

DAKWAH MELALUI KONTEN HIBURAN (ANALISIS AKUN INSTAGRAM @NUNUZOO)

Jalia¹, Muhammad Ali Mubarak², Muhammad Fadlullah Bilal³, Rilo Ihksan Fadil⁴

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda^{1, 2, 3, 4}

Email: jaliasafitri4@gmail.com¹, alimubarak901@gmail.com², riloif2002@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan mengamati interaksi virtual antara pembuat konten dan audiens, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen terkait. Hasil penelitian ini mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari akun @nunuzoo. Pemilik akun @nunuzoo Nurul Azka menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah dengan membagikan video khotbah komedi lucu. Konten yang dibagikan juga mengikuti acara terkini dan menerima umpan balik positif dari pengikut. Penelitian ini menemukan bahwa konten komedi dakwah akun @nunuzoo mengandung pesan dakwah akhlak, aqidah dan syariah yang dibalut dengan unsur komedi. Wawasan dari menonton dua video dakwah dari akun @nunuzoo menunjukkan manfaat penyampaian pesan dakwah melalui konten komedi yang menghibur. Namun, penelitian ini juga menunjukkan adanya kelemahan dan tantangan dalam penyampaian konten kepada anak muda yang belum tertarik. Instagram sebagai media dakwah menawarkan peluang untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama di kalangan milenial dan generasi penerus yang aktif menggunakan media sosial. Kajian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengkomunikasikan dakwah melalui konten komedi di platform Instagram. Hasil penelitian ini dapat menjadi tolok ukur pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital.

Kata Kunci: *Dakwah, Komedi, Media sosial.*

Abstract

This research uses a qualitative approach using SWOT analysis techniques. The data sources used are primary data obtained by observing virtual interactions between content creators and audiences, and secondary data obtained from books, journals, and related documents. The results of this study describe the strengths, weaknesses, opportunities and threats of @nunuzoo account. The owner of the @nunuzoo Nurul Azka account uses Instagram as a means of da'wah by sharing funny comedy sermon videos. The shared content also follows current events and receives positive feedback from followers. This study found that the comedy content of the da'wah account @nunuzoo contains messages of moral da'wah, aqidah and sharia wrapped in elements of comedy. Insights from watching two da'wah videos from @nunuzoo account show the benefits of delivering da'wah messages through entertaining comedic content. However, this study also shows weaknesses and challenges in delivering content to young people who are not yet interested. Instagram as a da'wah medium offers an opportunity to reach a wider audience, especially among millennials and the next generation who actively use social media. This study provides a deeper understanding of the strengths, weaknesses, opportunities and threats in communicating da'wah through comedic content on the Instagram platform. The results of this research can be a benchmark for developing more effective da'wah strategies in the digital era.

Keywords: *Da'wah, Comedy, Social Media*

PENDAHULUAN

Menurut Ali Mahfuz (2004:18) mengatakan bahwa dakwah adalah Mendorong manusia untuk berbuat baik menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan danmelarang dari yang munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Hamka (2008) juga memberikan defenisi dakwah yaitu : “Bahwa dakwah mengandung arti seruan, ajakan, dan panggilan dengan arti seruan dapatlah kalimat dakwah itu melengkapi maksudnya dalam kedua jurusan, karena pada hakekanya adalah orang yang menyeru itu menyampaikan seruan kepada dua jurusan, yang pertama adalah Allah dan yang kedua adalah sesama manusia”.

Sebelum munculnya teknologi media dan informasi, dakwah disiarkan langsung antarmuka antara da’i dan audience atau dinamakan dengan dakwah konvensional, yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW sejak kehadiran Islam di muka bumi ini. Di era digitalisasi saat ini, memberikan peluang praktis bagi para da’i untuk lebih menegaskan diri dan menyebarkan kebaikan melalui media sosial yang ada, media sosial mudah diakses khalayak global. Alat digital dan media sosial saat ini menawarkan banyak peluang. Media sosial pun berkembang dan digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Terlihat pada kalangan milenial dan generasi penerus saat ini, yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan inovasi serta media sosial (media sosial) yang mudah diakses melalui jaringan internet.

Popularitas Internet saat ini harus dilihat sebagai peluang sekaligus tantangan untuk menciptakan dakwah global yang efisien. Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial yang menawarkan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara ringkas, mudah dan menyeluruh. Peran media sosial dalam dakwah masih sangat penting saat ini, melihat keadaan masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial. Di era milenial seperti sekarang ini, media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku masyarakat. Media sosial telah menjadi sarana penyampaian pesan dan informasi, bahkan menjadi ruang budaya baru yang bahkan pernah berhasil menentukan revolusi budaya masyarakat. Ini karena penggunaan media sosial bersinggungan dengan banyak aspek kehidupan, mulai dari komunikasi dan memperoleh informasi, berita atau trending topik hingga gaya hidup, masakan, perjalanan, hiburan, iklan, dan lainnya.

