

QUOTES OF THE DAY: IMPLEMENTASI MODEL DAKWAH ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA DI ERA DIGITAL

Cantika Maharani¹, Hary Mugni Nubagja², Karynda Natalie Theofilus³, Rufaidah Natasya⁴

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia

Email: cantikamaharanisb@upi.edu, harymugninubagja@upi.edu, Nataliekarynda14@upi.edu,
Rufaidahnatasyaa9@upi.edu

Abstrak: Era digital merupakan suatu kondisi zaman yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini mempengaruhi interaksi masyarakat khususnya dalam berperilaku. Perubahan pola interaksi mengakibatkan berubah pula model penyampaian dalam dakwah islam sekaligus media yang digunakan pun perlu penyesuaian kembali. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi model dakwah islam di sosial media melalui program Quotes of The Day di era digital. Selain itu, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan struktur poster digital yang digunakan dalam program model dakwah di sosial media. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasilnya mengungkapkan bahwa program Quotes of The Day dengan menggunakan poster digital dapat dijadikan sebagai implementasi dari model dakwah islam di sosial media juga dijadikan sebagai media untuk berdakwah dengan menyampaikan hal yang sederhana berupa kutipan atau quotes namun tanpa menghilangkan esensi dari dakwah itu sendiri.

Kata Kunci: Era Digital, Model Dakwah, Sosial Media, Quotes of The Day

Abstract: *The digital era is a condition of the era marked by the rapid development of technology. This affects community interaction, especially in behavior. Changes in interaction patterns resulted in changing the delivery model in Islamic da'wah as well as the media used also needed to be readjusted. This paper aims to find out how to implement the Islamic da'wah model on social media through the Quotes of The Day program in the digital era. In addition, the study aims to reveal the structure of the digital poster used in the da'wah model program on social media. The method used is a qualitative method. The results reveal that the Quotes of The Day program using digital posters can be used as an implementation of the Islamic da'wah model on social media as well as a medium for preaching by conveying simple things in the form of quotes or quotes but without losing the essence of the da'wah itself.*

Keyword: *Digital Age, Da'wah Model, Social Media, Quotes of The Day*

PENDAHULUAN

Saat ini, kehidupan manusia sedang berada di era modern. Era dimana kecanggihan teknologi semakin pesat perkembangannya, khususnya pada dunia digital. Teori digital selalu berkaitan erat dengan media, karena media terus berkembang seiring dengan majunya teknologi dari media lama sampai media terbaru, sehingga mempermudah manusia dalam segala bidang yang berkaitan dengan teori digital (Lev Manovich, 2002). Digital adalah media yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Sedangkan Teori Digital adalah sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai Teknologi dan Sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Hal ini dapat mempermudah manusia dalam melakukan segala aktivitasnya, bahkan dari hal sederhana saja seperti berbincang lewat telepon ataupun mengirim pesan pun dapat dengan mudah untuk mengaksesnya hingga bisa sampai ke seluruh orang di penjuru dunia.

Berdasarkan hal tersebut, disinilah peran media sosial berfungsi. Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu (Fitriani, 2017:148; Jayadi, S. 2016). Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial dapat dikatakan sebagai platform yang mampu memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan

situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas (Supradono, 2011; Bakhri, S., & Hidayatullah, A. 2019). Penggunaan media sosial di Indonesia terhitung cukup besar. Berdasarkan hasil riset Weare Sosial Hoot Suite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia setengahnya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Jika dilihat lebih rinci, berdasarkan hasil survey global web index pada pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform tersebut terbagi dalam dua kategori media sosial, yaitu media jejaring sosial dan messenger. Youtube menempati peringkat pertama dengan persentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat kedua Facebook dengan persentase penggunaan sebesar 41%, kemudian Whatsapp dengan persentase penggunaan sebesar 40%. Besarnya potensi penggunaan media sosial ini pula banyak dimanfaatkan oleh sebagian besar orang untuk membantu tercapainya sebuah tujuan tertentu. Melalui fasilitas yang dimiliki, berita dapat disebarluaskan secara cepat dan jangkauannya pun luas. Penerima berita pertama dapat menyebarkan kembali dengan fasilitas media sosial.

