

**KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM: STUDI
NETNOGRAFI INTERAKSI DIGITAL AKUN
@KOBARPEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

NAILIS SA'ADAH

NIM. 30422069

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2026

**KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM: STUDI
NETNOGRAFI INTERAKSI DIGITAL AKUN
@KOBARPEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

NAILIS SA'ADAH

NIM. 30422069

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nailis Sa'adah

NIM : 30422069

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM: STUDI NETNOGRAFI INTERAKSI DIGITAL AKUN @KOBARPEKALONGAN”** 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, 1 Mei 2026

Yang Menyatakan,



Nailis Sa'adah
NIM. 30422069

NOTA PEMBIMBING

Miftahul Huda, M.Sos

Desa Guyangan. Kec. Bangsri, Kabupaten Jepara

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nailis Sa'adah

Kepada 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 : Nailis Sa'adah
NIM : 30422069
Judul : **KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM:
STUDI NETNOGRAFI INTERAKSI DIGITAL AKUN
@KOBARPEKALONGAN**

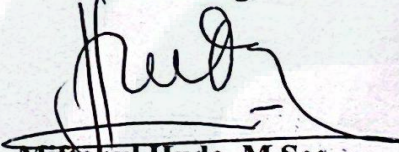
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 6 Mei 2026

Pembimbing,



Miftahul Huda, M.Sos
NIP. 199207022023211021



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 Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **Nailis Sa'adah**
NIM : **30422069**
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI**
INSTAGRAM: STUDI NETNOGRAFI INTERAKSI
DIGITAL AKUN @KOBARPEKALONGAN

yang telah diujikan pada Hari Senin, 29 Juni 2026 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

Mukoyimah, M.Sos
NIP. 199206202019032016

Penguji II

Hanik Rosvidah, S.Sv., M.H
NIP. 199109072025212016

Pekalongan, 14 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan

Dr. Tri Astuti Haryati, M.Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku 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 kedalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. 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 (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan 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	esdan 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

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إِي = ī
و = u	أو = au	أُو = ū

3. Ta’ Martbutho

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مراقة جميلة ditulis *mar’atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasyjid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, adalah /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, adalah /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/'). Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan segala nikmat, karunia dan kasih sayangNya, sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Dengan penuh ketulusan hati yang mendalam dari penulis setelah menulis berbagai tahapan dan proses yang saat ini telah selesai. Pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Untuk kedua orang tua penulis yang sudah bahagia di Surga-Nya Allah. Meski tidak sempat menemani penulis melalui setiap langkah dalam proses ini, beliau tetap memiliki tempat tersendiri dalam hati penulis. Dari ketidakhadiran beliau, penulis belajar arti keteguhan, kemandirian, dan kekuatan untuk melangkah sendiri. Terimakasih telah menjadi alasan kuatku hingga saat ini sampai menyelesaikan tugas akhir. Semoga bapak dan ibu bangga dengan usahaku selama ini.
2. Teristimewa untuk keluarga tercinta, kakak dan adik yang selalu menjadi rumah terhangat dalam setiap langkah hidup penulis. Terimakasih yang tak terhingga atas cinta tanpa syarat, doa yang tak pernah putus, serta keyakinan yang begitu besar terhadap setiap pilihan dan mimpi-mimpi penulis.
3. Dosen pembimbing skripsi, Bapak Miftahul Huda, M.Sos. Terimakasih atas perhatian, bimbingan, ilmu, dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah memberikan penjelasan detail demi terciptanya karya tulis ini dengan sebaik mungkin.
4. Sahabat FUNTASTICGANK, Irfa Nafila, Fani Fiqriatus Solehah, Najwa Qotrunnada, Eisa Rahma Kian, Kariematul Azzmi, Nur Laelati, dan Tya Diah Wiranti. Terimakasih telah menjadi tempat singgah di tengah perjalanan yang panjang. Kebersamaan ini mungkin tidak selalu terlihat besar, namun justru di situlah artinya menguatkan dengan cara yang paling manusiawi. Sekali lagi,

Terimakasih atas do'a, support, waktu, dan kebaikan yang kalian berikan kepada penulis selama ini.

5. Untuk Yuliana Sulistyaningtyas, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang hadir sejak awal perkuliahan. Dari masa saling mengenal sebagai orang asing hingga akhirnya berjalan bersama melewati berbagai proses selama kuliah. Terima kasih karena sudah menjadi bagian dari cerita yang penuh warna ini.
6. *Last but not least*, terimakasih kepada diri sendiri, Nailis Sa'adah, Terimakasih sudah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah menepikan ego dan mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan. Terimakasih sudah bertahan dan tidak memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan penyelesaian hasil sebaik dan semaksimal mungkin, ini menjadi hal yang patut diapresiasi dan dibanggakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu, kapanpun dan dimanapun kamu berada, Nailis Sa'adah. Apapun kurang dan lebihmu, mari rayakan untuk diri sendiri.

MOTTO

“Trying and Praying Is the Way to Real Success”

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka
mengubah keadaan diri mereka sendiri”

-Q.S Ar-Radd 11-



ABSTRAK

Sa'adah, Nailis. 2026. Komunikasi Dakwah Ekologis di Instagram: Studi Netnografi Interaksi Digital Akun @Kobarpekalongan. Skripsi Program Studi/Fakultas: Komunikasi dan Penyiaran Islam/Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Miftahul Huda, M.Sos.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah Ekologis, Komunikasi Persuasif, AIDDA, Netnografi, Instagram, Engagement.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi dakwah ekologis yang dilakukan melalui media sosial Instagram pada akun @kobarpekalongan, serta mengkaji bagaimana komunikasi persuasif membangun keterlibatan (*engagement*) audiens dalam menumbuhkan kesadaran terhadap pelestarian lingkungan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi melalui tiga tahapan, yaitu investigasi, interaksi, dan imersi. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten Instagram, dokumentasi, serta wawancara dengan pengelola akun @kobarpekalongan. Analisis data dilakukan menggunakan model komunikasi persuasif AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah ekologis pada akun @kobarpekalongan dikemas melalui konten edukatif dan persuasif yang mengangkat isu kebersihan pantai, pencemaran sungai akibat limbah industri batik, serta pelestarian ekosistem pesisir melalui penanaman mangrove. Berdasarkan analisis AIDDA, konten mampu menarik perhatian audiens, membangun ketertarikan terhadap isu lingkungan, menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi, mendorong pengambilan keputusan, hingga menghasilkan tindakan nyata berupa keterlibatan dalam aktivitas pelestarian lingkungan maupun interaksi digital melalui fitur Instagram. Analisis netnografi menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang komunikasi dua arah yang memperkuat penyebaran dakwah ekologis serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan. Dengan demikian, Instagram terbukti menjadi media yang efektif dalam menyampaikan dakwah ekologis dan membangun kesadaran lingkungan melalui komunikasi persuasif berbasis interaksi digital.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan Rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Komunikasi Dakwah Ekologis di Instagram: Studi Netnografi Interaksi Digital Akun @kobarpekalongan. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Uslam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do’a, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak, selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, perkenalkan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M. Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M. A. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Miftahul Huda, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan Staff UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bentuk kasih sayang selama menimba ilmu di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Ketua dan seluruh anggota Kobar Pekalongan yang telah bersedia menjadi informan penelitian, serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan penulis selama proses penelitian.

8. Bapak, Ibu, saudara dan teman-teman yang telah memberikan doa dan semangat sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 1 Mei 2026

