

**PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN
INSTAGRAM @alizainalmuhammad
TERHADAP PERSEPSI PEMAHAMAN FIKIH
KONTEMPORER *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh
Mualam Alan Alhadad
NIM 04020121054



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mualam Alan Alhadad

NIM : 04020121054

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @alizainalmuhammad Terhadap Persepsi Pemahaman Fikih Kontemporer *Followers* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 19 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Mualam Alan Alhadad

NIM 04020121054

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Mualam Alan Alhadad
NIM : 04020121054
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram
@alizainalmuhammad Terhadap Persepsi
Pemahaman Fikih Kontemporer *Followers*

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 6 Desember 2024
Menyetujui
Dosen Pembimbing



Moh. Khoirul Anam, M.Li.
NIP 198711102020121009

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @alizainalmuhammad
Terhadap Persepsi Pemahaman Fikih Kontemporer *Followers*

SKRIPSI

Disusun Oleh
Mualam Alan Alhadad
NIM 04020121054

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 19 Desember 2024

Tim Penguji


Penguji I


Moh Khoridi Anam, M.Li.
NIP 198711102020121009

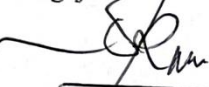
Penguji II


Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I.
NIP 196912192009011002

Penguji III


Dr. Sokhi Huda, M.Ag.
NIP 196701282003121001

Penguji IV


Lukman/Hakim, M.Si., MA.
NIP 197308212005011004

Surabaya, 19 Desember 2024

Dekan,


Dr. Moch. Cholil Arif, S.Ag., M. Fil.I.
NIP 19771071998031001





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 : MUALAM ALAN ALHADAD _____
NIM : 04020120154 _____
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam _____
E-mail address : mualamalanhadad@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 :

PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM @alizainalmuhammad TERHADAP PERSEPSI

PEMAHAMAN FIKIH KONTEMPORER FOLLOWERS

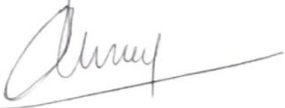
berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media 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, 7 Januari 2025

Penulis


(Mualam Alan Alhadad)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Muallam Alan Alhadad, NIM 04020121054, 2024, *Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @alizainalmuhammad terhadap Pemahaman Fikih Kontemporer Followers.*

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh konten dakwah akun Instagram @alizainalmuhammad terhadap pemahaman Persepsi Fikih Kontemporer *Followers*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komparatif. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 10% didapatkan responden sebanyak 100 *Followers* dari jumlah total *Followers* sebanyak 64.700. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner (angket), dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,00 yaitu $< 0,10$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari konten dakwah akun Instagram @alizainalmuhammad terhadap pemahaman Fikih Kontemporer *Followers*. Pada uji koefisien sebesar 0,708 atau sebesar 70,8% pemahaman Fikih Kontemporer *Followers* dipengaruhi oleh konten dakwah @alizainalmuhammad, sedangkan 29,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kajian konten dakwah Fikih Kontemporer diharapkan dapat melakukan penelitian dengan melibatkan audiens atau *mad'u* dari platform lain seperti Youtube atau TikTok untuk membandingkan efektivitas dakwah di berbagai media sosial.

Kata Kunci : Fikih Kontemporer, Instagram, Konten Dakwah

ABSTRACT

Mualam Alan Alhadad, NIM 04020121054, 2024, The Influence of the Da'wah Content of the Instagram Account @alizainalmuhammad on the Understanding of Contemporary Jurisprudence Followers.

The problem in this study is whether there is an effect of the preaching content of the Instagram account @alizainalmuhammad on the understanding of Contemporary Jurisprudence Followers. This study use a quantitative approach with a comparative causal research type. The sampling technique in this study using purposive sampling with the Slovin formula with a margin of error of 10% obtained a response of 100 Followers from a total of 64,700 Followers. Data collection techniques through questionnaires (questionnaires), and documentation. The data analysis technique in this study used a simple linear regression test. The results of the analysis of this study indicate a significance value of 0.00, which is <0.10 , which means that there is a significant influence of the da'wah content of the Instagram account @alizainalmuhammad on the understanding of Contemporary Fikih Followers. In the coefficient test of 0.708 or 70.8% of the understanding of Contemporary Jurisprudence Followers is influenced by the preaching content @alizainalmuhammad, while 29.2% is influenced by other factors. For future researchers who want to examine the study of Contemporary Jurisprudence da'wah content, it is hoped that they can conduct research involving audiences or mad'u from other platforms such as Youtube or TikTok to compare the effectiveness of da'wah in various social media.

