



Metode Komunikasi dalam Penyebaran Pesan Damai melalui Konten di Media Sosial Instagram @gusbahaofficial

Hasan Munadi^{1*}, Ilah Holilah²

^{1, 2} Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia.

E-mail: hasanmunadi111@gmail.com^{1*}, ilah.mustopa@gmail.com²

Alamat Kampus: Jalan Jendral Sudirman No. 30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42118.

*Korespondensi Penulis: hasanmunadi111@gmail.com

Abstract. Instagram social media has become an effective platform for spreading positive messages, including messages of peace, to a wider audience. This study aims to analyze the communication methods used in spreading messages of peace through content on Instagram. With a qualitative approach, this study examines various communication strategies, such as the use of attractive visuals, inspiring narratives, and two-way interactions between content creators and audiences. The results of the study show that content that combines elements of visual aesthetics, relevant messages, and emotional engagement of the audience can create a significant impact in spreading the values of peace. In addition, collaboration with influencers and the use of Instagram features such as Stories, Reels, and Live have also proven effective in expanding the reach of messages. This study provides recommendations for communicators, activists, and organizations to optimally utilize Instagram as a medium for spreading messages of peace, while still paying attention to ethics and social responsibility in communicating.

Keywords: Communication Method, Peace Message, Social Media, Instagram, Visual Content.

Abstrak. Media sosial Instagram telah menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan positif, termasuk pesan damai, kepada khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan damai melalui konten di Instagram. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji berbagai strategi komunikasi, seperti penggunaan visual yang menarik, narasi yang menginspirasi, serta interaksi dua arah antara pembuat konten dan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang memadukan unsur estetika visual, pesan yang relevan, dan keterlibatan emosional audiens mampu menciptakan dampak yang signifikan dalam menyebarkan nilai-nilai perdamaian. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan Live juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pesan. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi para komunikator, aktivis, dan organisasi untuk memanfaatkan Instagram secara optimal sebagai media penyebaran pesan damai, dengan tetap memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial dalam berkomunikasi.

Kata Kunci: Metode Komunikasi, Pesan Damai, Media Sosial, Instagram, Konten Visual.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Seperti yang dikutip oleh Qomar Abdurrahman & Dudi Badruzaman, tantangan bagi dakwah adalah bersaing dengan konten yang bersaing tinggi untuk menarik perhatian orang dan memastikan pesan-pesan agama dapat diterima dengan baik, karena adanya persaingan yang tinggi ingin menarik perhatian audien atau

khalayak. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu media platform yang paling populer dan efektif untuk menyebarkan berbagai pesan, termasuk pesan damai. Instagram, dengan fitur-fitur visual yang menarik seperti foto, video, Stories, dan Reels, memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan mendalam. Dalam hal ini, metode komunikasi yang digunakan memegang peranan penting untuk memastikan pesan damai dapat diterima dan dipahami oleh khalayak luas.

Di tengah maraknya konflik dan polarisasi di berbagai belahan dunia, pesan damai menjadi kebutuhan yang mendesak untuk disebarluaskan. Dalam pluralitas agama di Indonesia, media sosial memiliki potensi besar untuk berperan dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama. Moderasi beragama merupakan pendekatan yang menekankan keseimbangan antara keyakinan agama yang kokoh dan sikap toleran terhadap perbedaan, termasuk perbedaan dalam keyakinan agama. Konsep moderasi beragama sangat relevan di masyarakat multikultural seperti Indonesia, karena dapat menjadi alat yang efektif dalam mencegah konflik berbasis agama serta mempromosikan perdamaian dan harmonis sosial. Media sosial seperti Instagram adalah salah satu yang memiliki potensi besar untuk menjadi sarana penyebaran nilai-nilai perdamaian, Moulida Azizah dkk, mengingat jangkauannya yang luas dan pengaruhnya yang kuat terhadap generasi muda. Namun, efektivitas penyampaian pesan damai ini sangat bergantung pada metode komunikasi yang digunakan. Tanpa strategi yang tepat, pesan damai mungkin tidak akan mencapai sasaran atau bahkan diabaikan oleh audiens.