Penulis

Nailis Sa'adah

NIM. 30422069

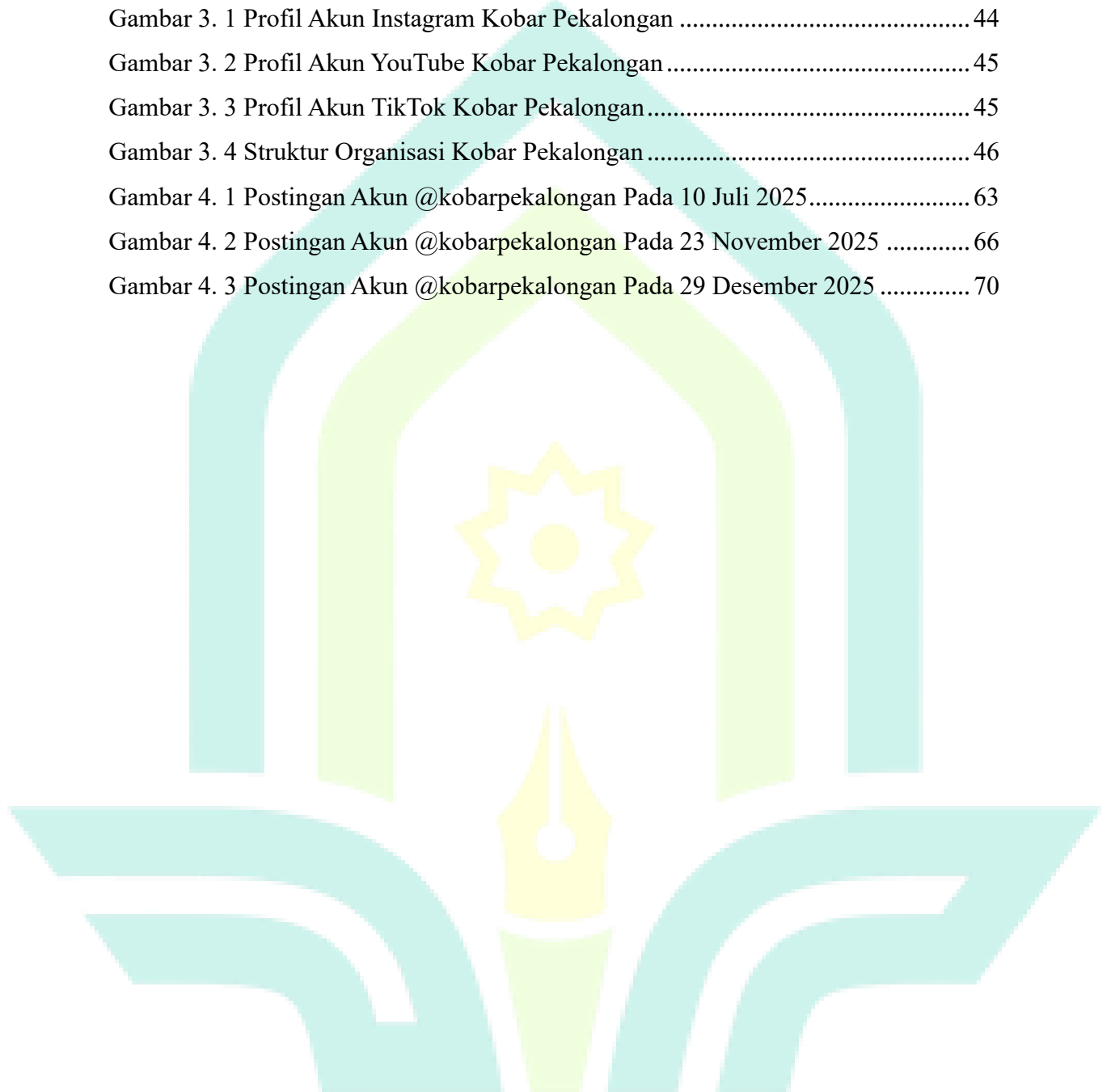
DAFTAR ISI

KOMUNIKASI DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM: STUDI NETNOGRAFI INTERAKSI DIGITAL AKUN @KOBARPEKALONGAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan.....	19

BAB II KOMUNIKASI DAKWAH, KOMUNIKASI PERSUASIF, INTERAKSI AUDIENS DALAM MEDIA SOSIAL (SOSIAL MEDIA ENGAGEMENT), DAN NETNOGRAFI	21
A. Komunikasi Dakwah	21
B. Komunikasi Persuasif.....	28
C. Interaksi Audiens dalam Media Sosial (<i>Social Media Engagement</i>)	35
D. Netnografi	38
BAB III GAMBARAN UMUM KOBAR PEKALONGAN DAN DATA TEMUAN PESAN DAKWAH EKOLOGIS DALAM AKUN INSTAGRAM @kobarpekalongan	42
A. Profil Kobar Pekalongan	42
B. Pesan Dakwah Ekologis Dalam Akun Instagram @kobarpekalongan	46
C. Data Temuan Interaksi Audiens dalam Akun Instagram @kobarpekalongan .	58
BAB IV ANALISIS HASIL PESAN DAKWAH EKOLOGIS DI INSTAGRAM @kobarpekalongan	63
A. Analisis Pesan Dakwah Ekologis dalam Akun Instagram @kobarpekalongan	63
B. Analisis Interaksi Audiens dalam Konten Akun Instagram @Kobarpekalongan	73
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

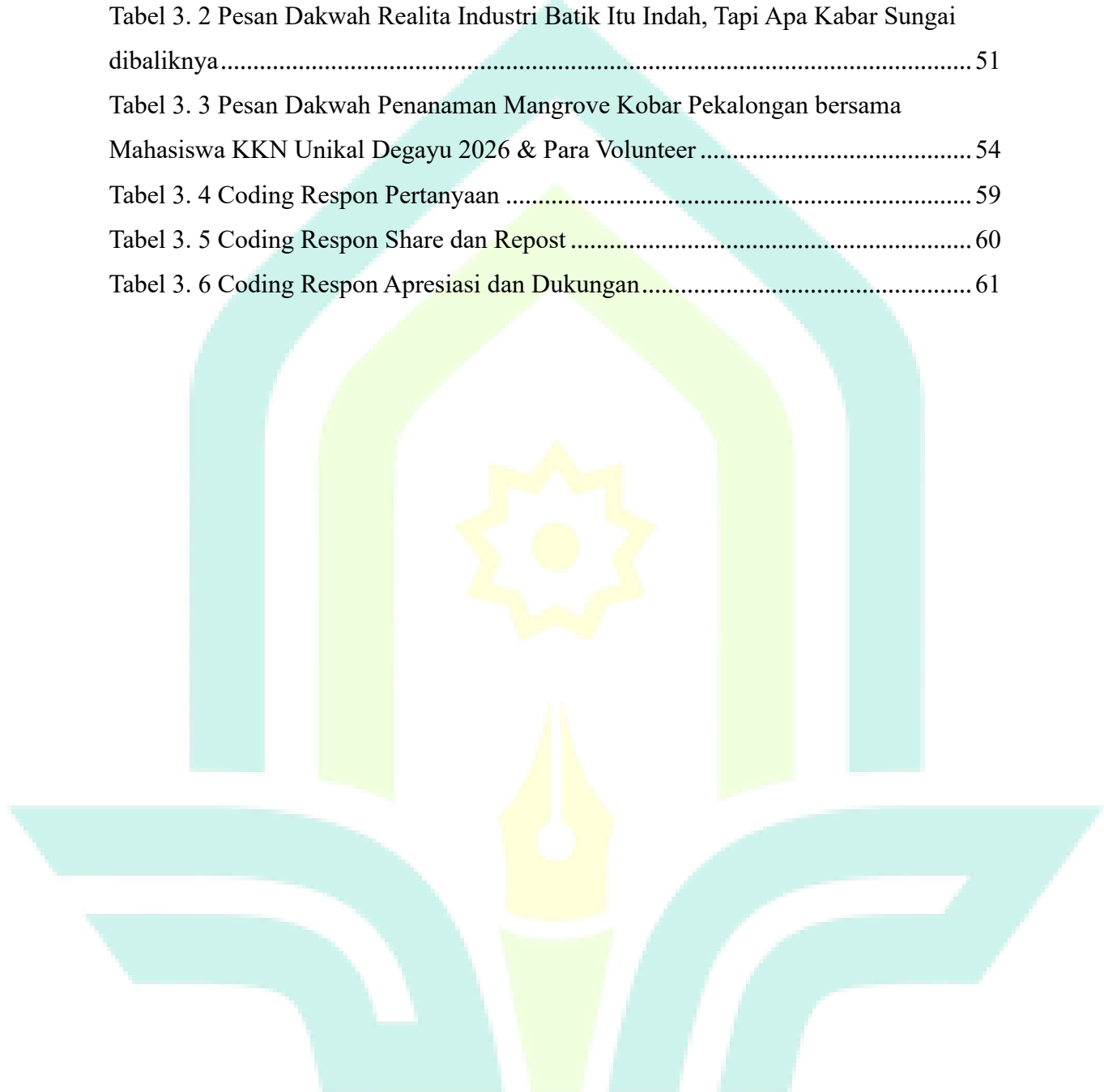
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir.....	14
Gambar 3. 1 Profil Akun Instagram Kobar Pekalongan	44
Gambar 3. 2 Profil Akun YouTube Kobar Pekalongan	45
Gambar 3. 3 Profil Akun TikTok Kobar Pekalongan.....	45
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Kobar Pekalongan	46
Gambar 4. 1 Postingan Akun @kobarpekalongan Pada 10 Juli 2025.....	63
Gambar 4. 2 Postingan Akun @kobarpekalongan Pada 23 November 2025	66
Gambar 4. 3 Postingan Akun @kobarpekalongan Pada 29 Desember 2025	70



