

## Intensitas Menonton Konten Instagram dan Pengetahuan Dakwah

**Muhammad Fadel Raka Hidayat \*, Chairiawaty. Parihat**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

fadelhidayat55@gmail.com, chairiawaty@unisba.ac.id, parihat.kamil2004@gmail.com

**Abstract.** This research is motivated by the phenomenon of increasing the use of social media, as a means of da'wah among Generation Z. @cewehijrah account was chosen because it focuses on spreading the message of faith in a creative and relevant way. The purpose of the study was to analyze the influence of the intensity of viewing content on the account on the level of knowledge of da'wah messages. The research benefits include theoretical contributions in the development of digital da'wah communication and practical benefits for da'wah account managers to improve the effectiveness of content. The method used was quantitative with a survey approach of 100 Gen Z @cewehijrah followers, using a Likert scale questionnaire. This research refers to the theory of intensity and the theory of da'wah messages to measure the frequency, duration, and knowledge of messages. The results of the study showed that the frequency, variation, and understanding of the message. The results showed that the frequency and duration of watching content simultaneously had a positive and significant effect on faith knowledge, with a contribution of 73.7%. In conclusion, the higher the intensity of watching da'wah content on @cewehijrah accounts, the higher the level of knowledge of da'wah messages among Gen Z followers.

**Keywords:** *Influence, Da'wah Message Knowledge, Social Media.*

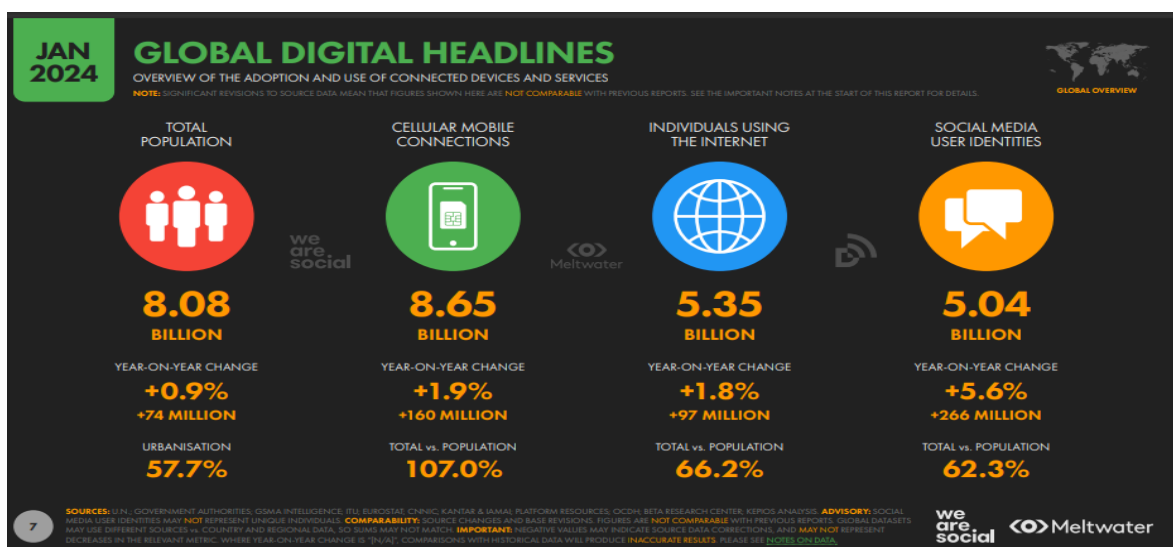
**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial, sebagai sarana dakwah di kalangan Generasi Z. Akun @cewehijrah dipilih karena fokus pada penyebaran pesan akidah secara kreatif dan relevan. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh intensitas menonton konten pada akun tersebut terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah. Manfaat penelitian mencakup kontribusi teoritis dalam pengembangan komunikasi dakwah digital dan manfaat praktis bagi pengelola akun dakwah untuk meningkatkan efektivitas konten. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden Gen Z followers @cewehijrah, menggunakan kuesioner skala Likert. Penelitian ini mengacu pada teori intensitas dan teori pesan dakwah untuk mengukur frekuensi, durasi, serta pengetahuan pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi, durasi, serta pemahaman pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi, dan durasi menonton konten secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan akidah, dengan kontribusi sebesar 73,7%. Kesimpulannya, semakin tinggi intensitas menonton konten dakwah di akun @cewehijrah, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan pesan dakwah akidah di kalangan followers Gen Z.

