

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZAH SYIFA
NURFADHILAH DALAM MENJANGKAU GENERASI Z (STUDI KASUS
AKUN INSTAGRAM @syifanurfhadhilah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZAH SYIFA
NURFADHILAH DALAM MENJANGKAU GENERASI Z (STUDI KASUS
AKUN INSTAGRAM @syifanurfhadhilah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nur Awalia Khasanah

NIM : 3421051

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZAH SYIFA NURFADHILAH DALAM MENJANGKAU GENERASI Z (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @syifanurfhadhilah)”**

Adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 30 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Nur Awalia Khasanah

NIM. 3421051

NOTA PEMBIMBING

Vyki Mazaya, M.S.I.

Desa Besito RT. 04 RW. 04 Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus

Lamp : 5 (Lima)

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nur Awalia Khasanah

Kepaya Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

Pekalongan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Nur Awalia Khasanah

NIM : 3421051

Judul : **Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhila dalam menjangkau Generasi Z (Studi Kasus akun Instagram @syifanurfhadhilah).**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/I tersebut dapat segera dimonaqosyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 28 Mei 2025

Pembimbing,



Vyki Mazaya, M.S.I.
NIP. 199001312018012002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **NUR AWALIA KHASANAH**
NIM : **3421051**
Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
USTADZAH SYIFA NURFADHILAH DALAM
MENJANGKAU GENERASI Z (STUDI KASUS AKUN
INSTAGRAM @syifanurfhadhilah)**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 7 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Adib' Aunillah Fasya, M.Si
NIP. 199201212022031001

Penguji II

Miftahul Huda, M.Sos
NIP. 199207022023211021

Pekalongan, 10 Juli 2025

Disahkan Oleh
Dekan

Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag
NIP. 19741118 2000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِيْ = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

C. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamiilatun*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh;

فاطمة ditulis *faatimatun*

D. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbanaa*

الْبِرِّ ditulis *albirra*

E. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidatu*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qomaru*

البدیع ditulis *al-badiiu*

الجلال ditulis *al-jalaalu*

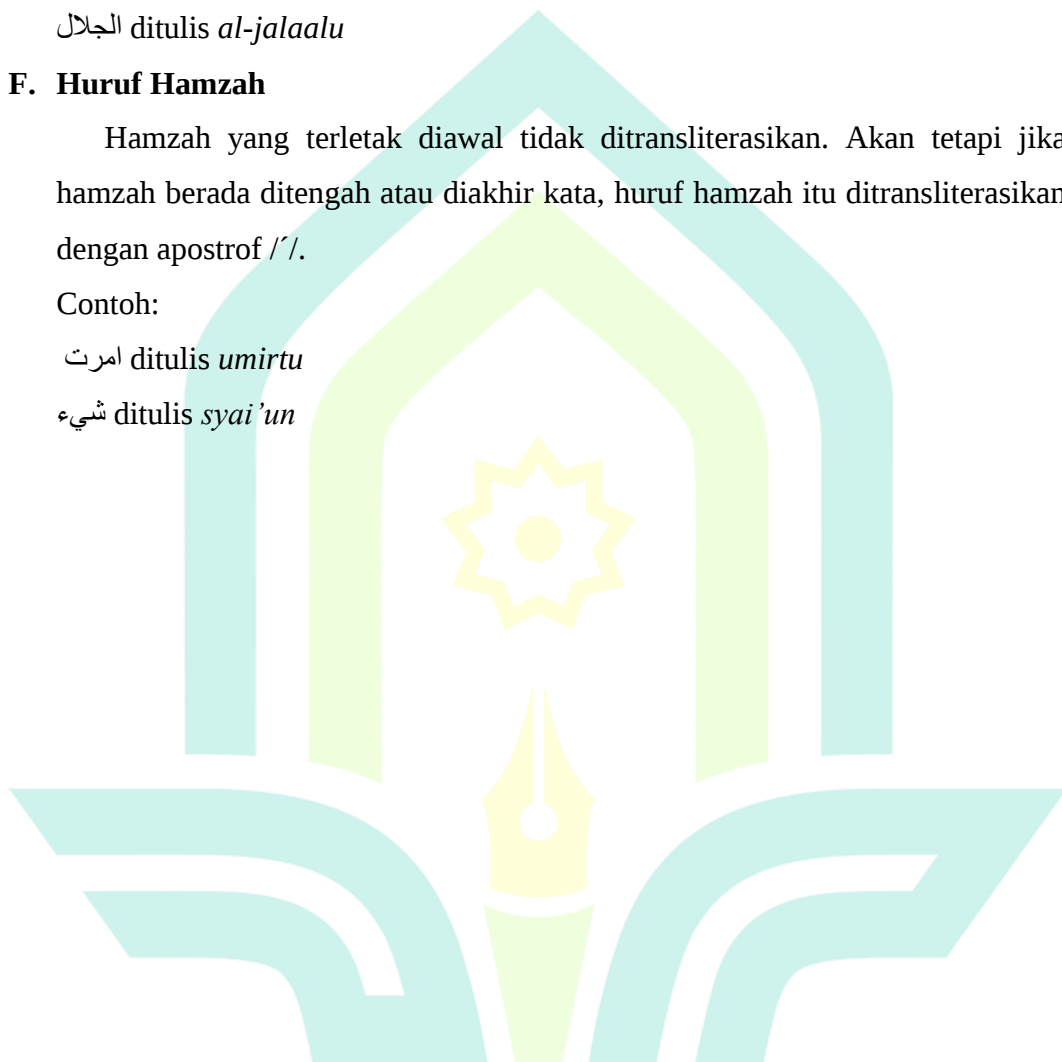
F. Huruf Hamzah

Hamzah yang terletak diawal tidak ditransliterasikan. Akan tetapi jika hamzah berada ditengah atau diakhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



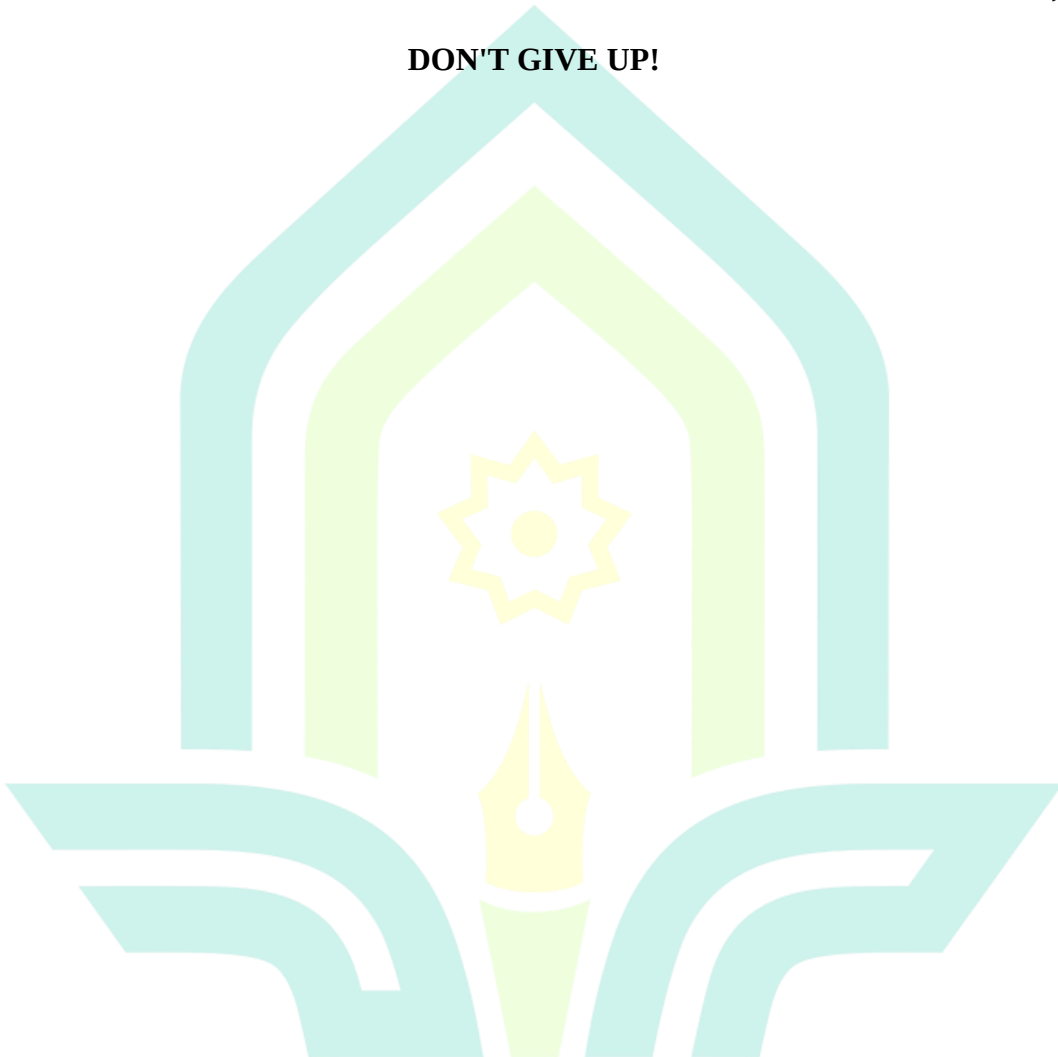
PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, hidayah dan memberi kekuatan, kesehatan, serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam yang selalu tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, serta pengikut-Nya. Dengan rasa syukur penulis persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Allah SWT karena atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mardoko dan Ibu Siti Alfiyah yang senantiasa mengasuh, mendidik, memberi dukungan serta mendoakan.
3. Adikku Nur Rozaq Khamirullah dan keponakan saya Najwa Aulia yang senantiasa memberikan semangat serta dukungan atas keberhasilan studi penulis.
4. Almamater Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid tempat menimba ilmu yang kubanggakan.
5. Teman – teman satu almamater Feni Riski Sahara, Aca Nadhifa, Rista Melinda, Salsabila Ulya, Hilma Herista yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi
6. Saya pribadi selaku penulis yang sudah tepat waktu dalam menyelesaikan skripsi guna memperoleh gelar sarjana (S.Sos)

