

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, R. (2024). *Definisi Platform Digital? Ini Jenis & Manfaat Yang Perlu Diketahui*. Nextdigital. Diambil dari: <https://nextdigital.co.id/definisi-platform-digital/> (Diakses pada 5 Desember 2024)
- Ahmad, F. M. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Pada Pemilihan Umum (Studi pada Masyarakat Kota Malang)*. (Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Ainunsiah, S., Wulandari, D. R., & Yusaputra, M. I. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perasaan Kesenangan Pada Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi Kelas XI MAN 2 Parigi). *Jurnal Audience*, 6(2), 289–296.
- Amalia, Ramadhani, A. L., Vitacheria, F. G., & Azizah, I. (2024). Pendidikan Karakter dan Teknologi: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembentukan Karakter Remaja. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 32–39.
- Ambari, M. R. (2021). *Konten Pendidikan Agama Islam Dalam Film Animasi Nussa Dan Rara (Episode Bukan Mahram, Baik Itu Mudah, Ambil Gak Ya, Toleransi, Marahan Nih) Dan Signifikansi Pada Pendidikan Karakter*. (Skripsi, Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus).
- Amin, M. (2018). Peran Instagram Sebagai Media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik Di Sea Games 2017. *UIN Raden Fatah Palembang*, 1(1), 1–15.
- Amrina, T. N., Mufidah, Z., Azmi, Z. K., & Suryandari, M. (2023). *Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial Tiktok* (Vol. 1, Issue 1).
- Anshari, H. M. H. (1996). *Kamus Psychology*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (R. Karyanti (ed.)). Simbioka Rekatama Media.
- Aziz, M. A. (2008). *Ilmu Dakwah*. Surabaya: Kencana.
- Bajeber, N. (2024). *Efektivitas Media Sosial Tiktok Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok @aabelkarimi*. (Skripsi, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dawis, A., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., &

- Baali, I. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Get Press Indonesia.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fauziyyah, H. I., & Trigartanti, W. (2015). Penggunaan Media Internal Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi. In *Prosiding Hubungan Masyarakat* (pp. 394–401).
- Fitriani, L., Rachma, Z. S., Kamila, A. D., Pebrianti, E. P., Fateha, S. A., & Nurhayati, E. (2023). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online. *Jurnal Sabda*, 2(1), 1–10.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *JISAMAR*, 5(4), 1006–1013.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzanwadi, Heriyadi, & Burhanudin. (2023). Manajemen Dakwah dan Moderasi Beragama di Kawasan Wisata Mandalika Lombok Tengah. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(2), 142–154.
- Hartanti, J. (2024). *Eksistensi Second Account Instagram Dalam Pengungkapan Identitas Diri Generasi Z (Studi Kasus Sma Arrahman Depok)*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hidayat, D. (2024). *Data Pengguna Digital 2024 Indonesia*. Diambil dari: <https://easydigital.co.id/data-pengguna-digital-2024-di-indonesia/> (Diakses pada 20 April 2024)
- Iryani, J., & Syam, N. (2023). Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial The Role Of Social Media In Spreading Religious Messages And Social Change Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata Jl . Jalanjang Kabupaten Bulukumba Institut Teknologi dan Bisnis Bi. *PUSAKA*, 11(2), 359–372.
- Ismawati, D. (2019). *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram “DuniaHalal” Terhadap Keputusan Pembelian Barang*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Jafar, I. (2010). Tujuan Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur’an: Mempertajam Fokus dan Orientasi Dakwah Ilahi. *Miqot*, XXXIV(2), 285–302.
- Julius, N. (2025). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025*. Upgraded. Diambil dari: <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia> (Diakses pada 22 April 2025)
- Khairuni, N. (2016). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak (Studi Kasus di SMP Negeri 2 Kelas VIII Banda Aceh). *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 91–106.