Keywords: Contemporary Jurisprudence, Instagram, Da'wah Content

ABSTRAK

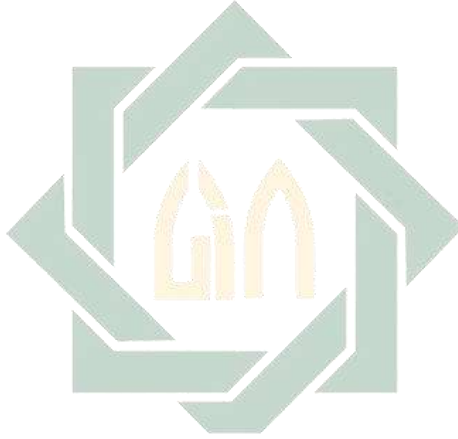
معلم أُن الحداد ٢٠٢٤، ٠٤٠٢٠١٢١٠٥٤، NIM، تأثير المحتوى الدعوى الحساب الانستغرام @alizainalmuhammad على فهم المتابعين للفقهِ المعاصر
الإشكالية في هذه الدراسة هي ما إذا كان هناك تأثير للمحتوى الدعوي على فهم متابعي الفقه @alizainalmuhammad لحساب الانستغرام المعاصر.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي بنوع البحث السبي المقارن. واستخدام أسلوب أخذ العينات في هذه الدراسة أسلوب أخذ العينات الانتقائية باستخدام معادلة سلوفين بهامش خطأ ١٠% تم الحصول على ١٠٠ متابع من إجمالي عدد المتابعين البالغ ٦٤.٧٠٠. متابع تقنيات جمع البيانات من خلال الاستبيانات الاستبيانات والتوثيق واستخدمت

تقنية تحليل البيانات في هذه الدراسة اختبار الانحدار الخطي البسيط. تشير نتائج تحليل هذه الدراسة إلى أن قيمة الدلالة ٠.٠٠٠٠ وهي > ١٠.٠٠، مما يعني أن هناك تأثيراً معنوياً للمحتوى الدعوي لحساب الانستغرام

على فهم متابعي فقه المعاصرين في اختبار @alizainalmuhammad المعامل ٠،٧٠٨، أو ما نسبته ٧٠،٨% من فهم المتابعين للفقهِ المعاصر يتأثر بينما يتأثر ٢٩،٢% @alizainalmuhammad بالمحتوى الدعوي لحساب بعوامل أخرى.

أما بالنسبة للباحثين المستقبليين الذين يرغبون في دراسة المحتوى الدعوي
الفقهي المعاصر، فمن المأمول أن يتمكنوا من إجراء بحوثهم من خلال إشراك
الجمهور أو المدونين من منصات أخرى مثل يوتيوب أو تيك توك لمقارنة
فعالية الدعوة في وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة
الكلمات المفتاحية : إنستغرام, المحتوى الدعوي, فقه معاص



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TRANSLITERASI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat teoretis.....	8
2. Manfaat praktis	8
E. Definisi Operasional	8
F. Hipotesis Penelitian.....	11
G. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Kajian Persepektif Dakwah Islam.....	17
C. Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Objek Penelitian.....	41
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	42
D. Variabel dan Indikator Variabel.....	45

E.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
F.	Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	47
G.	Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN...		51
A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
B.	Penyajian data	52
C.	Pengujian Hipotesis.....	70
D.	Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	78
1.	Perspektif Teori.....	78
2.	Perspektif Islam.....	79
BAB V PENUTUP.....		89
A.	Simpulan	89
B.	Rekomendasi.....	89
C.	Keterbatasan Penelitian.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2 Tabel Validitas Variabel X dan Y.....	50
Tabel 3. 3 Tabel Reliabilitas Variabel X.....	51
Tabel 3. 4 Tabel Reliabilitas Variabel Y.....	52
Tabel 4. 1 Konten dakwah di <i>highlight</i> /sorotan akun Instagram @alizainalmuhammad disajikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh <i>Followers</i>	55
Tabel 4. 2 Akun ini memberikan kesempatan kepada Followers untuk bertanya dan berdiskusi melalui fitur komentar (dm), dan Q&A.....	55
Tabel 4. 3 Beberapa konten dakwah yang disajikan tidak mencantumkan sumber atau referensi yang mendetail.	56
Tabel 4. 4 Pemilik akun Instagram @alizainalmuhammad sering memberikan respon terhadap pertanyaan Followers.....	57
Tabel 4. 5 Terdapat risiko bahwa jawaban yang diberikan oleh akun @alizainalmuhammad di media sosial bisa disalahpahami oleh Followers.....	57
Tabel 4. 6 Frekuensi tinggi dalam mengakses konten Instagram @alizainalmuhammad memungkinkan Followers terus-menerus terpapar pada materi.....	58
Tabel 4. 7 <i>Followers</i> yang sering mengunjungi dan berinteraksi dengan konten dakwah @alizainalmuhammad membangun kebiasaan rutin dalam belajar hukum fikih kontemporer.....	58
Tabel 4. 8 <i>Followers</i> yang hanya mengakses satu akun konten dakwah dapat membuat tidak mempertimbangkan sumber informasi lainnya.....	59
Tabel 4. 9 Followers yang mampu menginterpretasi/memahami konten dakwah fikih kontemporer dengan baik dapat memahami makna tersirat dalam konteks kehidupan sehari-hari.	60
Tabel 4. 10 Followers yang bisa menjelaskan kembali konten dakwah menunjukkan pemahaman yang baik.	60

