

**Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview Dan
Resepsi Khalayak Terhadapnya**



Oleh:

Siti Nurfadillah H T Aman

NIM: 22202012007

TESIS

**Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial**

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nurfadillah H T Aman
NIM : 22202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Februari 2025

Saya yang menyatakan,



Siti Nurfadillah H T Aman

NIM: 22202012007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nurfadillah H T Aman
Nim : 22202012017
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Februari 2025

Saya yang menyatakan,



Siti Nurfadillah H T Aman

Nim : 22202012007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview Dan Resepsi
Khalayak Terhadapnya

Oleh:

Nama : Siti Nurfadillah H T Aman
Nim : 22202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 27 Februari 2025

Pembimbing



Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-501/Un.02/DD/PP.00.9/05/2025

Tugas Akhir dengan judul : Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview dan Resepsi Khalayak Terhadapnya

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI NURFADILLAH H. T. AMAN, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22202012007
Telah diujikan pada : Jumat, 07 Maret 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 681061b782bd1

Ketua Sidang/Penguji I

Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.

SIGNED



Valid ID: 68141eadade6a

Penguji II

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

SIGNED



Valid ID: 681073bf574d4

Penguji III

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum

SIGNED



Valid ID: 68142307aee4e

Yogyakarta, 07 Maret 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.

SIGNED

ABSTRAK

Akun @quranreview merupakan salah satu platform dakwah digital yang menarik di Instagram dengan karakteristik unik yang berbeda dari akun-akun dakwah lainnya. Setiap akun memiliki pendekatan dan fokus spesifik dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman dalam berdakwah, namun @quranreview menonjol dengan penyajian tafsir Al-Qur'an yang kontekstual dan mendalam. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami gaya komunikasi dakwah akun Instagram @quranreview dan mengkaji resepsi atau tanggapan khalayak terhadap dakwah akun @quranreview. Jenis penelitian yaitu metode kualitatif dengan pendekatan netnografi, data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder, serta pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi terhadap konten Instagram dan literatur pendukung. Analisis data dilakukan melalui enam tahap analisis konten; unitizing, sampling, recording, reducing, inferring, dan narrating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @quranreview mengimplementasikan delapan gaya komunikasi yang adaptif dengan karakteristik platform Instagram, yaitu: dramatis, meninggalkan kesan, perhatian, animasi, tepat, argumentatif, ramah, dan santai. Gaya dramatis mendominasi konten yang dipublikasikan, muncul secara konsisten pada tanggal-tanggal tertentu selama bulan Februari, dan terbukti efektif dalam menciptakan daya tarik emosional yang kuat bagi audiens melalui penggunaan kalimat emosional, penekanan yang kuat, serta visual yang menggugah. Sementara itu, gaya animasi dan gaya santai memiliki frekuensi kemunculan terendah. Dari segi resepsi khalayak, penelitian menemukan variasi penerimaan pesan sesuai dengan tiga posisi dalam teori Stuart Hall: dominan, negosiasi, dan oposisi. Posisi dominan terlihat pada penerimaan pesan yang sesuai dengan maksud @quranreview pada seluruh gaya komunikasi yang digunakan. Posisi negosiasi hanya teridentifikasi pada konten tanggal 17 Februari yang menggunakan gaya perhatian, sedangkan posisi oposisi, yang ditandai dengan penolakan terhadap pesan dakwah, terlihat pada konten tanggal 23 Februari yang menggunakan gaya argumentatif.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Gaya Komunikasi, Resepsi Khalayak

ABSTRACT

The @quranreview account is one of the most engaging digital da'wah platforms on Instagram with unique characteristics that distinguish it from other da'wah accounts. While each account has its specific approach and focus in disseminating Islamic messages, @quranreview stands out with its contextual and in-depth Quranic interpretation. The purpose of this research is to understand the communication style of the @quranreview Instagram account's da'wah and to examine audience reception or responses to @quranreview's content. This research uses a qualitative method with a netnographic approach, utilizing both primary and secondary data, and data collection through documentation studies of Instagram content and supporting literature. Data analysis was conducted through six stages of content analysis: unitizing, sampling, recording, reducing, inferring, and narrating. The research results show that @quranreview implements eight communication styles that adapt to Instagram platform characteristics: dramatic, impression-leaving, attentive, animated, precise, argumentative, friendly, and relaxed. The dramatic style dominates the published content, appearing consistently on specific dates throughout February, and proves effective in creating strong emotional appeal for the audience through the use of emotional sentences, strong emphasis, and evocative visuals. Meanwhile, animated and relaxed styles have the lowest frequency of appearance. Regarding audience reception, the research found variations in message acceptance according to Stuart Hall's three positions: dominant, negotiated, and oppositional. The dominant position is seen in message acceptance that aligns with @quranreview's intentions across all communication styles used. The negotiated position was only identified in content dated February 17th that used the attentive style, while the oppositional position, marked by rejection of the da'wah message, was seen in content dated February 23rd that used the argumentative style.