Salah satu keunggulan Instagram adalah kemampuannya dalam memanfaatkan konten visual sebagai media komunikasi utama. Konten visual, seperti gambar dan video, memiliki daya tarik yang lebih kuat dibandingkan teks karena mampu menyentuh emosi dan memori audiens secara langsung. Dalam konteks penyebaran pesan damai, pendekatan dalam menggunakan platform media sosial salah satunya Instagram untuk meningkatkan keterlihatan dan keterlibatan dengan audiens yang dituju dengan fitur visual yang kuat, dapat digunakan untuk menampilkan kisah-kisah inspiratif, simbol-simbol perdamaian, atau ajakan untuk toleransi dan persatuan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada kutipan Alexa Chelsea Sutanto dkk, yang menyatakan bahwa konten visual di Instagram mampu meningkatkan keterlibatan emosional audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Selain konten visual, interaksi dua arah antara pembuat konten dan audiens juga menjadi faktor penting dalam metode komunikasi di Instagram. Fitur-fitur seperti komentar, direct message, dan Live memungkinkan terjadinya dialog yang mendalam antara pengguna. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh publik yang memiliki pengaruh besar juga dapat memperluas dan mengembangkan konten interaktif menjadi strategi yang berhasil dalam mencapai tujuan jangkauan pesan damai. Menurut penelitian oleh Dian Mafulla dkk, kolaborasi dengan influencer di Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi audiens terhadap isu-isu sosial, termasuk perdamaian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode komunikasi yang efektif dalam menyebarkan pesan damai melalui konten di Instagram, khususnya pada akun [@gusbahaofficial](#). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengkaji strategi komunikasi yang digunakan, seperti penggunaan konten visual, narasi inspiratif, interaksi dua arah, dan kolaborasi dengan pihak lain. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi para komunikator, aktivis, dan organisasi dalam memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran pesan damai secara optimal dan bertanggung jawab.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam tentang metode komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan damai melalui konten di media sosial Instagram, khususnya pada akun [@gusbahaofficial](#). Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami konteks, makna, dan dinamika yang terjadi dalam proses komunikasi. Data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. 1) Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap konten-konten yang diunggah di akun Instagram [@gusbahaofficial](#), termasuk foto, video, Stories, Reels, dan Live. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui analisis interaksi audiens, seperti komentar, like, share, dan direct message. 2) Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, artikel, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian, seperti studi tentang komunikasi digital, media sosial, dan penyebaran pesan damai. Teknik Pengumpulan Data Observasi, Analisis Konten, Studi Dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis konten kualitatif. Untuk memastikan validitas data, menggabungkan hasil observasi dan analisis konten untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Visual dalam Menyebarkan Pesan Damai Berdasarkan hasil observasi dan analisis konten terhadap akun Instagram [@gusbahaofficial](#), ditemukan bahwa penggunaan dalam pengembangan konten visual hingga audiovisual yang diposting menjadi strategi utama dalam menyebarkan pesan damai. Konten visual seperti foto dan video yang menampilkan simbol-simbol perdamaian, kegiatan sosial, dan kutipan inspiratif terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan emosional audiens. Hal ini sejalan dengan penelitian pada kutipan Guesty Tania, yang menyatakan bahwa konten visual di Instagram mampu menyentuh emosi audiens secara langsung. Selain itu, penggunaan komposisi di dalam sebuah karya sastra, seni, atau desain, yang dicirikan oleh sifat estetisasi, pengindahan, atau pengayaan yang berlebihan, distortif, artifisial, dan teatrikal juga menjadi faktor penarik perhatian audiens. Konten visual yang menarik tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga memudahkan audiens untuk memahami pesan damai yang disampaikan.

Salah satu keunikan dalam pendekatan komunikasi [@gusbahaofficial](#) adalah integrasi konteks sosio-kultural ke dalam setiap kontennya. Gus Baha tidak hanya menyampaikan pesan damai dalam bentuk yang universal, tetapi juga membumikan maknanya ke dalam realitas masyarakat Indonesia. Pesan-pesan beliau banyak bersandar pada nilai-nilai lokal, budaya pesantren, serta bahasa yang mudah dimengerti masyarakat umum. Strategi ini membuat pesan damai yang disampaikan tidak terasa elitis atau eksklusif, melainkan inklusif dan membumi. Dengan menyesuaikan gaya bahasa dan tema konten dengan kondisi sosial masyarakat Indonesia, akun ini berhasil menjangkau audiens dari berbagai latar belakang, mulai dari remaja perkotaan hingga komunitas religius di pedesaan.