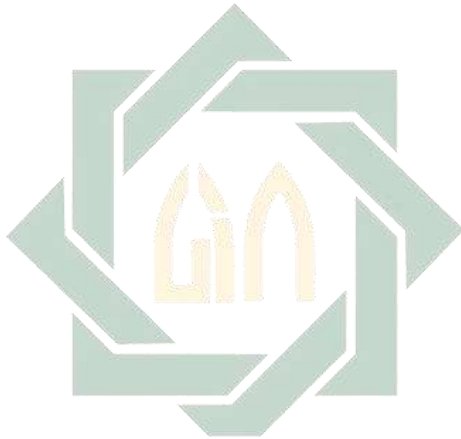
Tabel 4. 11 Konten dakwah fikih kontemporer yang disajikan kurang lengkap atau singkat dapat menyebabkan kesalahpahaman pada Followers.....	61
Tabel 4. 12 Dengan memberikan contoh-contoh yang relevan, Followers dapat membantu orang lain memahami konsep fikih.	61
Tabel 4. 13 Kemampuan memberikan contoh nyata membantu Followers dalam menjelaskan isu-isu fikih kontemporer yang rumit.	62
Tabel 4. 14 Followers mungkin kesulitan memberikan contoh dalam situasi yang lebih kompleks.	63
Tabel 4. 15 Kemampuan Followers mengklasifikasikan mengelompokkan informasi membantu mereka mengorganisir pengetahuan fikih kontemporer secara sistematis.....	63
Tabel 4. 16 Followers dapat mengklasifikasikan/mengelompokkan informasi dari konten dakwah untuk mengidentifikasi perbedaan dan persamaan topik fikih.	64
Tabel 4. 17 Followers yang kurang memahami konten dakwah yang dilihat, mungkin mengklasifikasikan/mengelompokkan informasi dengan tidak tepat.	64
Tabel 4. 18 Followers dapat menyimpulkan ide-ide utama dari konten dakwah yang disajikan oleh akun @alizainalmuhammad.	65
Tabel 4. 19 Konten akun @alizainalmuhammad mungkin tidak cukup mendalam untuk memahami fikih kontemporer secara komprehensif.....	66
Tabel 4. 20 Konten Instagram @alizainalmuhammad menyajikan berbagai perspektif tentang fikih kontemporer. ..	67
Tabel 4. 21 Dengan kemampuan untuk membandingkan perspektif, Followers dapat berpikir kritis dan analitis.....	67

Tabel 4. 22 Konten yang disajikan akun @alizainalmuhammad mungkin tidak cukup mendalam dalam menjelaskan perbedaan perspektif, sehingga mengurangi pemahaman Followers.....	68
Tabel 4. 23 Followers yang mampu memberikan penjelasan logis dan sistematis tentang fenomena fikih menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap konten dakwah @alizainalmuhammad.....	68
Tabel 4. 24 Kemampuan memberikan penjelasan logis memungkinkan Followers menerapkan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari.....	69
Tabel 4. 25 Jika Followers terlalu bergantung pada satu sumber konten dakwah tanpa verifikasi, penjelasan mereka mungkin tidak objektif atau akurat.....	69
Tabel 4. 26 One-Sample Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel 4. 27 Uji Linearitas	73
Tabel 4. 28 Uji Regresi Linier Sederhana.....	75
Tabel 4. 29 Persamaan Regresi	75
Tabel 4. 30 Persamaan Model Summary Koefisien Determinasi	77
Tabel 4. 31 Interpretasi Nilai R.....	77