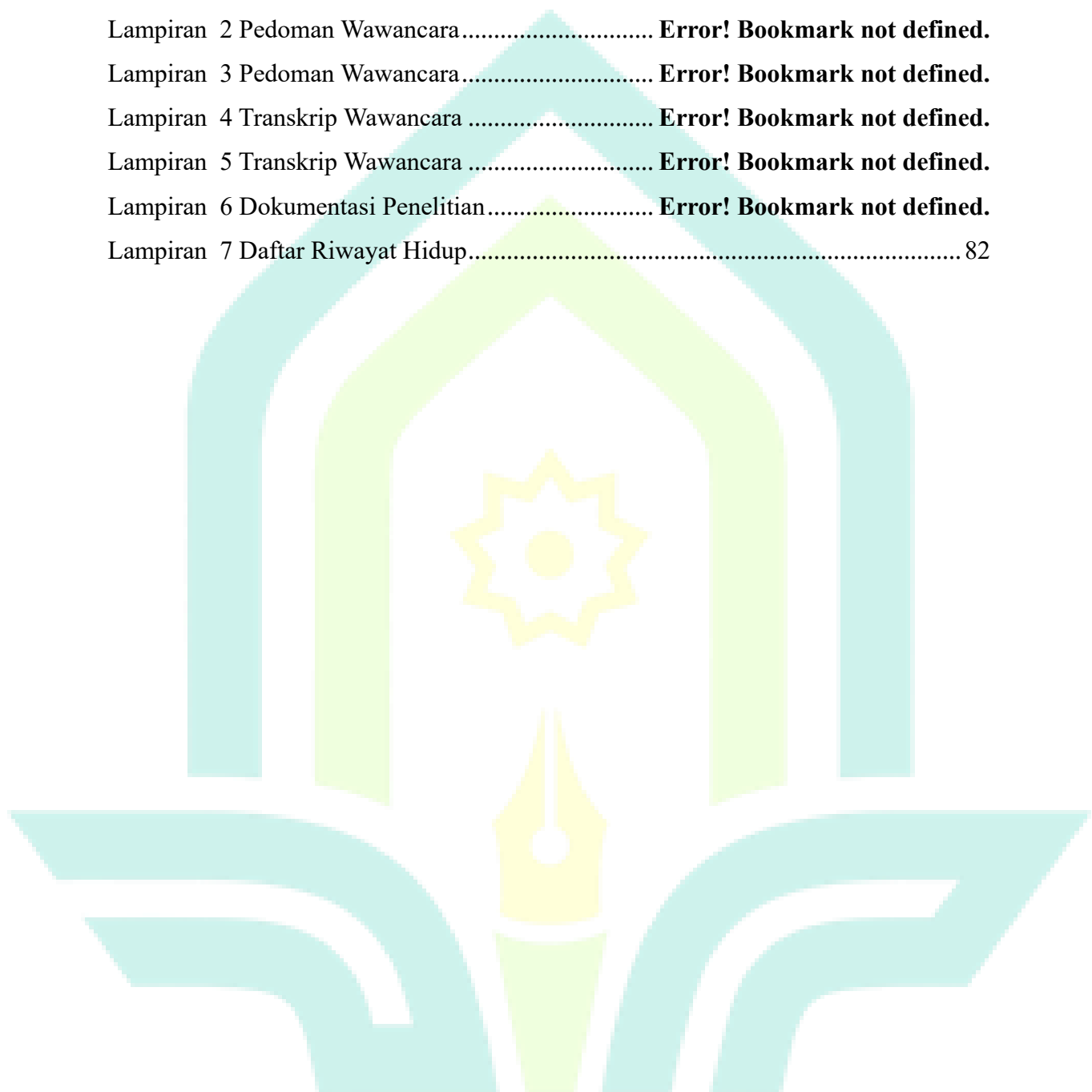
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pesan Dakwah Dalam Gerakan Pesisir Berseri.....	49
Tabel 3. 2 Pesan Dakwah Realita Industri Batik Itu Indah, Tapi Apa Kabar Sungai dibaliknya.....	51
Tabel 3. 3 Pesan Dakwah Penanaman Mangrove Kobar Pekalongan bersama Mahasiswa KKN Unikal Degayu 2026 & Para Volunteer	54
Tabel 3. 4 Coding Respon Pertanyaan	59
Tabel 3. 5 Coding Respon Share dan Repost	60
Tabel 3. 6 Coding Respon Apresiasi dan Dukungan.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Transkrip Wawancara	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	82



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Pekalongan merupakan salah satu wilayah pesisir di Provinsi Jawa Tengah yang menghadapi berbagai persoalan lingkungan secara kompleks. Posisi geografis yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa menyebabkan Kota ini rentan terhadap banjir rob, abrasi pantai, intrusi air laut, serta dampak perubahan iklim. Selain faktor alam, aktivitas permukiman dan industri, khususnya industri batik, turut memberikan tekanan terhadap kualitas lingkungan melalui pencemaran sungai dan meningkatnya produksi limbah. Permasalahan tersebut tidak lagi bersifat insidental, tetapi berlangsung secara berulang dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Salah satu persoalan yang paling menonjol adalah banjir rob yang terus terjadi dari tahun ke tahun. Fenomena ini dipengaruhi oleh kombinasi kenaikan muka air laut (*sea level rise*), penurunan muka tanah (*land subsidence*), dan perubahan iklim yang meningkatkan kerentanan wilayah pesisir. Penelitian menunjukkan bahwa wilayah pesisir Kota Pekalongan mengalami laju penurunan muka tanah rata-rata sekitar 5,37 cm per tahun, sedangkan kenaikan muka air laut mencapai sekitar 11,8 mm per tahun. Kondisi tersebut menyebabkan wilayah pesisir semakin sering mengalami genangan rob sehingga mengganggu aktivitas sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan masyarakat.¹

Dampak banjir rob masih terus dirasakan masyarakat hingga beberapa tahun terakhir. Pada akhir tahun 2024, banjir rob kembali merendam sejumlah wilayah di Kota Pekalongan sehingga ratusan warga harus mengungsi.

¹ Lisset Claudia Siahaan, "Analisis Kerentanan Bencana Banjir Rob di Daerah Pesisir Kota Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah" (IPB University, 2024), <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/159549>.

Pemerintah Kota Pekalongan melalui BPBD juga mencatat bahwa sepanjang tahun 2024 berbagai bencana hidrometeorologi, termasuk banjir rob dan banjir akibat hujan, terus terjadi di beberapa wilayah kota. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan banjir rob di Kota Pekalongan belum dapat diselesaikan sepenuhnya dan masih menjadi tantangan besar dalam pengelolaan lingkungan perkotaan.²

Selain banjir rob, Kota Pekalongan juga menghadapi persoalan pencemaran sungai yang berasal dari limbah domestik maupun limbah industri. Sungai-sungai yang melintasi kawasan permukiman dan sentra industri batik menerima beban pencemaran cukup tinggi sehingga kualitas air mengalami penurunan. Di sisi lain, kawasan pesisir juga mengalami abrasi yang mengancam keberadaan tambak, permukiman, dan ekosistem pantai. Berbagai persoalan tersebut menunjukkan bahwa krisis lingkungan di Kota Pekalongan bukan hanya menjadi persoalan pemerintah, tetapi membutuhkan keterlibatan aktif seluruh elemen masyarakat.³

Berbagai persoalan tersebut kemudian melahirkan berbagai gerakan sosial berbasis lingkungan di Kota Pekalongan. Salah satu komunitas yang aktif adalah Kolaborasi Aksi Generasi Muda Kota Pekalongan (Kobar Pekalongan). Komunitas ini hadir sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam merespons persoalan lingkungan melalui berbagai aksi nyata, seperti kegiatan bersih sungai, penanaman mangrove, edukasi pengelolaan sampah, kampanye gaya hidup ramah lingkungan, hingga kolaborasi dengan berbagai komunitas, dan lembaga instansi. Kehadiran Kobar menunjukkan bahwa upaya pelestarian lingkungan tidak hanya bergantung pada kebijakan pemerintah, tetapi juga memerlukan gerakan masyarakat yang berkelanjutan.

² Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan, *Kota Pekalongan Dalam Angka 2024* (Pekalongan, 2024).

³ Tim Komunikasi Publik Dinkominfo kota Pekalongan, "Land Subsidence di Kota Pekalongan, Ini Sejumlah Upaya Yang Dilakukan Pemkot," Pemerintah Kota Pekalongan, 2021, <https://share.google/tN5HAqtke5bKOIUfv>.

Seiring perkembangannya, aktivitas Kobar tidak lagi terbatas pada pelaksanaan aksi secara langsung. Pelaksanaan kegiatan lapangan memiliki berbagai keterbatasan, baik dari sisi jumlah relawan, waktu, biaya, maupun jangkauan wilayah. Padahal, aktivitas Kobar tidak hanya dilakukan di Kota Pekalongan, tetapi juga melibatkan kerja sama dengan berbagai komunitas di daerah lain. Sementara itu, persoalan lingkungan yang diangkat Kobar Pekalongan tidak hanya terjadi di Kota Pekalongan, tetapi juga merupakan isu yang dihadapi oleh berbagai daerah lain. Kondisi tersebut mendorong Kobar memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan komunikasi, menyebarkan nilai-nilai pelestarian lingkungan, serta mengajak masyarakat berpartisipasi dalam gerakan menjaga lingkungan tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Instagram kemudian menjadi media yang dimanfaatkan Kobar untuk mendokumentasikan kegiatan, menyampaikan edukasi lingkungan, membangun kesadaran ekologis, serta mengajak masyarakat berpartisipasi dalam berbagai aksi pelestarian lingkungan. Melalui media sosial, pesan-pesan yang sebelumnya hanya diterima oleh peserta kegiatan lapangan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi media komunikasi yang memperkuat gerakan dakwah ekologis Kobar Pekalongan di era digital.⁴

Pemilihan Komunitas Kolaborasi Aksi Generasi Muda (Kobar Pekalongan) sebagai objek penelitian bukan tanpa alasan. Di tengah banyaknya komunitas peduli lingkungan yang berkembang di Indonesia, Kobar Pekalongan memiliki karakteristik yang menarik karena tidak hanya berfokus pada pelaksanaan aksi lingkungan secara langsung, tetapi juga memanfaatkan

⁴ Batik TV, “‘Komunitas Kobar Pekalongan’ Anak Muda Peduli Lingkungan,” diunggah oleh Batik Tv, 4 Agustus 2023, https://youtu.be/lss1_s6yz2Ts/si+Ki2n_Ph07nHWPDdj.

media digital sebagai bagian dari strategi komunikasi gerakannya. Berbagai kegiatan secara rutin dipublikasikan melalui akun Instagram @kobarpekalongan. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi ruang untuk menyebarluaskan nilai-nilai kepedulian lingkungan kepada masyarakat yang lebih luas.

