

**ANALISIS DAKWAH USTADZ HANNAN ATTAKI DALAM MEMBIMBING  
GENERASI Z MELALUI POSTINGAN INSTAGRAM PADA AKUN PEMUDA  
HIJRAH**

**Darmawati<sup>1</sup>, Muhammad Amaludin<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarim Kasim Riau**

[darmawati@uin-suska.ac.id@gmail.com](mailto:darmawati@uin-suska.ac.id@gmail.com)<sup>1</sup>, [amalu2584@gmail.com](mailto:amalu2584@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstrak**

Instagram telah menjadi platform populer di Indonesia, termasuk di kalangan generasi muda, dan digunakan secara luas sebagai media dakwah. Salah satu akun yang berhasil memanfaatkan Instagram sebagai alat dakwah adalah @pemuda\_hijrah, yang dipelopori oleh Ustadz Hanan Attaki. Akun ini menawarkan pesan dakwah berupa motivasi dan pembinaan diri melalui konten yang disesuaikan dengan bahasa dan visual yang menarik bagi generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dakwah dan pesan yang disampaikan melalui postingan Instagram @pemuda\_hijrah serta pengaruhnya terhadap perubahan perilaku pemuda. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif eksplanatif dengan wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan, yang melibatkan mahasiswa UIN Suska Riau sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video dakwah yang disajikan efektif dalam meningkatkan pemahaman agama dan memotivasi perubahan perilaku hijrah di kalangan generasi muda. Perubahan tersebut meliputi peningkatan kesadaran beragama dan upaya mendekatkan diri kepada Allah, meskipun hasilnya bervariasi antar individu. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pemilihan media yang tepat serta pendekatan yang kreatif dalam dakwah digital. Penelitian ini juga menyarankan agar pendakwah lebih memaksimalkan media sosial sesuai dengan karakteristik audiens mereka untuk mencapai dampak yang lebih besar.

**Kata Kunci:** Instagram, Media Sosial, Dakwah, Generasi Z.

**Abstract**

*younger generation, and is widely used for da'wah purposes. One of the accounts that successfully utilizes Instagram as a tool for da'wah is @pemuda\_hijrah, pioneered by Ustadz*

*Hanan Attaki. This account delivers da'wah messages in the form of motivation and personal development, using language and visuals tailored to appeal to Generation Z. This study aims to analyze the da'wah and messages conveyed through the Instagram posts of @pemuda\_hijrah and their impact on youth behavior. The research employs a qualitative explanatory approach, using in-depth interviews and non-participant observation, involving students from UIN Suska Riau as informants. The findings show that the da'wah videos are effective in enhancing religious understanding and motivating behavior change towards hijrah among young people. These changes include increased religious awareness and efforts to draw closer to Allah, though the results vary among individuals. This study highlights the importance of selecting the right media and adopting a creative approach in digital da'wah. The study also recommends that preachers maximize social media use according to the characteristics of their target audience to achieve greater impact.*

**Keywords:** Instagram, Media Sosial, Dakwah, Generasi Z.

## PENDAHULUAN

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang sangat populer di Indonesia, menduduki posisi keempat dalam jumlah pengguna aktif terbanyak setelah YouTube, Facebook, dan WhatsApp (Statista, 2018). Kehadiran Instagram, yang fokus pada berbagi foto dan video pendek, dimanfaatkan oleh berbagai pihak, termasuk para pendakwah (Suhatro, 2017). Para pendakwah sering menggunakan Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah melalui unggahan di feed maupun video reels, dengan penyajian yang kreatif agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik, terutama oleh generasi milenial.

Salah satu akun Instagram yang menjadi pelopor dakwah di media sosial dan populer di kalangan pemuda, khususnya Gen-Z, adalah @pemudahijrah. Akun ini diprakarsai oleh Ustadz Hannan Attaki dengan tagline "Berbagi motivasi dan inspirasi dari al-Qur'an". Akun tersebut sering menampilkan aktivitas pemuda dan kajian keislaman yang berfokus pada motivasi untuk pengembangan diri dan perbaikan kehidupan. Video dan postingan yang dibagikan di akun ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh remaja, sehingga mereka tertarik, menerima, dan dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui konten tersebut.

