

**RESPON NETIZEN TERHADAP KONTEN DAKWAH INSTAGRAM
@ISMAELKHLILIE DALAM MENANGGAPI FILM *BID'AAH***



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

Putri Inayatul Jannah, S

NIM 21102010106

Pembimbing:

Muhammad Diak Udin, M.Sos

NIP 19881224 202012 1 004

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025



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-1251/Un.02/DD/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : RESPON NEIZHEN TERHADAP KONTEN DAKWAH @ISMAELKHOLILIE DALAM MENANGGAPI FILM BID'AAH INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI INAYATUL JANNAH. S
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010106
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

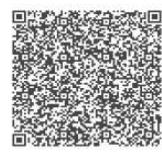
TTM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhammad Diak Udin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 68a7bbfb38e4c



Pengaji I

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

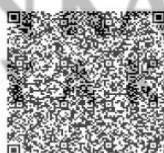
Valid ID: 68a723e94874d



Pengaji II

Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 68a71b3f68b3a



Yogyakarta, 13 Agustus 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 68a7bf32e088e

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Putri Inayatul Jannah. S
NIM : 21102010106
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Respons *Netizen* Terhadap Konten Dakwah Instagram @ismaelkhollie dalam Menanggapi Film *Bid'aah*

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.
Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Yogyakarta, 6 Agustus 2025

Mengetahui,

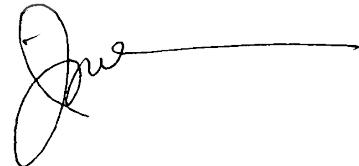
Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,



Saptoni, M.A.

NIP. 19730221 199903 1 002



Muhammad Diak Udin, M.Sos

NIP. 19881224 202012 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Inayatul Jannah, S.

NIM : 21102010106

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Respons Followers Terhadap Konten Dakwah Instagram @ismaelkhollie dalam Menanggapi Film Bid'ah* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Yogyakarta, 6 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Putri Inayatul Jannah, S.

NIM. 21102010106

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Inayatul Jannah. S

NIM : 21102010106

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa pasfoto yang disertakan pada ijazah saya memakai Kerudung/Jilbab adalah atas kemauan saya sendiri dan segala konsekuensi/risiko yang dapat timbul dikemudian hari adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 6 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Putri Inayatul Jannah. S

NIM. 21102010106

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

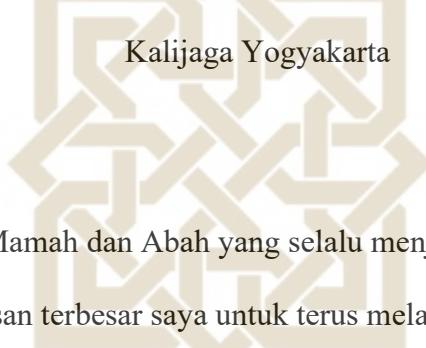
HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur

“Alhamdulillahi Robbil Alamiin”

Tugas akhir ini peneliti persembahkan untuk:

Keluarga Besar Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan

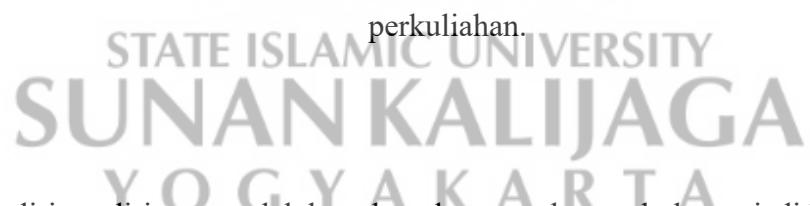


Kedua orang tua, Mamah dan Abah yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa semangat serta alasan terbesar saya untuk terus melangkah dan menyelesaikan

perjalanan panjang dalam menempuh pendidikan ini.

Sahabat-sahabat seperjuangan, yang hadir dalam suka dan duka selama masa

perkuliahannya.



Dan diri sendiri, yang telah bertahan dan terus bertumbuh menjadi lebih baik.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan
kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

Mboten wonten gesang ingkang mboten sahaja
Mboten wonten donga ananging rasa bungah

(Arumdalu)

“Beri waktu hidup tuk tumbuh”

(Beri waktu hidup tuk tumbuh – Nosstress)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah menuntun langkah ini dari awal hingga titik akhir. Skripsi ini bukan sekadar tugas akhir, tapi jejak dari setiap peluh, air mata, doa dan harapan yang tak pernah padam. Peneliti meyakini bahwa segala pencapaian tidak akan mungkin terwujud tanpa limpahan rahmat, bimbingan dan kehendak dari-Nya. Shalawat dan salam juga tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi panutan bagi ummatnya.

Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk memenuhi gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulisan skripsi ini, tentu tidak lepas dari berbagai dukungan, doa dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka yang telah berperan penting dalam perjalanan studi peneliti.

1. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Mamah dan Abah atas segala pengorbanan, cinta dan doa yang tiada henti. Karya ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, ketulusan dan doa yang senantiasa kalian dipanjatkan. Kata-kata ini mungkin tidak akan pernah cukup untuk bisa mengungkapkan rasa terima kasih saya, tetapi semoga Mamah dan Abah tahu bahwa saya sangat bersyukur dan bangga mempunyai orang tua yang hebat seperti kalian. Semoga nyala untuk waktu yang lama.

2. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yakni Bapak Prof. Norhaidi, S.Ag., M.Phil., Ph.D.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yakni Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S
4. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yakni Bapak Saptoni, M.A dan Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yakni Ibu Nitra Galih Imansari, M.Sos.
5. Dosen Pembimbing Akademik, yakni Ibu Seiren Ikhtiara, M.A., yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi dan masa studi.
6. Dosen Pembimbing Skripsi, yakni Bapak Muhammad Diak Udin, M.Sos., yang telah sangat sabar memberikan bimbingan, dukungan, mengarahkan serta membantu peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan sangat baik.
7. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta atas ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi hingga peneliti sampai pada tahap ini.
8. Sahabat dan saudara tak sedarah namun searah di tanau rantau ini, Beloo. Terima kasih karena sudah menemani setiap fase dalam setengah perjalanan hidup saya. Terimakasih sudah berkenan mendengarkan setiap cerita dan air mata saya. Sampai jumpa dipertemuan indah lainnya.

9. Keluarga Ayin dan Ayu yang tak pernah ragu mengulurkan tangan dan membuka pintu rumahnya setiap kali saya merindukan pulang. Semoga kita bisa terus bersahabat sampai tua, sampai di kehidupan selanjutnya.
10. Teruntuk teman-teman pendakian, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang menaklukkan puncak sekaligus menenangkan jiwa. Terima kasih atas memori-memori baik yang terukir di atas awan.
11. Terima kasih untuk Silaq dan teman-teman relawan pengabdian di pulau Lombok. Silaq dan teman-teman pengabdian hadir memberikan kesempatan kepada saya menjadi manusia, yang bisa memberi, menerima dan tumbuh. Matur tampi asih semeton Lombok, kalian abadi dalam catatan saya.
12. Kepada teman-teman KPI angkatan 21, terima kasih telah menjadi bagian dari cerita perjalanan saya. Bersama kalian, saya belajar bahwa masa kuliah bukan hanya sekadar tentang tugas dan teori, tapi juga tentang tawa di tengah lelah, diskusi panjang dan kebersamaan yang berharga.
13. Untuk kawan-kawan seperjalanan di LPM Rhetor, terima kasih sudah menjadi tempat belajar yang tidak menggurui, tempat berekspresi yang tidak menghakimi dan tempat berjuang yang tidak sendiri. Panjang umur pergerakan.
14. Kepada para rekan magang, terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan saya. Pengalaman magang bukan sekadar menyelesaikan tugas, tetapi juga belajar, bertahan dan menemukan makna kebersamaan yang berharga.

15. Teruntuk Tomorro Coffee di sudut Mall Epicentrum Lombok, tempat yang diam-diam jadi ruang aman di tengah riuhnya pikiran. Terima kasih untuk kursi putih yang cukup nyaman, dan segelas pistachio matcha latte dingin yang menemani saya menyusun kata demi kata tugas akhir ini.
16. Kepada laki-laki hebat Tedja, terima kasih sudah hadir bersama di hari-hari yang penuh perjuangan. Kamu ada di banyak momen kehidupan saya yang tidak bisa diulang. Hadirmu adalah anugerah yang selalu saya syukuri.
17. Untuk Putri Inayatul Jannah. S, terima kasih telah berjalan sampai sejauh ini. Keberhasilanmu tercapai bukan karena semuanya mudah, tetapi karena keteguhanmu untuk terus maju. Teruslah melangkah, walau pelan. Teruslah percaya, walau sempat patah.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini agar dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 6 Agustus 2025