MOTTO

**TIDAK ADA USAHA YANG AKAN MENGHIANATI HASIL, TETAP
SEMANGAT WALAUPUN KEGAGALAN SILIH BERGANTI
MENGHADANG. USAHA SEMAKSIMAL MUNGKIN YANG KITA BISA,
DON'T GIVE UP!**



ABSTRAK

Nur Awalia Khasanah. 2025. *Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah Dalam Menjangkau Generasi Z (Studi Kasus Akun Instagram @syifanurfhadhilah)* Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing, Vyki Mazaya, M.S.I.

Kata kunci: Strategi Dakwah, Ustadzah Syifa Nur Fadhilah, Instagram, Generasi z

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh salah satu pendakwah yang aktif berdakwah melalui media sosial Instagram dengan akun Instagram @syifanurfhadhilah. Dalam konten yang diunggahnya terdapat dakwah yang menarik perhatian pengguna Instagram terutama generasi Z. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi yang digunakan Ustadzah Syifa dalam menjangkau generasi z.

Fenomena pesatnya perkembangan media sosial, khususnya Instagram telah mengubah cara pandang dalam penyebaran informasi dan dakwah. Generasi z sebagai kelompok demografi yang sangat akrab dengan teknologi digital menjadi target penting dari para da'i yang menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi agar pesan dakwah dapat diterima dan dipahami oleh generasi z.

Menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis Teori Strategi Dakwah Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni guna mengetahui Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan dalam akun Instagram @syifanurfhadhilah dan Teori ELM (Elaboration Likelihood Model) untuk mengetahui bagaimana efektifitas dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhilah dalam akun Instagram @syifanurfhadhilah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penggunaan strategi komunikasi dakwah dari Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dengan ditemukan dari 10 video yang menjadi sumber penelitian terdapat 7 video yang menggunakan strategi sentimentil (*Al-Manhaj al-'Athif*), 5 video menggunakan strategi rasional (*Al-Manhaj al-'Aql*), dan 3 video menggunakan strategi indrawi (*Al Manhaj al-hissi*). Efektivitas dakwah yang diterima oleh generasi z juga diterima melalui jalur *central route* dimana gen z melihat ke efektifan dakwah Ustadzah Syifa berdasarkan pemaparan materi dan isi dakwah yang disampaikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala rahmat dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan keberkahan berupa ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat, dan para pengikutnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, sehingga penyusunan skripsi berjudul “Dakwah Berbasis Kearifan Lokal dalam tradisi Serabi Likuran Desa Penggarit taman Pernalang” dapat terselesaikan. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. Hj. Tri Astutik, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Dimas Prasetya, M.A selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan serta meluangkan waktu selama pembuatan skripsi.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Teman-teman sejawat seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 yang telah memberi pengalaman selama perkuliahan.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, *aamiin*.

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekalongan, 30 Mei 2025



Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan.....	7
F. Teori Penelitian	10
1. Strategi Dakwah Al-Bayanuni.....	10
2. Komunikasi Persuasif Elaboration Likelihood Model (ELM)	12

G. Kerangka Berpikir	15
H. Metode Penelitian.....	16
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	16
2. Paradigma Penelitian	18
3. Subjek dan Objek Penelitian	18
4. Sumber Data Penelitian	19
5. Teknik Pengumpulan Data	20
6. Metode Analisis Data	22
I. Sistematika Pembahasan	23
BAB II LANDASAN TEORI	25
A. Strategi Komunikasi Dakwah	25
1. Dakwah.....	25
2. Strategi Dakwah	27
3. Pengertian Strategi Komunikasi Dakwah.....	28
4. Prinsip-prinsip strategi dakwah	33
5. Teori Strategi Dakwah Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni	34
6. Media Dakwah.....	36
B. Generasi Z	36
C. Instagram Sebagai Media Dakwah.....	40
D. Efektifitas Dakwah.....	42
BAB III HASIL PENELITIAN	46
A. Profil Ustadzah Syifa Nur Fadhillah	46