Era digital adalah era dimana semua akses dapat secara cepat terjangkau oleh para pengguna media sosial, akses cepat itu disebut dengan istilah "Viral." Faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, dimana penggunaan media ini lebih up to date dan lebih efektif dari media dakwah lain (Faisol, 2017). Mereka akan sangat cepat terkenal di khalayak masyarakat contohnya seperti: Gus Miftah, Gus Baha dan sebagainya mereka mempunyai chanel-chanel media sosial yang pengikutnya ribuan bahkan jutaan. Pemanfaatan platform-platform media sosial seperti; facebook, twitter, Instagram dan youtube nyatanya memberikan dampak yang signifikan terhadap ketenaran seorang tokoh pendakwah media sosial. Kendati demikian media sosial mempunyai kelas-kelas tertentu berdasarkan; usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang seseorang. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (Followers) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam komentar dengan cara tersebut mereka selalu menunjukkan eksistensinya, karena begitu besarnya dampak dakwah di media sosial ini memicu beberapa faktor positif dan negatif, salah satu faktor positif dari dakwah menggunakan media sosial ini adalah mempermudah seorang followers dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun, sedangkan faktor negatifnya yaitu media dakwah ini sering dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan permusuhan, kekerasan dan pesan negatif lainnya (Eko Sumadi, 2016).

Catatan Kominfo di tahun 2019 menyebutkan bahwa kominfo menerima aduan konten negatif di media sosial sebanyak 500.000, catatan kominfo di tahun 2018 menyebutkan secara rinci media sosial berupa facebook dan Instagram paling banyak berisi konten-konten negatif dengan jumlah 8.903 dan twitter sejumlah 4.985 laporan dan google serta youtube sejumlah 1.683. bahkan perkembangan Instagram disebut mengalahkan facebook dan snapgram di angka 1 miliar pengguna per Juni 2018. Hal tersebut menunjukkan betapa bahayanya media sosial bila secara terbuka diakses oleh anak-anak tanpa pendampingan orang tua, tentu faktor inilah yang memicu para pendakwah milenial pesantren membuat akun-akun media sosial guna menangkal perkembangan konten negatif yang jutaan tersebar dalam platform-platform media sosial. Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah media sosial, mereka tidak

hanya berdakwah bil-kitabah ataupun bil-kalam tapi juga menggunakan metode audiovisual gambar, suara ataupun ceramah hal ini tergantung pada passion atau trend masa kini. Konsep inilah yang menarik sehingga membuat jumlah followers dari hari ke hari semakin bertambah dan tersebar luas dari seluruh penjuru baik kalangan anak-anak, remaja sampai kalangan dewasa dan orang tua.

Berdasarkan dari hal itu, maka penulis melakukan sebuah penelitian yang membahas mengenai program dakwah di media sosial menggunakan visual dengan berbasis Quotes atau kutipan. Cara pengimplementasian model ini yaitu dengan membuat sebuah poster dakwah berisikan Quotes atau kutipan yang mengandung kebaikan, juga dapat berisi terjemahan ayat-ayat suci Al-Qur'an yang mempunyai makna mendalam dan relate dengan setiap kondisi yang sedang terjadi. Dengan demikian para pembaca akan mengingat isi pesan dakwah singkat dari poster dan diharapkan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari serta menjadi motivasi dalam berbuat kebaikan. Selain itu juga dalam pembuatan Quotes Of The Day sebagai media dakwah harus diperhatikan visualisasi yang dibuatnya serta mekanisme implementasi program tersebut agar pesan dakwah singkat dapat dengan mudah tersampaikan kepada para pengguna media sosial. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui model dakwah mediasosial melalui program *Quotes of The Day*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode studi kepustakaan (library research) yang dimana merupakan sebuah penelitian dengan melakukan eksplorasi terhadap berbagai literatur atau sumber lain. Studi kepustakaan yang dilakukan tersebut pastinya harus memiliki keterkaitan dengan kajian permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga memuat data-data deskriptif sehingga dalam kajian yang diperolehnya bersifat deskriptif. Pendekatan penelitian dalam kajian ini adalah menggunakan sudut pandang disiplin ilmu untuk merumuskan permasalahannya. Disiplin keilmuan yang digunakan yaitu dengan pendekatan sosiologis. Hal ini dilakukan agar dapat menggambarkan fenomena sosial dan kultural pada era modern yang dapat mempengaruhi media dakwah dalam islam. Pada penelitian ini penulis melakukan studi kepustakaan sesuai dengan metode yang digunakan untuk mencari data-data. Kajian literatur yang diperoleh yaitu bersumber dari teori-teori tertulis secara resmi dan berhasil dipublikasikan, baik berbentuk artikel, buku, jurnal ataupun sumber bacaan digital seperti website dan e-book. Hasil dari data-data yang diperoleh dari studi kepustakaan, selanjutnya ditelaah dan diklasifikasi kemudian diolah hingga akhirnya dapat dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Model Dakwah Islam melalui Program *Quotes of The Day* di Sosial Media