**Kata Kunci:** *Pengaruh, Pengetahuan Pesan Dakwah, Media Sosial.*

## A. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam mengakses informasi dan membentuk pemahaman keagamaan. Generasi ini tumbuh bersama internet dan media sosial, sehingga mereka lebih akrab dengan pendekatan komunikasi yang cepat, visual, dan interaktif. Instagram menjadi salah satu platform populer di kalangan mereka, termasuk sebagai sarana untuk mendapatkan pesan-pesan keislaman. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga menjadi ruang strategis dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah Islam. (Irawati, 2003)

Salah satu akun yang berhasil memanfaatkan peluang ini adalah @cewehijrah, akun dakwah di Instagram yang aktif membagikan konten bertema hijrah, akidah, dan akhlak Islam. Dengan pengikut lebih dari 2,2 juta, mayoritas perempuan Gen Z, akun ini menunjukkan bagaimana dakwah dapat dikemas secara estetik, ringkas, namun tetap bermakna. Namun, efektivitas pesan dakwah melalui media sosial tidak cukup diukur dari banyaknya pengikut atau jumlah unggahan, melainkan perlu dilihat dari intensitas keterlibatan audiens, yang mencakup frekuensi dan durasi menonton konten. Menurut penelitian (Susanti, 2024), framing narasi yang digunakan oleh @cewehijrah mampu membentuk persepsi positif tentang ajaran Islam di kalangan followers-nya. Namun demikian, keberhasilan dakwah digital bukan hanya diukur dari popularitas akun, melainkan dari dampak yang dihasilkan, terutama dalam hal peningkatan pemahaman terhadap pesan-pesan Islam. Sementara itu, (Munandra, 2023) dalam studinya membuktikan bahwa konten dakwah Instagram berdampak pada pembentukan akhlak mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Di sisi lain, (Wahidin Saputra., 2024) menegaskan bahwa dakwah yang menyentuh aspek kognitif dan afektif audiens akan lebih mudah diinternalisasi, terutama bila disampaikan melalui media yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.



Gambar 1. Penggunaan Media Sosial

Menurut laporan (We Are Social & Meltwater, 2024), pengguna aktif media sosial global mencapai 5,04 miliar orang, meningkat 5,6% dibanding tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri, lebih dari 170 juta penduduk aktif menggunakan media sosial, dengan Instagram menjadi salah satu platform paling dominan, terutama di kalangan remaja. Data ini memperkuat pentingnya media sosial sebagai kanal dakwah kontemporer yang sangat potensial menjangkau audiens muda dengan karakteristik digital native. (Zainuddin, 2015)

Meski begitu, keberhasilan dakwah tidak semata diukur dari jumlah pengikut atau popularitas akun, melainkan sejauh mana konten tersebut berdampak pada pemahaman keagamaan pengikutnya. Dalam konteks ini, intensitas keterlibatan audiens menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi efektivitas pesan dakwah. Intensitas ini mencakup frekuensi dan durasi menonton konten dakwah. Semakin sering dan lama seseorang menonton konten yang berkualitas, maka semakin besar peluang mereka memahami serta menginternalisasi pesan-pesan yang disampaikan.

Untuk menjelaskan hubungan antara intensitas menonton dan tingkat pemahaman dakwah, penelitian ini mengacu pada dua pendekatan teori utama. Teori Intensitas menjelaskan bahwa semakin sering dan lama seseorang terpapar suatu pesan, maka semakin besar dampaknya terhadap pemikiran dan sikap individu. (Horriggan, 2019) Sementara itu, Teori Pesan Dakwah menyoroti pentingnya struktur pesan, kejelasan isi, dan relevansi dengan kebutuhan audiens sebagai faktor utama dalam keberhasilan dakwah (Abdul Basit, 2013). Kombinasi teori ini membantu menjelaskan bagaimana frekuensi dan durasi menonton konten dapat meningkatkan pengetahuan akidah followers akun @cewehijrah. (Arif, 2024) juga menemukan bahwa intensitas menonton konten dakwah di TikTok berkorelasi dengan meningkatnya religiusitas mahasiswa. Meski demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh intensitas menonton konten pada akun @cewehijrah terhadap pengetahuan pesan dakwah, khususnya dalam aspek akidah.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan antara intensitas menonton konten dakwah dengan peningkatan pemahaman atau religiusitas. (Fitriani, 2023) menemukan bahwa intensitas menonton ceramah ustaz melalui Instagram berkorelasi dengan perilaku keagamaan followers-nya. Namun, belum banyak studi yang secara spesifik mengkaji hubungan antara intensitas menonton konten dakwah di akun Instagram @cewehijrah dengan tingkat pengetahuan pesan akidah, khususnya di kalangan perempuan Gen Z. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut, dengan fokus pada aspek durasi, frekuensi, dan pengaruhnya terhadap pemahaman nilai-nilai dasar Islam melalui media sosial.