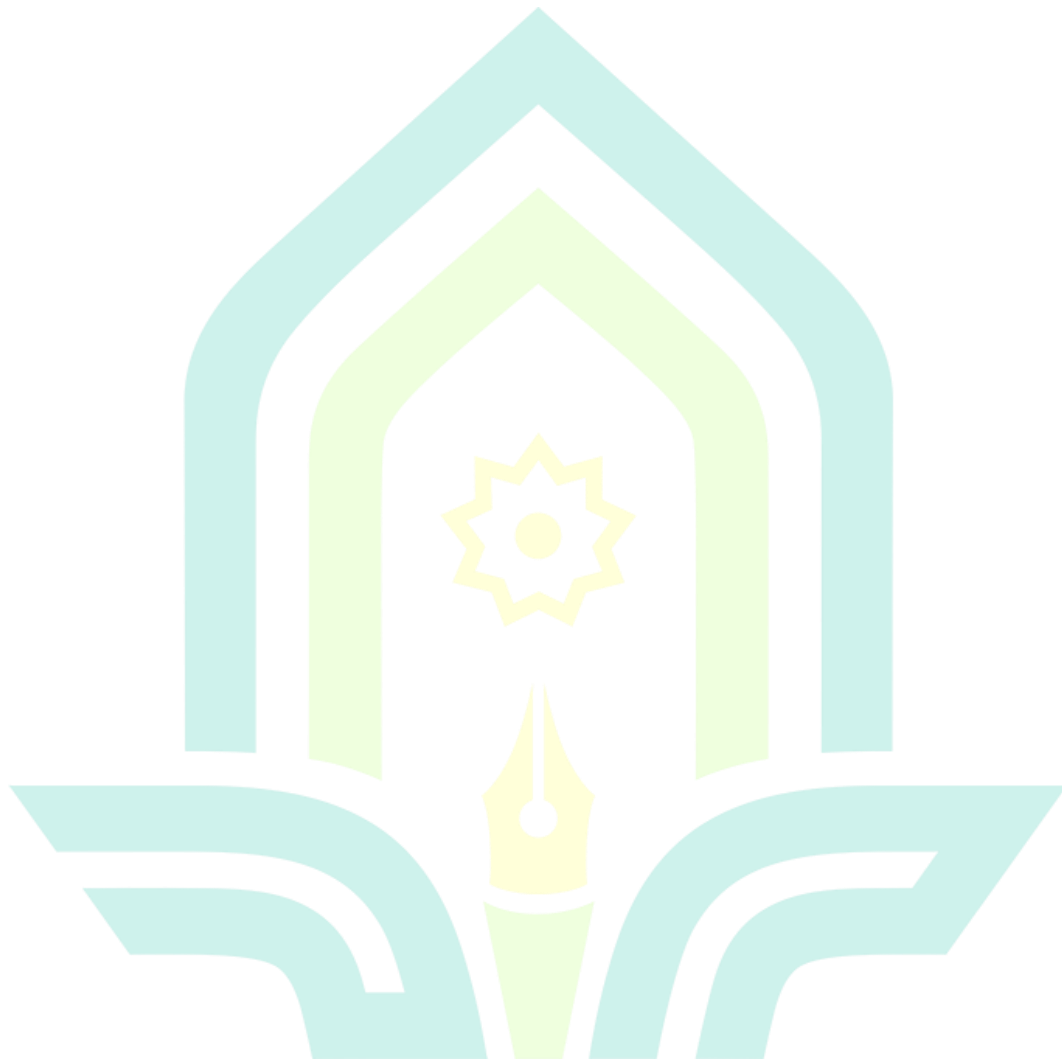
B. Gambaran Akun Instagram Ustadzah Syifa Nurfadhilah (@syifanurfadhilah)	47
C. Video Dakwah Akun Instagram @syifanurfadhilah	48
D. Respon Generasi Z terhadap dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhillah	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
A. Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah.....	70
1. <i>Al- Manhaj al- 'Aqli</i> (Pendekatan Rasional/Intelektual)	70
2. <i>Al-Manhaj al- 'Athifi</i> (Pendekatan Sentimentil).....	73
3. <i>Al- Manhaj al-Hissī</i> (Strategi Indrawi)	79
B. Respon Generasi Z terhadap dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhillah melalui Teori Elaborasi kemungkinan	82
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka berpikir	16
Gambar 3.1 Profil Ustadzah Syifa Nur Fadhilah	47
Gambar 3.2 Profil Instagram @syifanurfhadhilah	48
Gambar 3.3 Screen Capture Video.....	50
Gambar 3.4 Screen Capture Video.....	51
Gambar 3.5 Screen Capture Video.....	52
Gambar 3.6 Screen Capture Video.....	53
Gambar 3.7 Screen Capture Video.....	55
Gambar 3.8 Screen Capture Video.....	57
Gambar 3.9 Screen Capture Video.....	58
Gambar 3.10 Screen Capture Video.....	59
Gambar 3.11 Screen Capture Video.....	61
Gambar 3.12 Screen Capture Video.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip pertanyaan wawancara kepada Generasi Z.....	111
Lampiran 2 Dokumentasi hasil screenshot pertanyaan melalui Instagram kepada pengikut Instagram @syifanurfhadhilah dengan kategori generasi Z.....	116



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi sudah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Komunikasi menjadi salah satu elemen yang menjadi dasar manusia dalam menjalani kehidupannya dengan manusia lain. Komunikasi membuat siapa saja dapat menjalankan kehidupannya dengan selaras dan seimbang. Dengan adanya komunikasi interaksi antara manusia satu dengan yang lain tentu akan terjalin dengan baik. Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan tidak dapat dipisahkan dengan nilai yang menjadi titik referensi untuk melakukan tindakan kelompok masyarakat, dengan aturan yang harus disepakati dengan kondisi lingkungan setempat melalui nilai perilaku. Tentu tidak hanya masyarakat yang hidup bersama yang terkena dampaknya oleh faktor geografis atau tempat tinggal, maupun faktor kekuasaan, identitas dan rasa memiliki terhadap masyarakat didukung oleh sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat tertentu, karena nilai merupakan dasar pergaulan kelompok dalam masyarakat.¹

Media sosial memberi pengaruh bagi kita yang menggunakannya, siapa saja yang salah penggunaannya akan memberikan dampak kedepannya. Selain dari menumbuhkan rasa ketidak pedulian diantara kita media sosial juga memberikan dampak, yang bermanfaat. Dampak positif dari media sosial adalah mendekatkan jarak jauh dan mempermudah segala sesuatu. Adapun

¹ Amirah Diniaty (2013), Instrumens dalam Bimbingan Konseling. Pekanbaru: Cades-press.

efek dari media sosial memiliki sisi buruk diantaranya: menyebabkan kecanduan, meningkatkan kejahatan cyber menumbuhkan sikap egois, menjadikan penggunanya menjadi asosial.²

Dakwah menurut Bahasa Dakwah yang memiliki arti ajakan atau panggilan. Kata dakwah menurut arti Bahasa memiliki beberapa arti, antara lain: Mengharap pada Allah, memanggil dengan suara lantang, mengajak seseorang untuk mempercayai sesuatu keyakinan. Dakwah memiliki makna persuasif bukan represif karena hanya panggilan dan seruan, hal tersebut terkandung dalam **Q.S. Al- Baqarah ayat 246:**

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. Karena itu barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (**QS. Al-Baqarah ayat 256**).

Dakwah juga menjadi salah satu cara atau strategi yang digunakan untuk menjawab persoalan-persoalan yang ada pada masyarakat. Selain itu, dakwah juga menjadi bagian penting dalam suksesnya penyebaran islam di seluruh Indonesia. Dalam melakukan dakwah ini dibutuhkan berbagai strategi-strategi yang mumpuni untuk mencapai tujuan dakwah. Kemampuan da'i dalam ini juga sangat dibutuhkan dan dituntut penuh.

² Burhan, B. (2009). Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Kencana. h.196

Dalam menentukan strategi dibutuhkan pengetahuan dan kecakapan mengangkat dari berbagai pendekatan. Dakwah juga merupakan sebuah metodologi, oleh karena metodologi digunakan sebagai pendekatan yang digunakan untuk menyelaraskan pendekatan tersebut dengan tujuan dakwah yang akan dicapai ³ pendekatan yang tepat sangat berpengaruh dalam keberhasilan dakwah. Kecakapan da'i menjadi penentu keberhasilan dalam berdakwah. Da'i harus mempunyai strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah. ⁴

Di era kemajuan teknologi sekarang sudah banyak sekali strategi-strategi yang digunakan dalam berdakwah, para da'i menggunakan media sosial dalam melakukan dakwahnya. Para da'i seringkali menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube dan media sosial lain sebagai salah satu straginya. Mereka membagikan video-video ceramah mereka di dalamnya. Mulai dari video pendek hingga video dari awal hingga akhir mereka berdakwah. Dalam media sosial peran mad'u tidak hanya bagi mereka yang mendengarkan saja melainkan dari para pengikut pendengar dan penonton. Oleh karena itu, berdakwah dengan memanfaatkan teknologi mempunyai keunggulan dimana mad'u bersifat heterogen dan lebih luas.

Media sosial seiring berjalannya waktu, beralih fungsi dari yang awalnya hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan kini juga dimanfaatkan sebagai media dakwah. Instagram menduduki peringkat ke tiga sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. Tercatat survey dari napole.cet

³ Asmuni sukir, dasar-dasar strategi dakwah islam, (Surabaya: Al-Ikhlas 2006)

⁴ Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263-281.

jumlah pengguna Instagram terhitung sejak Januari 2024 di Indonesia sebesar 89.891. 300 jiwa. Dalam hal ini Instagram memiliki 31,8% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia. Pengguna Instagram saat ini lebih didominasi oleh perempuan yang memiliki rentang usia antara 18 hingga 25 tahun yang memiliki jumlah sebesar 35.800.000.⁵ Instagram dimanfaatkan para pendakwah sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah dengan harapan bisa memberikan penyebaran dakwah yang lebih luas di seluruh Indonesia.

Dalam berdakwah tentu saja memiliki beragam *mad'u* diantaranya ialah generasi Z, menurut survey pada tahun McKinsey sebanyak 58% generasi Z menghabiskan lebih dari satu jam dalam bermain media sosial. Sebanyak 35% mengakses media sosial lebih dari 2 jam dan 23% responden sebanyak 1 hingga 2 jam sehari.⁶ Artinya generasi Z atau biasa disebut dengan gen Z sering sekali melakukan aktivitas kesehariannya dalam bermain media sosial. Melihat dari perilaku gen z yang sangat besar memiliki kecenderungan dalam menggunakan media sosial tentu saja memberikan peluang baru untuk menghasilkan strategi yang perlu dilakukan oleh para Da'i di Indonesia.