Akun Instagram Pemuda Hijrah memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari

akun dakwah lainnya, dengan konsisten mengunggah antara 1 hingga 7 postingan setiap minggu. Konten yang dibagikan disusun dengan cara yang menarik dan kreatif, memanfaatkan kemampuan para pemuda dalam berkreasi di media sosial. Meskipun tampil segar dan bervariasi, akun ini tetap menjaga prinsip dan nilai-nilai Islam dalam setiap unggahannya.

Akun Instagram Pemuda Hijrah sangat populer di kalangan pengguna Instagram. Berdasarkan pengamatan pada 20 November 2024, rata-rata lima unggahan terbaru di akun ini memperoleh sekitar 20.000 views per postingan. Popularitas akun ini juga tercermin dari jumlah pengikutnya yang mencapai 202.000 followers. Jumlah followers akun Pemuda Hijrah ini lebih banyak dibandingkan dengan akun dakwah lainnya yang juga membagikan konten seputar Hijrah, baik dalam bentuk video maupun postingan

Fenomena dakwah melalui Instagram menimbulkan pertanyaan terkait pesan dan dakwah yang disampaikan, khususnya oleh akun-akun dakwah seperti Pemuda Hijrah. Menurut detikInet, berbagai komunitas hijrah di Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan dakwah (Haryanto, 2017). Namun, yang perlu dipertanyakan adalah apakah dakwah yang disebarakan melalui Instagram benar-benar sesuai dengan audiens utamanya, yaitu para pemuda, serta apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh mereka dan memberikan dampak positif, atau justru sebaliknya.

Dalam perspektif Kajian Komunikasi, dakwah dapat dipandang sebagai bentuk komunikasi persuasif yang efektif jika mampu memberikan dampak pada audiensnya. Dampak tersebut mencakup aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik (Rakhmat, 2007). Tujuan utama dakwah adalah untuk membentuk dan mengubah sikap yang sesuai dengan ajaran Islam (Suhatro, 2017). Oleh karena itu, diperlukan penelitian ilmiah untuk menilai sejauh mana efektivitas pesan yang disampaikan melalui unggahan di akun Instagram Pemuda Hijrah.

Penelitian ini lebih berfokus pada Postingan dakwah yang dimuat dalam akun instagram @pemuda hijrah. Postingan dakwah pada akun tersebut memiliki segmentasi kepada generasi muda melalui forum diskusi bersama tokoh agama atau quotes yang diambil dari penjelasan agama. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diatas menjadi hal yang melatar belakangi penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " Analisis Dakwah dan Pesan ustadz Hannan attaki Dalam Membina Generasi Z Melalui Postingan dalam Akun @pemuda hijrah".

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai penggunaan Instagram sebagai media