Peneliti,



Putri Inayatul Jannah. S

21102010106

ABSTRAK

Fenomena dakwah di media sosial seringkali memunculkan dinamika, terutama ketika membahas isu sensitif. Salah satunya tampak pada dakwah Lora Ismael melalui akun Instagramnya @ismaelkhollie yang menanggapi kontroversi serial dorama Malaysia *Bid'aah*. Drama ini menuai polemik karena karena menampilkan praktik keagamaan yang dianggap menyimpang, seperti praktik nikah batin dan *tabarruk* yang menimbulkan kesalahpahaman publik terhadap ajaran Islam. Fenomena ini menunjukkan adanya kebutuhan akan klarifikasi keagamaan yang tepat. Melalui unggahan pada 6 – 7 April 2025, Lora Ismael berusaha meluruskan kesalahpahaman yang terjadi dengan merujuk pada kitab klasik dan sumber ilmiah, yang kemudian memunculkan beragam respon *netizen*, mulai dari dukungan hingga kritik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Lora Ismael mengemas pesan dakwahnya melalui *feed* Instagram dalam merespons film *Bid'aah* serta bagaimana kemudian respons *netizen* terhadap konten tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif dengan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R). Dalam kerangka teori ini, konten dakwah dipandang sebagai *stimulus*, *netizen* sebagai *organism* yang memproses informasi berdasarkan latar belakang personal dan sosial mereka dan tanggapan di kolom komentar sebagai *response*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lora Ismael menyampaikan pesan dakwah dengan pendekatan ilmiah dan santun yang didukung dengan rujukan kitab klasik dan dalil keagamaan. Respons *netizen* terhadap tersebut pun sangat beragam mulai dari dukungan hingga yang menunjukkan adanya keragaman pemahaman dalam masyarakat. Sehingga riset ini mempertegas bahwa stimulus yang baik tidak selalu menghasilkan response yang baik pula, namun tergantung pada bagaimana organism memproses informasi tersebut berdasarkan latar belakang personal dan sosialnya.

Kata Kunci: Dakwah, Sosial Media, Ismael Khollie, *Bid'aah*, *Stimulus Organism Response* (S-O-R), Respons *netizen*.

ABSTRACT

The phenomenon of da'wah on social media often generates dynamics, particularly when addressing sensitives issues. One example can be seen in the da'wah of Lora Ismael through his Instagram account @ismaelkholilie, in response to the controversy surrounding the Malaysian drama Bid'aah. The series sparked polemics as it depicted religious practices considered deviant, such as nikah batin (temporary marriage) and tabarruk, which led to public misunderstanding of Islamic teachings. This phenomenon reflect the need for proper religious clarification. Through his posts on April 6 – 7, 2025, Lora Ismael sought to correct these misconceptions by referring to classical Islamic texts and scientific sources, which subsequently elicited diverse response from netizens, ranging from support to criticism. The purpose of this study is to explore how Lora Ismael packaged his da'wah messages through Instagram feed in responding to the film Bid'aah, and how netizens reacted to the content. This research employs a qualitative descriptive approach with the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) theory. Within this framework, da'wah content is viewed as the stimulus, netizens as the organism who process the information based on their personal and social background, and the comments in the feed as the response. The findings show that Lora Ismael delivered his da'wah messages with a scientific and polite approach, supported by references to classical texts and religious arguments. Netizen responses varied, from strong support to critical views, reflecting the diversity of understanding within society. This study underlines that a good stimulus does not always produce a positive response, as it depends on how the organism processes the information according to their background.

Keywords: *Da'wah, Social Media, Ismael Kholilie, Bid'aah, Stimulus Organism Response (S-O-R), Netizen's response.*

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kajian Pustaka	7
F. Kerangka Teori	15
G. Metode Penelitian.....	33
H. Sistematika Pembahasan	39
BAB II	42
GAMBARAN UMUM	42
A. Profil Lora Ismael	42
B. Gambaran Konten Instagram @ismaelkhollie	45
C. Gambaran Konten Feed Instagram @ismaelkhollie Tentang Film <i>Bid'aah</i>	48
BAB III.....	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Kemasan Pesan Dakwah Lora Ismail Tentang Film <i>Bid'aah</i>	51
B. Respon Netizen Terhadap Dakwah Lora Ismael dalam Menanggapi Film <i>Bid'aah</i>	76
C. Diskusi Hasil Penelitian Respons Netizen terhadap Konten Dakwah Instagram @ismaelkhollie dalam Prespektif Teori <i>Stimulus Organism Response (S-O-R)</i>	83