Dakwah melalui media sosial tentu saja akan mempengaruhi gen z dalam keberhasilan dakwah yang akan menjawab berbagai permasalahan yang terjadi di gen z yang rentan terhadap berbagai pengaruh yang tidak sesuai dengan nilai-nilai islam. Dengan adanya media sosial sebagai media

⁵ <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/> diakses pada 4 sep 2024

⁶ <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-gen-z-lebih-lama-main-medsos-dari-generasi-lain>

dakwah akan menjaga nilai islam dengan mengikuti kemajuan zaman yang sesuai dengan karakteristik gen z.

Ustadzah Syifa Nurfadilah Merupakan salah satu pendakwah Indonesia yang sering memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya. Beliau merupakan salah satu pendakwah muda yang lahir pada 1995 yang memiliki pengikut di media sosial cukup banyak memiliki followers di Instagram sebanyak 268 ribu pengikut terhitung sejak April 2025. Ustadzah syifa tidak hanya aktif dalam media sosial, beliau juga sering mengisi acara dakwah televisi antara lain islam itu indah di Trans TV, menjemput berkah NET TV, dan Cahaya hati di INews TV⁷.

Dakwah ustadzah syifa sering kali membahas mengenai permasalahan anak muda yang *related* dengan masalah-masalah di era sekarang. Dakwah yang dikemas oleh beliau dibawakan dengan gaya santai melalui Instagram dan tiktok miliknya. Dalam berdakwah ustadzah Syifa memiliki cara retorika yang unik, dalam dakwahnya ustadzah syifa seringkali memakai Bahasa yang menyentuh hati dengan tema-tema yang sedang tren di era sekarang. Ustadzah syifa juga mengemas dakwah dengan praktis dan ringan dengan melalui video pendek yang menarik. Dakwah yang menggunakan teknik seperti itu tentu saja akan menarik perhatian dari generasi z yang lebih suka kepraktisan dan ke simple-an dari suatu dakwah. Tidak hanya dengan video saja akan tetapi dari hasil observasi pada akun @syifaNurfhadhilahseringkali mengunggah gambar dengan caption menarik yang mengandung unsur

⁷ Akun Instagram @syifanurfhadhilah diakses pada 20 April 2025

dakwah di dalamnya. Dalam dakwahnya ustadzah syifa juga menggunakan bahasa-bahasa gaul yang sedang tren di masyarakat disukai oleh gen z⁸.

Dari fenomena yang terjadi ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis untuk menjawab persoalan mengenai strategi yang digunakan dalam mencapai keberhasilan dakwah. Mengangkat teori strategi dakwah Al-Bayanuni yang mengartikan bahwa strategi dakwah dibagi menjadi tiga yaitu strategi sentimental, strategi rasional dan strategi indrawi.

B. Rumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah peneliti memfokuskan penelitian yaitu Strategi Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadilah dalam akun instagramnya. Dari pembatasan masalah dan fokus penelitian diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah yang digunakan Ustadzah Syifa Nurfadilah dalam akun Instagram @syifanurfadhilah?
2. Bagaimana efektivitas dakwah Ustadzah Syifa Nurfadilah kepada generasi z melalui akun Instagram @syifanurfadhilah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang digunakan Ustadzah Syifa Nurfadilah dalam akun Instagram @syifanurfadhilah

⁸ Akun Instagram @syifanurfadhilah diakses pada 20 mei 2025

2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah kepada generasi z melalui akun Instagram @syifanurfadhilah?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memperluas wawasan kita, menciptakan manfaat yang bisa digunakan menjadi pengembangan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian. Dan diharapkan bisa memperluas wawasan bagi akademisi perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan menyediakan data terbaru yang bisa menjadi rekomendasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan digunakan untuk menjawab permasalahan yang sama mengenai penelitian yang dikaji.

E. Penelitian Relevan

Dari survey yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu, sebagai berikut:

1. Skripsi karya Hafizah Ridha Humanisa Nasution pada tahun 2024, berjudul “Pemanfaatan Instagram sebagai Media dakwah (Strategi Dakwah pada Akun Instagram @maulanaumar_) dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa dari 14 video yang dianalisis 4 video memuat strategi sentimentil (Al- manhaj Al-A’thifi) dan 10 video

menggunakan strategi rasional (*Al-Manhaj Al-Aqli*). Dalam penelitian ini memiliki kesamaan objek penelitian dan menggunakan teori yang sama. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah masalah yang akan diteliti.⁹

2. Skripsi karya Khoirul amanillah yang berjudul "Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah (Studi Kasus Strategi komunikasi dakwah akun Instagram @komik.alasantri) dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dianalisis dengan teori SWOT Strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (keuntungan), treath (ancaman). Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan wawancara dan observasi secara daring dengan akun @komik.alasantri. Hasil dari penelitian ini Analisis penelitian berdasarkan indikator menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi membutuhkan ilustrator dan pengelola admin, santri sebagai sasaran, Instagram sebagai media utama, dan komik sebagai desain pesan. Kekuatan yang dimiliki meliputi pengelola merupakan santri, Instagram yang sangat cocok dengan komik, keaslian visual komik. Kelemahan yang dimiliki sumber daya terbatas dan kesulitan membaca algoritma Instagram, kesempatan yang dihadapi relasi kuat dengan AISNU serta ancaman yang dihadapi yaitu adanya pencurian konten dan stigma negatif dari masyarakat terhadap pesantren. . Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi subjek penelitian, dimana dalam penelitian meneliti strategi dakwah yang

⁹ Nasution, H. R. H. (2024). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STRATEGI DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM@ MAULANAUMAR_) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).

disampaikan melalui akun Instagram @komik.ala santri. Dalam penelitian ini juga memiliki perbedaan dalam teori yang digunakan dalam penelitian, dalam penelitian ini menggunakan teori dari strategi dakwah Al-Bayanuni, sedangkan penelitian dari khoirul menggunakan strategi SWOT. Persamaan dalam penelitian ini ialah dari segi metode penelitian yaitu metode kualitatif¹⁰

3. Skripsi karya Aniq Nahdia Lulu Annawawie yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti Di Channel Youtube Gedang Mas” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif teori dari Fred R. David dan Asmuni Syukir Kemudian sumber data diperoleh melalui wawancara dengan Ustadzah Mumpuni Handayayekti selaku objek penelitian ini dan dari dokumentasi sendiri dilihat dari aktivitas dakwahnya melalui channel youtube gedang mas. Strategi dakwah merupakan perpaduan dan perencanaan, metode dan strategi untuk mencapai tujuan dakwah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi dakwah yang digunakan Ustadzah Mumpuni Handayayekti adalah dengan cara strategi penyampaian yang unik, sehingga ketika berceramah mampu menghipnotis madu untuk mendengarkan dakwahnya yang begitu khas dengan bahasa logat ngapaknya. . Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi subjek penelitian, dimana dalam penelitian meneliti strategi dakwah dari Ustadzah mumpuni yang memiliki cara khas dalam retorika penyampaian dakwahnya.dalam dan sumber penelitian ini

¹⁰ Shidiq, M. S. M. (2020). Strategi Komunikasi Dakwah melalui Pesan Whatsapp group dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama. KOMUNIKA, 3(1), 29-38.

tidak menjadikan generasi z sebagai objek penelitian. Persamaan dalam penelitian ini ialah dari segi metode penelitian yaitu metode kualitatif¹¹

4. Skripsi karya Aziz Setya Nurrohman yang berjudul “Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis” dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan metode penelitian data observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa strategi yang digunakan Habib Jafar dalam dakwahnya yaitu dengan menggunakan pendekatan terhadap kawula muda, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan viewers yang kebanyakan anak muda melalui youtube. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi subjek penelitian, dimana dalam penelitian meneliti strategi dakwah dari Habib Ja'far dalam konten Youtube jeda nulis dan sumber penelitian ini tidak menjadikan generasi z sebagai objek penelitian. Persamaan dalam penelitian ini ialah dari segi metode penelitian yaitu metode kualitatif.¹²

F. Teori Penelitian

1. Strategi Dakwah Al-Bayanuni

Strategi adalah suatu jalan yang digunakan untuk menuju sasaran khusus. Dalam strategi dakwah jalan yang terang yang digunakan untuk keberhasilan dakwah. Strategi dakwah merupakan proses atau perencanaan