Model dakwah islam di sosial media dapat beragam bentuknya, ada yang memanfaatkan audio, visual, ataupun keduanya. Model dakwah dengan audio dapat berupa podcast atau radio digital dan video di youtube, Instagram, tiktok sebagai contoh dakwah dengan audio visual digital. Sedangkan, dakwah dengan visual hanya berupa poster atau pamflet digital yang diunggah ke berbagai sosial media. Beberapa jenis model dakwah tersebut pastinya sering kita jumpai di sosial media milik pribadi ataupun komunitas. Kini banyak sekali individu atau sekelompok orang yang berlomba-lomba menyebar pesan dakwah di sosial media. Mereka mengasah kreativitasnya masing-masing dalam menciptakan produk dakwah yang menarik sehingga mampu diterima oleh komunikan dengan baik. Salah satu produk dakwah islam di sosial media yang

dapat diterapkan atau bahkan sering kita lihat yaitu poster berisikan potongan kalimat kebaikan, baik berupa seruan, pengingat, nasihat, dan sebagainya. Di bawah ini terdapat salah satu contoh poster dakwah untuk diunggah ke sosial media.



Gambar 1 Poster Dakwah Quotes of The Day

Pada gambar di atas mengandung konten dakwah berisi pengingat yang dikuatkan dari kutipan Hadis Riwayat dan potongan kalimat singkat “It’s Friday, a special day.” Dari contoh tersebut menggambarkan adanya sebuah produk dakwah di sosial media menggunakan visual yaitu poster digital yang berisikan kutipan atau quotes. Inilah yang dimaksud dengan model dakwah islam melalui program Quotes of The Day. Istilah Quotes of The Day berasal dari bahasa Inggris yaitu memiliki arti Kutipan Hari Ini. Pada program ini, seseorang atau komunitas membuat produk dakwah berupa poster digital berisikan kutipan kebaikan dari siapapun dan mendistribusikannya ke sosial media secara rutin. Program ini pernah dilakukan oleh komunitas Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang ada di salah satu Perguruan Tinggi di Indonesia.

Kutipan atau yang sering kita sebut dengan Quotes dalam bahasa Inggris memiliki arti sebagai suatu potongan kalimat yang singkat baik itu dalam bentuk lisan ataupun tulisan. Potongan kalimat tersebut harus mengandung makna mulai dari ide, gagasan atau pesan bagi orang lain yang membaca. Kutipan atau quotes tersebut dapat diambil dari berbagai sumber seperti media cetak, online, media sosial, potongan ayat suci Al-Qur’an atau hadis baik bersifat teks, audio, maupun visual. Biasanya dalam penulisan kutipan atau quotes selalu menggunakan tanda baca petik yang bertujuan untuk memberikan penekanan terhadap pembaca. Di era serba digital seperti saat ini merupakan suatu kondisi yang tepat dan berpeluang besar bagi para motivator atau pendakwah dalam memberikan pesan melalui kutipan, karena mereka dapat dengan mudah menyebarkan pesan-pesan tersebut hanya melalui media digital dan dengan kalimat yang singkat. Media digital pastinya banyak sekali orang yang mengaksesnya. Dengan demikian, jika para motivator atau pendakwah bahkan orang awam sekali pun ingin menyampaikan pesan kebaikan maka akan mudah diterima oleh pengguna sosial media.

Program Quotes of The Day ini dapat dengan mudah diterapkan. Pertama, setiap orang dapat membuat poster kebaikan dengan sederhana namun mengandung pesan bermakna. Poster ini dapat dibuat menggunakan berbagai platform digital seperti Canva atau menggunakan fitur di Instagram sekali pun. Hal itu dapat berbentuk bahasa yang sederhana dalam kehidupan sehari-hari agar lebih mudah menyerap pada pikiran

komunikasikan. Poster dakwah yang dimaksud dalam program ini pastinya harus memuat sebuah pesan, ajakan, pengingat ataupun nasihat singkat tapi bermakna. Pesan-pesan ini dapat diperoleh dari potongan ayat Al-Qur'an ataupun pesan pendakwah. Setelah itu siapapun yang mau menyampaikan pesan kebaikan dapat membuat poster dakwah dan mendistribusikannya ke media sosial secara rutin sesuai keinginan creator. Sebagai contoh, jadwal rutin yang dibuat untuk menyebarkan pesan kebaikan yaitu sebanyak satu kali dalam satu minggu. Artinya seseorang atau komunitas memiliki jadwal tersendiri untuk membuat dan menyebarkan pesan kebaikannya di hari-hari yang telah ditentukan. Sosial media yang digunakan dapat berupa kepemilikan pribadi ataupun komunitas dakwah seperti lembaga dakwah di sekolah/kampus dan instansi lainnya. Sosial media tersebut dapat melalui whatsapp, Instagram, facebook dan media platform lainnya.