BAB IV	89
PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data aplikasi media sosial yang paling banyak	3
Gambar 2. 1 Akun Instagram pribadi Lora Ismael	45
Gambar 2. 2 unggahan Instagram @ismaelkholilie	46
Gambar 2. 3 <i>feed</i> Instagram @ismaelkholilie	47
Gambar 3. 1 postingan <i>feed</i> 6 April 2025	51
Gambar 3. 2 <i>slide</i> 6-7 postingan 6 April 2025	54
Gambar 3. 3 slide 8-9 postingan 6 April 2025	56
Gambar 3. 4 slide 15-16 postingan 6 April 2025	59
Gambar 3. 5 slide 17 postingan 6 April 2025	60
Gambar 3. 6 postingan 7 April 2025	65
Gambar 3. 7 <i>slide</i> 3-4 postingan 7 April 2025	68
Gambar 3. 8 <i>slide</i> 5 & 7 postingan 7 April 2025	69
Gambar 3. 9 <i>slide</i> 8-9 postingan 7 April 2025	71
Gambar 3. 10 <i>slide</i> 10-11 postingan 7 April 2025	74
Gambar 3. 11 <i>slide</i> 12-13 postingan 7 April 2025	75
Gambar 3. 12 diagram response <i>netizen</i> postingan 6 April 2025	80
Gambar 3. 13 diagram response <i>netizen</i> postingan 7 April 2025	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena dakwah di media sosial seringkali menghadirkan dinamika tersendiri terutama ketika membahas isu-isu yang sensitif. Salah satunya tampak pada respon *netizen* terhadap dakwah yang disampaikan Lora Ismael melalui tulisannya yang diunggah pada *feed* Instagram miliknya yaitu @ismaelkhollie yang menyinggung terkait kontroversi serial drama dari Malaysia yang berjudul *Bid'aah*. Film ini menuai kontroversi sebab menunjukkan praktik-praktik keagamaan yang dianggap menyimpang seperti yang ada pada *scene* drama tersebut diantaranya yaitu meminum air rendaman kaki guru, mencium kaki guru, hingga praktik nikah *mut'ah* (nikah batin). Dengan begitu, drama tersebut mengundang diskusi hangat di kalangan masyarakat terkhusus umat Islam terutama terkait pemahaman tentang *bid'aah* dalam konteks kontemporer.¹

Melalui kolom komentar postingan di Instagram @ismaelkhollie, muncul beragam tanggapan dari para *netizen* baik yang berasal dari *followers* atau pengikut @ismaelkhollie maupun dari pengguna lain yang bukan *followers* tetapi tertarik dengan topik yang dibahas. Mulai dari dukungan dan apresiasi hingga kritik dan penolakan. Keragaman respon

¹ Affan Ghoffar Huroeroh, ‘Film Bidaah Melalui Kacamata Tafsir Kontemporer: Antara Sensasi Dan Substansi’, *Kalimahsawa*, 2025 <<https://kalimahsawa.id/film-bidaah-melalui-kacamata-tafsir-kontemporer-antara-sensasi-dan-substansi/>> [accessed 2 June 2025].

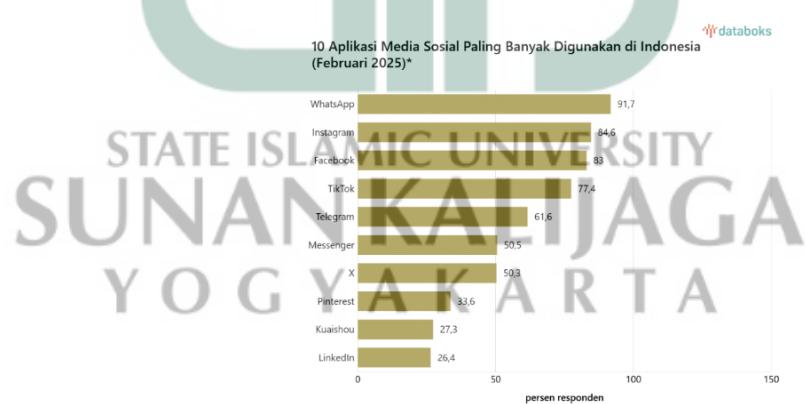
tersebut menjadi gambaran nyata bagaimana masyarakat, khususnya umat Islam di Indonesia memahami persoalan bid'aah dan menyikapi klarifikasi serta edukasi yang disampaikan oleh Lora Ismael di ruang digital.

Topik ini cukup sensitif hingga beberapa kelompok seperti Laskar Aswaja Aceh mengecam serial drama *Bid'aah* ini karena dianggap merusak citra Islam dan Ulama. Viralnya serial drama tersebut membuat banyak orang yang menonton terutama di Indonesia. Penayangan serial drama *Bid'aah* di platform streaming Viu ini mencapai lebih dari 1 miliar ditonton.² Kondisi ini menegaskan bahwa kajian terhadap respon *netizen* menjadi sangat penting dan relevan, mengingat media sosial kini telah bertransformasi menjadi ruang diskusi publik yang berpengaruh. Melalui interaksi digital, masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi, namun juga turut aktif membentuk opini bahkan wacana keagamaan. Oleh karena itu, menelaah bagaimana *netizen* merespon konten dakwah yang dikemas oleh Lora Ismael pada *feed* Instagramnya tanggal 6 – 7 April 2025 dalam menanggapi film *bid'aah* dengan judul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib – Habib-an & Gus – Gus-an*” menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana pesan dakwah dapat diterima, dipahami ataupun diperdebatkan dalam ruang publik digital.

² Admin IBI, Kontroversi Film: Menelaah Penyelewengan Agama, Institut Binamadani Indonesia, 2025. [accessed 2 June 2025].