## **B. Metode**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif korelasional. Tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton konten dakwah pada akun Instagram @cewehijrah (yang terdiri dari frekuensi dan durasi menonton) terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah (khususnya dalam aspek akidah) pada followers akun tersebut.

Penelitian dilakukan secara daring (online) dengan menyebarkan kuesioner digital kepada responden. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Januari 2025, dengan rentang waktu pelaksanaan selama kurang lebih dua minggu. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers akun Instagram @cewehijrah yang berjumlah sekitar 2.200.000 pengikut (data per Januari–Juni 2025). Peneliti menggunakan teknik simple random sampling untuk menentukan sampel.

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan perempuan Gen Z berusia 18–24 tahun, aktif mengikuti akun @cewehijrah selama lebih dari 3 bulan. Dalam proses pengumpulan data, peneliti mengumpulkan dengan menggunakan dua teknik utama: (1) Kuesioner/Angket, (2) Kuesioner disusun menggunakan skala Likert (1–5), (3) Disebarkan melalui Google Form kepada followers akun Instagram @cewehijrah, dengan Instrumen terdiri dari 15 item pertanyaan yang terbagi menjadi: (1) 5 pertanyaan mengenai frekuensi menonton konten dakwah, (2) 5 pertanyaan mengenai durasi menonton konten, (3) 5 pertanyaan mengenai tingkat pemahaman pesan dakwah (akidah).

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Profil Akun Instagram @cewehijrah**

Akun Instagram @cewehijrah merupakan salah satu akun dakwah digital yang berfokus pada penyampaian pesan-pesan keislaman, khususnya bertema hijrah dan akidah. Akun ini aktif sejak Maret 2023 dan telah menarik perhatian luas dengan jumlah pengikut yang mencapai lebih dari 2,2 juta followers. Konten-konten yang diunggah oleh akun ini disajikan dalam bentuk visual yang menarik, mencakup kutipan ayat Al-Qur'an, hadis Nabi, nasihat keislaman, hingga narasi reflektif yang menggugah emosi. Pendekatan dakwah yang digunakan bersifat kontekstual dan komunikatif, disesuaikan dengan gaya hidup dan bahasa Generasi Z, khususnya perempuan Muslim urban yang menjadi segmentasi utama pengikut akun ini.

Keunggulan akun @cewehijrah terletak pada kemampuannya memadukan nilai-nilai Islam tradisional dengan gaya komunikasi modern di media sosial. Setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya berfungsi sebagai informasi religius, tetapi juga sebagai bentuk motivasi spiritual yang dapat membentuk kesadaran beragama followers-nya. Interaksi di kolom komentar menunjukkan respons emosional yang mendalam dari pengguna, seperti rasa haru, motivasi untuk memperbaiki diri, hingga refleksi spiritual yang mendalam menjelang momen keagamaan seperti Ramadan atau Idul Fitri. Hal ini memperkuat posisi akun @cewehijrah sebagai media dakwah digital yang efektif dan relevan dalam membina akidah serta nilai-nilai keislaman di kalangan remaja Muslim masa kini

## Analisis dan Pembahasan

**Tabel 1.** Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |                                     |             |                         |
|------------------------------------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------|
|                                          |                                     |             | Unstandardized Residual |
| N                                        |                                     |             | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup>        | Mean                                |             | .0000000                |
|                                          | Std.Deviation                       |             | 1.69963148              |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                            |             | .088                    |
|                                          | Positive                            |             | .082                    |
|                                          | Negative                            |             | -.088                   |
|                                          | Tes Statistic                       |             | .088                    |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> | Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> |             | .056                    |
|                                          | Sig.                                |             | .058                    |
|                                          | 99% Confidence Interval             | Lower Bound | .052                    |
|                                          |                                     | Upper Bound | .063                    |
|                                          |                                     |             |                         |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji diatas yang menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,056. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka data residual terdistribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi yang digunakan dapat dijalankan secara valid, dan hasil pengaruh intensitas menonton konten akun @cewehijrah terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah dapat dipercaya secara statistik.