Selain itu, Kobar Pekalongan dipilih sebagai objek penelitian karena komunitas ini menunjukkan konsistensi dalam mengintegrasikan aksi nyata dengan komunikasi digital. Aktivitas yang dilakukan tidak berhenti pada pelaksanaan program lingkungan, tetapi dilanjutkan dengan penyebaran pesan melalui konten visual, narasi, dokumentasi kegiatan, serta interaksi dengan pengikut di Instagram. Karakteristik tersebut menjadikan akun @kobarpekalongan bukan sekadar media publikasi, melainkan ruang komunikasi yang memungkinkan terjadinya proses penyampaian pesan, dialog, dan keterlibatan audiens terhadap isu-isu lingkungan. Karakter inilah yang menjadikan Kobar Pekalongan relevan sebagai objek penelitian mengenai komunikasi dakwah ekologis dalam perspektif netnografi, karena penelitian tidak hanya mengkaji isi pesan yang disampaikan, tetapi juga mengamati pola interaksi digital yang terbentuk antara pengelola akun dan audiens dalam membangun kesadaran ekologis.

Berdasarkan karakteristik tersebut, penelitian terhadap akun Instagram @kobarpekalongan menjadi penting karena mampu memperlihatkan bagaimana media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dakwah ekologis yang membangun interaksi, partisipasi, dan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi dakwah di era digital, khususnya mengenai pemanfaatan media sosial oleh komunitas lingkungan berbasis nilai-nilai keislaman.

Merujuk pada uraian latar belakang tersebut, penelitian ini mengkaji bagaimana bentuk komunikasi dakwah dan interaksi audiensnya di akun Instagram @kobarpekalongan. Oleh karena itu, penulis memilih judul “Komunikasi Dakwah Ekologis di Instagram: Studi Netnografi Interaksi Digital Akun @kobarpekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian, fokus permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pesan dakwah ekologis dalam akun Instagram @kobarpekalongan?
2. Bagaimana pola interaksi dan *engagement* digital antara akun Instagram @kobarpekalongan dengan audiensnya dalam membangun kesadaran ekologis?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bentuk dan karakteristik pesan komunikasi dakwah ekologis yang disampaikan melalui akun Instagram @kobarpekalongan baik dalam bentuk narasi, visual, dan simbol.
2. Untuk menganalisis pola interaksi dan *engagement* digital akun Instagram @kobarpekalongan dengan audiensnya dalam membangun kesadaran ekologis melalui media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti tentu memiliki kontribusi, baik secara akademis maupun praktis. Keseluruhan manfaat tersebut disatukan menjadi sebuah rumusan masalah antara lain:

1. Manfaat teoritis, diharapkan penelitian ini mampu memberi wawasan mengenai dakwah ekologis di media sosial, khususnya pada akun Instagram @kobarpekalongan dapat semakin berkembang.

2. Manfaat Praktis, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk memahami dakwah ekologis di akun Instagram @kobarpekalongan, khususnya dalam mengintegrasikan pesan keagamaan dengan upaya peningkatan kesadaran serta keterlibatan masyarakat terhadap isu lingkungan hidup.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kerangka Teori

a. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dipandang sebagai sebuah proses interaksi yang melibatkan penyampaian makna dari pihak pengirim pesan kepada pihak penerima pesan. Sedangkan dakwah dimaknai sebagai aktivitas mengajak dan menyeru umat manusia untuk menerima serta mengamalkan ajaran Islam, termasuk penyampaian nilai-nilai *amar ma'ruf* dan *nahi mungkar*.⁵ Dalam perspektif Onong Uchjana Effendy, komunikasi dakwah termasuk ke dalam komunikasi persuasif yang mengedepankan kesadaran audiens dalam menerima pesan, sehingga perubahan sikap dan perilaku terjadi tanpa adanya unsur pemaksaan.⁶ Dengan demikian, komunikasi dakwah sebagai komunikasi persuasif menempatkan mad'u bukan sebagai objek yang dipaksa menerima pesan, melainkan sebagai subjek yang diajak untuk memahami, merasakan, dan mengamalkan nilai-nilai Islam.

Efektivitas dakwah yang berlandaskan komunikasi persuasif dapat dipahami melalui model AIDDA yang terdiri atas tahapan perhatian hingga tindakan audiens. Teori ini menggambarkan alur respons psikologis mad'u terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Pada tahap awal, dai berperan penting dalam menarik perhatian mad'u. Tahap berikutnya adalah

⁵ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah :Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi*, 1 ed. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012).

⁶ Iskandar Zulkarnain Humaizi, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan I (Kota Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024).

membangun minat sehingga pesan dakwah dapat diterima secara lebih mendalam. Dari minat tersebut, muncul dorongan keinginan untuk membuat suatu keputusan yang pada akhirnya mad'u bersedia melaksanakannya.⁷ Penjelasan sebagai berikut:

- 1) *Attention* (perhatian) adalah tahap fokus awal pada suatu pesan.
 - 2) *Interest* (minat) menandai munculnya ketertarikan untuk memahami pesan.
 - 3) *Desire* (keinginan) mengacu pada kesiapan internal mad'u untuk bertindak.
 - 4) *Decision* (keputusan) merupakan penetapan sikap berdasarkan kepercayaan dan ketertarikan.
 - 5) *Action* (tindakan) adalah pelaksanaan nyata dari keputusan tersebut.
- b. Pesan Dakwah Ekologis

Pesan dakwah dapat dimaknai sebagai isi atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u dengan tujuan menumbuhkan pemahaman, kesadaran, dan perubahan sikap sesuai ajaran Islam.⁸ Pesan dakwah ekologis dapat dipahami sebagai pesan dakwah yang mengangkat nilai Islam tentang hubungan manusia dengan alam, tanggung jawab menjaga lingkungan, serta kesadaran ekologis sebagai bagian dari keimanan. Konsep dakwah ekologis menegaskan bahwa tanggung jawab menjaga lingkungan merupakan bentuk pengamalan ajaran Islam, di mana manusia diposisikan sebagai pengelola bumi yang memiliki amanah dan merawat ciptaan Tuhan.

Isu lingkungan seperti pencemaran, kerusakan alam, sampah, dan krisis ekologis merupakan persoalan nyata yang dihadapi masyarakat saat ini. Isu- isu tersebut dapat dikonstruksi sebagai pesan dakwah dengan

⁷ Humaizi, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, 16.

⁸ Muhtadi, *Komunikasi Dakwah :Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi*, 26.

mengaitkannya pada nilai moral, etika, dan tanggung jawab.⁹ Dalam dakwah ekologis, isu lingkungan diposisikan sebagai:

- 1) Masalah moral dan sosial, bukan semata persoalan teknis.
- 2) Bentuk kelalaian manusia terhadap amanah Tuhan yang berdampak pada kehidupan bersama.
- 3) Media refleksi keagamaan, untuk menumbuhkan kesadaran bahwa kepedulian terhadap lingkungan merupakan bagian dari ibadah dan akhlak Islami.

Melalui media sosial seperti Instagram, isu lingkungan dikemas dalam bentuk visual, narasi, dan ajakan yang bersifat persuasif sehingga lebih mudah diterima oleh audiens.¹⁰ Oleh karena itu, pesan dakwah ekologis menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi dakwah digital yang diarahkan untuk menumbuhkan kesadaran dan perubahan perilaku ramah lingkungan.

c. Dakwah Online

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan dalam metode penyampaian dakwah Islam. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara langsung melalui ceramah, pengajian, maupun majelis taklim kini juga dapat disampaikan melalui media digital. Fenomena ini dikenal sebagai dakwah online, yaitu aktifitas penyebaran pesan-pesan keislaman yang memanfaatkan media berbasis internet sebagai sarana komunikasi antara da'i dan masyarakat. Melalui media digital, pesan dakwah dapat disampaikan dalam berbagai bentuk

⁹ Vina Fitriani dan Mukhlis Aliyudin, "Dakwah dalam Pendekatan Konsep Ekologi," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6 (2021): 80–99, <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/indeks.php/tabligh>.

¹⁰ Fiansi Dwi Arista, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha, "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z," *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 3 (2025), <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

seperti teks, gambar, audio, maupun video yang dapat diakses secara luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Pemanfaatan media digital dalam dakwah juga memungkinkan terjadi komunikasi yang lebih interaktif antara penyampai pesan dan audiens. Dalam dakwah online, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons melalui komentar, berbagi konten, maupun diskusi di ruang digital. Hal ini menjadikan dakwah di era digital lebih partisipatif serta mampu menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan ruang komunikasi keagamaan.¹¹

d. Teori Ekologi Media

Teori ekologi media merupakan pendekatan dalam studi komunikasi yang memandang media sebagai lingkungan yang memengaruhi cara manusia berpikir, berperilaku, dan berinteraksi. Dalam perspektif ini, media tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai sistem yang membentuk pola komunikasi dan kehidupan sosial masyarakat. Gagasan mengenai ekologi media pertama kali diperkenalkan oleh Marshall McLuhan melalui konsep “*the medium is the message*”, yang menekankan bahwa karakteristik media turut menentukan cara pesan dipahami oleh audiens.