Lora Ismael dikenal sebagai pegiat dakwah media sosial yang secara komprehensif menanggapi berbagai persoalan sosial dengan sudut pandang keagamaan. Beliau menggunakan media sosial Instagram untuk berdakwah. Dalam hal ini Lora Ismael mencoba menjelaskan dan meluruskan pemahaman yang sempat menimbulkan pro dan kontra di masyarakat secara jelas dengan mengacu pada sumber-sumber keilmuan Islam yang terpercaya seperti kitab klasik dan juga secara ilmiah. Akun Instagram @ismaelkhollie mempunyai sekitar 719 ribu *followers* dengan 623 unggahan *feed* yang terdiri dari foto dan video dalam berdakwah. Pemilihan instagram sebagai media dakwah Lora Ismael memang cukup beralasan mengingat Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di Indonesia.

Gambar 1.1 data aplikasi media sosial yang paling banyak



Sumber: Informasi Lain:
We Are Social pengguna internet usia 16 tahun ke atas, YouTube tidak disertakan dalam survei

Sumber: databooks

Menurut laporan *We Are Social* edisi Februari 2025, WhatsApp menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak dipakai karena sebagai

media untuk berkomunikasi dan Instagram menduduki urutan nomor dua sebagai aplikasi dari Meta grup yang banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia.³ Salah satu fitur yang ada di Instagram adalah *feed*, yaitu tempat pengguna membagikan foto atau video yang ditampilkan di profil Instagram mereka. Lewat *feed* ini pengguna tidak hanya bisa melihat konten, tapi juga dapat berinteraksi melalui *like*, *comment* dan *share*. Fitur ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk berbagi informasi dan membangun komunikasi termasuk dalam kegiatan dakwah di era digital.

Riset ini hadir untuk meguraikan bagaimana dakwah Lora Ismael dalam menyikapi kontroversi film *Bid'aah*, dan respon *netizen* terhadap konten dakwahnya mengenai isu film *Bid'aah* yang diunggah pada tanggal 6 – 7 April 2025 berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah* X Habib – Habib-an & Gus – Gus-an”. Penelitian ini penting dilakukan untuk membantu meluruskan kesalahpahaman masyarakat terkait praktik keagamaan yang ditampilkan dalam film tersebut, yang seringkali disalahartikan. Melalui akun Instagramnya, Lora Ismael memberikan penjelasan dan klarifikasi berdasarkan ilmu keislaman yang ia miliki. Selain itu juga, beliau mengajak masyarakat untuk tidak mudah menghakimi suatu amalan sebagai *bid'aah* tanpa memahami konteks dan dalil yang mendasarinya. Dengan gaya

³ Nabilah Muhammad, ‘Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2025’, *Databoks*, 2025. Diakses pada tanggal 25 April 2025

penyampaian yang santun dan didukung dengan referensi dari kitab-kitab klasik dan sumber ilmiahnya, Lora Ismael mencoba membimbing dan menuntun masyarakat agar tidak mudah terprovokasi oleh informasi yang tidak tepat, serta lebih bijak dalam memahami ajaran agama Islam.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Lora Ismael mengemas pesan dakwah *feed* Instagram dalam menanggapi film *Bid'aah* yaitu “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an*” ?
2. Bagaimana respon *netizen* pada kolom komentar postingan *feed* Instagram @ismaelkhollilie mengenai film *bidaah* tersebut ?

C. Tujuan Penelitian

Penilitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Lora Ismael mengemas pesan dakwahnya pada konten *feed* Instagram @ismaelkhollilie dalam menanggapi film *Bid'aah* “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an*”. Kemudian untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana tanggapan atau respon *netizen* dalam postingan *feed* Instagram @ismaelkhollilie mengenai film *Bid'aah* pada kolom komentar.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan signifikan dalam pengembangan ilmu dakwah, khususnya dakwah digital. Dengan memahami bagaimana Instagram digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, penelitian ini dapat memperkaya teori-teori dakwah yang ada, serta membuka wawasan baru tentang pendekatan dakwah melalui platform digital.

b. Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan dapat membantu dan memberi gambaran bagi pendakwah dan lembaga dakwah tentang bagaimana memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai sarana dakwah yang efektif. Melalui pendekatan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R), dakwah di media sosial dapat disusun secara lebih strategis dan edukatif sehingga mampu memengaruhi pemikiran dan respon audiens dengan cara yang tidak provokatif. Dengan begitu, para pendakwah dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat dakwah di era modern saat ini.

E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka menjadi hal yang penting dalam sebuah penelitian, beberapa tujuannya adalah untuk membantu peneliti menentukan titik terang baru penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya dan juga untuk menghindari terjadinya kesamaan atau pengulangan penelitian.

