoya, Peter. *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence*,

Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah. USA: Peter Montoya Incorporated, 2002.

Mubarok, Ahmad. *Psikologi Dakwah Membangun Cara Berpikir Dan Merasa*. Malang: Madani Media, n.d.

Mulyono, and Santoso W. Ed. *Ilmu Sosial Dan Tantangan Di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016.

Munir, Muhammad, and Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.

Nanang. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012.

Nasrullah, Rully. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Ngarachu, Fiona Wairimu. "Applying Pierre Bourdieu's Concepts Of Habitus And Field To The Study Of Ethnicity In Kenya." *Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa* 5 (2014): 57–69.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4314/JOLTE.V5I1>.

Nuruddin. *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial*. Malang: Intrans Publishing, 2018.

Piliang, A. Y. *Semiotika Dan Hiperssemiotika*. Jakarta: Matahari, 2010.

Piliang, Yasraf Amir. "Masyarakat Informasi Dan Digital : Teknologi Informasi Dan Perubahan Sosial." *Jurnal Sosio Teknologi* 143, no. 56 (2012).

Raharjo, Novianto Puji, Bahru Rozi, Roisul Burhani, and Moch. Khafidz Fuad Raya. "Indeks Literasi Digital Muslim Milenial Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020): 370–408.
<https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.370-408>.

Raharjo, Parco Siswiyanto. *The Master Book of Personal Branding (Seni Membangun Merek Diri Dengan Tehnik Berbicara)*. Yogyakarta: Quadrat,

2019.

Ridho, M. Rasyid, Afif Rifai, and Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017.

RItonga, Muslimin. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)* 3, no. 1 (2019).

Rizal. "Era Digital Santri Perlu Perkuat Branding, [https://Uninus.Ac.Id/Era-Digital-Santri-Perlu-Perkuat-Branding/.](https://Uninus.Ac.Id/Era-Digital-Santri-Perlu-Perkuat-Branding/)," n.d.

Romdhoni, A. *Semiotik Metodologi Penelitian*. A. Aghna LR: Literatur Nusantara., 2016.

Rustandi, L. Rudy. "Disrupsi Nilai Keagamaan Dan Komodifikasi Agama Di Era Digital." *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 03, no. 01 (2020).

Sadullah. *Pengantar Filsafat Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Safrawali. "Belajar Agama Islam Di Era Digital: Fenomena Akses Informasi Keagamaan Melalui Media Sosial." *Jurnal Sosio Humaniora* 05, no. 01 (2021).

Sumardi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2016).

Syaifuddin, Agoes Moh Moefad, and Iklima Solichati. "Digitizing Religion: Milenial Generation Da'wah Patterns on Social Media." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021).

Syaifuddin, and Abdul Muhid. "Efektifitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Review." *Jurnal Alhadharah* 20, no. 01 (2021).

Tajiri, Hajir. *Etika Dan Estetika Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

- Tamimy, M. F. *Sharing-Mu Personal Branding-Mu*. Jakarta: Visimedia, 2017.
- Thaib, Erwin Jusuf. *Problematika Dakwah Di Media Sosial*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Ummah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial." *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 02, no. 01 (2020).
- Wardah, Nurul. "Personal Branding Habib Husein Ja'far Al Hadar Melalui Media Sosial Instagram." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Wijaya, H. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray., 2019.
- Zahara, Mila Nabila, Dadan Wildan, and Siti Komariah. "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial Di Era Digital." *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 1 (2020): 52–65. <https://doi.org/10.52483/ijsted.v2i1.21>.
- Zaprulkhan. "Signifikansi Dakwah Inklusif Nurcholish Madjid Bagi Masyarakat Indonesia." *Mawa'izh* 01, no. 07 (2016).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A