¹¹ Annawawie, A. N. L. *Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti di Channel Youtube Gedang Mas* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

¹² Nurrohman, Aziz Setya, and Anwar Mujahidin. "Strategi Dakwah Digital dalam Meningkatkan Viewers di Channel Youtube Jeda Nulis." *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat* 1.1 (2022): 20-32.

terhadap dakwah yang digunakan dengan memperhatikan aspek-aspek dakwah yang meliputi mad'u metode dan lain sebagainya. Dalam strategi dakwah al-bayanuni dibagi menjadi tiga aspek yang menekankan pada aspek kemanusiaan antara lain:

- a. *Al-Manhaj al-athifi* (strategi sentimentil)¹³ strategi dakwah ini adalah perencanaan atau metode yang digunakan secara khusus dan berfokus kepada aspek hati dan mampu mengerakan perasaan dan batin mitra dakwah. Ceramah yang digunakan mengandung nasihat yang mengesankan dengan kelembutan dengan selalu mengingatkan kepada pahala dan dosa yang membangkitkan rasa optimis dan menceritakan kisah-kisah yang bisa menyentuh hati para mad'unya. Dalam strategi dakwah ini sering digunakan kepada mitra dakwah yang marginal, atau memiliki keterpinggiran dimana tidak memiliki kekuatan yang besar dalam lingkungan masyarakat. Mitra dakwah seperti ini antara lain wanita, anak-anak yatim dan lain sebagainya. Dalam strategi dakwah ini lebih menekankan pada pendekatan humanisme yang menekankan pada aspek kemanusiaan dalam penyampaian dakwahnya.
- b. *Al-Manhaj al-aqli (rasional)* adalah dakwah dengan beberapa metode yang membuat mitra dakwah untuk berfokus pada akal dan pikiran. Strategi rasional membuat mitra dakwah untuk berpikir dan membuat mitra dakwah untuk menyimpulkan apa yang disampaikan oleh da'i. strategi ini, membuat logika mitra dakwah berpikir lebih mendalam,

¹³ Muklis, "Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal ila Imi Dakwah), Islamic Communication Journal 03, no 1 (2018) 76

melalui contoh-contoh tekstual yang ada. Hal ini juga membuat mitra dakwah untuk selalu berpikir dan membuat mitra dakwah menggunakan logikanya atas apa yang da'i sampaikan dalam pesan dakwahnya. Penggunaan hukum logika, diskusi atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Penggunaan rasional beberapa terminologi antara lain: tafakkur, tadzakkur, nazhar, tahammul, tadabbur dan istibsar.

- c. *Al Manhaj al-hissi* (strategi indriawi). Al-Manhaj al-hissi juga dapat dinamakan dengan strategi ilmiah dan eksperimen. Strategi indrawi merupakan strategi yang melibatkan panca indera dalam dakwahnya. Dalam strategi ini hasil dari percobaan yang melibatkan panca indera akan membuat dakwah lebih efektif dan dapat diterima baik oleh mitra dakwah. Strategi dakwah semacam ini sering kali digunakan berdasarkan kondisi objektif dari masing-masing mitra dakwah yang menjadi sasaran dakwah. Dalam hal ini juga da'i harus bisa menempatkan metode-metode yang tepat karena perbedaan sasaran dakwah yang didakwahi.

2. Komunikasi Persuasif Elaboration Likelihood Model (ELM)

Teori ELM (Elaboration Likelihood Model) merupakan teori komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo pada tahun 1986. Teori ini sudah mendapat pengakuan luas dan telah menjadi teori yang sangat berpengaruh dalam bidang komunikasi dan persuasi. Para ahli menjelaskan bahwa teori ELM melibatkan dua jalur

pemrosesan informasi yang berbeda, antara lain: jalur pusat (*central route*) dan jalur pinggiran (*peripheral route*). Dalam pemrosesan penerimaan komunikasi oleh individu tergantung dari faktor-faktor seperti motivasi, kemampuan, dan kesempatan.

Pemrosesan informasi dalam teori ELM terbagi menjadi dua antara lain:

- a. **Central Route (Jalur Pusat)** Pada jalur pusat, individu secara aktif memproses informasi secara mendalam dan kritis. Mereka mencermati argumen, bukti dan logika yang disajikan. Pemrosesan melalui jalur pusat ini terjadi ketika individu memiliki motivasi yang tinggi dan kemampuan untuk memproses informasi secara mendalam. Pada jalur ini , perubahan sikap dan perilaku cenderung lebih tahan lama karena didasarkan pada pemikiran yang rasional.
- b. **Peripheral Route (Jalur Pinggiran)** Pada jalur pinggiran, individu tidak memproses informasi secara mendalam an terlibat dalam pemikiran yang dangkal. Mereka lebih terpengaruh oleh faktor-faktor perifer seperti penampilan, popularitas, atau kepercayaan terhadap sumber informasi . Jalur ini dipilih individu saat memiliki motivasi dan kemampuan rendah untuk memproses informasi secara mendalam¹⁴.

Dalam perkembangan teori ELM beberapa ahli telah mengusulkan bentuk-bentuk tambahan dalam ELM, seperti jalur (*parallel route*) dan jalur online (*online route*).

¹⁴ Widiastuti, Tuti Widyastuti. "Analisis elaboration likeihood model dalam pembentukan personal branding di Twitter". Jurnal Aspikom 3(3) 588-603

ELM memberikan kerangka kerja yang penting dalam memahami bagaimana komunikasi persuasif bekerja dan bagaimana individu memproses informasi secara berbeda.

Hubungan antara teori ini dengan efektivitas dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah, terdapat beberapa aspek yang perlu dijadikan pertimbangan.

1. Pemrosesan Informasi Mendalam

Dalam teori ELM pemrosesan informasi mendalam melalui jalur sentral terjadi ketika *follower* Instagram @syifanurfadhilah secara aktif terlibat dalam mengevaluasi serta memahami bagaimana pesan dakwah yang disampaikan. Efektivitas dapat terlihat oleh pengguna Instagram ketika video dakwah mampu menyajikan argumen yang kuat, relevan dan meyakinkan pengguna untuk melakukan pemrosesan informasi yang berpotensi mengubah sikap maupun perilaku mereka.

2. Pengaruh Faktor Periferal

Selain pemrosesan informasi mendalam *follower* dari akun Instagram tersebut juga dapat dipengaruhi oleh faktor periferal seperti dari gaya visual, popularitas akun atau kesan yang disajikan dalam keseluruhan video. Efektivitas pesan dakwah yang diterima generasi Z dalam akun Instagram @syifanurfadhilah dikenal karena memiliki popularitas tinggi serta memberikan kesan keseluruhan video dapat mempengaruhi emosional dari *follower* Instagram tersebut.

3. Interaksi dan Keterlibatan *Follower*

Dalam aplikasi Instagram memungkinkan interaksi terjadi antara pemilik akun Instagram dengan *follower* akun tersebut. Keterlibatan *follower* dalam bentuk komentar, *like* maupun *share* dapat mempengaruhi persepsi dan respon terhadap pesan dakwah. Dengan adanya interaksi positif yang terjadi, efektivitas pesan dakwah yang diberikan dalam akun Instagram @syifanurfadhilah dapat ditingkatkan melalui pembangunan hubungan yang kuat antara pengguna Instagram dengan *followernya*.