Pemikiran tersebut kemudian dikembangkan oleh Neil Postman yang memandang media sebagai sebuah lingkungan yang memengaruhi cara manusia memperoleh informasi dan membangun budaya komunikasi. Dalam konteks media sosial, teori ekologi media membantu menjelaskan bahwa platform seperti Instagram tidak hanya menjadi sarana penyampaian

¹¹ Sarjito, “Tantangan dan Peluang Dakwah Hijau di Era Digital: Studi Kualitatif pada Komunitas Muslim.”

pesan, tetapi juga ruang interaksi digital yang membentuk pola komunikasi antara pengelola akun dan audiens.

e. Teori Sosial Media Engagement

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih interaktif, di mana audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons secara langsung terhadap konten yang dipublikasikan. Respons tersebut dikenal dengan istilah *engagement* atau keterlibatan pengguna. Teori *Social Media Engagement* menjelaskan bahwa keterlibatan audiens dalam media sosial tidak hanya berupa tindakan sederhana seperti memberikan *like* atau membagikan konten, tetapi juga mencerminkan keterikatan secara kognitif, emosional, dan perilaku terhadap suatu pesan. Dimensi kognitif berkaitan dengan pemahaman audiens terhadap informasi yang diterima, dimensi emosional berkaitan dengan respons perasaan terhadap konten, sedangkan dimensi perilaku terlihat dari tindakan nyata seperti memberikan komentar atau membagikan unggahan.

2. Penelitian Terdahulu

- a. Pertama, jurnal penelitian karya Vina Fitriani dan Mukhlis Aliyudin yang berjudul *Dakwah dalam Pendekatan Konsep Ekologi*.¹² Tujuan penelitian ini untuk memahami pesan dan tindakan dakwah ekologis serta maknanya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pesan dakwah ekologis *ath-thaariq*, dipengaruhi oleh tiga hal: konflik agraria, dampak revolusi hijau, serta rendahnya tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Penanaman, pemeliharaan, dan pemanfaatan lingkungan adalah cara untuk mendakwahkan ekologi. Makna dakwah ekologis ditentukan oleh motivasi dan tujuan pesantren

¹² Fitriani dan Aliyudin, "Dakwah dalam Pendekatan Konsep Ekologi."

Ath-Thaariq dalam menjalankan aktivitas dakwah dengan pendekatan ekologis.

Persamaan pada penelitian ini sama sama membahas dakwah ekologis sebagai bentuk penyampaian nilai nilai keislaman yang berorientasi pada pelestarian lingkungan. Sedangkan perbedaannya terletak metode penelitian, dimana jurnal tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sedangkan penelitian saya menggunakan pendekatan netnografi.

- b. Kedua, jurnal karya Aris Munandar dan Endang Susanti berjudul *Green Dakwah Nahdlatul Ulama: Strategi Komunikasi Digital NU Online dalam Membangun Kesadaran Ekologis*.¹³ Tujuan penelitian ini untuk menganalisis produksi dan distribusi pengetahuan lingkungan oleh aktor keagamaan, khususnya Nahdlatul Ulama, melalui platform digital *NU Online* serta implikasi sosial dan politik yang ditimbulkannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah ekologi NU yang dimediasi media digital berperan signifikan dalam mendorong perubahan praktik sosial, memperluas partisipasi kolektif lintas gender dan generasi, serta membentuk legitimasi keagamaan yang mampu mempengaruhi wacana dan kebijakan publik lingkungan.

Persamaan kedua penelitian terletak pada kajian dakwah ekologi di media digital dengan pendekatan netnografi. Adapun perbedaannya, terletak pada objek media, yaitu Instagram dalam penelitian ini dan *NU Online* dalam penelitian terdahulu.

- c. Ketiga, skripsi karya Muhammad Harits berjudul *Representasi Dakwah Ekologi Untuk Membangun Lingkungan Sehat Dalam Film*

¹³ Aris Munandar, "Green Dakwah Nahdlatul Ulama : Strategi Komunikasi Digital NU Online dalam Membangun Kesadaran Ekologis," *Nahnu; Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies* 3, no. 2 (2025): 579–602, <https://doi.org/https://doi.org/10.63875/nahnu.v3i2.124>.

Dokumenter “Air Mata Air”.¹⁴ Tujuan penelitian ini untuk menganalisis elemen naratif dan sinematik serta representasi dakwah ekologi dalam film untuk memahami peranya dalam menciptakan lingkungan yang sehat. Hasil penelitian ini dengan menerapkan 4 indikator lingkungan sehat dari buku “Ekologi, Lingkungan Hidup, dan Pembangunan” dapat dibuktikan bahwa film dokumenter “Air Mata Air” meyoroti pentingnya kebersihan (*thaharah*) dengan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan perilaku membuang sampah yang sesuai pada tempatnya.

Kedua penelitian ini sama sama mengkaji dakwah ekologi, namun berbeda pada media yang dianalisis, yaitu media sosial Instagram dalam penelitian ini dan film “Air Mata Air” pada penelitian terdahulu.

- d. Keempat, jurnal penelitian karya Aldi Wikaldi dan Rasyid Alhafizh berjudul Hadis dan Kesalehan Ekoteologi: Studi Living Hadis pada Ceramah Fahrudin Faiz tentang Menjaga Alam.¹⁵ Tujuan penelitian ini untuk menelaah peran dakwah digital dalam menyebarluaskan nilai nilai ekoteologi Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ceramah tersebut berhasil mengintegrasikan prinsip prinsip tauhid, khilafah, amanah dan mizan sebagai landasan moral dan spiritual untuk menjaga kelestarian alam.

Penelitian ini dan penelitian terdahulu sama sama menggunakan metode netnografi dalam mengkaji dakwah ekologis, tetapi berbeda pada media yang dianalisis, yaitu Instagram pada penelitian ini dan YouTube pada penelitian terdahulu.

¹⁴ Muhammad Harits, “Representasi Dakwah Ekologi Untuk Membangun Lingkungan Sehat Dalam Film Dokumenter ‘Air Mata Air’” (UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025).

¹⁵ Aldi Wikaldi, “Hadis dan dan Kesalehan Ekoteologi: Studi Living Hadis pada Ceramah Fahrudin Faiz tentang Menjaga Alam,” *Jurnal Sains Student Research* 3, no. 3 (2025): 492–501, <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i3.4798>.

- e. Kelima, jurnal penelitian karya Faidatul Khusna, Sulisty Ningsih Akmla Nafila dan Khaerunnisa Tri Darmaningrum berjudul *Dakwah Lingkungan Sebagai Media Edukasi Islam dan Ekologi: Studi Kualitatif di SMP N 2 Kedungwuni Kabupaten Pekalongan*.¹⁶ Tujuan penelitian ini mengeksplorasi peran dakwah lingkungan dalam membangun kesadaran ekologis berbasis nilai Islam di SMP N 2 Kedungwuni. Penelitian ini menemukan bahwa mampu memperkuat pemahaman keislaman siswa serta mendorong terbentuknya sikap dan perilaku ramah lingkungan. Integrasi pendidikan agama dan ekologi di SMP N 2 Kedungwuni turut membentuk karakter siswa yang religius serta memiliki tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan.