Narasi Inspiratif dan Relevansi Pesan Narasi yang digunakan dalam konten [@gusbahaofficial](#) cenderung mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan, toleransi, dan persatuan. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif bagi masyarakat, sehingga mampu memotivasi audiens untuk turut menyebarkan melalui cerita-cerita inspiratif dan analogi yang mudah dipahami. Gus Baha berhasil menyentuh emosi audiens, membuat mereka merasa lebih dekat dengan yang disampaikan pada pesan damai. Menurut penelitian oleh Salis Firizqy Salamuddin, narasi yang relevan dan bermakna bagi audiens dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Misalnya, konten yang menceritakan kisah-kisah inspiratif tentang perdamaian atau ajakan untuk hidup harmonis terbukti mampu memengaruhi persepsi dan sikap

audiens. Pendekatan ini juga mendukung teori komunikasi yang menekankan pentingnya pesan yang relevan dan Pendekatan kontekstual juga digunakan untuk mengaitkan teori Jakobson dengan situasi komunikasi sehari-hari.

Interaksi Dua Arah dan Kolaborasi dengan Influencer Interaksi dua arah antara @gusbahaofficial dan pengikutnya juga menjadi faktor penting dalam efektivitas penyebaran pesan damai. Fitur-fitur Instagram seperti berbagai fitur yang disediakan postingfoto dan video, like,comment, Instagram story,liveInstagram, IG TV, dan direct message digunakan secara optimal untuk membangun dialog dengan audiens. Misalnya, dalam sesi Live, [@gusbahaofficial](#) sering mengajak pengikutnya untuk berdiskusi tentang isu-isu sosial dan keagamaan, sehingga menciptakan ruang untuk pertukaran pikiran yang konstruktif. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh publik juga ditemukan sebagai strategi yang efektif menurut Dian Mafulla dkk, kolaborasi dengan influencer dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi audiens terhadap isu-isu sosial. Dengan bekerja sama dengan figur yang memiliki pengaruh besar, pesan damai yang disampaikan oleh [@gusbahaofficial](#) dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Meningkatkan Jangkauan Pesan Fitur-fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan IGTV digunakan secara kreatif oleh [@gusbahaofficial](#) untuk menyebarkan pesan damai. Stories, misalnya, digunakan untuk membagikan pesan singkat namun bermakna, sementara Reels dan IGTV dimanfaatkan untuk konten video yang lebih mendalam. Penggunaan fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga memungkinkan pesan damai disampaikan dalam format yang lebih variatif dan menarik dengan tujuan membangun hubungan dengan audiens, juga meningkatkan visibilitas, dan mendorong interaksi yang lebih besar. Menurut penelitian oleh Vitandi & Immellia Novitasari pemanfaatan fitur-fitur Instagram dapat menjadi sarana dakwah yang powerful, membantu Gus Baha memperluas jangkauan pesan keagamaan mereka dan meningkatkan keterlibatan Audiens dalam aktivitas dakwah dalam jangkauan bentuk pesan. Hal ini juga didukung oleh Andi Setiawan dkk yang menyatakan bahwa penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Reels dan Live dapat memperkuat keterlibatan audiens.

Kontekstualisasi ini memperkuat penerimaan audiens terhadap pesan yang disampaikan, sebagaimana yang dijelaskan oleh teori Uses and Gratifications, di mana individu mencari media yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai pribadinya. Gus Baha secara konsisten menyisipkan

hikmah keislaman dalam narasi sehari-hari seperti kehidupan rumah tangga, pendidikan anak, hingga toleransi antarumat beragama, sehingga menjadikan konten tersebut relevan, tidak menggurui, dan mudah diterima oleh masyarakat luas.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kekuatan komunikasi @gusbahaofficial tidak hanya terletak pada desain konten, tetapi juga pada figur Gus Baha itu sendiri. Karisma beliau sebagai ulama yang dikenal sederhana, intelektual, dan bersahaja menjadi faktor pendorong kepercayaan audiens terhadap setiap pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, teori Source Credibility menjadi relevan, yang menyatakan bahwa efektivitas pesan dipengaruhi oleh persepsi khalayak terhadap kredibilitas komunikator. Gus Baha dianggap sebagai sumber yang memiliki keahlian (expertise) dalam ilmu agama serta kejujuran (trustworthiness) dalam menyampaikan pesan. Oleh karena itu, pesan-pesan damai yang disampaikan melalui akun Instagram beliau lebih mudah diterima dan disebarluaskan oleh pengikutnya.

Spiritualitas dalam setiap pesan tidak hadir dalam bentuk ceramah yang kaku, tetapi melalui kutipan yang reflektif dan membumi. Kombinasi antara spiritualitas yang menyentuh dan bentuk komunikasi digital yang interaktif menjadi daya tarik utama dari akun ini. Banyak pengikut yang memberikan respons emosional dalam komentar, seperti rasa tenang, tercerahkan, hingga dorongan untuk memperbaiki diri. Ini menunjukkan bahwa konten tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membentuk emosi dan perilaku audiens.