Pertama, penelitian dengan judul “Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Akun @ismaelkhollilie di Instagram”, 2023.⁴ Penelitian ini dilakukan oleh Tiara Adriyana Rizky mahasiswa UIN Prof K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto. Skripsi dari Tiara Adriyana Rizky ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan fitur *stories* Instagram sebagai media dakwah dan pesan apa yang terdapat pada Instagram *stories* di akun Instagram @ismaelkhollilie. Penelitian yang dilakukan oleh Tiara bertujuan untuk mengetahui bagaimana fitur Instagram *stories* yang dilakukan oleh akun @ismaelkhollilie sebagai media dakwah dan apa pesan dakwah yang terdapat dalam *stories* tersebut. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian. Penelitian terdahulu memilih fitur Instagram *stories* sebagai objek penelitiannya dan akun Instagram @ismaelkhollilie sebagai subjek penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih konten *feed* Instagram @ismaelkhollilie yang membahas film *Bid'aah* sebagai objek penelitian dan subjek penelitiannya diambil dari kolom komentar pada postingan terkait.

⁴ Tiara Adriyana Rizky, ‘Fitur Stories Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram’, *Repository UIN Saizu*, 1, 2023, p. 133.

Kedua, dengan judul “Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak”, 2023.⁵ Penelitian tersebut dilakukan oleh Lutfiana Allisa dan Agus Triyono dalam Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7 No. 1. Fokus utama dalam penelitian tersebut adalah mengukur seberapa besar pengaruh tayangan dakwah melalui akun tiktok milik @basyasman00 terhadap tingkat religiusitas remaja, khususnya siswa-siswi di MA Nurul Islam Mranggen Demak. Dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen utama dan metode simple random sampling, penelitian tersebut menemukan bahwa tayangan dakwah di Tiktok memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas meskipun hanya memberikan kontribusi sebesar 25,7%.

Berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis konten dakwah pada akun Instagram @ismaelkhollie terutama konten yang membahas film *Bid'aah*. Penelitian ini tidak hanya melihat konten yang disampaikan saja melainkan juga melihat bagaimana *followers* memaknai dan merespons pesan dakwah tersebut yang dianalisis menggunakan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R). Dengan menggunakan teknik pengambilan melalui dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari *feed* Instagram dan komentar, kemudian *purposive sampling* terhadap komentar-komentar *followers* yang menanggapi konten

⁵ Lutfiana Allisa and Agus Triyono, ‘Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak’, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2023), doi:10.30596/ji.v7i1.13070.

feed tersebut. Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan *teori Stimulus Organism Response* adapun yang menjadi stimulus pada peneliti terdahulu adalah tayangan dakwah di media sosial Tiktok sedangkan pada penelitian ini yang menjadi stimulus adalah konten *feed* Instagram @ismaelkhollie yang membahas film *Bid'aah*. Lalu Organism pada peneliti terdahulu yaitu siswa teknik komunikasi dan jaringan di SMKN 2 Demak sedangkan pada penelitian ini yang menjadi organism adalah *followers* atau audiens yang menanggapi konten tersebut pada kolom komentar. Dan respon yang ingin di dapat dari peneliti terdahulu yaitu perilaku religius sedangkan pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana tanggapan dari audiens mengenai konten tersebut melalui kolom komentar.

Ketiga, penelitian dengan judul “Analisis Konstruksi Sosial Teknologi Konten Dakwah *Reels* Instagram Wirda Mansur”, 2024.⁶ Penelitian tersebut dilakukan oleh Amrina Rosyada mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Secara garis besar penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh Wirda Mansur dan tanggapan dari *viewers* terhadap konten video dakwah *reels* Instagram Wirda Mansur dari adanya konstruksi sosial terhadap teknologi yang terjadi. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang diolah dari observasi dan dokumentasi dan menggunakan teori

⁶ Amrina Rosyada, ‘Analisis Konstruksi Sosial Teknologi Konten Dakwah Reels Instagram Wirda Mansur’, *E-Thesis UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 15.1 (2024), pp. 37–48.hlm. 1

Konstruksi Sosial Teknologi (*Social Construction of Technology*). Dalam penelitian tersebut, objek penelitiannya ada pada unggahan *reels* 5 konten yang mengandung unsur dakwah akun @Wirda_Mansur dan subjek penelitiannya diambil dari kolom komentar pada unggahan *reels* tersebut. Sedangkan pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah konten *feed* Instagram yang membahas terkait film *Bid'aah*. Adapun yang menjadi kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu media yang diteliti berupa Instagram.