Keywords: Digital Da'wah, Communication Style, Audience Reception

MOTTO

“Orang-orang hanya melihat apa yang telah kita selesaikan, bukan apa yang kita mulai”



KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas terselesaikan karya tesis ini, sehingga penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang selalu senantiasa memberi kasih sayang setiap saat dan juga kesehatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tesis ini.
2. Ayah dan Ibu dan kedua adik saya yang terus memberi doa, wawasan, dan support segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini
3. Kedua orang tua saya, ayah Harman T Aman dan Ibu Musriati H Djama yang tak henti-hentinya memberi semangat dan support dalam hal apapun, sehingga hal itu menjadi energi tersendiri bagi penulis untuk menyelesaikan karya tesis dengan cepat.
4. Kedua adik saya Siti Fatima dan Ahmad Fadli yang selalu mensupport serta menghibur penulis. Semoga karya tesis ini menjadi motivasi untuk kalian dalam berproses.
5. Bapak Dr. Khadiq, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Akademik program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam 2023 Ganjil. Ilmu dan pengalaman yang telah diberikan tidak akan penulis lupakan seumur hidup.
6. Nur Adillah selaku sahabat saya yang terus memberikan support segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dengan kerelaan hati dalam menyelesaikan pendidikan dan penelitian ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan ridho sertakemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis berupa Tesis ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw, keluarganya, sahabatnya serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. *Aamiin yaa rabbal'alamin.*

Tesis ini berjudul **“Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview dan Resepsi Khalayak Terhadapnya”**. Tesis ini merupakan karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis, tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komuniaksi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi salah syarat memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

Penulis sadar keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tesis ini karena dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang paling mendalam kepada :

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Prof. Dr. Arif Muftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
3. Drs. Abdul Rozak, M.Pd selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Prof. Dra. Siti Syamsiatun, M.A., Ph.D sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tesis ini dan telah sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik dalam proses penulisan Tesis ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademik Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menimba ilmu.
6. Kedua orang tua peneliti Ayah Harman Aman dan Ibu Musriati H Djiana dan kedua adik saya Siti Fatmah H T Aman dan Ahmad Fadli, yang terus memberi doa dan support segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi teman berproses selama menempuh Studi.
9. Terakhir, kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi suksesnya tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tiada yang sempurna di dunia ini, kecuali Sang Pencipta. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya-karya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat kepada siapapun.

Wassalamu"alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 06 Maret 2025



Siti Nurfadillah H T Aman
22202012007

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Relevan	12
B. Pengembangan Teori dan Konseptual	18
1. Gaya Komunikasi.....	18
2. Dakwah	24
3. Teori Resepsi khalayak	26
4. Instagram.....	29
C. Kerangka Berfikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Paradigma Penelitian	31
B. Metode dan Pendekatan Penelitian	33
C. Fokus Penelitian.....	33
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Validasi Data.....	39
BAB IV BAB IV PROFIL AKUN INSTAGRAM @quranreview SERTA ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAN RESEPSI KHALAYAK TERHADAP AKUN INSTAGRAM @QURANREVIEW	

A. Akun Instagran @quranreview	44
1. Profil Akun @quranreview	44
2. Konten Dakwah pada Akun Instagram @quranreview	48
a. Dakwah Kontekstual	48
b. Strategi Penyampaian Dakwah.....	51
c. Postingan Akun Instagram @quranreview	52
B. Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview.....	74
C. Resepsi Khalayak Pada Akun @Quranreview.....	107

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun instgarm @quranreview	45
Gambar 2 Logo Akun intagram @quranreview.....	46
Gambar 3 Postingan-postingan Akun Instagram @quranreview.....	50
Gambar 4 Postingan Akun Instagram @quranreview	77
Gambar 5 Postingan Akun Instagram @quranreview	78
Gambar 6 Postingan Akun Instagram @quranreview	79
Gambar 7 Postingan Akun Instagram @quranreview	80
Gambar 8 Postingan Akun Instagram @quranreview	81
Gambar 9 Postingan Akun Instagram @quranreview	90
Gambar 10 Postingan Akun Instagram @quranreview.....	90
Gambar 11 Postingan Akun Instagram @quranreview.....	92
Gambar 12 Postingan Akun Instagram @quranreview.....	98