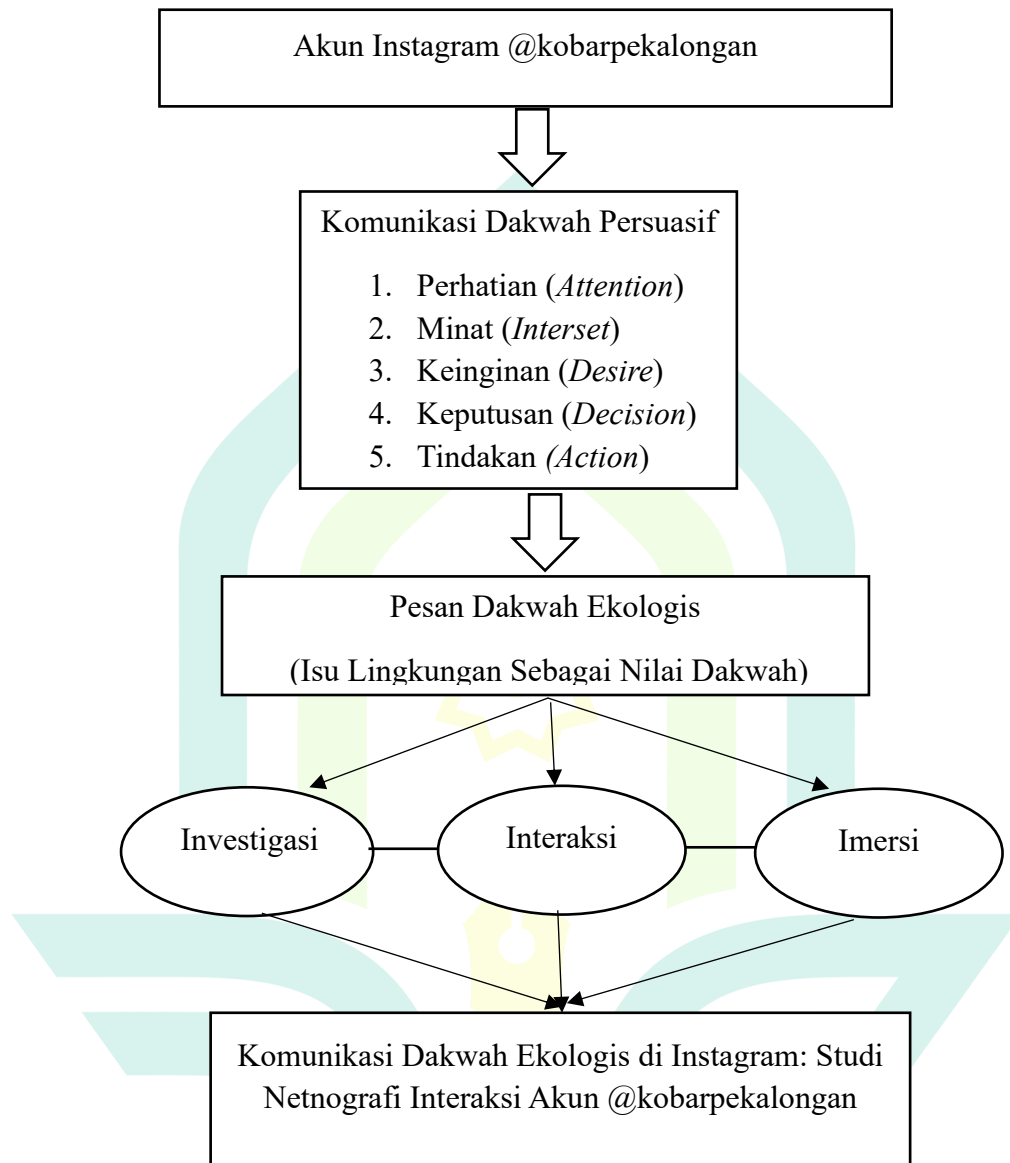
Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus kajian yang sama membahas dakwah ekologis. Adapun perbedaannya, terletak pada konteks penelitian, dimana penelitian ini mengkaji dakwah ekologis di media sosial Instagram, sedangkan penelitian terdahulu di SMP N 2 Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

3. Kerangka Berfikir

Penelitian ini memandang dakwah sebagai proses komunikasi persuasif. Akun Instagram @kobarpekalongan berperan sebagai komunikator dakwah yang menyampaikan pesan dakwah ekologis melalui konten media sosial. Penyusunan pesan tersebut mengacu pada kerangka komunikasi persuasif AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) yang menggambarkan proses penerimaan pesan oleh audiens, mulai dari munculnya perhatian hingga terbentuknya tindakan. Menggunakan pendekatan netnografi ada investigasi, interaksi, dan imersi. Sehingga bisa menganalisis konten, komentar, dan interaksi di akun Instagram

¹⁶ Khusna et al., "Dakwah Lingkungan Sebagai Media Edukasi Islam Dan Ekologi: Studi Kualitatif Di SMP N 2 Kedungwuni Kabupaten Pekalongan."

@kobarpekalongan. Penelitian ini akan menyelami dunia digital untuk memahami bagaimana konten dakwah ekologis dimaknai dan menganalisis.



Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menganalisis dengan pendekatan netnografi. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Netnografi merupakan kajian yang berfokus pada pemahaman dunia maya, Dimana terdapat orang-orang yang saling berinteraksi dan mampu membentuk budaya dan system sosialnya sendiri.¹⁷ Oleh karena itu, metode penelitian didasarkan pada penelitian observasional, yang menempatkan peneliti sebagai partisipan aktif dalam komunitas daring. Instagram dipilih sebagai *field site* (daerah penelitian) dan akun @kobarpekalongan sebagai objek yang dianalisis. Fokus penelitian ini terkait bagaimana bentuk pesan dakwah ekologis dalam akun Instagram @kobarpekalongan melalui analisis netnografi dan bagaimana interaksi digital antara akun Instagram @kobarpekalongan dengan audiensnya dalam membangun kesadaran ekologis.

Dalam buku Metode Netnografi Karya Eriyanto, Robert V. Kozinets mengemukakan, netnografi adalah suatu bentuk penelitian kualitatif yang berusaha untuk memahami pengalaman budaya yang mencakup dan tercermin dalam jejak digital, praktik, dan sistem jejak online. Jejak online berupa teks, grafik, fotografi, audiovisual, musik, iklan komersial, dan banyak hal lainnya. Pengalaman budaya ini dapat diperoleh dengan cara peneliti melibatkan dan kemudian direfleksikan melalui tiga elemen dasar netografi: investigasi, interaksi, dan imersi.¹⁸

2. Batasan Penelitian

¹⁷ Aura Zulaika Thahara, “Studi Netnografi Percakapan Komunitas Pada Akun TikTok Vina Muliana Tentang Persiapan Kedunia Kerja” (2024), [http://repository.uin-suska.ac.id/78141/1/SKRIPSI GABUNGAN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/78141/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf).

¹⁸ Eriyanto, *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*, 1 ed. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), Hlm 2.

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, pengambilan data dibatasi pada unggahan dan aktivitas interaksi yang dipublikasikan dalam rentan waktu 6 bulan terakhir, yaitu dari bulan Juli hingga Desember 2025. Dalam rentang waktu tersebut, peneliti menganalisis sebanyak 3 konten. Konten penelitian dipilih secara *purposive* berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Pemilihan dilakukan dengan tiga kriteria, yaitu: konten dipublikasikan pada akun Instagram @kobarpekalongan, konten memuat pesan dakwah atau edukasi mengenai lingkungan, dan konten menunjukkan adanya interaksi digital, seperti komentar, tanda suka, atau pembagian unggahan. Sehingga dapat dianalisis melalui komunikasi persuasif dengan pendekatan netnografi.

3. Sumber Data

Riset ini mengacu pada dua macam sumber informasi guna memperoleh data yang diperlukan penulis, diantaranya yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data asli yang diperoleh langsung dari sumber utama penelitian, sehingga tingkat keasliannya tetap terjaga tanpa melalui perantara pihak lain.¹⁹ Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari unggahan yang terdapat pada akun Instagram @kobarpekalongan.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan, baik yang berasal dari media daring maupun buku dan artikel jurnal ilmiah.²⁰ Penelitian ini memanfaatkan data sekunder untuk memperkuat temuan

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 5 ed. (Bandung: CV Alfabeta, 2023).

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 296.

penelitian serta melengkapi informasi yang diperoleh dari konten unggahan akun Instagram @kobarpekalongan.

4. Metode Pengumpulan Data

Bentuk metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dalam riset ini ialah:

a. Observasi

Observasi merupakan metode untuk memperoleh informasi, dimana peneliti perlu terjun langsung ke lapangan sambil memperhatikan berbagai gejala yang muncul. Pada penelitian netnografi, bentuk observasinya berupa keterlibatan (*engagement*). Peneliti tidak diharuskan untuk berpartisipasi dalam kegiatan informan yang diteliti, (seperti memberikan komentar, memberi tanda like, share, dan sebagainya). Melainkan berfokus pada pengamatan dan pengumpulan data percakapan daring guna memahami perspektif subjek peneliti.²¹

b. Wawancara

Wawancara adalah cara berkomunikasi atau berinteraksi guna mendapatkan informasi dengan bertanya dan menjawab antara peneliti dengan orang yang diteliti. Pada tahap ini peneliti akan mewawancarai pengelola akun Instagram @kobarpekalongan guna memperoleh informasi.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa arsip digital yang terdapat pada akun Instagram @kobarpekalongan. Data dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshoot*) konten unggahan, caption, serta komentar yang berkaitan dengan komunikasi dakwah ekologis. Dalam penelitian ini, peneliti

²¹ Eriyanto, *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*, 1 ed. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021). 57

mendokumentasikan sebanyak 3 konten yang diunggah pada periode Juli hingga Desember 2025 yang relevan dengan tema dakwah ekologis. Data dokumentasi tersebut kemudian dianalisis untuk memahami bentuk pesan dakwah ekologis serta interaksi audiens yang muncul dalam media sosial tersebut.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menemukan tema, mengatur dan mengurutkannya ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja berdasarkan data yang dikumpulkan, penelitian ini mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, foto, dan video. Hal ini dilakukan dengan memberikan penjelasan teoritis tentang fakta yang terjadi.

Analisis studi netnografi bertujuan untuk mendeskripsikan komunitas online di postingan akun Instagram @kobarpekalongan. Melalui analisis tersebut, peneliti dapat memperoleh pemahaman mengenai pola interaksi dan budaya digital yang dikonstruksi oleh akun tersebut. Oleh karena itu, unggahan yang terdapat pada akun Instagram @kobarpekalongan menjadi objek yang relevan dalam penerapan pendekatan netnografi.