dakwah (Husna 2021) Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram, e-journal ath-thariq. (Avifah 2017) EFEKTIVITAS DAKWAH ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM (Wiyono and Muhid 2020) Self-Disclosure melalui media instagram:Dakwah bi al-Nafsi melalui keterbukaan diri remaja. (DESI ANGGRAINI: 2019) EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH (Ganjar Eka Subakti: 2021) MODERNISASI DAKWAH VIA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. (Indah Siti Nurazizah and Nia Kurniati Syam 2022) Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021. (Elysia Yuli Astuti, Lola Fitriah Rahmatunisa, and Indrika Sari 2021) Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah diKalangan Masyarakat. (Putri et al. 2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP INFORMASI PENYEBARAN DAKWAH KEPADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. (Lutfi Fatmasari: 2021) STRATEGI DAKWAH MULTIMEDIA NAHDLATUL ULAMA MELALUI INSTAGRAM @NUONLINE\_ID. (Muhammad Rosit: 2023) INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH KOMUNITAS TASAWUF UNDERGROUND. (Husnayaeni and Tunggal 2023) Analisis Konten Visual Post Instagram @Lensamu dalam DakwahIslam Tengahan (Wasathiyah). (Ummah 2019) Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @sahabat\_islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan. (Aisyah et al. n.d.) Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa. (Ahmad, R. & Sari, N: 2023) Dakwah melalui Instagram: Strategi dan Efektivitas dalam Meningkatkan Kesadaran Agama di Kalangan Generasi Muda. (Budi, S. & Lestari, A: 2022) Pengaruh Konten Dakwah Instagram terhadap Minat Generasi Z dalam Mempelajari Agama. (Citra, R.: 2023) Instagram sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Penggunaan Hashtag dalam Penyebaran Konten Religius.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan. Wawancara mendalam adalah metode untuk memperoleh informasi secara langsung dengan berinteraksi tatap muka dengan informan, bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap dan mendalam (Arikunto, 2008). Wawancara ini menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun, namun memungkinkan adanya pertanyaan spontan yang relevan dengan topik untuk menggali

informasi lebih lanjut dari informan. Sedangkan observasi nonpartisipan adalah jenis observasi di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kehidupan informan, melainkan hanya berperan sebagai pengamat yang independen (Sugiyono, 2011). Penelitian ini mengamati aktivitas informan serta akun Instagram milik mereka.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik nonprobabilitas menggunakan purposive sampling, yaitu memilih individu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2008). Kriteria yang digunakan untuk memilih informan adalah mahasiswa UIN Suska Riau yang telah mengikuti akun Instagram Pemuda Hijrah minimal satu tahun, mengakses akun tersebut setiap hari, dan menonton video dari akun tersebut setidaknya tiga kali dalam seminggu. Berdasarkan kriteria ini, beberapa mahasiswa UIN Suska memenuhi syarat untuk menjadi informan.

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Emzir, 2012). Untuk memverifikasi keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi keandalan data dengan membandingkan hasil wawancara dengan sumber data lainnya (Moleong, 2007). Dalam penelitian ini, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data, di mana peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari informan dengan hasil observasi terhadap perilaku informan dan aktivitas mereka di akun Instagram.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Intensitas Melihat Postingan feed dan Reels di Akun Instagram Pemuda Hijrah**

Informan menyatakan bahwa mereka sering menonton video dari akun Instagram Pemuda Hijrah, dengan frekuensi sekitar tiga hingga lima kali sehari. Selain itu, mereka juga menonton video tersebut sekitar sepuluh kali atau lebih dalam seminggu. Aktivitas menonton video ini biasanya dilakukan saat mereka mengakses Instagram, yang biasanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, seperti ketika memiliki waktu luang atau tidak ada kewajiban lain yang harus dilakukan. Salah satu waktu yang sering dimanfaatkan adalah menjelang tidur, ketika mereka merasa lebih santai dan bebas dari kewajiban. Durasi menonton video dalam satu kali akses berkisar antara lima hingga sepuluh menit, tergantung pada video yang ditonton. Beberapa informan lainnya mengungkapkan bahwa mereka menghabiskan waktu lebih lama, antara lima

hingga tiga puluh menit per sesi menonton. Bahkan, ada satu informan yang mengaku menghabiskan waktu hingga satu jam dalam sekali menonton video dari akun Instagram Pemuda Hijrah, yang menunjukkan bahwa video tersebut cukup menarik dan memberikan pengalaman yang memadai untuk membuatnya terus terlibat dengan konten yang disajikan.