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa dekade terakhir, membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi. proses komunikasi menekankan penciptaan kesamaan pemahaman antara komunikator dan penerima pesan (Jampel et al., 2016, p. 2). Komunikasi sebagai bidang kajian tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek kehidupan masyarakat, karena komunikasi merupakan bagian integral dari interaksi sosial sehari-hari. Di era digital, komunikasi dapat dilakukan secara bebas tanpa batasan waktu dan tempat. Informasi dapat tersebar dengan cepat dan melimpah, memungkinkan peristiwa di berbagai belahan dunia diakses secara instan oleh masyarakat global. Perkembangan TIK ini memberikan dampak positif, seperti peningkatan efisiensi komunikasi, perluasan akses informasi, dan percepatan globalisasi (Rohman, 2019, p. 19).

Salah satu bidang yang turut terdampak adalah dakwah, di mana media dakwah menjadi sarana penting untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan. Media dakwah merupakan alat yang digunakan oleh da'i untuk menyampaikan pesan dakwah agar mencapai sasaran yang dituju. Aktivitas dakwah di media sosial telah menjadi fenomena yang menarik perhatian banyak pihak. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, menawarkan keunikan dalam penyampaian pesan melalui tampilan visual. Penggunaannya telah

berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir (Yuna & Sikumbang, 2023, p. 161), menjadikannya salah satu media yang efektif untuk dakwah.

Instagram adalah platform berbagi foto dan video dengan fitur menarik, memungkinkan pengguna membagikan konten visual secara cepat. Nama Instagram berasal dari gabungan "insta" (instant) dan "gram" (telegram), mencerminkan kemampuannya menyebarkan informasi visual dengan cepat (Rakanda, 2020, p. 17). Keunikan Instagram terletak pada tampilan visualnya, memudahkan pendakwah menyampaikan pesan secara kreatif dan mudah dipahami. Penggunaan Instagram untuk dakwah berkembang pesat, didorong oleh tingginya penetrasi internet, penggunaan smartphone, dan popularitasnya sebagai platform media sosial terkemuka (Yuna & Sikumbang, 2023, p. 162).

Akun @quranreview merupakan salah satu platform dakwah digital yang menarik di Instagram dengan karakteristik unik yang berbeda dari akun-akun dakwah lainnya seperti @angger.sy, @sempetinngaji, @iqomic, @taubatters, @thequran_path, @ngajilagi.id, dan @101arabic. Setiap akun memiliki pendekatan dan fokus spesifik dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman dalam berdakwah, namun @quranreview menonjol dengan penyajian tafsir Al-Qur'an yang kontekstual dan mendalam. Sedangkan @angger.sy dikenal dengan cerita inspiratif dan motivasi islami melalui gaya bahasa santai (Nurmila, 2023, p. 80), @sempetinngaji menawarkan pembelajaran Al-Qur'an melalui video singkat dan tips praktis (Salsabila, 2025, p. 83), @iqomic menggunakan format meme humor untuk edukasi Islam (Nurazizah & Syam, 2022, p. 49), @taubatters fokus pada

motivasi bertaubat melalui kutipan Al-Qur'an dan Hadis (Ramadhani, 2020, p. 18), @thequran_path mengedepankan perjalanan spiritual (Khumairoh, 2024, p. 135), @ngajilagi.id menciptakan ruang diskusi interaktif keislaman (Padang & Kamalia, 2023, p. 336), dan @quranreview membedakan diri dengan pendekatan tafsir yang komprehensif dan kontekstual.

Keunggulan @quranreview terletak pada kemampuannya menghubungkan ayat-ayat suci dengan realitas modern, berbeda dengan pendekatan akun-akun dakwah lainnya yang lebih spesifik pada satu aspek. Misalnya, sementara @iqomic menggunakan humor untuk menarik generasi muda, @quranreview menggunakan analisis mendalam dan visual menarik untuk menjelaskan tafsir. Berbeda dengan @sempetinngaji yang fokus pada tips praktis mengaji, @quranreview mengajak audiens untuk memahami makna substansial di balik ayat-ayat Al-Qur'an. Dalam konteks dakwah digital, @quranreview berhasil menciptakan ruang dialog yang unik di antara akun-akun seperti @taubatters yang motivatif, @thequran_path yang spiritual, dan @ngajilagi.id yang interaktif. Akun ini tidak sekadar menyajikan informasi, tetapi mengajak audiens untuk melakukan refleksi mendalam tentang pesan-pesan Al-Qur'an, dengan cara yang berbeda dari @angger.sy yang mengandalkan storytelling.