Dakwah melalui media apapun memiliki tantangannya, termasuk media sosial. Konten dakwah untuk para pemuda masih belum diminati. Apalagi di kalangan anak muda yang latar belakang agamanya masih minim dan kesadaran beragamanya belum terlihat, dakwah menjadi

prioritas ganda dalam hidupnya. Maka dibutuhkan formasi baru agar para pemuda jatuh cinta pada dakwah. Dakwah biasanya berbentuk pertemuan tatap muka atau ceramah, namun berbeda dengan media sosial. Banyak ruang-ruang dimana pesan-pesan dakwah dapat disajikan, yang menarik dan mudah dipahami oleh kalangan mad'u, sehingga dapat menjadi formasi baru dan daya tarik tersendiri di kalangan pemuda maupun lainnya.

Salah satu media sosial yang masih marak digunakan oleh berbagai kalangan saat ini adalah instagram . Instagram sendiri berkembang dari aplikasi berbagi foto untuk iPhone, hingga kini menjadi perusahaan Internet yang berkembang. Instagram dapat digunakan pada handphone yang memudahkan pengguna handphone untuk menggunakan media instagram. Melihat pertumbuhan pengguna Instagram dari berbagai latar belakang, Instagram sendiri merupakan media paling populer bagi Da'i dan Da'iah serta media dakwah untuk menyampaikan dakwahnya.

Pemilik akun @nunuzo yaitu Nurul Azka menjadikan intagram sebagai media untuk berdakwah. Nurul Azka menjadi terkenal lewat media Instagram dengan membagikan postingan-postingan berupa video dakwah bertajuk komedi yang menghibur dilengkapi dengan penjelasan pada pesan teks (*caption*), sehingga mudah menangkap pesan yang ada didalamnya. Konten yang bagikan juga selalu mengikuti peristiwa terkini sehingga memberikan reaksi positif dari para pengikutnya. Hal ini terlihat pada jumlah like dan komentar pada setiap unggahannya. Tak khayal akun dengan 418 ribu pengikut itu juga menarik perhatian beberapa akun dakwah lain sehingga memposting ulang video Nurul Azka.

Ada beberapa penelitian yang senada dengan penelitian ini, diantaranya :

1. Afifah Nur Hidayah Isnaini (2018). Judul penelitian ini adalah Efektivitas Media Dakwah Pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo Di Kalangan Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta dan kesimpulan pada penelitian ini adalah akun Instagram @nunuzoo efektif sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga terkhusus mahasiswa-mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2014-2016. Walaupun awalnya akun ini hanya dibuat secara iseng namun ternyata membawa dampak yang positif bagi followers. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan metode pengumpulan data berupa koesioner.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Afifah Nur Hidayah Isnaini adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan tidak menggunakan kuesioner.

2. Mu'alifatul Jannah (2022). Judul penelitian Analisis Pesan Dakwah Komedi Melalui Media Instagram Pada 9 Postingan Akun @Nunuzoo Tahun 2020 Sebagai Komunikasi Persuasif dan kesimpulan pada penelitian ini adalah Dari 9 video tersebut terdapat pesan

dakwah akhlak, akidah, dan syariah. Pesan akhlak terdapat pada video 1, 3, 4, 5, dan 8. Pesan akidah terdapat pada video 2. Dan pesan syariah terdapat pada video 6, 7, dan 9. Dalam penyampaiannya pesan tua tersebut dibalut dengan unsur komedi. Walaupun tidak semua video tersebut terdapat unsur komedinya. Dengan adanya unsur komedi tersebut diharapkan pesan dakwah yang disampaikan mudah diterima oleh netizen. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi (*Content Analysis*) Philip Mayring dengan pendekatan deskriptif.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Mu'alifatul adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif perbedaannya adalah penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan tentang dakwah komedi melalui media Instagram pada akun @nunuzoo sebagai komunikasi persuasif pada followers sedangkan penelitian ini berfokus pada kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman konten dakwah pada akun @nunuzoo.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalaminya kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dalam menyampaikan dakwah yang dipadukan dengan komedi di platform Instagram. Hal ini menarik untuk diteliti karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pendekatan ini dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kelebihan, kelemahan, peluang, ancaman, dan tingkat keefektifan dalam menyampaikan dakwah yang dipadukan dengan komedi di platform Instagram. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan fakta-fakta dan memahami apa yang dipelajari oleh peneliti, tanpa perhitungan matematis atau pengukuran.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung melalui teknik informan atau melalui dokumentasi dari hasil pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengamati interaksi virtual antara pembuat konten dan audiens pada akun @nunuzoo.