## **Alasan Menonton Video di Akun Instagram Pemuda Hijrah**

Terdapat beberapa alasan mengapa informan lebih tertarik untuk menonton video dari akun Instagram Pemuda Hijrah dibandingkan dengan video dakwah dari akun Instagram lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan lima alasan utama yang mendorong informan memilih video dari akun tersebut. Alasan pertama adalah karena penyampaian materi dalam video yang berfokus pada motivasi dan nasihat kehidupan, yang dirasa sangat menyentuh dan bisa memberikan kesadaran lebih kepada informan. Kedua, video-video yang ada di akun Instagram Pemuda Hijrah, khususnya yang disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki, menggunakan bahasa yang lebih kekinian dan mudah dipahami, sehingga lebih mudah dicerna oleh informan. Alasan ketiga adalah gaya penyampaian materi Ustaz Hanan Attaki yang terasa sangat dekat dengan penonton, seolah-olah dia juga turut terlibat dalam proses pemahaman, seperti berada dalam posisi yang sama dengan audiens. Keempat, karakteristik video dari akun Pemuda Hijrah yang sangat menarik secara visual, dengan penggunaan media seperti teks, animasi, suara, lagu, dan pemandangan yang indah, memberikan daya tarik tersendiri bagi informan untuk terus menonton. Terakhir, alasan kelima adalah adanya tampilan video yang menunjukkan realisasi dari pergerakan anak muda, yang menggambarkan berbagai aktivitas anak muda yang tengah menjalani proses hijrah. Hal ini memberi motivasi dan semangat kepada informan untuk mengikuti jejak mereka dalam berhijrah.

## **Tahapan Pembelajaran Sosial**

Berdasarkan teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura, proses pembelajaran melibatkan empat tahap, yaitu perhatian, retensi (memori), reproduksi motorik (gerakan), dan motivasi. Dalam konteks ini, informan belajar melalui pengamatan (observational learning) terhadap video yang ada di akun Instagram Pemuda Hijrah.

### **Atensi (Perhatian)**

Pada tahap awal, informan mulai melakukan pengamatan terhadap postingan feed dan

video reels yang ada di akun Instagram Pemuda Hijrah. Proses ini dimulai ketika informan mulai memberikan perhatian lebih pada materi dakwah yang disampaikan dalam Postingan pada akun tersebut. Informan menonton video dengan fokus penuh, memastikan untuk memperhatikan setiap isi materi yang disampaikan dalam video akun Instagram Pemuda Hijrah. Mereka berusaha untuk memahami dan mempelajari konten yang ada tanpa melakukan kegiatan lain yang dapat mengalihkan perhatian dari postingan tersebut.

"Kalau ada yang nonton video sambil mengerjakan hal lain, saya sih enggak begitu. Kalau saya nonton, ya saya benar-benar fokus nonton. Saya nggak sambil melakukan kegiatan lain, nggak multitasking. Saya memang fokus untuk menyimak ceramahnya."(Naili,pekanbaru,20 November 2024).

Kesimpulan di atas menunjukkan bahwa terdapat tingkat atensi yang tinggi. Atensi merupakan salah satu fungsi kognitif yang sangat penting. Tanpa atensi, proses mempelajari hal-hal baru yang signifikan akan menjadi sulit (Sriyanti, 2013).

### **Retensi (Mengingat)**

Setelah informan memberikan perhatian pada materi yang disampaikan dalam video di akun Instagram Pemuda Hijrah, mereka kemudian mencatat informasi tersebut dalam ingatan dan mengingatnya dengan baik. Informan menyimpan pesan-pesan yang terdapat dalam video tersebut dalam memori mereka.

"Salah satu video yang saya tonton membahas tentang keajaiban istighfar. Dalam video itu dijelaskan bahwa apapun dosa yang kita lakukan, Allah akan selalu mengampuni kita, jadi kita disarankan untuk terus memperbanyak istighfar. Saya merasa dosa saya sangat banyak, terutama saat saya menghadapi ujian. Terkadang, sebelum ujian, saya beristighfar dan memohon pertolongan Allah agar diberi kemudahan dalam menjawab soal-soal ujian. Walaupun saya merasa dosa saya masih banyak, saya yakin dengan istighfar, Allah akan membantu kita."(Amaliyah,pekanbaru,20 November 2024).