Keempat, penelitian dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Religi (Pesantren Anti Kekerasan terhadap Perempuan dalam Novel “Hilda” Karya Muyassarotul Hafidzoh)”, 2022.⁷ Penelitian tersebut dilakukan oleh Rina, Erfian Syah dan AD Kusumaningtyas yang merupakan mahasiswa STAI DR. KH EZ Muttaqien dalam jurnal Muttaqien Vol. 3 No. 1. Pada penelitian ini, dakwah *bil qalam* diterapkan pada media cetak yaitu berupa novel. Dakwah dengan tulisan ini mempunyai umur yang panjang sehingga bisa menyentuh audiens dalam jumlah yang banyak bahkan hingga lintas generasi. Dalam penelitian tersebut media yang digunakan adalah media cetak berupa novel yang berjudul “Hilda” karya Muyassarotul Hafidzoh. Novel ini menjadi menarik untuk dianalisis karena novel tersebut salah satu novel yang mengangkat

⁷ Rina, Erfian Syah, and AD Kusumaningtyas, ‘Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Religi (Pesantren Anti Kekerasan Terhadap Perempuan Dalam Novel “Hilda” Karya Muyassarotul Hafidzoh)’, *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3.1 (2022), hlm. 15–41.

isu kekerasan terhadap perempuan dengan berlatarkan pesantren. Novel “Hilda” menceritakan bagaimana seorang gadis yang bernama Hilda menjadi korban kekerasan seksual dan harus berjuang menghadapi berbagai diskriminasi serta stereotip yang menuju kepadanya yang merupakan seorang korban belum lagi kejadian tersebut menjadi trauma yang sulit untuk disembuhkan oleh Hilda. Penelitian tersebut bertujuan untuk menemukan bagaimana pesan anti kekerasan terhadap perempuan dan pesan dakwah yang terkandung di dalamnya dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kepustakaan atau *library research*. Adapun perbedaan dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti terdahulu menggunakan media cetak berupa novel untuk dianalisis dalam hal ini novel “Hilda” yang menjadi subjek penelitian dan analisis pesan dakwah (pesan anti kekerasan terhadap perempuan) menjadi objek penelitiannya. Sedangkan penelitian ini, peneliti menggunakan media sosial Instagram sebagai media yang diteliti dengan objek penelitiannya yaitu konten *feed* Instagram @ismaelkhollie yang membahas film *Bid'aah* dan subjek penelitiannya diambil dari kolom komentar postingan terkait.

Kelima, jurnal oleh Fathimatuz Zuhro, Muhammad Faishol, Institut

Al Fithrah Surabaya, dan Institut Alif Muhammad Imam Syafi'i Lamongan pada Jurnal Kajian Manajemen Dakwah Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Parepare dengan judul *Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: the Influence*

*of Alaydrus's Platform of Instagram, 2024.*⁸ Penelitian ini berfokus pada strategi dakwah oleh Ustadzah Halimah Alaydrus pada media sosialnya Instagram. Pada penelitian ini, Ustadzah Halimah Alaydrus berdakwah dengan cara memanfaat media sosial Instagramnya untuk berdakwah dengan cara siaran langsung Instagram, mengunggah video, cerita dan lainnya di Instagram. Dalam hal ini Ustadzah Halimah Alaydrus berfokus pada konten-konten yang berkualitas. Setiap unggahannya ada banyak pesan-pesan dakwah yang menarik dan tentunya bermanfaat. Gaya bahasa yang digunakan ustadzah Halimah Alaydrus ini juga mudah dipahami sehingga mudah diterima dan diresapi oleh pendengar ataupun pengikutnya. Selain itu, konten visual yang menarik dari akun beliau membuat pesan-pesan dakwahnya mudah diterima dan nyaman dipandang bagi yang melihatnya. Salah satu fokus utama dalam pendekatan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus yaitu bagaimana pentingnya visualisasi dalam menyampaikan pesan dakwah. Pesan keagamaan dapat disampaikan dengan lebih menarik, dan lebih mudah dipahami memiliki dampak yang lebih besar pada pengikutnya melalui penggunaan gambar, video dan grafik yang menarik. Penggunaan visual yang efektif juga membantu memperkuat substansi pesan dakwah. Penelitian ini mempunyai kesamaan pada media yang diteliti yaitu media sosial Instagram. Adapun perbedaannya yaitu peneliti terdahulu menggunakan akun Instagram Pemuda Hijrah sebagai

⁸ Fathimatuz Zuhro and Muhammad Faishol, ‘Dakwah’s Communication Strategies in the Digital Age: The Influence of Alaydrus’s Platform of Instagram’, *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 6.1 (2024), hlm. 13–26.

subjek penelitian dan strategi dakwah sebagai objek penelitiannya. Sedangkan dalam penelitian ini, objek penelitiannya yaitu konten *feed* Instagram @ismaelkholilie yang membahas film *Bid'aah* dengan subjek penelitiannya yaitu diambil dari komentar pada postingan terkait.