Melalui pendekatan kontekstual, visual menarik, dan interaksi aktif, @quranreview berhasil membedakan diri dari lanskap dakwah digital yang kaya akan variasi. Dibandingkan dengan akun-akun lain yang memiliki kekhasan masing-masing, @quranreview menawarkan dimensi pemahaman Al-Qur'an yang

lebih komprehensif, mendalam, dan relevan dengan konteks kekinian, menjadikannya salah satu akun dakwah digital yang patut diperhitungkan dalam upaya menyebarluaskan pemahaman Islam di era digital. Akun @quranreview sudah mempunyai khalayak sebanyak 397ribu dengan postingan saat ini mencapai 749 postingan yang setiap postingan selalu mendapat tanggapan pro dan kontra. Dari jumlah tanggapan yang diperoleh dari postingan akun ini menunjukkan bahwa pennguna instagram memiliki antusiasme yang besar terhadap instagram pos dakwah islam.

Sejauh ini, penelitian terkait komunikasi dakwah di media sosial instagram berfokus pada tiga aspek: pertama, studi yang cenderung berfokus pada gaya komunikasi dakwah seorang dai melalui akun sosial (Arini & Sudradjat, 2023; Hanna, 2022; Iskandar & Habibi, 2023; Yuna & Sikumbang, 2023), Kedua, kajian yang meneliti komunikasi dakwah yang berfokus pada visual yang disajikan (Danu & Halim, 2022; Hidayah, 2023; Kaloka & Fitriawan, 2019), dan ketiga, kajian mengenai pola komunikasi dakwah di Instagram (Pebrian et al., 2023; Sungkar & Ahmadi, 2023; Zulaecha et al., 2023). Namun komunikasi dakwah pada akun @quranreview dalam penyajian konten dakwah di Instagram measih belum ada yang mempelajari maupun meneiliti, khususnya pada topik gaya komunikasi dakwah akun @quranreview dan resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi dakwah yang terdapat pada ponstingan akun @quranreview.

Studi ini bertujuan untuk mengisi celah dari penelitian-penelitian sebelumnya yang belum membahas terhadap gaya komunikasi dakwah dan resepsi khalayak terhadap akun instagram @quranreview. Penelitian ini akan memaparkan

tentang gaya komunikasi dakwah yang digunakan akun @quranreview dan resepsi atau tanggapan khalayak terhadap gaya komunikasi dakwah pada akun Instagram @quranreview. Berfokusnya pada bagaimana gaya komunikasi akun @quranreview dan bagaimana para khalayak menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh akun tersebut. Penelitian ini tidak hanya melihat gaya komunikasi yang digunakan, tetapi juga dampak yang dihasilkan dari gaya tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan :

1. Bagaimana gaya komunikasi dakwah akun instagram @quranreview?
2. Bagaimana resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi dakwah akun instagram @quranreview?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian
 - a. Memahami gaya komunikasi dakwah akun Instagram @quranreview.
 - b. Mengkaji resepsi atau tanggapan khalayak terhadap gaya komunikasi dakwah akun @quranreview.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Memberikan kontribusi terhadap pemahaman gaya komunikasi dakwah di media sosial.
- b. Memberikan masukan bagi akun Instagram @quranreview dalam mengembangkan strategi dakwahnya.
- c. Memberikan informasi bagi para peminat dakwah tentang cara menyampaikan pesan dakwah yang efektif di media sosial.

D. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam beberapa bab yang saling berkaitan, mulai dari latar belakang permasalahan hingga kesimpulan dan saran yang dihasilkan. Setiap bab memiliki peran penting dalam memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai penelitian ini, khususnya dalam mengkaji gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @quranreview serta resepsi khalayak terhadap konten dakwah yang disajikan. Adapun susunan bab sebagai berikut:

BAB I : Bab ini merupakan bagian awal yang menguraikan dasar-dasar penelitian yang dilakukan. Bagian ini diawali dengan latar belakang penelitian, yang menjelaskan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta pengaruhnya terhadap komunikasi dan dakwah. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform yang populer di kalangan generasi muda untuk menyebarkan pesan dakwah. Akun Instagram @quranreview menjadi salah satu contoh yang menarik karena

menggunakan pendekatan visual dan bahasa yang relevan dengan budaya anak muda. Namun, penting untuk memahami bagaimana gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun ini serta bagaimana khalayak merespons konten yang disajikan. Selain membahas latar belakang, bab ini juga memuat rumusan masalah yang difokuskan pada sejumlah pertanyaan mendasar terkait dengan penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @quranreview? dan (2) Bagaimana resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi dakwah akun @quranreview berdasarkan komentar pengikut? Adapun tujuan penelitian dalam bab ini dijelaskan sebagai upaya untuk memahami gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @quranreview serta menganalisis resepsi khalayak terhadap konten dakwah tersebut berdasarkan komentar pengikut. Sementara itu, manfaat atau kegunaan penelitian diuraikan dalam dua aspek utama, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman gaya komunikasi dakwah di media sosial dan teori resepsi khalayak. Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi akun Instagram @quranreview dalam mengembangkan gaya komunikasi dakwah yang lebih efektif.