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Outlier	71
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas	74



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Admin STAIKU. “Mengapa Validitas Dan Reliabilitas Penting Dalam Penelitian?” *STAIKU*, 2024.
<https://staiku.ac.id/blog/mengapa-validitas-dan-reliabilitas-penting-dalam-penelitian/>.
- Akmalia, Rizki, Ummu Zainab Napitupulu, May Hasanah, Sri Widya Ningsih, Amanda Syah Fitri, and Sabila Husna Lubis. “Analisis Strategi Manajemen Dalam Pengembangan Konten Dakwah Pada Platform Digital Tiktok” 06, no. 3 (2024).
<https://journalpedia.com/1/index.php/jpkp/issue/view/1288>.
- Aliyudin. “Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 15 (2010).
- Al-Jubouri A. R. M. “Fatwa Dan Keputusan Berubah Seiring Perubahan Waktu, Tempat, Dan Keadaan: Penerapan Yurisprudensi Kontemporer.” *Jurnal Sekolah Tinggi Pengetahuan Universitas* 29, no. 1 (2019): 117–144.
- Anderson, L. W. and Krathwohl, D. R. A. *Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom’s Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Longman, 2001.
https://books.google.co.id/books/about/A_Taxonomy_for_Learning_Teaching_and_Ass.html?hl=id&id=EMQ1AQAAIAAJ&redir_esc=y.
- Asmuni Syukir. *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1993.

- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
<https://books.google.co.id/books?id=zcq2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=zcq2DwAAQBAJ&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiv2O7RoP3nAhXEZCsKHVMDh0Q6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Efendy Muhtar. *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2002.
- Effendy. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993.
- Erwan Effendi, Paradia Kristanti Dewi, Frisca Nabila, and Natasya. "Teori Peluru Ajaib." *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 5, no. 2 (2023).
- Fahri, Mohamad, and Ahmad Zainuri. "Moderasi Beragama di Indonesia." *Intizar* 25, no. 2 (2019).
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/intizar>.
- Fariha, Hariroh Nur. "Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Instagram @Sheilahasina Terhadap Pemahaman Fiqih Wanita Followers" (n.d.).
<https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21623>.
- Farihah, Irzum. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013).
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>.

- Fathul Wahid. *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gaya Media, 2004.
- Ferlitasari, Reni. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (studi pada rohis di SMA 1 Perintis Bandar Lampung)” (n.d.). <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/4221>.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/pengantar-ilmu-komunikasi/>.
- Hamzah Yakub. *Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership*. Bandung: CV.Diponegoro, 1981.
- Herman Darmawan, Umi Kalsum, Hilmi Mizani, and Dina Hermina. “Konsep Penelitian Casual-Comparative (Ex Post Facto Research).” *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 2, no. 6 (2023). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/article/view/886>.
- Hidayati, Putri. “Pengaruh Konten Dakwah Akun @Berkahijrah_ Di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers” (n.d.).
- Hudders, Liselot, Chen Lou, and Marloes De Brabandere. “Understanding the Impact of Influencers’ Responses to Negative Follower Comments on the Persuasiveness of

Sponsored Instagram Posts.” *International Journal of Advertising* 41, no. 1 (January 2, 2022): 178–204.

Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

Indratmo, Michael Zhao, and Karen Buro. “Comparisons Between Text-Only and Multimedia Tweets on User Engagement.” In *2020 IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics (SMC)*, 3825–3831. Toronto, ON, Canada: IEEE, 2020. Accessed September 4, 2024.
<https://ieeexplore.ieee.org/document/9283438/>.

Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.

Jalaludin Rahmat. *Islam Alternatif: Ceramah-Ceramah Di Kampus*. Bandung: Mizan, 1998.

Jamaludin Kafie. *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Percetakan Ofset Indah, 1993.
https://catalog.uinsa.ac.id/index.php?p=show_detail&id=20431.

Kasiram, Moh. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN-Maliki Press, 2010.

Latifah, Elok. “Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap Sikap Keagamaan Siswa Di SMAN 17 Surabaya” (n.d.). <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/23124>.