Tahap pertama yang dilakukan adalah reduksi data, yaitu menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya yang berkaitan dengan pesan dakwah ekologis dan interaksi audiens. Tahap selanjutnya adalah kategorisasi data, dilakukan dengan mengelompokkan pesan dakwah ekologis berdasarkan isu lingkungan yang disampaikan melalui narasi, visual, simbol, serta ajakan aksi lingkungan. Selain itu, peneliti juga menganalisis pola interaksi digital antara pengelola akun dan audiens melalui indikator engagement seperti komentar, repost, dan dialog yang terjadi di ruang interaksi digital. Kategorisasi ini bertujuan untuk mempermudah proses interpretasi data dalam memahami bagaimana pesan

dakwah ekologis disampaikan serta bagaimana audiens meresponsnya di media sosial. Selanjutnya yaitu tahap interpretasi, data dianalisis menggunakan kerangka komunikasi persuasif AIDDA untuk melihat bagaimana pesan dakwah ekologis disampaikan dan bagaimana audiens merespons pesan tersebut. Melalui proses ini, peneliti berupaya memahami makna komunikasi dakwah ekologis dan interaksi digital yang terbentuk dalam komunitas online akun Instagram @kobarpekalongan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian serta sistematika penulisan studi netnografi akun Instagram @kobarpekalongan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi mengenai landasan teori yang digunakan, meliputi komunikasi dakwah, komunikasi persuasif dalam dakwah, interaksi audiens dalam media sosial (*social media engagement*), dan netnografi.

BAB III GAMBARAN UMUM & HASIL PENELITIAN

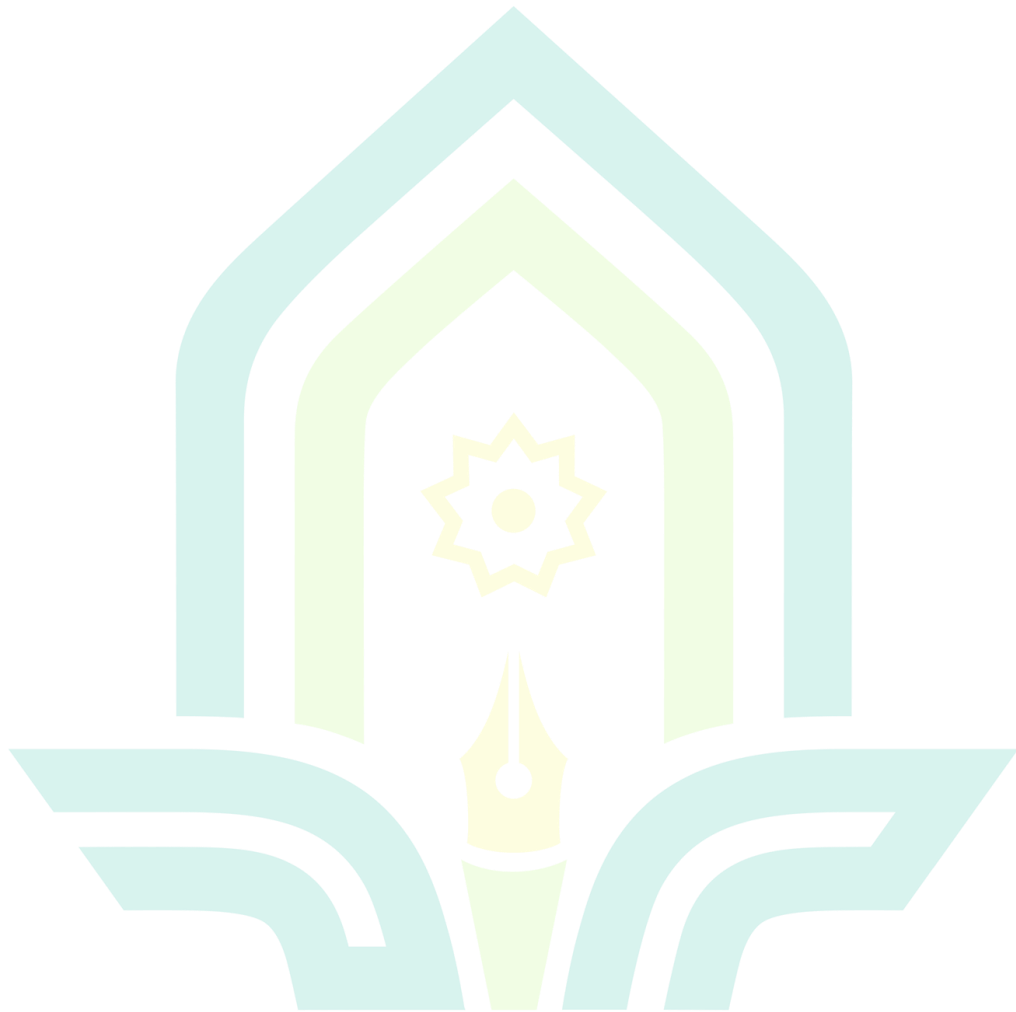
Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, bagaimana bentuk komunikasi dakwah ekologis yang disampaikan melalui akun Instagram @kobarpekalongan, interaksi digital antara akun Instagram @kobarpekalongan dengan audiensnya dalam membangun kesadaran ekologis.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Menyajikan analisis bentuk komunikasi dakwah ekologis yang disampaikan melalui akun Instagram @kobarpekalongan, dan analisis interaksi digital antara akun Instagram @kobarpekalongan dengan audiensnya dalam membangun kesadaran ekologis.

BAB V PENUTUP

Bagian akhir dari skripsi yang berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan kajian komunikasi dakwah dan dakwah ekologis di media sosial.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi dakwah ekologis yang disampaikan akun Instagram @kobapekalongan dikemas melalui perpaduan unsur visual, narasi, dan ajakan persuasif yang mengangkat berbagai isu lingkungan, seperti aksi bersih pantai, edukasi pencemaran sungai akibat industri batik, serta kegiatan penanaman mangrove. Ketiga konten tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah ekologis tidak hanya berisi penyampaian informasi mengenai kondisi lingkungan, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai Islam tentang pentingnya menjaga kelestarian alam sebagai bentuk tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Pesan yang disampaikan menampilkan karakter komunikasi dakwah yang edukatif, persuasif, dan berorientasi pada perubahan perilaku masyarakat terhadap lingkungan.

Berdasarkan analisis menggunakan model komunikasi persuasif AIDDA, setiap konten menunjukkan tahapan komunikasi yang saling berkaitan. Tahap *Attention* dibangun melalui penggunaan visual yang menarik serta pengangkatan isu lingkungan yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Tahap *Interest* muncul melalui penyajian informasi dan fakta yang membangun ketertarikan audiens terhadap persoalan lingkungan. Selanjutnya, tahap *Desire* terlihat dari munculnya dorongan moral untuk ikut menjaga lingkungan, sedangkan tahap *Decision* ditunjukkan melalui kesiapan audiens untuk mendukung atau mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Kobar Pekalongan. Tahap *Action* diwujudkan melalui partisipasi masyarakat dalam aksi lingkungan maupun keterlibatan mereka di ruang digital melalui komentar, pemberian tanda suka, serta penyebarluasan konten.

Hasil analisis netnografi melalui tahapan investigasi, interaksi, dan imersi menunjukkan bahwa akun Instagram @kobarpekalongan tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi kegiatan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi digital yang membangun hubungan antara komunitas dengan audiens. Pada tahap investigasi, ditemukan bahwa konten-konten yang dipublikasikan secara konsisten mengangkat isu-isu ekologis yang relevan dengan kondisi masyarakat, khususnya wilayah pesisir Pekalongan. Tahap interaksi memperlihatkan adanya respons positif dari audiens melalui komentar, tanda suka, dan bentuk engagement lainnya sebagai indikator adanya perhatian serta kepedulian terhadap isu lingkungan. Sementara itu, tahap imersi menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun oleh Kobar Pekalongan mampu menciptakan ruang partisipasi digital yang mendorong audiens untuk tidak hanya memahami persoalan lingkungan, tetapi juga memiliki kesadaran dan motivasi untuk terlibat dalam berbagai aksi pelestarian lingkungan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan secara efektif oleh Kobar Pekalongan sebagai media dakwah ekologis di era digital. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang komunikasi persuasif yang mampu membangun kesadaran ekologis, memperluas jangkauan dakwah, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menjaga lingkungan. Dengan demikian, komunikasi dakwah ekologis yang dilakukan melalui Instagram mampu menghubungkan nilai-nilai keislaman dengan aksi nyata pelestarian lingkungan melalui interaksi digital yang berlangsung secara berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Organisasi Kobar Pekalongan

Kobar Pekalongan diharapkan dapat terus mengembangkan strategi komunikasi dakwah ekologis melalui media sosial dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram secara lebih optimal, seperti Reels, Live Instagram, *carousel edukatif*, dan konten interaktif yang mampu meningkatkan partisipasi audiens. Selain itu, pengelola akun dapat lebih aktif membangun komunikasi dua arah melalui respons terhadap komentar maupun diskusi sehingga *engagement* audiens semakin meningkat dan pesan dakwah ekologis dapat diterima secara lebih efektif.