- Kurnialandi, A., Gamelia, E., & Masfiah, S. (2023). *The Effect of Tiktok Usage Behavior on Body Image in Jenderal Soedirman University Students Pengaruh Perilaku Penggunaan Tiktok Terhadap Citra Tubuh pada Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman*. 25(1), 57–68.
- Lukita, Y. N. Y. (2019). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Youtube, Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Terhadap Prestasi Akademik Anak (Studi Kuantitatif Tentang Pengaruh Intensitas Penggunaan Youtube, Komunikasi Orang Tua dengan Anak Terhadap Prestasi Akademik Siswa SD Al-Irsyad Sura*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta).
- Mulia, B. N. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)*. (Skripsi, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Islam Agama Negeri Ponorogo).
- Muyassaroh, I. S., Harto, U. S., Suparto, D., Permadi, D., & Sutjiatmi, S. (2024). Model Komunikasi Pendakwah Pada Konten Dakwah Dalam Isu Sosial Dan Ilmu Politik di Media Sosial. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(4), 2231–2241.
- Nasrullah, R. (2023). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nitisimeto, A. S. (1996). *Manajemen Personalia: Manajemen Sumberdaya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah Melalui Instagram. *Nyimak: Jurnal of Communication*, 4(1), 1–16.
- Prasongko, W. A., & Aisyah, S. (2024). Media Dakwah dalam Perspektif Tafsir Kementerian Agama RI (Kemenag RI) dan Ibnu Katsir. *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(1), 105–124.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Via Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Putri, E. C. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @nunuzoo)*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rafli, M. (2024). *Indonesia Masuk 10 Besar Negara dengan Durasi Bermedia Sosial Terlama 2024*. Diambil dari: <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-masuk-10-besar-negara-dengan-durasi-bermedia-sosial-terlama-2024-9x18E> (Diakses pada 5 November 2025)
- Rahman, F. A. (2023). *Strategi Dakwah Kamila Yasmin Melalui Media TikTok @grangerzmn*. (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rahmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, J. (2008). *Metode Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rahmawati, M. (2022). *Efektivitas Dakwah Akun Tiktok @dinda_ibrahim Bagi Generasi Z Di Masa Pandemi Covid-19*. (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Razali, N. A., Hera, N., & Jasmi, K. A. (2019). Media Sosial dan Impak Negatif Menurut Islam. *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia*.
- Ryandi, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Konten dan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah @usb.bawazier Terhadap Tingkat Religiusitas Followers*. (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sendjaja, S. D. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, D. (2020). *Pengaruh Komunikasi Kelompok, Penggunaan Media Sosial, dan Search Engine Terhadap Akhlak Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri Di Kecamatan Pancur Batu*. (Disertasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Sinambela, L. P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persadan.
- Soedhowo, W. A., & Perbawani, P. S. (2018). *Pengaruh Interaktivitas dalam Instagram Stories terhadap Tingkat User Engagement pada Media Sosial Instagram*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada).
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Subando, J. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Klaten: Lakeisha.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Susanto, A. S. (1975). *Pendapat Umum*. Bandung: Bina Cipta.
- Syakilah, A., Maharani, K., Ferdiana, N., & Saifullah, A. (2025). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024* (H. Fadjar (ed.); 13th ed.). Badan Pusat Statistik.
- Syamsul, T. D., Guampe, F. A., Amzana, N., Alhasbi, F., Yusriani, Y., Yulianto, A., Ayu, J. D., Widakdo, G., Virgantari, F., Halim, H., & Naryati, N. (2023).

- Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Penerapannya* (U. Khasanah (ed.)). Klaten: CV Tahta Media Grup.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (1996). *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Uyanto, S. S. (2009). *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS* (3rd ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyuni, R., & Harahap, S. R. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital: Study Literature Review. *An-Nadwah*, 10(2), 162–172.
- We Are Social. (2024). Digital 2024: 5 Billion Social Media Users. WeAreSocial. Diambil dari: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> (Diakses pada 12 Oktober 2024).
- Wibowo, Z. (2018). *Hubungan Intesitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Keperawatan Universitas Sahid Surakarta*. (Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Sahid Surakarta).
- Widoyo, A. F. (2024). *Ilmu Dakwah I*. Klaten: Lakeisha.
- Yusuf, M., Tasbih, T., & Ilyas, A. (2024). Hadis Tentang Dakwah. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(6), 4249–4261.
- Zunurahma, F. C., & Fahrezi, G. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Segmen #Belajarbarengita. *Bestari*, 1(2), 137–145.