Dalam konteks ini, informan berada pada tahap retensi (Friedman & Schustack, 2006), di mana mereka menyimpan model perilaku yang telah diamati dalam ingatan, sehingga dapat menirunya di masa yang akan datang.

### **Retensi (mengingat)**

Setelah informan memberikan perhatian pada video dari akun Instagram Pemuda Hijrah,

mengingat pesan-pesan yang ada di dalamnya, dan menyimpannya dalam ingatan, mereka kemudian menunjukkan perubahan perilaku fisik. Dalam konteks penelitian ini, perubahan perilaku fisik tersebut berkaitan dengan perubahan dalam aspek keagamaan atau perilaku hijrah. Informan memberikan berbagai jawaban yang berbeda mengenai perubahan perilaku hijrah mereka setelah menonton video dari akun Pemuda Hijrah. Pemahaman agama yang lebih dalam setelah menonton video tersebut mendorong mereka untuk mengamalkan ajaran agama sesuai dengan tuntutan syariat, sebagai manifestasi dari keimanan mereka kepada Allah, seperti yang dijelaskan oleh salah seorang informan berikut ini.

"Banyak video yang saya tonton mengenai pentingnya membantu orang lain. Intinya, jika kita memprioritaskan orang lain, Allah juga akan memprioritaskan kita. Dulu, saya sangat mementingkan diri sendiri, merasa harus memastikan segala sesuatu untuk diri saya terlebih dahulu sebelum membantu orang lain. Meskipun masih ada sedikit sifat egois, namun perlahan-lahan saya mulai mengurangi hal itu. Sebelumnya, saya sering bertindak tanpa berpikir, seperti berbicara sembarangan dengan teman atau mudah marah. Setelah menonton video tersebut, saya merasa lebih banyak mendapatkan pelajaran, bahwa marah itu tidak ada gunanya. Sekarang, jika berbicara, saya lebih berhati-hati. Untuk soal penampilan, saya sudah mulai berubah, meskipun belum sepenuhnya. Dulu, saya hanya mengenakan jilbab tipis, namun sekarang saya mulai memakai ciput dan jilbab yang lebih panjang, yang menutupi dada. Setelah menonton video tersebut, saya mulai lebih banyak beristighfar, melaksanakan salat dhuha, dan berpuasa sunnah. Meskipun belum rutin, saya mencoba untuk melakukannya beberapa kali. Rasanya sudah jauh lebih baik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Dalam berinteraksi dengan lawan jenis, khususnya dengan teman-teman, dulu saya tidak merasa masalah jika duduk dekat atau salaman. Namun sekarang, saya lebih menjaga jarak, meski masih dalam satu forum, tapi tidak seperti dulu." (lia, pekanbaru, 20 November 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, informan menunjukkan adanya perubahan perilaku yang lebih positif dalam hal agama atau hijrah setelah menonton video dari akun Instagram Pemuda Hijrah, jika dibandingkan dengan perilaku mereka sebelum menonton video tersebut. Dalam penelitian ini, perilaku hijrah diartikan sebagai upaya untuk mendekatkan diri kepada Allah dan menjauhi larangan-Nya (Aswadi, 2014). Dari hasil wawancara, perubahan perilaku hijrah yang berfokus pada mendekatkan diri kepada Allah lebih dominan dibandingkan dengan yang berfokus pada menjauhi larangan-Nya. Hal ini sesuai dengan konten video di akun

Instagram Pemuda Hijrah yang lebih banyak menampilkan kajian keislaman terkait perbaikan diri dengan pendekatan yang mengajak orang untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah. Meskipun tetap ada ajakan untuk menjauhi larangan Allah, tema yang mengajak untuk lebih mendekat kepada Allah lebih dominan dalam video-video tersebut.