Sumber data sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain, seperti buku-buku perpustakaan, tesis, jurnal, dan dokumen-dokumen terkait penelitian. Sumber data sekunder tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, tetapi digunakan untuk mendukung analisis tentang tingkat efektivitas dalam menyampaikan ajaran Islam pada video dakwah yang dibagikan di akun @nunuzoo.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis. Analisis SWOT menunjukkan perincian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan akun @nunuzoo. Kekuatan merujuk pada persaingan khusus dalam organisasi yang memberikan keuntungan relatif bagi akun tersebut. Kelemahan mengacu pada keterbatasan atau kurangnya sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi hambatan dalam kinerja akun. Peluang adalah situasi lingkungan yang menguntungkan bagi akun tersebut, sedangkan ancaman adalah faktor lingkungan yang merugikan yang dapat menjadi hambatan bagi akun sekarang dan di masa mendatang.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang efektivitas konten dakwah komedi di Instagram dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nurul Azka merupakan seorang mahasiswa drai jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi (FDIK) di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. Ia adalah artis Instagram atau biasa disebut selebram dengan *username* @nunuzoo. ia sangat aktif menggunakan jejaring sosial yaitu aplikasi Instagram sejak 2014 silam. Wanita kelahiran 2 November 1997 di Jakarta ini tak mau disebut selebriti. Dia ingin dikenal sebagai pembuat konten. Saat ini Nurul Azka sudah memiliki 418.000 pengikut di Instagram-nya. Dari SD hingga SMP hingga SMA, Nurul Azka mengeluarkan potensinya untuk mencoba hal-hal yang disukainya mulai dari menjadi penulis, penyiar radio, teater dan pembuat film hingga sutradara. Nurul Azka melakukan itu semua dan akhirnya menemukan hasratnya untuk membuat film.

Awalnya Nurul Azka hanya mebagikan konten komedi yang bertujuan untuk menghibur, semakin hari pengikutnya semakin banyak, hingga saat masuk dibangku kuliah semester satu, ia mulai menambahkan pesan dakwah yang dipadukan dengan komedi pada setiap unggahannya.

Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman pada akun Instagram @nunuzoo. Peneliti melakukan obsevasi, pada beberapa postingan Nurul Azka yang cukup relavan dengan objek penelitian Berikut ini adalah hasil pengamatan pada video dakwah dalam akun Instagram @nunuzoo berjumlah 2 video :

1. Hidup Gini-Gini Aja

Pada konten yang berjudul “Hidup Gini Gini Aja” menceritakan seseorang yang sudah menghabiskan banyak waktu, hingga berada di tahun 2023 namun merasa hampa dan bosan karena menjalani hidup yang tak ada perkembangan dalam dirinya dan selalu membandingkan dengan kehidupan orang lain. Mendengar hal itu temannya yang juga diperankan olehnya, memberikan nasihat bahwa harus menerima apa yang sudah diberikan oleh Allah SWT dan menyarankan agar tidak membandingkan dengan orang yang diatas melainkan bandingkan diri dengan orang yang lebih dibawah agar menimbulkan rasa syukur kepada Allah SWT bahwa sebenarnya Allah sudah banyak memberikan nikmatnya.



Gambar 1. Postingan Nurul Azka yang berjudul “Hidup Gini-Gin Aja”

Pada akhir video Nurul Azka menambahkan bumbu komedi dengan anak-anak yang mengganggunya dengan bermain latto-latto.