BAB II: Bab ini menyajikan berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Kajian pustaka bertujuan untuk memberikan landasan konseptual bagi penelitian ini, sehingga setiap analisis yang dilakukan memiliki dasar yang kuat. Beberapa

konsep utama yang dibahas dalam bab ini antara lain mengenai dakwah, yang didefinisikan sebagai upaya untuk menyebarkan pesan keagamaan dengan tujuan mengajak individu atau kelompok untuk mengikuti ajaran Islam. Selain itu, bab ini juga membahas teori gaya komunikasi menurut Robert W. Norton, yang mencakup dimensi seperti assertiveness, responsiveness, dan versatility. Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun @quranreview. Konsep lain yang dibahas adalah teori resepsi khalayak yang diperkenalkan oleh Stuart Hall. Teori ini menjelaskan bagaimana khalayak menafsirkan pesan media melalui tiga posisi decoding, yaitu dominant reading, negotiated reading, dan oppositional reading. Teori ini menjadi dasar untuk menganalisis komentar pengikut sebagai bentuk resepsi khalayak terhadap konten dakwah. Selain itu, bab ini juga membahas peran media sosial sebagai sarana dakwah, khususnya Instagram, yang menjadi platform populer untuk menyebarkan pesan keagamaan. Kajian pustaka juga mencakup penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa, seperti studi tentang gaya komunikasi dakwah di media sosial dan resepsi khalayak terhadap konten dakwah. Hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana penelitian terdahulu telah mengkaji permasalahan ini dan sejauh mana penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang baru dalam bidang studi yang bersangkutan.

BAB III: Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian

ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis interaksi dan budaya online di akun Instagram @quranreview. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti, yaitu gaya komunikasi dakwah dan resepsi khalayak terhadap konten dakwah. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi terhadap konten dan komentar di akun Instagram @quranreview serta dokumentasi dari postingan, caption, dan komentar pengikut. Data primer diperoleh dari konten dan komentar pengikut, sementara data sekunder diperoleh dari literatur terkait, seperti buku, jurnal, dan artikel. Teknik analisis data yang digunakan mencakup analisis konten untuk memahami gaya komunikasi dakwah pada postingan dan caption, serta analisis resepsi khalayak berdasarkan komentar pengikut menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Data yang diperoleh kemudian dikategorikan ke dalam tiga posisi decoding, yaitu dominant reading, negotiated reading, dan oppositional reading. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan data dari postingan, caption, dan komentar untuk memastikan keabsahan data.

BAB IV: Bab ini merupakan bagian utama dalam penelitian yang memaparkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Sebagai langkah awal, bab ini menyajikan gambaran umum akun Instagram @quranreview, termasuk

sejarah dan latar belakang pembentukan akun, karakteristik konten yang disajikan, serta strategi pengelolaan konten. Akun @quranreview dikenal dengan kontennya yang mengedepankan penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an dengan pendekatan visual yang menarik dan bahasa yang mudah dipahami oleh generasi muda. Setelah itu, bagian ini menguraikan temuan utama yang diperoleh dari penelitian. Pertama, analisis gaya komunikasi dakwah menunjukkan bahwa akun @quranreview menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan teori Robert W. Norton. Konten yang disajikan seringkali dilengkapi dengan visual yang menarik dan bahasa yang santai, sehingga mudah diterima oleh khalayak muda. Kedua, analisis resepsi khalayak berdasarkan komentar pengikut menunjukkan bahwa mayoritas khalayak berada dalam posisi dominant, yaitu menerima pesan dakwah sesuai dengan maksud pembuat konten. Namun, terdapat juga beberapa komentar yang menunjukkan posisi negotiated, di mana khalayak menerima sebagian pesan tetapi memberikan interpretasi atau kritik tertentu, dan disisi lain terdapat posisi oposisi dimana khalayak menolak pesan yang disampaikan oleh @quranreview. Pembahasan dalam bagian ini mencakup berbagai gaya komunikasi dakwah yang telah diterapkan oleh akun @quranreview, efektivitasnya dalam menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak, serta faktor-faktor yang mempengaruhi resepsi khalayak terhadap konten dakwah.