Sekecil apapun perubahan perilaku seseorang yang mengarah pada kebaikan, itu tetap dianggap sebagai bagian dari hijrah. Jika setelah menonton video, perubahan perilaku hijrah pada informan belum menunjukkan hasil yang signifikan, hal tersebut bukan disebabkan oleh video dari akun Instagram Pemuda Hijrah. Video dakwah di akun tersebut tidak dapat membuat seseorang berubah secara drastis, karena sejauh mana perubahan itu terjadi sangat bergantung pada individu masing-masing. Selain itu, hidayah adalah urusan Allah dan hanya datang dari-Nya.

Secara umum, akun Instagram Pemuda Hijrah terbukti efektif dalam memberikan pemahaman, serta membangkitkan motivasi dan perilaku hijrah pada diri informan. Keefektifan video dakwah ini didukung oleh berbagai karakteristik, seperti pesan yang jelas, mudah dipahami secara mandiri, ramah pengguna, representasi materi yang baik, visualisasi media yang menarik, dan kualitas resolusi yang tinggi, yang memungkinkan video ini digunakan secara pribadi (Riyana n.d.). Selain itu, penyajian materi dakwah yang kreatif dan sesuai dengan karakteristik pengguna Instagram juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah melalui media sosial ini (Musthofa, 2016). Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis kebutuhan seperti yang telah diterapkan dalam bidang pendidikan (Masykar, 2019) untuk merumuskan konten dakwah yang tepat dan memilih media yang sesuai dengan sasaran dakwah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku hijrah sangat dipengaruhi oleh lingkungan dan orang-orang di sekitar individu, yang juga berperan sebagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan hijrah. Temuan ini sejalan dengan konsep determinisme resiprokal (pengaruh timbal balik) dalam teori pembelajaran sosial (King, 2010). Dalam konteks Aceh yang sangat dipengaruhi oleh syariat Islam, perubahan perilaku informan menuju arah yang lebih religius didorong oleh dukungan lingkungan, sehingga perubahan tersebut lebih mudah terjadi.

## KESIMPULAN

Penyampaian dakwah melalui postingan di akun Instagram terbukti efektif dalam menyampaikan pesan-pesan yang terkandung di dalamnya. Hal ini terlihat dari kemampuan video dakwah di akun Instagram Pemuda Hijrah dalam meningkatkan pemahaman agama serta memotivasi perubahan perilaku hijrah pada informan. Namun, motivasi dan perilaku hijrah juga dipengaruhi oleh seberapa sering dan seberapa besar perhatian yang diberikan oleh informan saat mengakses video dakwah tersebut. Individu yang lebih sering mengakses dan memberikan perhatian lebih pada video dakwah cenderung memiliki motivasi hijrah yang lebih kuat dan perilaku hijrah yang lebih nyata.

Untuk lebih memahami dakwah dan pesan yang terkandung melalui media sosial, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji berbagai kanal dakwah yang ada di berbagai platform media sosial, mengingat akun dakwah seperti Pemuda Hijrah tidak hanya menggunakan satu jenis media sosial, tetapi beberapa platform sekaligus. Kepada para pendakwah, peneliti juga menyarankan agar mereka memanfaatkan media sosial secara maksimal dengan menciptakan video dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik audiens atau target dakwah mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, Artina Febriyani, Juni Wati, and Sri Rizki. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa."
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*.
- Aswadi, Aswadi. 2014. "Refomulasi Epistemologi Hijrah Dalam Dakwah." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 5(2): 339.
- Elysia Yuli Astuti, Lola Fitriah Rahmatunisa, and Indrika Sari. 2021. "Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah Di Kalangan Masyarakat." *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 2(1): 1–10.
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*.
- Husna, Zida Zakiyatul. 2021. "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram." *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5(2): 197.
- Husnayaeni, Dinda Arina, and Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal. 2023. "Analisis Konten Visual Post Instagram @Lensamu Dalam Dakwah Islam Tengahan (Wasathiyah)." *Jurnal Audiens* 3(4): 301–17.