**Tabel 2.** Uji Multikolinearitas

| COLLINEARITY STATISTICS |           |       |
|-------------------------|-----------|-------|
| Model                   | Tolerance | VIF   |
| X1                      | .198      | 5.053 |
| X2                      | .198      | 5.053 |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel X1 (frekuensi menonton) dan X2 (durasi menonton) masing-masing adalah 0,198, sedangkan nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk keduanya sebesar 5,053.

**Tabel 3.** Uji Heteroskedastisitas

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant) | 2.654                       | .747       | -                         | 3.554 | .001 |
| X1         | -.031                       | .071       | -.086                     | -.438 | .662 |
| X2         | -.037                       | .066       | -.110                     | -.565 | .573 |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil output pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel X1 (frekuensi menonton) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,662, dan variabel X2 (durasi menonton) sebesar 0,573. signifikan  $>0.05$  dengan arti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4.** Koefisien Determinasi

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .859 <sup>a</sup> | .737     | .732              | 1,717                      |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Secara keseluruhan, model regresi menunjukkan bahwa intensitas menonton konten akun @cewehijrah (gabungan frekuensi dan durasi) memiliki kontribusi yang kuat dan signifikan terhadap peningkatan pengetahuan pesan dakwah di kalangan followers Gen Z.

**Tabel 5.** Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |         |                    |  |
|--------------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|--|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |  |
| 1 Regression       | 802.764        | 2  | 301.382     | 136.140 | <.001 <sup>b</sup> |  |
| Residual           | 285.986        | 97 | 2.948       |         |                    |  |
| Total              | 1.088.750      | 99 |             |         |                    |  |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji ANOVA (Analysis of Variance) pada model regresi, diperoleh nilai F sebesar 136,140 dengan signifikansi (Sig.)  $< 0,001$ . Nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05, yang berarti model regresi yang dibangun dalam penelitian ini secara simultan signifikan. Artinya, variabel frekuensi menonton dan durasi menonton konten Instagram @cewehijrah secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tingkat pengetahuan pesan dakwah.

Dalam uji ini, nilai Sum of Squares untuk regresi adalah 802,764, sedangkan Sum of Squares residual sebesar 285,986, dan total keseluruhan adalah 1.088,750. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam tingkat pengetahuan pesan dakwah dapat dijelaskan oleh model regresi yang terdiri dari dua variabel independen tersebut, yaitu frekuensi dan durasi menonton.

**Tabel 5.** Hasil Uji F

| Model      | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized |       |       |
|------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|-------|
|            | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients | t     | Sig.  |
| (Constant) | B                           | Std. Error | Beta         |       |       |
|            | 2.996                       | 1.078      |              | 2.778 | .007  |
| X1         | .457                        | .117       | .456         | 3.896 | <.001 |
| X2         | .412                        | .113       | .426         | 3.644 | <.001 |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel koefisien, diketahui bahwa baik frekuensi menonton (X1) maupun durasi menonton (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah pada akun Instagram @cewehijrah. Nilai koefisien regresi untuk frekuensi menonton adalah sebesar 0,457 dengan tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam frekuensi menonton konten dakwah dapat meningkatkan tingkat pengetahuan pesan dakwah sebesar 0,457 poin. Begitu pula dengan variabel durasi menonton yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,412 dan tingkat signifikansi  $< 0,001$ , yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam durasi menonton juga berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan sebesar 0,412 poin.

Selain itu, nilai t-hitung untuk kedua variabel masing-masing adalah 3,896 untuk frekuensi dan 3,644 untuk durasi, yang keduanya lebih besar dari t-tabel dan berada pada taraf signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, baik frekuensi maupun durasi menonton berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengetahuan, tidak hanya secara simultan tetapi juga secara parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering dan semakin lama seseorang mengakses konten dakwah dari akun @cewehijrah, maka semakin besar kemungkinan mereka memahami dan menginternalisasi pesan-pesan keislaman yang disampaikan, khususnya dalam aspek akidah. Kesimpulan ini memperkuat peran media sosial sebagai alat dakwah modern yang efektif, serta menegaskan pentingnya strategi penyampaian pesan dakwah yang konsisten dan menarik untuk menjangkau generasi muda di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden yang merupakan followers remaja Gen Z dari Instagram @cewehijrah, menunjukkan bahwa mayoritas pengikut akun Instagram @cewehijrah yang menjadi partisipan penelitian adalah perempuan Gen Z berusia 18–24 tahun yang telah mengikuti akun tersebut selama lebih dari tiga bulan. Sebagian besar responden mengakses konten dakwah setidaknya tiga kali dalam seminggu dengan durasi menonton rata-rata lebih dari 10 menit setiap sesi. Sebanyak 80% responden menonton dengan fokus tanpa melakukan aktivitas lain, dan 75% di antaranya menyaksikan ulang konten untuk memperdalam pemahaman. Responden juga mengakui bahwa konten @cewehijrah membantu memperkuat keyakinan, meningkatkan kesabaran, dan mendorong perubahan sikap ke arah yang lebih religius..