BAB V: Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan-temuan utama yang diperoleh dalam penelitian ini, dengan menyoroti: (1) Gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @quranreview, dan (2) Resepsi khalayak terhadap konten dakwah berdasarkan komentar pengikut. Saran yang diberikan bersifat aplikatif dan dapat dijadikan rekomendasi bagi berbagai pihak, meliputi: Rekomendasi untuk pengembangan gaya komunikasi dakwah di media sosial. Saran untuk penelitian lanjutan terkait topik ini, seperti eksplorasi lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi resepsi khalayak.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @quranreview tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga berperan dalam membangun keterlibatan emosional, pemahaman mendalam, dan respons aktif dari khalayak. Melalui pendekatan yang beragam, seperti dramatis, ramah, santai, dan argumentatif, dakwah digital ini berhasil menciptakan ruang interaksi yang dinamis antara penyampai pesan dan audiens, sekaligus mengadaptasi karakteristik media sosial yang visual dan interaktif.

Kesimpulan mengenai gaya komunikasi dakwah akun @quranreview ini dapat dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, variasi gaya komunikasi yang mencakup dramatis, meninggalkan kesan, perhatian, animasi, tepat, argumentatif, ramah, dan santai menunjukkan kemampuan akun ini dalam menyampaikan pesan secara kreatif dan relevan. Kedua, respon khalayak yang bervariasi—mulai dari penerimaan dominan, negosiasi, hingga oposisi—mencerminkan kompleksitas interpretasi audiens terhadap pesan dakwah di era digital. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di platform digital seperti Instagram tidak hanya bergantung pada konten religius yang disampaikan, tetapi juga pada strategi komunikasi yang

mampu membangun kedekatan, memicu refleksi, dan menginspirasi tindakan positif di kalangan khalayak.

1. Gaya Komunikasi Dakwah Akun Instagram @quranreview

Akun Instagram @quranreview menggunakan berbagai gaya komunikasi dakwah yang efektif dan adaptif dengan karakteristik platform Instagram. Gaya-gaya tersebut meliputi dramatis, meninggalkan kesan, perhatian, animasi, tepat, argumentatif, ramah, dan santai. Gaya Dramatis mendominasi hampir seluruh konten yang dipublikasikan. Gaya ini muncul secara konsisten pada tanggal-tanggal tertentu (3, 5, 10, 11, 13, 16, 17, 21, 23, 24, dan 29 Februari) dan terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens melalui penggunaan kalimat emosional, penekanan yang kuat, serta visual yang menggugah. Dominasi gaya ini menunjukkan bahwa pendekatan dramatis sangat relevan dalam konteks dakwah, terutama untuk menciptakan daya tarik emosional yang mendalam. Gaya animasi dan gaya santai terlihat yang paling rendah dari 8 gaya yang terlihat.

2. Resepsi Khalayak terhadap Gaya Komunikasi Dakwah Akun @quranreview

Resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi pada konten @quranreview bervariasi, mencerminkan tiga posisi utama dalam teori Stuart Hall: dominan, negosiasi, dan oposisi. Posisi dominan terlihat dari penerimaan pesan sesuai dengan maksud @quranreview yang terlihat pada seluruh gaya komunikasi di postingan. Sementara itu, posisi negosiasi

hanya terlihat pada tanggal 17 yang terdapat gaya perhatian, sedangkan posisi oposisi, ditandai dengan penolakan terhadap pesan, seperti pada tanggal 23 dengan gaya argumentasi yang terdapat pada postingan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pengelola Akun @quranreview dan praktisi dakwah digital perlu memperluas variasi konten dengan mempertimbangkan karakteristik audiens yang semakin beragam, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan gaya komunikasi visual dan interaktif. Konsistensi dalam penggunaan gaya komunikasi yang efektif—seperti dramatis, ramah, dan argumentatif—harus diimbangi dengan pendekatan yang lebih inklusif untuk menjangkau kelompok dengan latar belakang pemikiran berbeda. Selain itu, pemanfaatan fitur-fitur terbaru di Instagram, seperti Reels, Stories, dan Live Session, dapat meningkatkan interaksi dan memperluas jangkauan dakwah. Penguatan kolaborasi dengan tokoh agama, psikolog, atau ahli komunikasi juga dapat memperkaya perspektif konten agar lebih berdampak.
2. Kepada Peneliti Selanjutnya yang tertarik mengkaji lebih lanjut tentang dakwah digital, disarankan untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang

belum banyak dibahas dalam penelitian ini, seperti analisis dampak jangka panjang terhadap perubahan sikap atau perilaku keagamaan audiens setelah terpapar konten @quranreview, perbandingan efektivitas gaya komunikasi di berbagai platform media sosial (TikTok, YouTube, dll.) untuk melihat mana yang paling optimal dalam menyampaikan pesan dakwah. peran gender dalam dakwah digital, misalnya bagaimana konten dakwah dikonsumsi dan direspon berbeda oleh audiens laki-laki dan perempuan, dan pendekatan interdisipliner, seperti menggabungkan teori komunikasi dengan psikologi agama atau ilmu sosial untuk memahami dinamika resepsi khalayak secara lebih holistik. Dengan pengembangan penelitian ke arah tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi dakwah digital di era kontemporer serta dampaknya terhadap masyarakat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dan Buku

AB, S. Pengantar Sosiologi Dakwah. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2016.