b. Analisis Struktur Visual Poster *Quotes Of The Day*

Struktur visual poster dakwah dalam program *Quotes of The Day* terdiri dari beberapa elemen desain seperti poster pada umumnya, yaitu visual, teks, logo, frame, background, dan isi pesan atau quotes. Visual pada poster dapat berbentuk imaji berupa foto dan gambar. Contohnya seperti manusia, alam, lingkungan, benda atau hanya tulisan saja. Elemen lainnya yaitu rupa dan bentuk (*form and shape*) contohnya tekstur, ilustrasi, bangunan, benda-benda dan lainnya. Selanjutnya yaitu warna yang menjadi salah satu poin menarik pada poster, warna yang digunakan bebas sesuai kreativitas designer dapat berasal dari warna alam dan sebagainya. Elemen selanjutnya yaitu teks yang terdiri dari tajuk (*headline*) dan *bodycopy* atau materi pesan berupa quotes. Tajuk adalah teks utama yang merepresentasikan pesan pada sebuah poster. Dalam poster dakwah, tajuk biasanya berupa kutipan sederhana yang merupakan intisari atau potongan dari ayat Al Quran, Hadis, maupun perkataan ulama. *Bodycopy* atau materi pesan biasanya berupa kalimat utuh ayat Al Quran, Hadis, atau perkataan ulama yang dijadikan dasar untuk pembuatan tajuk (Muntazori, 2020). Jika secara ringkas, analisis struktur visual poster *Quotes of The Day* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Ringkasan Analisis Struktur Poster *Quotes of The Day*

No	Jenis Elemen Desain	Keterangan Elemen Desain Poster <i>Quotes of The Day</i>
Visual		
1.	Imaji	Foto atau gambar objek
2.	Rupa dan Bentuk (<i>form and shape</i>)	Tekstur, ilustrasi, bangunan, benda-benda pendukung
3.	Warna	Warna sebagai tema desain
4.	Setting dan layout	Ukuran poster, jenis font, warna font, dan jenis dekoratif
5.	Frame dan background	Latar belakang poster dapat dilihat dari warna, tekstur pada kanvas poster.
Teks		

1.	<i>Headline</i>	Kutipan intisari dari tema poster
2.	<i>Bodycopy</i> atau materi pesan	Materi pesan harus sesingkat mungkin karena berupa kutipan, namun memberikan makna dan kesan yang dalam, serta yang ditekankan disini dapat menjadi motivasi, pengingat, ajakan dan dorongan dalam berbuat kebaikan.
Identitas		
1.	Logo	Logo identitas diri atau komunitas pembuat karya poster
2.	Akun Sosial Media	Akun sosial media yang dimiliki oleh seseorang atau komunitas pembuat karya poster
3.	Profil	Dapat berupa foto atau nama tokoh pemilik kutipan



Gambar 2 Poster *Quotes of The Day* Tema Doa

Pada gambar 2 menunjukkan poster dengan tema berdoa. Imaji yang dicantumkan menggambarkan tangan seseorang yang sedang berdoa dengan mengangkat tangan. Poster di atas menggunakan frame berupa garis batas berwarna oren, headline pada poster yaitu "Bersabar dan Beramal Shalih." Selanjutnya, terdapat materi pesan berupa potongan kalimat yang disampaikan oleh penggiat dakwah bernama Ustadz Felix Siau. Kutipan tersebut berisi "Bagi mereka yang bersabar juga tetap beramal shalih, Allah akan kabulkan doa mereka di waktu yang paling tepat, di tempat yang paling baik, dengan cara yang paling indah." Pada poster ini tidak mencantumkan logo serta akun sosial media dari pembuat karya.

c. **Mekanisme Implementasi Model Dakwah Islam melalui Program *Quotes of The Day* di Sosial Media**

Program *Quotes of The Day* dengan menggunakan poster digital dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Cara mengimplementasikan program ini jika individu dapat dibebaskan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Mulai dari penjadwalan posting posternya sampai konten dari quotes nya itu disesuaikan dengan setiap orangnya. Untuk poster ini dapat diposting ke sosial media baik melalui status, feed ataupun broadcast. Sosial media yang digunakan adalah milik pribadi orang tersebut yang memang ingin menyebarkan pesan dakwah, namun tidak menutup kemungkinan bahwa siapapun yang ingin menerapkan program ini dapat membuat akun sosial media khusus dakwah digital. Konten dari kutipan yang ingin dicantumkan pada poster dapat diperoleh dari buku, ayat al-qur'an ataupun tontonan dakwah. Dan bisa juga dari hasil obrolan bersama seseorang.