- M. Jakfar Futeh, Saefullah. *Dakwah Tekstual Dan Kontekstual: Peran Dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*. Yogyakarta: AK Group Yogyakarta, 2006.
- M. Munir, Wahyu Ilaihi. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, n.d.
- Maarif Bambang Saiful. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Martono, Nanang. *Statistik Sosial (Teori Dan Aplikasi Program SPSS)*. Yogyakarta: Gaya Media, 2010.
- Misbahuddin, Meilani, Shuhufi,. “Fikih Kontemporer : Analisis Faktor-Faktor Yang Mendasari Dan Strategi Penyelesaiannya” (n.d.).
<https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/5381>.
- Muhammad Alwi Al-Maliki. *Syariat Islam Pengamalan Teks Dan Realitas*. Yogyakarta: Elqis Press, 2003.
- Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Mulyadi, Mohammed. “Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (2022).
https://www.researchgate.net/publication/326162736_PENELITIAN_KUANTITATIF_DAN_KUALITATIF_

SERTA_PEMIKIRAN_DASAR_MENGGABUNGKAN
ANNYA.

- Munandra, Hanifa. “Pengaruh Konten Dakwah Di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Iain Ponorogo” (n.d.). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/23080>.
- Muriah, Siti. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.
- Murti, Anjani Naka. “Pengaruh Dakwah Pada Akun Instagram @berani.Hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja. Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatulloh” (n.d.). <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54028>.
- Nurfiah Atianingsih. “Pengaruh Terpaan Iklan Produk Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Di Universitas Semarang (USM) Pagi Angkatan 2014.” *Universitas Semarang* (2018).
- Nurudin. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Onong Uchayana Effendy. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju, 1989. https://books.google.co.id/books/about/Kamus_Komunikasi.html?hl=id&id=teQ5AAAAMAAJ&redir_esc=y.
- Putri, Elsa Carinta. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram

@Nunuzoo)” (n.d.).

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41415>.

Rahmah, Helmi Aulia. “Pengaruh Kualitas Konten Dakwah Terhadap Kepuasan Informasi Followers Instagram (Studi Tentang Konten Dakwah @hijrahtime)” (n.d.). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74743>.

Ridha, Nikmatur. “Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian.” *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017). <https://e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/18>.

Rina Yustika Muliani. “Proses Produksi Siaran Berita Peduli News Tv Peduli Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Parepare.” *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare* (2021).

Rini Setiawati. *Ilmu Dakwah*. Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung: PUSIKAMLA, 2009.

Sakdiyah, Ida Halimatus. “Application of Usul Fiqh Rules to the Phenomenon of Online Marriage Contracts.” *Journal of Modern Islamic Studies and Civilization* 1, no. 01 (January 31, 2023): 40–49.

Sholikha, Elly Amalia. “Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei pada followers akun Instagram @batuflowergarden.cobanrais).” *Universitas Brawijaya* (2019). <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172226/>.

- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Slamet, Rokhmad, and Sri Wahyuningsih. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja.” *Aliansi : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (December 29, 2022). Accessed December 11, 2024. <https://www.journal.stimaimmi.ac.id/index.php/aliansi/article/view/428>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Supriyadi, Edy. *SPSS + Amos Perangkat Lunak Statistik*. Bogor: IN Media, 2014.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jurnal Common* 5, no. 2 (February 11, 2022): 118–133.
- Tata Sukayat. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Teguh Meinanda. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Armico, 1989.
- Tranggono, Didiek, Ajeng Nidita Putri, and Juwito Juwito. “Pengaruh Terpaan Iklan Nacific Di Instagram

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun @nacificofficial.Id.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (September 25, 2020): 141–155.

Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Wicaksono, Andri. “Penelitian Kausal Komparatif (Ex Post Facto)” (n.d.).
<http://andriew.blogspot.co.id/2015/05/penelitian-kausal-komparatif-ex-post.html>.

Wicaksono, M Arif. “Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers” 4, no. 2 (2017).

Widana, I. Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. “Uji Persyaratan Analisis” (2020).
<https://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1413/1/BUKU%20UJI%20PERSYARATAN%20ANALISIS.pdf>.

Wulandari, Kukuh Wahyu. “Pengaruh Akun Instagram Muslim Designer Community Terhadap Minat Dakwah Masyarakat” (n.d.).
<http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/31352>.

Yolla Mulia Ilhawa May Sudarita and Danang Tandyonomanu. “Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey Followers Aktif Akun @Jelitacosmetic).” *The Commercium* 3, no. 1 (n.d.).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/34876>.

“Fungsi Media Dakwah,” Desember 2024.

<http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm>.

“Quran Kemenag,” n.d. Accessed November 27, 2024.

<https://quran.kemenag.go.id/>.

“Sunnah.Com,” n.d. Accessed November 27, 2024.

<https://sunnah.com/>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A