Efektivitas komunikasi dalam menyebarkan pesan damai tidak hanya dapat diukur dari jangkauan dan interaksi, tetapi juga dari perubahan sikap dan perilaku audiens. Dalam studi lanjutan melalui observasi komentar dan testimoni dari pengikut akun @gusbahaofficial, ditemukan sejumlah narasi yang menunjukkan bahwa pesan-pesan Gus Baha berdampak pada kehidupan nyata audiens. Beberapa pengikut menyatakan bahwa mereka menjadi lebih sabar, lebih menghargai perbedaan, dan terdorong untuk memperbaiki kualitas hubungan sosial setelah rutin menyimak konten dari akun tersebut.

Hal ini sejalan dengan pendekatan komunikasi persuasif, di mana pesan-pesan yang disampaikan secara konsisten dan dengan pendekatan emosional mampu memengaruhi kognisi, afeksi, dan tindakan individu. Bahkan, dalam beberapa studi, disebutkan bahwa konten yang menyentuh aspek spiritual dan etika seperti yang dilakukan Gus Baha lebih efektif dalam membentuk kesadaran kolektif terhadap pentingnya hidup damai dan harmonis dalam masyarakat

multikultural. Dampak ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga media transformasi sosial dan pembentukan nilai.

Salah satu kekuatan lain dari akun @gusbahaofficial adalah keberhasilannya dalam menjaga konsistensi identitas atau branding sebagai komunikator damai di berbagai platform. Meskipun fokus studi ini pada Instagram, pendekatan multiplatform yang dilakukan oleh tim komunikasi Gus Baha—termasuk YouTube, TikTok, dan Telegram—membentuk ekosistem digital yang saling terintegrasi. Setiap platform memiliki gaya komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik penggunaannya, namun tetap membawa satu pesan sentral: Islam yang damai, toleran, dan membangun.

Di Instagram, penggunaan warna netral, desain minimalis, serta tone komunikasi yang tenang memperkuat citra Gus Baha sebagai komunikator damai. Branding ini bukan sekadar strategi pemasaran personal, tetapi menjadi bagian dari strategi dakwah yang terstruktur. Dengan memanfaatkan algoritma Instagram serta tren konten, pesan-pesan damai dibungkus dalam format yang mudah viral namun tetap substansial. Keberhasilan branding ini ditunjukkan dengan pertumbuhan organik jumlah pengikut, intensitas engagement yang tinggi, serta loyalitas komunitas yang terbentuk.

Meski akun @gusbahaofficial telah menunjukkan efektivitas yang tinggi, terdapat beberapa area yang dapat ditingkatkan untuk mempertahankan relevansi dan memperluas jangkauan. Pertama, diversifikasi format konten perlu ditingkatkan untuk menjangkau segmen audiens yang lebih muda dan digital-native, misalnya melalui konten interaktif berbasis Augmented Reality (AR), polling tematik, atau micro-series berdurasi pendek. Kedua, strategi komunikasi berbasis data seperti penggunaan analitik audiens dapat membantu dalam menyusun konten yang lebih personal dan adaptif.

Evaluasi terhadap komentar negatif dan kritik juga perlu dikelola secara bijak sebagai bentuk feedback loop yang konstruktif. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan audiens serta mencegah penyebaran disinformasi yang mungkin timbul akibat salah tafsir terhadap konten. Selain itu, pelatihan literasi digital kepada pengelola konten juga menjadi aspek penting agar strategi komunikasi yang digunakan tetap etis dan berdampak positif jangka panjang.

Bisa dikatakan bahwasannya kemajuan era digital dapat menjadi suatu media alternatif untuk menyebarkan substansi dakwah. Sehingga dapat diakses dan diterima oleh masyarakat