Ach Fadoli, Sakinah Naziha, and Wasik. "Reception of the Qur'an on Social Media: Case Study of Qur'an Interpretation on the Instagram Account @quranreview." *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 7, no. 2 (2022): 150–159.

Al-Banna, Muhammad Rizky, and Muhammad Iqbal Hilmi. "Analisis atas Respon Netizen pada Postingan Akun @Quranreview di Instagram." *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 2, no. 1 (2022): 17–24.

Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al-Fath. *Studi Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021.

Alfianda, M. "Teknik Argumentasi Ali Dawah Menjawab Pertanyaan Ateis." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2024): 253–276.

Arina Himatul Husna. "Komunikasi Dialogis pada Media Sosial Rumah Sakit." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 3 (2023): 196–202.

Arini, T. P., and R. Sudradjat. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah: Studi pada Followers Akun Instagram @Hanan_attaki." *EKSPRESI DAN PERSEPSI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 239–249.

Atmoko, Bayu Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.

Aziz, Moh. Ali. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana, 2004.

Danu, N., and N. A. A. Halim. "Komunikasi Visual dalam Dakwah Kontemporer di Instagram." Jurnal Komunikasi 22, no. 1 (2022).

De Cremer, D., et al. "How Self-Relevant Is Fair Treatment?" Social Justice Research 17, no. 4 (2004): 407–419.

Farihah, I. "Media Dakwah Pop." AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam 1, no. 2 (2013): 25–45.

Fatmawati, E. "Pengaruh Gaya Komunikasi Pustakawan terhadap Kualitas Layanan di Perpustakaan FE Universitas Diponegoro." Media Komunikasi Ilmiah Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah 4, no. 7 (2018): 84–97.

Ghany Mursalin, A. "Kajian Metode Tafsir di Media Sosial pada Akun Instagram @Quranreview." Jurnal Tafsire 11, no. 2 (2023): 34–55.

Graham, E. E., and J. P. Mazer. Ukuran Gaya Komunikator. 1st ed. New York: Routledge/Taylor & Francis Group, 2019.

Hidayah, L. "Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah pada Akun Instagram @nuonlinejatim sebagai Media Dakwah di Era Digital." AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies 3, no. 1 (2023): 24–37.

Hismanto, A., et al. "Kajian Semiotika Makna Simbolik Lukisan Kuda Karya Agus Tbr. Acep Iwan Saidi." Jurnal Seni & Reka Rancang 4, no. 2 (2022): 137–152.

Iskandar, A., and M. Habibi. "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar di Media Sosial." *Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu* 1, no. 1 (2023): 33–37.

Jampel, I. Nyoman, I. Wayan R. Sudhita, and I. Kadek Suartama. *Komunikasi Massa*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha, 2016.

Kaloka, A. I., and R. A. Fitriawan. "Komunikasi Dakwah di Media Sosial." *EProceedings of Management* 6, no. 1 (2019).

Kasir, I., and S. Awali. "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59–68.

Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2019.

Liliweri, Alo. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Maresta, D., and A. Al Farisi. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif di Kanal YouTube Al-Bahjah TV." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2024): 61–80.

Masturi, A. "Kecerdasan Komunikasi dan Kesehatan Mental." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 2 (2019): 107–122.

Munawaroh, and G. Guatri. "Analisis Representasi Visual: Kajian Kekerasan Simbolik dalam Film." *JRF: Journal of Religion and Film* 2 (2023): 293–312.

Munir, Samsul. *Ilmu Dakwah*. 2019.

Nida, F. L. K. "Persuasi dalam Media Komunikasi Massa." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR"* 2, no. 2 (2014): 77–95.

Norton, R. W. "Teacher Effectiveness as a Function of Communicator Style." *Annals of the International Communication Association* 1, no. 1 (1977): 525–542.

Norton, R. W. "Foundation of a Communicator Style Construct." *Human Communication Research* 4, no. 2 (1978): 99–112.