2. Bagi Audiens

Audiens diharapkan tidak hanya menjadi penikmat konten, tetapi juga dapat berperan aktif dalam menyebarkan dan menerapkan pesan yang disampaikan. Partisipasi sederhana seperti memberikan komentar, membagikan konten, hingga terlibat langsung dalam kegiatan lingkungan dapat menjadi kontribusi nyata dalam menjaga kelestarian alam. Kesadaran ekologis yang dibangun melalui media sosial perlu diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada fokus analisis yang hanya dilakukan pada satu platform media sosial. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kajian dengan membandingkan berbagai platform digital atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat efektivitas komunikasi secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Noviani, dan Sri Wijayanti. "Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomindonesia)." *Jurnal Netnografi Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 1–13. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i1.1>.
- Anas, Moh. "Jurnal studi, sosial dan ekonomi." *Jurnal Studi Sosial dan Ekonomi* 6, no. 1 (2025): 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v6i1.199>.
- Anna Gustina Zainal, Yuni Septi. "Strategi Komunikasi Oleh Brand Presenter Dalam Memasarkan Produk Kepada Konsumen (The Communications Strategy by Brand Presenter in Marketing Products to Consumers)." *Communication: Journal Of Communication Studies* 2, no. 1 (2017). <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/issue/view/465>.
- Ardiansyah, Aldo. "Sejarah Berdirinya Kobar Pekalongan." Pekalongan: Wawancara Pribadi, 2026.
- Arifiin, Yanuar. *Pengantar Ilmu Dakwah Untuk Perguruan Tinggi*. Pertama. Yogyakarta: DIVA Press, 2025. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=6_qSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=arifin+ilmu+komunikasi+dakwah&ots=iRguS5JrzO&sig=jn7UVb8RbMLVylEcZZy-dQCnrd4&redir_esc=y#v=onepage&q=arifin+ilmu+komunikasi+dakwah&f=false.
- Arifin, Samsul, Alfiansyah Husin, dan Ampel Surabaya. "Komunikasi Persuasif (Studi Dakwah Quraish Shihab di Channel Youtube Narasi TV)." *Al-MAquro': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 05, no. 02 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.47759/hze4xf25>.
- Arista, Fiansi Dwi, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha. "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z." *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 3 (2025). <https://doi.org/hhttps://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

- Ashari, Rizqi Ganis. “Memahami Hambatan dan Cara Lansia Mempelajari Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15 No 2 (2018).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1245>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. Diedit oleh Suwito. 7 ed. Jakarta: Kencana, 2024.
- Barus, Efendi, dan Risnawaty Siregar, Elvi Fauziah. “An Analysis of Roland Barthes ’ Semiotic Theory : Focusing on Denotation , Connotation , and Myth.” *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)* 04, no. 02 (2025): 355–63. <https://doi.org/10.55299/ijere.v4i2.1438>.
- Budiawan, Budi Irawanto, Dewi Candraningrum. *Hamparan Wacana*. Yogyakarta: Penerbit Ombak (Anggota IKAPI), 2018.
<https://www.researchgate.net/publication/341755008>.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu komunikasi*. 1 ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
https://www.academia.edu/download/108480731/pdf_ilmu_komunikasi_teorid_an_praktik_prof_drs_onong_uchjana_effendy_compress.pdf.
- Eriyanto. *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. 1 ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Erwan Effendy, Aura Jannah, Wahyu Hidayat, Wahyu Mulianto. “Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Trend Media Dakwah.” *Visa: Journal of Visions and Ideas* 4, no. 1 (2024): 20–26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47467/visa.v4i1.5465>.
- Evans, Dave. *Social Media Marketing The Next generation of Business Engagement*. Canada: Simultaneously, 2010.
- Faiz, Nuzula Nailul. “Pelestarian Lingkungan Menurut Dr. Yusuf al-Qaradawi.” arrahim.id, 2023. <https://arrahim.id/nuzula/pelestarian-lingkungan-menurut-dr-yusuf-al-qaradawi-1/>.
- Ferdiansah, Rudi. *Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah Yang Inovatif & Inspiratif*. Diedit oleh Komarudin. CV. Green Publisher

Indonesia, 2023.

Fitriani, Vina, dan Mukhlis Aliyudin. “Dakwah dalam Pendekatan Konsep Ekologi.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6 (2021): 80–99. <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/indeks.php/tabligh>.

Hakim, Lukmanul. “Dakwah Interaktif di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi dan Respon Audiens di Platform TikTok dan Instagram Reels.” *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 3 (2025): 25. <https://doi.org/https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v3i2.10102>.

Halim. “Pola Komunikasi Kobar Pekalongan.” Pekalongan: Wawancara Pribadi, 2026.

Harits, Muhammad. “Representasi Dakwah Ekologi Untuk Membangun Lingkungan Sehat Dalam Film Dokumenter ‘Air Mata Air.’” UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025.

Hermanto, Agus. “Pandangan Yusuf al-Qardhawi tentang Lingkungan.” NU Online, 2024. <https://lampung.nu.or.id/keislaman/pandangan-yusuf-al-qardhawi-tentang-lingkungan-iI2Ag%0A>.

Humaizi, Iskandar Zulkarnain. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan I. Kota Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024.

Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah. “Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah Samarinda, Indonesia Email:” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 5, no. 5 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntaximperatif.v5i5.510>.

Kemenag. “Qur’an Kementrian Ar Rum: ayat 41.” Kemenag RI, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.

Kholil, Moh. “Khalifah Dalam Melestarikan Lingkungan Hidup (Kajian Ayat Ekologis Perspektif Musafir Indonesia.” *Graduasi: Jurnal Mahasiswa* 1, no. 1 (2024): 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/graduasi.v1i1.8238>.

Khusna, Faidatul, Sulistiyo Ningsih, Akmal Nafila, dan Khaerunnisa Tri Darmaningrum. “Dakwah Lingkungan Sebagai Media Edukasi Islam Dan Ekologi: Studi Kualitatif Di SMP N 2 Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.”

- Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 3, no. 1 (2025): 106–13.
<https://doi.org/10.51510/komposit.v3i1.2468>.
- Maolana, Lutfi, Amin Sobar, Evi Risky Mularsih, Sekolah Tinggi, Agama Islam, dan Publisistik Thawalib. “Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam” 4, no. 1 (2024): 31–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.54150/syiar.v4i1.400>.
- Meara, dan Priyanka Sharma. “Fazlun Khalid: Environmentalism Is Intrinsic To Islam.” USCDornsife Collage Of Letters, Art and Sciences, 2021.
<https://dornsife.usc.edu/crcc/fazlun-khalid-environmentalism-is-intrinsic-to-islam/>.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah :Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi*. 1 ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Munandar, Aris. “Green Dakwah Nahdlatul Ulama : Strategi Komunikasi Digital NU Online dalam Membangun Kesadaran Ekologis.” *Nahnu; Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies* 3, no. 2 (2025): 579–602.
<https://doi.org/https://doi.org/10.63875/nahnu.v3i2.124>.
- Nasr, Seyyed Hossein. *Religion and the Order of Nature*. New York: Oxford University Press., 1996.
- Pekalongan, Tim Komunikasi Publik Dinkominfo kota. “Land Subsidence di Kota Pekalongan, Ini Sejumlah Upaya Yang Dilakukan Pemkot.” Pemerintah Kota Pekalongan, 2021. <https://share.google/tN5HAqtke5bKOIUfv>.
- Prasetyo, Yohanes Wahyu. “Krisis Spiritual dan Degradasi Lingkungan Menurut Seyyed Hossein Nasr.” Pusat Studi Filsafat dan Teologi, 2025. <https://filsafat-teologi.id/krisis-spiritual-dan-degradasi-lingkungan-menurut-seyyed-hossein-nasr/>.
- Pribadi, Muhammad Adi. “Ekologi Media pada Generasi Z (Studi Kasus Penggunaan Instagram Mahasiswa Universitas di Jakarta Barat)” 6 No 1 (2022): 49–54.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.10674>.
- Roderick J. Brodie, Linda D. Hollebeek, Biljana Juric. “Customer Engagement: Conseptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research.”

- Jurnal of Service Research*, 2011.
<https://www.scribd.com/document/397009711/Customer-Engagement-by-Brodie-et-al>.
- Sarjito, Aris. “Tantangan dan Peluang Dakwah Hijau di Era Digital : Studi Kualitatif pada Komunitas Muslim.” *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 9, no. 1 (2025): 1037–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.47313/jkik.v9i1.4198>.
- Sharma, Meara. “Fazlun Khalid Menunjukkan Bagaimana Pelestarian Lingkungan Merupakan Bagian Yang Melekat Dalam Islam.” *ReligionUnplugged*, 2021. <https://religionunplugged.com/news/2021/2/19/fazlun-khalid-shows-how-environmentalism-is-intrinsic-to-islam>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 5 ed. Bandung: CV Alfabeta, 2023.
- Sulianta, Feri. *Netnografi Dasar dan Pengembangan Etnografi Digital*. Bandung, 2021.
- Sulistyo, Urip. *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Jambi: Salim Media Indonesia, 2019.
- Susanto, Eko Harry. “Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan,” no. 1 (2016): 379–98.
- Syafitri, Nadia. “Strategi Kampanye Pelestarian Lingkungan Pada Akun Instagram Gerakan Peduli Sungai Tembung (@gps.tembung).” *Jurnal Komunikasi* 2, no. 8 (2024): 666–75. <http://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/93/104>.
- Wikaldi, Aldi. “Hadis dan dan Kesalehan Ekoteologi : Studi Living Hadis pada Ceramah Fahrudin Faiz tentang Menjaga Alam.” *Jurnal Sains Student Research* 3, no. 3 (2025): 492–501. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i3.4798>.