secara efektif dan efisien. Tantangan dan Rekomendasi untuk Masa Depan. Meskipun efektif, penyebaran pesan damai melalui Instagram juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah risiko misinterpretasi atau penyalahgunaan konten oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, penting bagi @gusbahaofficial dan komunikator lainnya untuk selalu memastikan kejelasan pesan dan konteks yang disampaikan. Selain itu, etika dan tanggung jawab sosial dalam berkomunikasi harus selalu menjadi prioritas. Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, penggunaan konten visual dan narasi inspiratif perlu terus dikembangkan untuk mempertahankan keterlibatan audiens. Kedua, interaksi dua arah dan kolaborasi dengan influencer sebaiknya dioptimalkan untuk memperluas jangkauan pesan. Akun ini telah meraih kesuksesan besar dalam menghasilkan keterlibatan audiens komentar, like, followers. Terakhir, pemanfaatan fitur-fitur Instagram yang inovatif seperti Reels dan Live perlu terus ditingkatkan untuk menjaga relevansi dan daya tarik konten.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa metode komunikasi melalui konten visual, narasi inspiratif, interaksi dua arah, dan kolaborasi dengan influencer di Instagram efektif dalam menyebarkan pesan damai, seperti yang dilakukan oleh akun [@gusbahaofficial](https://www.instagram.com/gusbahaofficial). Konten visual yang menarik dan pesan yang relevan mampu meningkatkan keterlibatan emosional audiens, sementara fitur-fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan Live memperluas jangkauan pesan. Namun, tantangan seperti risiko misinterpretasi dan penyalahgunaan konten perlu diwaspadai. Kedepannya, disarankan untuk terus mengembangkan konten kreatif, memperkuat interaksi dengan audiens, dan memanfaatkan fitur-fitur terbaru Instagram agar pesan damai dapat disampaikan secara lebih efektif. Selain itu, penting untuk selalu memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial dalam berkomunikasi agar pesan damai tetap terjaga integritasnya. Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi komunikasi ini terhadap perubahan sikap dan perilaku audiens

DAFTAR PUSTAKA

- Alexa, C. S., Vivian, M. S., Stephanie, S. S., Lychee, D. N., Gilbert, C., & Rahmi, Y. N. (2024). Efektivitas penggunaan Instagram dalam proses branding pada UMKM di Kemanggisan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 207. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.183>
- Andi, S., Ahmad, H. S. A. F., & Rizqi, M. I. (2024). Instagram sebagai sarana dakwah kreatif untuk merangkul generasi muda di Madrasah. *Indonesian Research Journal Education*, 4(3), 404. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i3.799>
- Anis, B., Sudarmadi, P., Farkhan, N. R., Edy, W., & Joko, W. (2023). Integrasi model Roman Jakobson dalam pembelajaran ilmu Ma'ani: Pendekatan kontekstual. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3(1), 179. <https://doi.org/10.14421/njpi.2023.v3i1-10>
- Dian, M., Candra, S., Sudiah, H., & Adam, N. M. (2024). Penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs di Indonesia. *El-Idarah Jurnal Manajemen*, 4(2), 1.
- Gede, B. S. P., I Nyoman, A., & I Wayan, S. (2019, Oktober). Kajian konsep, estetika dan makna pada ilustrasi Rangka karya Monez. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*.
- Guesty, T. (2019). *Analisis isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial Instagram* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Henricus, H., & Julia, Y. (2023). Peran content creative pada strategi branding Bahagia Bersama Kopi dalam upaya meningkatkan penjualan produk. *Noctis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.13057/noctis.v2i1.973>
- Irsyad, N. R., & Fuady, M. E. (2023). Strategi pengelolaan konten Morgy Coffee. *Jurnal Riset Public Relations (JRPR)*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i1.1829>
- Moulida, A., Gea, H., Adinda, A., Shyakhia, N., Ananda, N., & Raja, O. T. (2024). Peran media sosial dalam membentuk sikap moderasi beragama pada generasi Z. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 16206. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.37412>
- Muh, F. A., & Muh. Nur, R. M. (2024). Tantangan dakwah Muhammadiyah di era digital. *Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 5(3), 231. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1513>
- Qomar, A., & Dudi, B. (2023). Tantangan dan peluang dakwah Islam di era digital. *Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 3(2), 160.
- Risa, S., & Yusmar, Y. (2025). Peran media sosial Instagram @pandawaragroup sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(2), 1335. <https://doi.org/10.38035/rmj.v7i2.1358>
- Salis, F. S. (2024). *Analisis retorika dakwah Ustaz Ferri Rukiyanto dalam akun Instagram @ustazuki* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Saputra, H. S. (2024). Peningkatan pemahaman urgensi peristiwa Qurban melalui khutbah dan imam di Hari Raya Idul Adha di Masjid Nurul Wathon, Kelurahan Lubuk Tukko Baru, Tapanuli Tengah. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat (Nyiur-Dimas)*, 4(2), 56. <https://doi.org/10.30984/nyiur.v4i2.1102>
- Vitandi, & Immellia, N. (2025). *Strategi social media marketing untuk meningkatkan brand awareness pada Kubu Barat Camp* (Skripsi, UIN Malang).