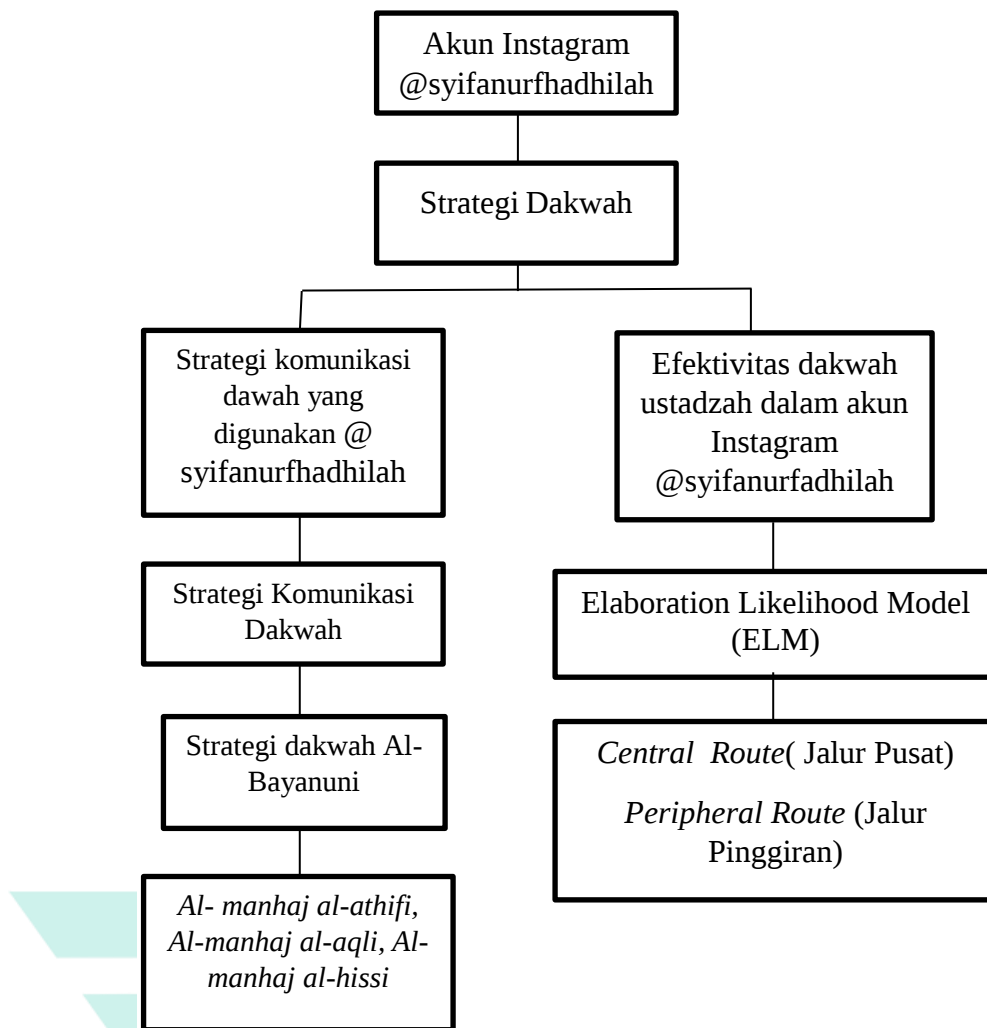
G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan inti dari suatu penelitian, dimana dalam kerangka berpikir disusun melalui sintesis fakta, observasi dan kajian pustaka. Oleh karena itu, kerangka berpikir menjadi landasan utama dari suatu penelitian. Dari argument kerangka berpikir akan memberikan sebuah kesimpulan yang menjadi jawaban sementara dalam memecahkan masalah suatu penelitian.¹⁵ Kerangka berpikir akan menjadi landasan bagaimana tahapan-tahapan dalam penelitian yang dilakukan. Melalui latar belakang diatas maka kerangka berpikir yang tepat berawal dari seorang da'i yang berdakwah memanfaatkan media sosial yaitu Instagram dan diikuti oleh banyak generasi Z.

Penelitian ini dilakukan pada media sosial Instagram akun dari Ustadzah @syifanurfadhilah yang mengusung berbagai tema menarik. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kepada strategi dakwah yang

¹⁵ Nurdin Ismail and Sri Hartati, "Metodologi Penelitian Sosial," Surabaya: Media Sahabat Cendekia (2019) hlm 16. Tartil TV

digunakan oleh Ustadzah Syifa Nurfadilah dan bagaimana respon gen z terhadap dakwah tersebut. Yang memiliki alur kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka berpikir

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam metode penelitian ini menggunakan metode penelitian yang paling relevan dengan permasalahan atau fenomena yang telah diangkat dalam fokus penelitian. Dengan metode ini diharapkan dapat membantu

memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Metode adalah suatu cara proses ataupun prinsip seseorang dalam mendekati menyelesaikan dan mencari jawaban dari permasalahan.¹⁶ Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analisis, karena metode ini dinilai sangat relevan dalam memecahkan masalah yang difokuskan pada penelitian.¹⁷

Penelitian Deskriptif adalah penelitian dengan menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi disekitar dengan melakukan observasi atau wawancara. Metode penelitian merupakan cara memecahkan atau cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara ilmiah. Metode penelitian adalah cara-cara ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh data yang valid dengan tujuannya dapat ditemukan kemudian di kembangkan dan dibuktikan oleh pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, mengatasi, dan memecahkan permasalahan.¹⁸

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana metode ini mempermudah peneliti dalam menemukan hasil penelitian dengan mengetahui dan mengamati suatu hal yang menjadi ciri-ciri permasalahan. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada kualitas data, dengan begitu teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan observasi secara bersambung.

¹⁶ Deddy Mulyana, pengantar ilmu komunikasi, Bandung 2010

¹⁷ H.Hadari Nawawi, Metode Penelitian Sosial, Yogyakarta: Gadjah Mada University press, 1998

¹⁸ Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.

2. Paradigma Penelitian

Paradigma dari penelitian ini ialah paradigma konstruktivis, dimana realitas merupakan sesuatu yang dikonstruksi dan kebenaran atas realitas sosial sifatnya relatif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau penjelasan dan gambar bukan angka. Paradigma adalah suatu cara penting dalam kehidupan kita untuk mencapai realitas yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mensinkronkan antara teori dan data penelitian yang telah dilakukan. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang mempunyai tradisi sosio-kultural. Paradigma ini menyatakan bahwa suatu objek atau benda terjadi karena bagaimana berbicara objek, bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan dan cara-cara kelompok sosial dalam menyesuaikan diri terhadap pengalaman mereka¹⁹.

Pandangan paradigma konstruktivisme, realitas sosial yang diamati seseorang tidak bisa samakan pada semua orang, seperti yang dilakukan oleh para kaum positivis. Konstruktivisme diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Di Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial terhadap diantara teori fakta sosial dan definisi sosial.²⁰

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber data utama dalam penelitian, yaitu bagian yang mempunyai data yang berkaitan dengan variabel-

¹⁹ Muhammad, K (2019). Peranan Anggota kelompok sadar wisata peninggalan Belanda Nyalindung dalam pengelolaan situs sejarah di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Barat (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)

²⁰ Eriyanto. (2012). Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta: LKIS.

variabel yang akan diteliti²¹. Subjek dari penelitian ini adalah akun instagram pribadi Ustadzah Syifa Nurfadilah Dengan *username* @syifanurfadhilah.

Objek penelitian merupakan istilah yang sering digunakan dalam menentukan studi yang melibatkan berbagai topik penelitian dan penentu bagi apa yang akan diteliti²². Adapun objek dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Syifa Nurfadilah Pada akun @syifaNurfhadhilah dalam menyebarkan dakwah melalui media sosial.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain²³. Sumber data dalam penelitian ini diambil dari hasil observasi, wawancara dan observasi dan hasil dokumentasi.

Dalam penelitian ini penulis membagi menjadi dua sumber data penelitian, antara lain:

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diambil dari objek yang diteliti. Sumber data primer merupakan sumber data yang menjadi data utama dalam pengumpulan data penelitian.²³ Sumber data primer pada penelitian ini adalah akun Instagram Ustadzah Syifa Nurfadilah Dan

²¹ Ansori, Pengertian Subjek dan Objek Penelitian, Jurnal Sistem Informasi, 2015 hal 49

²² Ibid Ansori hal.58

²³ Ibid Sugiyono (2013)

juga generasi Z. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis-deskriptif untuk menjawab rumusan masalah.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder²⁴ ialah sumber data yang datanya tidak bisa menjadi data utama, dengan kata lain data dari sumber sekunder hanya dijadikan sebagai pelengkap dan penambah keabsahan data. Data sekunder merupakan data pendukung dari data primer yang menguatkan keabsahan data penelitian. Jenis data sekunder biasanya diperoleh dari dokumen dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode berupa observasi, dokumentasi, studi pustaka serta wawancara. Metode ini digunakan guna mendukung keabsahan penelitian ini²⁵

a. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang ada dalam unsur penelitian, yang terdiri dari data kompleks yang melibatkan banyak faktor dalam pengumpulannya.²⁶ Teknik pengumpulan data dengan observasi ini dilakukan melalui pengamatan