#### **D. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana intensitas menonton konten pada akun Instagram @cewehijrah berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah, khususnya dalam aspek akidah di kalangan followers Generasi Z. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui pendekatan kuantitatif dan pengolahan statistik, dapat disimpulkan bahwa baik frekuensi maupun durasi menonton konten dakwah memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap tingkat pengetahuan pesan dakwah pengikut akun tersebut.

Frekuensi menonton konten dakwah menunjukkan bahwa semakin sering seseorang terpapar konten yang mengandung nilai-nilai keislaman, maka semakin tinggi pula peluang mereka untuk memahami dan mengingat pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi antara keterlibatan pengguna dan proses internalisasi pesan dakwah. Durasi menonton juga berperan penting dalam membentuk pemahaman, di mana semakin lama seseorang menonton konten dakwah, semakin banyak informasi yang dapat diterima dan diproses secara kognitif. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas keterlibatan audiens dengan konten dakwah, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap tingkat pengetahuan keagamaan, khususnya akidah.

Secara simultan, frekuensi dan durasi menonton konten dakwah @cewehijrah saling melengkapi dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengetahuan pesan dakwah. Temuan ini memperkuat teori intensitas yang menyatakan bahwa efek media akan semakin kuat jika seseorang terpapar dalam waktu yang sering dan cukup lama. Selain itu, efektivitas isi pesan dakwah dalam akun @cewehijrah juga turut mendukung tercapainya peningkatan pengetahuan, mengingat gaya penyampaian yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta visualisasi konten yang sesuai dengan karakteristik Gen Z.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi sarana dakwah yang efektif apabila dimanfaatkan secara optimal dan terstruktur. Konten dakwah yang dikemas dengan baik dan disesuaikan dengan kebutuhan serta gaya komunikasi generasi muda terbukti mampu meningkatkan pemahaman mereka terhadap nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, kehadiran akun-akun dakwah seperti @cewehijrah memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran keagamaan digital yang lebih kuat dan relevan di era modern ini.

### Ucapan Terimakasih

Penulisan karya ilmiah ini tidak lepas dari peran serta dan dukungan berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam proses penyusunan, mulai dari tahap perencanaan hingga penyelesaian akhir. Oleh karena itu, penulis merasa perlu menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, baik dalam bentuk bimbingan ilmiah, motivasi, maupun dukungan moral dan spiritual.

### Daftar Pustaka

Abdul Basit. (2013). *Filsafat Dakwah*.

Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>

Arif, M. (2024). Intensitas Menonton Konten Dakwah di Tiktok dan Tingkat Religiusitas Mahasiswa. *UIN Suska Riau*.

Fitriani, N. K. (2023). Hubungan Intensitas Menonton Ceramah Ustaz di Instagram terhadap Perilaku Keagamaan. *UIN Saifuddin Zuhri*.

Horrigon, J. (2019). *Home Broadband Adoption 2019*. Pewresearch.Org.

Irawati, R. (2003). Psikologi Komunikasi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Munandra, H. (2023). Pengaruh Konten Dakwah di Instagram terhadap Akhlak Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. *IAIN Ponorogo*.

Supriadi, Y., Annisa Gunawan, & Dadi Ahmadi. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @PinterPolitik terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 135–140. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i2.4245>

- Susanti, M. (2024). Analisis Framing Narasi Keagamaan di Instagram @cewehijrah. . *UIN Sunan Kalijaga*.
- Wahidin Saputra. (2024). Pengantar Ilmu Dakwah. *Jakarta: Rajagrafindo Persada*.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Wearesocial.Com.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.
- Zainuddin, A. (2015). *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih*.