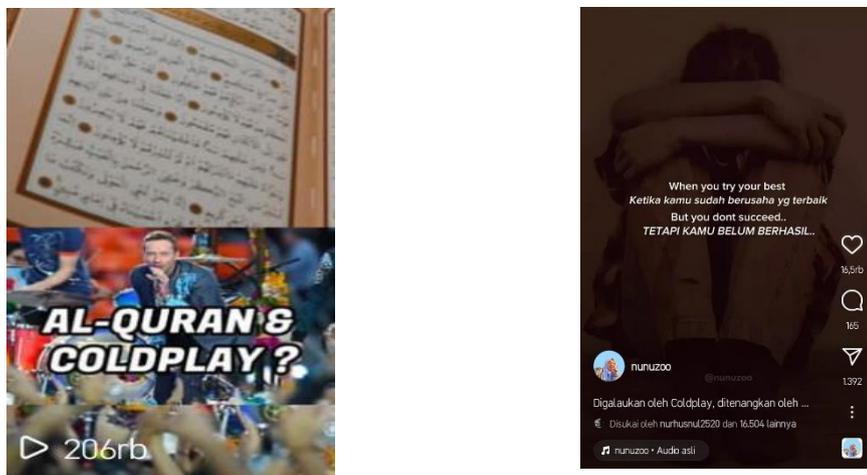


Gambar 2. Postingan Nurul Azka yang berjudul “Hidup Gini-Gin Aja”

Dalam postingan yang berdurasi 1:07 menit ini telah ditonton lebih dari 33.000 orang dan dibagikan sebanyak 112 kali serta mendapatkan respon positif dari pengikutnya. Ia juga menambahkan pesan teks (*captions*) seperti berikut :

“Kalau merasa mulai jenuh dengan rutinitas yg gitu-gitu aja, mungkin kita butuh istirahat sejenak atau berusaha mencari aktivitas lainnya. Jangan lupa usahanya diiringi doa dan tawakkal sm Allah yg Maha Pemberi Keputusan TERBAIK untuk setiap hamba-Nya. Semangat”.

1. Al- Quran dan Clodplay?



Gambar 1. Postingan Nurul Azka dengan judul “AL-QURAN DAN COLDPLAY”

Pada postinga ini Nurul Azka menampilkan beberapa kalimat dari lirik lagu Coldplay beserta terjemahnya. Salah satunya yang berbunyi :

“Ketika kamu sudah berusaha yang terbaik, tetapi kamu belum berhasil”



Gambar 2. Postingan Nurul Azka dengan judul “AL-QURAN DAN COLDPLAY”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan , Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

Video yang berdurasi 1:35 menit ini telah ditonton lebih dari 200.000 ribu orang, disukai lebih dari 16.000 orang dan dibagikan sebanyak 1.393 kali serta mendapatkan respon komentar sebanyak 165 orang. Dalam video ini menjelaskan tentang permasalahan yang sering dialami manusia, terutama ketika sedang mencoba hal baru, lalu permasalahan ini dijawab oleh firman Allah dalam surah Al-Insyirah ayat : 5-6 yang.

Permasalahan seperti video tersebut sering kali dialami oleh manusia, ketika mereka melakukan sesuatu kemudian gagal, banyak dari mereka yang menyerah padahal mereka belum tahu seberapa dekat mereka dengan keberhasilan. Dalam menghadapi tantangan, orang juga harus memahami bahwa kegagalan bukanlah akhir dari segalanya. Setiap kegagalan harus dijadikan sebagai pelajaran berharga yang dapat membantu kita tumbuh dan berkembang. Saat kita menjaga keyakinan dan tekad yang kuat serta belajar dari kesalahan yang kita buat, kita semakin dekat dengan kesuksesan. Terkadang kesuksesan besar bisa berdiri di belakang kegagalan kecil ykita alami. Jadi jangan mudah menyerah, teruslah berjuang dan berusaha, karena kesuksesan seringkali merupakan hasil dari tekad dan keberanian untuk terus berusaha.

Berikut analisis SWOT postingan propaganda komedi di akun Instagram @nunuzoo:

1. Memperkuat

- a. Kreativitas dalam konten: @nunuzoo pandai membuat konten promosi komedi yang kreatif dan lucu. Ini membuat akun menonjol dan menarik pengikut.
- b. Basis penggemar yang besar: Akun @nunuzoo memiliki pengikut yang signifikan (saat ini 418.000 pengikut), yang memungkinkannya menjangkau khalayak luas dan memperluas jangkauan pesan dakwah.

- c. Pentingnya bagi kelompok sasaran: Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang audiens target, @nunuzoo dapat menyajikan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, sehingga membuat followers tetap terlibat.
2. Kelemahan
 - a. Kemungkinan salah tafsir: Pesan-pesan dakwah komedi rawan salah tafsir atau kesalahpahaman. Hal ini dapat menimbulkan kontradiksi atau kesalahpahaman mengenai pesan yang disampaikan. 2. Batas kedalaman pesan:

Sifat komedi yang singkat dan padat mungkin membatasi kemampuan @nunuzoo untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara mendalam dan memberikan penjelasan lebih detail tentang topik-topik keagamaan.
 3. Peluang
 - a. Potensi Viral: Dengan konten yang lucu dan menarik, pesan dakwah komedi @nunuzoo dapat menyebar dan menarik lebih banyak perhatian. Hal ini dapat membantu meningkatkan jumlah pengikut dan memperluas jangkauan pesan dakwah.
 - b. Keterlibatan Pengikut Tinggi : Posting dakwah komedi dapat mendorong pengikut untuk terlibat melalui interaksi, komentar, dan berbagi konten. Hal ini dapat mempererat hubungan dengan para jamaah dan meningkatkan dampak pesan dakwah yang disampaikan.
 4. Ancaman
 - a. Kontroversi dan reaksi negatif : Pesan dakwah komedi berisiko menimbulkan kontroversi atau reaksi negatif dari sebagian pengikut atau masyarakat umum. Hal ini dapat mempengaruhi citra akun @nunuzoo dan dampak pesan dakwah yang disampaikan.
 - b. Persaingan dengan konten serupa: Instagram adalah platform yang penuh dengan beragam konten. Akun @nunuzoo harus bersaing dengan akun lain yang menawarkan konten khotbah komedi atau topik serupa. Ini membutuhkan strategi yang kuat untuk membedakan dan membuat pengikut tetap tertarik. Analisis SWOT ini berdasarkan pengetahuan umum tentang strategi promosi komedi di media sosial.

PENUTUP

Dalam analisis SWOT akun Instagram @nunuzoo, ditemukan beberapa poin penting:

1. Kelebihan akun ini meliputi kreativitas dalam konten, basis penggemar yang besar, dan relevansinya dengan kelompok sasaran.

2. Kelemahan meliputi kemungkinan salah tafsir pesan dan batasan kedalaman pesan dakwah.
3. Peluang meliputi potensi viral konten, keterlibatan pengikut yang tinggi, dan penyebaran pesan dakwah yang lebih luas.
4. Ancaman meliputi kontroversi dan reaksi negatif terhadap pesan dakwah komedi, serta persaingan dengan konten serupa di platform media sosial.

Analisis ini didasarkan pada pengamatan terhadap dua postingan video dakwah @nunuzoo yang menggabungkan komedi dengan pesan agama.

Penggunaan strategi dakwah komedi di media sosial, seperti yang dilakukan oleh Nurul Azka, memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membuat pesan agama lebih menarik serta mudah dipahami oleh pengikutnya. Namun, perlu diingat bahwa konten tersebut juga dapat menimbulkan kontroversi dan reaksi negatif.

REFERENSI

- Amin, M., & Santoso, P. (2019). *Kreativitas Konten Dakwah di Media Sosial Instagram: Studi Analisis Akun @nunuzoo*. Jurnal Ilmu Dakwah
- Fitriana, I. (2021). *Komunikasi Dakwah Melalui Humor: Analisis Konten Akun @Nunuzoo di Instagram*. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hamka. (2008). *Dakwah Islam*. Jakarta : Bumi Aksaa.H
- Hasmy, Ali. (2004). *Dustur Dakwah Menurut Alqur'an*. Jakarta : Bulan Bintang.
- Isnaini, Afifah Nur Hidayah. (2018). *Efektifitas Media Dakwah Pad Followers Akun Instagram @Nunuzoo Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Khairul. (2019). *Pesan Dakwah Pada Episode Jangan Kecanduan Main Mobile Legend Akun Instagram @Nunuzoo*. Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri.
- Kurniawan, A., & Nugraha, Y. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Dakwah: Studi Analisis Akun @nunuzoo*. Jurnal Penelitian Agama dan Kemasyarakatan.
- Pane, Hemas Praschua. (2019). *Humor Dalam Dakwah (Analisis Isi Video Komedi Pada Akun @Nunuzoo)*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Riyadi, Muhammad Wahyu. (2020). *Video Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Akun @Shiftmedia.Id)*. Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Setiawan, A., & Arifin, Z. (2018). *Pengaruh Konten Humor dalam Dakwah di Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Akun @nunuzoo*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik.
- Siska, Andi. (2020). *Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki Di Instagram*, Bone : Institut Agama Islam Negeri Bone.
- Sjahrir, H., & Nurhidayah, N. (2020). *Strategi Komunikasi Humor dalam Dakwah di Media Sosial Instagram: Analisis Akun @nunuzoo*. Jurnal Komunikasi Islam.

- Wulandari, R., & Surya, H. (2017). *Pengaruh Gaya Bahasa Humor dalam Dakwah di Media Sosial Instagram: Analisis Konten Akun @nunuzoo*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.
- Yuliasih, Muzayyanah. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millennial*, Jurnal Da'wah.