²⁴ Ibid Sugiyono (2013)

²⁵ Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach) (Deepublish, 2018).hlm 34

²⁶ Adler, P. A., & Adler, P. (2012). Observation techniques. In Handbook of interview research (pp. 375-392). SAGE Publications.

terhadap konten yang memiliki indikator maddah dakwah yang disampaikan dalam akun Instagram @syifaNurfhadhilah untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan Ustadzah Syifa Nurfadilah. Selain itu, observasi juga dilakukan kepada followers, dari akun Instagram @syifanurfhadhilah yang memiliki kategori gen z untuk mengetahui bagaimana efektivitas dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tatap muka dan memberikan pertanyaan secara langsung kepada narasumber.²⁷ Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi yang melibatkan pewawancara dengan narasumber. Wawancara juga dilakukan terhadap *followers* terhadap akun Instagram @syifanurfhadhilah untuk menjawab pertanyaan mengenai efektivitas dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah terhadap generasi z. Peneliti melakukan wawancara secara online kepada para followers dari Ustadzah Syifa Nurfadhilah yang memiliki kategori sebagai gen z.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan segala data yang berbentuk tulisan yang berguna sebagai keabsahan data suatu penelitian. Dalam pengumpulan data melalui dokumentasi peneliti melakukan pencatatan terhadap buku,

²⁷ Berg, B. L. (2020). Qualitative research methods for the social sciences. Pearson

naskah ataupun arsip serta dokumen yang menjadi penunjang topik penelitian. Dokumentasi digunakan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan isu penelitian. Dokumentasi diambil berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada follower melalui online kemudian di *screen picture* sebagai hasil dokumentasi wawancara.

6. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data non-statistik atau analisis data kualitatif. Analisis data adalah mengurutkan data dan mengaturnya kemudian mengelompokkannya kedalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data induktif, yang melakukan rincian kepada fakta-fakta terlebih dahulu sebelum mencapai kepada teori. Penerapan metode ini bertujuan untuk menghindari adanya manipulasi data penelitian. Metode ini dimulai dengan mengidentifikasi data baru dan kemudian disesuaikan dengan teori.²⁸

Metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini yaitu melalui evaluasi dari hasil yang ditemukan peneliti dalam subjek dan objek penelitian menggunakan pendekatan model interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman.²⁹ Terdiri dari:

²⁸ Muhammad Rohmadi and Yakub Nasucha, "Dasar-Dasar Penelitian Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran," Surakarta: Pustaka Brilliant (2017). Hlm 10

²⁹ Idrus Muhammad, "Metode Penelitian Ilmu Sosial," Edisi Kedua, Yogyakarta: Erlangga (2009): 21–46.

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh oleh kemudian dibentuk dalam suatu tulisan yang akan dianalisis. Data hasil observasi, wawancara ataupun dokumentasi kemudian diubah dalam bentuk tulisan.³⁰

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang bisa memungkinkan adanya penarikan kesimpulan terhadap data yang telah diperoleh. Dengan penyajian data dapat dilihat apa yang terjadi dalam penelitian dan bisa melakukan apa yang harus dilakukan peneliti untuk penelitiannya.³¹

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan pencarian arti, dari hasil penelitian melalui pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin dan alur sebab serta proporsi dalam data yang telah ditulis peneliti. Dalam penarikan kesimpulan peneliti harus mempunyai kompetensi untuk bisa menarik hasil penelitian dan menghasilkan keabsahan data.³²

I. Sistematika Pembahasan

BAB I: PENDAHULUAN Pada Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dari masalah yang akan diangkat, dalam bab ini juga menjelaskan rumusan masalah tujuan, serta manfaat dari penelitian yang akan diangkat.

³⁰ Haris Hardiansyah, Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial, Jakarta: Salemba humanika, 2012, h.165

³¹ Andi Prastowo, Metode penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian, Yogyakarta: Ar-ruzz media, 2014, h. 245

³² Ibid Andi Prastowo h.248

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA dan KERANGKA BERFIKIR

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori yang menjelaskan pengertian strategi dan berbagai pengertian lainnya yang sesuai dengan referensi buku atau jurnal dalam bab ini juga menjelaskan penelitian terdahulu, dalam bab ini juga menjelaskan bagaimana teori-teori yang relevan dengan kondisi permasalahan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan bagaimana metode yang digunakan dan menjelaskan waktu, tempat juga sumber data dari penelitian yang akan dilakukan. Di dalam bab ini juga menjelaskan bagaimana paradigma yang digunakan yang sesuai dengan penelitian. Di Dalam bab ini juga menjelaskan teknik-teknik yang digunakan untuk melakukan penelitian.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan analisis data yang telah didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini juga ada pembahasan dari rumusan masalah yang disajikan dalam bentuk hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup penelitian, dimana dalam bab ini juga menjelaskan keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan kemudian dalam bab ini juga menyertakan implikasi dari teori-teori.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi-referensi yang menjadi sumber atau acuan dari penelitian. Daftar pustaka biasanya menggunakan sumber dari buku atau jurnal ilmiah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhilah dalam akun Instagram @syifanurfhadhilah sebagai berikut:

Beliau berhasil menyentuh akal (Al-Manhaj Al-Aqli) Generasi Z dengan menyajikan konten yang logis, relevan, dan mendorong pemikiran kritis. Pada saat yang sama, beliau juga berhasil menggerakkan hati dan emosi (Al-Manhaj Al-Athifi) melalui nasihat yang lembut, penuh empati, dan membangkitkan optimisme. Dan yang tak kalah penting, beliau memanfaatkan indera (Al-Manhaj Al-Hissi) Generasi Z secara optimal melalui penggunaan media sosial Instagram yang kaya visual dan audio, serta menghadirkan keteladanan yang nyata.

Kombinasi ketiga pendekatan ini memungkinkan Ustadzah Syifa untuk menyampaikan pesan dakwah yang komprehensif, mudah diterima, dan berdampak mendalam bagi Generasi Z yang memiliki karakteristik unik dalam berinteraksi dengan informasi dan media. Keberhasilan ini menegaskan bahwa dakwah di era digital memerlukan strategi yang adaptif, kreatif, dan mampu menyentuh berbagai aspek kemanusiaan (akal, hati, dan indra) sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah, sebagaimana yang diuraikan oleh teori Al-Bayanuni.

a. Al-Manhaj al-‘Aṭhifī (Strategi Sentimentil)

Strategi ini lebih mengedepankan aspek hati dan batin mad’u dengan melibatkan perasaan secara mendalam. Ustadzah Syifa Nurfadhilah menggunakan pendekatan yang penuh kelembutan dan kasih sayang dalam menyampaikan pesan dakwah. Melalui narasi yang menyentuh hati, beliau mampu membangkitkan empati dan kesadaran spiritual pada Generasi Z. Tidak hanya itu, Ustadzah Syifa juga kerap memberikan motivasi, harapan, serta semangat hidup Islami yang optimis agar para pengikutnya memiliki visi kehidupan yang lebih baik dan bermakna.

b. Al-Manhaj al-‘Aqlī (Strategi Rasional)

Strategi ini menitikberatkan pada penggunaan akal pikiran dan logika. Dalam menghadapi Generasi Z yang heterogen latar belakang keagamaannya dan cenderung kritis terhadap informasi, Ustadzah Syifa menyampaikan dakwah dengan pendekatan argumentatif yang logis dan sistematis. Melalui metode *Maw’izah al-Hasanah*, beliau menyajikan nasihat yang disertai penalaran, analogi, dan retorika yang mudah dipahami serta kontekstual. Hal ini membuat pesan dakwah tidak hanya dapat diterima secara emosional, tetapi juga dimengerti secara intelektual oleh audiens muda.

c. Al-Manhaj al-Hissī (Strategi Indrawi)

Strategi ini berfokus pada pendekatan indrawi dengan memanfaatkan media visual dan audio. Ustadzah Syifa Nurfadhilah mengemas pesan

dakwahnya dalam bentuk konten yang menarik secara visual, seperti video reels, desain feed yang estetik, serta ceramah singkat yang disampaikan melalui suara dan ekspresi yang penuh keteduhan. Penggunaan media ini sangat efektif untuk Generasi Z yang lebih mudah menangkap informasi melalui indera penglihatan dan pendengaran. Melalui pendekatan ini, pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima dan diresapi oleh para pengikutnya di Instagram.