Norton, R. W., and L. S. Pettegrew. "Communicator Style as an Effect Determinant of Attraction." *Communication Research* 4, no. 3 (1977): 257–282.

Noviadhista, U. F., et al. "Komodifikasi Identitas Tionghoa dalam Humor." *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik* 2, no. 3 (2019): 161–177.

Nurazizah, I. S., and N. K. Syam. "Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* (2022): 43–49.

Nurdin, R. "Tafsir Al-Qur'an di Media Sosial." *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin* 22, no. 2 (2023): 143–156.

Nurlaela, L. F., et al. "Gaya Bahasa Komunikasi Dakwah dalam Ceramah Syekh Sulaiman bin Salimullah Ar Ruhaily." *Bahtera: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 21, no. 1 (2022): 72–93.

Padang, F., and Kamalia. "Efektivitas Instagram @ngajilagi.Id dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mengaji pada Followers." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 2 (2023): 330–341.

Pebrian, S. A., et al. "Pola Komunikasi Dakwah pada Instagram Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 3, no. 1 (2023): 129–135.

Pratama, Bayu Indra. *Etnografi Dunia Maya Internet*. Malang: UB Press, 2017.

Puspitasari, A., et al. "Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube." *Tamaddun Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya* 16, no. 2 (2017): 81–87.

Qodri Hafiz, A., and A. Nurbahri. "Pengaruh Akun Instagram @Quranreview dalam Meningkatkan Pemahaman Ayat Al-Qur'an pada Mahasiswa UINSU." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 496.

Rahmadi. *Pengantar Metode Penelitian*. 1st ed. 2011.

Rahmah, N., et al. "Efektifitas Konten Edukasi Keislaman di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z." (2025).

Ramadhani, M. K. G. "Etika Islami dalam Berkomentar di Instagram @Taubatters."

Komunikasi dan Penyiaran Islam 3, no. 2 (2020): 36–50.

Richtig, I., and M. Saifullah. "'Quranreview': Interaksi Anak Muda Muslim dengan

Al-Quran di Era Digital." *Suhuf* 15, no. 2 (2023): 267–287.

Rofiq, M. "Strategi Komunikasi Dakwah melalui Public Speaking KH. Abdul

Ghofur Lamongan Jawa Timur." *JADID: Journal of Quranic Studies and*

Islamic Communication 4 (September 2024): 18–42.

Rohman, D. A. "Komunikasi Dakwah Melalui Sosial." *Tatar Pasundan: Jurnal*

Diklat Keagamaan 13, no. 2 (2019): 121–133.

Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Shalahuddin, M. A., and L. Fajrianti. "Dampak Emoticon dalam Komunikasi di

Media Sosial." *Propaganda* 4, no. 2 (2024): 72–78.

Siddiq, M., et al. "Pola Penggunaan Akun Instagram @quranreview dalam

Meningkatkan Pemahaman Agama di Kalangan Remaja di Griya

Martubung." *Masaliq* 3, no. 5 (2023): 699–716.

Sungkar, S. M., and D. Ahmadi. "Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten

Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media." *Jurnal Riset Manajemen*

Komunikasi 3, no. 2 (2023): 121–124.

Tjahjawulan, Indrawan. *Modul Kuliah Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Institut

Kesenian Jakarta, 2022.

West, Richard L., and Lynn H. Turner. Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times. Boston: Wadsworth, 2011.

Widiastuti, T., and F. N. Syafiyah. "Analisis Resepsi pada Pemaknaan Keluarga Ideal dalam Film Layangan Putus The Series." *Jurnal Media Kom* 13, no. 2 (2023): 101–111.

Wijaya, A., and Muktarruddin. "Gaya Komunikasi Akun Tiktok @msalbaniquotes dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam di Kalangan Gen-Z." 18, no. 3 (2024): 1966–1977.

Yuna, T. F., and A. T. Sikumbang. "Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di Instagram." *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)* 4, no. 2 (2023): 160–177.

Zulaecha, N. N., et al. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaraan Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram." *Attractive: Innovative Education Journal* 5, no. 2 (2023): 534–547.

Sumber Eletronik

Asa, K. (2023). Fenomena Fir'aun di Zaman Sekarang, Anda Ikut Siapa? *Boreo Tren Com*. <https://www.borneotrend.com/202>

Wikipedia. (2025). Instagram. Wikimedia Foundation. https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-6

Shofa, N. M. (2024). *7 Jenis Gaya Komunikasi yang Wajib Kamu Ketahui*,

Penting untuk Karir! Kita Lulus.

Lorenz, B. (2017). *Juxtaposition*. LitCharts LLC.

<https://www.litcharts.com/literary-devices-and-terms/juxtaposition>.