Selanjutnya, jika komunitas atau sekelompok orang yang ingin menerapkan program ini maka lebih baik dibuatkan jadwal rutin serta tema dari konten yang akan diunggah ke sosial media. Biasanya setiap komunitas terdapat sebuah tim yang bertugas untuk mengelola media dan komunikasi atau informasi, disinilah peran program *quotes of the day* dapat diimplementasikan dengan baik. Jadwal yang dibuat dapat disesuaikan dengan kebutuhan komunitas, sebagai contoh dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Contoh Jadwal *Quotes of The Day*

No	Tanggal	Tema Kutipan
1.	Jum'at, 25 Maret 2022	Kehidupan Dunia dan Akhirat
2.	Jum'at, 1 April 2022	Sabar dan Ikhlas
3.	Jum'at, 8 April 2022	Puasa Ramadhan

Pada contoh jadwal di atas, penulis merencanakan melaksanakan program *quotes of the day* setiap hari Jum'at sebanyak 1 kali dalam seminggu. Sehingga sebelum membuat poster, kita dapat terlebih dahulu mencari referensi kutipan yang akan dibagikan ke sosial media. Setelah itu, barulah kita dapat membuat poster digital lalu membagikannya ke akun sosial media seperti Instagram, whatsapp, dan facebook. Agar dapat lebih menarik pembaca, kita dapat menambahkan keterangan pada setiap poster yang diunggah dengan mencantumkan di bagian caption. Dengan adanya program ini, maka setiap orang akan dengan mudahnya menebar kebaikan tanpa ada batasan bahwa seseorang tersebut harus memiliki ilmu agama yang banyak, karena poster pada program ini tidak menuntut konten yang berat bobotnya. Konten dapat diisi dengan hal-hal sederhana, ajakan dan nasihat yang sederhana tapi bermakna dan mengena kepada siapapun pengguna sosial media yang membacanya.

KESIMPULAN

Program *Quotes of The Day* merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh banyak orang untuk menebar pesan dakwah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dengan adanya program ini, maka pengaruh positif dan negative dari era digital dapat dimanfaatkan karena program ini bertujuan untuk menerapkan model dakwah islam yang sesuai dengan kondisi zaman tanpa menghilangkan esensi dari makna dakwah itu sendiri. Bahkan hal sederhana dari program ini dapat dibagikan oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun tanpa memandang ia adalah aktivis dakwah atau bukan. Dakwah di sosial media dengan program *Quotes of The Day* adalah sebuah

dakwah yang dilakukan melalui media sosial dalam bentuk kutipan atau petikan kalimat singkat yang mengandung ide, motivasi, nasehat, ajakan, hiburan, dan sebagainya. Dakwah menggunakan poster kutipan dapat dikenal dengan melihat beberapa analisis struktur dalam pembuatan poster digitalnya yakni; visual, teks serta identitas. Poster ini dapat diterapkan ke dalam berbagai media, baik cetak maupun elektronik, dan terutama media sosial. Selama ini yang telah digunakan adalah media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram, sebab media ini lebih mudah dipublikasikan.

BIBLIOGRAFI

- Aji, R. (2016). *DIGITALISASI, ERA tANtANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*. *Islamic Communication Journal*.
- Attyatullatifah, I. (2022). *Dampak Perkembangan Teknologi Digital di Era Revolusi 4.0*. Jakarta: Yoursay.id.
- Budiantoro, W. (2017). *Dakwah di Era Digital*. KOMUNIKA.
- Fitriani, K. (2018). *Teknologi Digital Mengubah Interaksi Manusia?* Yogyakarta: Radio Edukasi.
- Muntazori, A. F. (2020). *DAKWAH VISUAL: Human Narratives*.
- Eko Sumadi. (2016). *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*. *Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 01(1)*, 173–190.
- Faisol, M. (2017). *Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagaman Santri*. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 37–51. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fitriani, Y. (2017). *Analisis Pemnfaatan Berbagai Macam Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. *Dalam Paradigma*, Vol. 19, No. 2, September 2017, 148.
- Manovich, Lev. 2001. *Language of New Media*. MIT Press
- Supradono, B. (2011). *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, No.2.