2. Respon generasi z terhadap dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhilah dalam akun Instagram @syifanurfadhilah

Dakwah Ustadzah Syifa Nur Fadhilah dalam akun Instagramnya @syifanurfadhilah melalui Teori ELM (Elaboration Likelihood Model) yang dilakukan kepada beberapa responden melalui wawancara secara online menghasilkan hasil sebagai berikut:

Kebanyakan gen z menggunakan jalur *Central Route* (Jalur Pusat); untuk melihat dakwah dari Syifa Nur Fadhilah. Jalur *central route* lebih banyak digunakan dalam menilai keefektifan suatu dakwah. Pada jalur pusat, individu secara aktif memproses informasi secara mendalam dan kritis dan akan memahami lebih dalam dakwah yang disampaikan. Dalam *Peripheral Route* (Jalur Pinggiran); sedikit gen z yang menggunakan jalur ini, dikarenakan kebanyakan gen z lebih berpikir secara mendalam apa saja yang dia lihat. Gen z cenderung berpikir lebih kritis dan mendalam apa saja informasi yang tersaji, dan dilihat di depan mata untuk dipahami

lebih mendalam. Pada jalur pinggiran, gen z tidak memproses informasi secara mendalam dan terlibat dalam pemikiran yang dangkal.

Dapat disimpulkan bahwa efektifitas dakwah dari Ustadzah Syifa Nur Fadhilah terhadap generasi Z diterima melalui jalur pusat (*Central Route*) kebanyakan dari gen z menggunakan jalur pusat karena melihat dari cara penyampaian dakwah yang dibawakan dan melalui materi yang disampaikan.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya di lingkungan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai referensi akademik serta sebagai inspirasi dalam memahami strategi dakwah di era digital, khususnya dalam menjangkau Generasi Z.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menelaah lebih lanjut dan memperdalam kajian mengenai strategi komunikasi dakwah di media sosial dengan pendekatan atau teori yang berbeda, seperti teori interaksi simbolik, konstruksi realitas sosial, atau teori komunikasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh akan lebih beragam dan memberikan perspektif baru yang relevan dengan dinamika dakwah kontemporer, baik dari sisi isi pesan, metode komunikasi, maupun platform yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. A., & Adler, P. (2012). Observation techniques. In Handbook of interview research (pp. 375-392). SAGE Publications.
- Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach) (Deepublish, 2018).
- Akhmad Sudrajat, “Generasi Z Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan,” Diakses dari <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2012/10/05/generasi-z-danimplikasinya-terhadap-pendidikan> (2012).
- Amirah Diniaty (2013), Instrumens dalam Bimbingan Konseling. Pekanbaru: Cades-press.
- Andi Prastowo, Metode penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian, Yogyakarta: Ar-ruzz media, 2014
- Annawawie, A. N. L. *Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti di Channel Youtube Gedang Mas* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ansori, Pengertian Subjek dan Objek Penelitian, Jurnal Sistem Informasi, 2015
- Asmuni sukir, dasar-dasar strategi dakwah islam, (Surabaya: Al-Ikhlas 2006)
- Bamabang Dwi Atmoko, Instagram Handbook,(Jakarta:Media Kita,2012
- Berg, B. L. (2020). Qualitative research methods for the social sciences. Pearson
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2)
- Burhan Bungin. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana, 2008.
- Burhan, B. (2009). Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Kencana
- David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta : Salemba Empat, 2004)
- Deddy Mulyana, pengantar ilmu komunikasi, Bandung 2010
- Eriyanto. (2012). Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta: LKIS.
- George A Steiner, “Kebijakan Dan Strategi Manajemen Ed 2” (2016)
- H.Hadari Nawawi, Metode Penelitian Sosial, Yogyakarta: Gadjah Mada University press, 1998

- Haris Hardiansyah, Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial, Jakarta: Salemba humanika, 2012
- Hendra, A. G. *Retorika Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah Melalui Tiktok* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- https://data.goodstats.id/statistic/dianggap-ketinggalan-zaman-facebook-masih-punya-122-juta-pengguna-di-indonesia-VeZL6#google_vignette diakses pada 20 Mei 2025
- <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-gen-z-lebih-lama-main-medsos-dari-generasi-lain>
- <https://datareportal-com.translate.goog/essential-instagram-stats? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pt=tc> diakses pada 20 Mei 2025
- <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/> diakses pada 4 sep 2024
- <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/> diakses pada 4 sep 2024
- <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital> diakses pada 20 mei 2025
- Idrus Muhammad, “Metode Penelitian Ilmu Sosial,” Edisi Kedua, Yogyakarta: Erlangga (2009)
- Kartika, A., & Tarigan, A.A. (2022). Strategi Pengelolaan Dana ZIS secara Produktif dalam Mengembangkan Ekonomi pada BAZNAS Kabupaten Asahan. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
- Kustadi Suhandang, Model Strategi Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014)
- Laksmi Dewi Masitoh, “*Strategi Pembelajaran*,” Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Depag RI (2009).
- Mannheim, Karl, The Problem of Generations. In Kecskemeti, Paul (ed.). Essays on the Sociology of Knowledge: Collected Works, Volume 5, (New York: Routledge. 1952)
- Muhammad Rohmadi and Yakub Nasucha, “Dasar-Dasar Penelitian Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran,” Surakarta: Pustaka Brilliant (2017)
- Muhammad, K (2019). Peranan Anggota kelompok sadar wisata peninggalan Belanda Nyalindung dalam pengelolaan situs sejarah di Desa Nyalindung

- Kabupaten Bandung Barat (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)
- Muklis, "Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal ila Imi Dakwah), *Islamic Communication Journal* 03, no 1 (2018)
- Muhammad Mufid, komunikasi & regulasi penyiaran Jakarta , kencana prenada media (2005)
- Nasution, H. R. H. (2024). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STRATEGI DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM@MAULANAUMAR_) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Nurdin Ismail and Sri Hartati, "Metodologi Penelitian Sosial," Surabaya: Media Sahabat Cendekia (2019) Tartil TV
- Nurrohman, Aziz Setya, and Anwar Mujahidin. "Strategi Dakwah Digital dalam Meningkatkan Viewers di Channel Youtube Jeda Nulis." *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat* 1.1 (2022).
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan melalui Social Media. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Restiawan Pernama, Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah, (*Jurnal Komunikasi Dakwah*, volume 3, No 1, Juni 2013)
- Sani, R. A., & Rahman, M. (2022). Monograf Komunikasi Efektif dan Hasil Belajar. CV Media Sains Indonesia
- Santri, A. K. Strategi dakwah dalam upaya pembentukan 2018
- Sari, NY, & Kusuma Wijayanti, AR (2024). Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas: Studi Pada Akun Tik Tok@ Bundacorlaofficials. *Perspektif Administrasi Publik dan Hukum*
- Shidiq, M. S. M. (2020). Strategi Komunikasi Dakwah melalui Pesan Whatsapp group dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama. *KOMUNIKA*, 3(1)
- Simamarta, Rekayasa web, Yogyakarta: CV. Andi Offset (2010)
- Sodik, A., & Musthofa, M. W. (2018). Analisis Strategi Penyebaran Agama-Agama Di Indonesia Dari Pra Hingga Era Modern Dengan Pendekatan Teori Permainan Matematika. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 15(1)

- Sodik, A., & Musthofa, M. W. (2018). Analisis Strategi Penyebaran Agama-Agama Di Indonesia Dari Pra Hingga Era Modern Dengan Pendekatan Teori Permainan Matematika. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 15(1)
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Syaiful Rohim, Perspektif , Ragam, dan Aplikasi, PT Rineka Cipta (2016)
- Tapscott, D, Grown Up Digital, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- Widiastuti, Tuti Widyastuti. “Analisis elaboration likelihood model dalam pembentukan personal branding di Twitter”. *Jurnal Aspikom* 3(3)
- Wicaksono, M. L. (2022). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Niat Beli Produk Jasa pada Lembaga Pelatihan Kerja Technico Lampung.
- Yedi Purwanto and Shohib Khoiri, “Studi Agama & Etika Islam Dan Keberagaman Mahasiswa" Z" Generation: Kajian Di Lingkungan Kampus ITB Bandung.” *Jurnal Penelitian sosial keagamaan*, 24, No. 2 (2016)