Keenam, jurnal oleh Hayyan, Asrori dan M. Lutfia pada Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 12 No. 01 dengan judul “Meluruskan Pemahaman *Bid'ah* Mahasiswa (Studi Kasus pada Mata Kuliah Aswaja)”, 2023.⁹ Penelitian tersebut membahas tentang pemahaman mahasiswa terhadap konsep *bid'aah* yang sering dipersepsi keliru terutama hanya dipandang sebagai sesuatu yang sesat dan tidak sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. sementara tidak semuanya sesat karena *bid'aah* mempunyai dua macam bentuk yaitu *bid'aah hasanah* dan *bid'aah dholalah*. *Bid'aah hasanah* berarti semua kegiatan atau amaliah baru yang tidak bertentangan dengan syariat Islam sedangkan *bid'aah dholalah* adalah amaliah baru yang bertentangan dengan syariat Islam. Subjek penelitian dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa Universitas Islam Lamongan (UNISLA) yang mengikuti kuliah Aswaja, sedangkan objek penelitiannya adalah persepsi mahasiswa mengenai *bid'aah* maknanya menurut Ahlussunnah wal Jamaah an-Nahdliyah. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus dengan teknik observasi dan wawancara serta dianalisis melalui lima tahap siklus Robert K. Yin.

⁹ Hayyan Ahmad Ulul Albab, Muhammad Asrori, and Mohammad Luthfillah, ‘Meluruskan Pemahaman Bid’ah Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mata Kuliah Aswaja)’, *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12.01 (2023), doi:10.30868/ei.v12i01.3079.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif untuk menganalisis konten dakwah *feed* pada akun Instagram @ismaelkholilie dalam membahas konten film *bid'aah* yaitu “Gebrakan walid dari sudut pandang ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib-Habib-an & Gus-Gus an” edisi postingan 6-7 April 2025. Subjek penelitiannya adalah netizen yang merespon konten dakwah *feed* Instagram tersebut yang diambil dari kolom komentar dan objek penelitiannya yaitu konten *feed* Instagram tersebut.*

Ketujuh, jurnal oleh Desi, Adrinoviy dan Merri pada *Indonesian Research Journal on Education* Vol. 4 No. 4 dengan judul “Studi Analisis Sosio Historis Pergeseran Makna Bid’ah di Kalangan Ulama”, 2024.¹⁰ Jurnal tersebut membahas persoalan makna bid’ah dari perspektif para ulama sejak masa sahabat Nabi hingga masa kontemporer. Penelitian tersebut menggunakan metode studi kepustakaan dengan pendekatan fikih, ushul fikih dan sosio historis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna bid’ah ternyata tidak statis, melainkan mengalami pergeseran sesuai dengan konteks sosial dan budaya pada setiap zamannya. Dalam penelitian tersebut menekankan bahwa memahami bid’ah perlu memperhatikan konteks zaman supaya umat Islam tidak terjebak dalam perpecahan akibat perbedaan penafsiran.

¹⁰ Desi Yusdian, Andrinoviy Ikhlas, and Yelliza Merri, ‘Studi Analisis Sosio Historis Pergeseran Makna Bid’ah Di Kalangan Ulama’, *Indonesian Research Journal on Education* Web:, 4 (2024), pp. 550–58.

Sementara itu, bedanya dengan penelitian ini yang berfokus pada isu kontemporer yaitu polemik film *Bid'aah* dari Malaysia yang memicu kontroversi di masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif dengan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R). Secara mendasar perbedaan antara penelitian jurnal terdahulu dengan penelitian skripsi ini yaitu jurnal terdahulu lebih menekankan pada kajian teoritis-historis tentang bagaimana makna *bid'aah* berubah dari generasi ke generasi ulama. Jurnal tersebut berusaha meluruskan pemahaman *bid'aah* dari sisi akademik-historisnya sedangkan penelitian ini mengkaji bagaimana pemahaman itu dikomunikasikan kepada masyarakat luas di era digital serta bagaimana kemudian masyarakat menanggapi pesan dakwah tersebut.

F. Kerangka Teori

Penelitian mengenai penggunaan Instagram sebagai media dakwah, khususnya pada akun @ismaelkhollie, dapat disusun dengan menggabungkan beberapa teori yang relevan dengan dakwah, media sosial, dan komunikasi digital.

Perkembangan dakwah di era digital banyak dilakukan di beberapa platform seperti Instagram. Penggunaan Instagram saat ini mempunyai dampak yang beragam bagi perkembangan dakwah. Meningkatnya penggunaan Instagram sebagai media dakwah perlu dianalisis lebih dalam menggunakan kerangka teori yang cocok untuk agar dapat mendeskripsikan penggunaan Instagram sebagai media dakwah.

1. Dakwah

Secara etimologi istilah dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, mendorong maupun memohon. Dengan demikian, dakwah dalam pengertian bahasa merujuk pada aktivitas mengajak atau menyeru seseorang terhadap suatu hal pada kebaikan.¹¹

Menurut M. Arifin yang dikutip dari jurnal penelitian Ayu, Kurnia, Regina dan Hisny pada jurnal Al Burhan STAIDAF bahwa dakwah merupakan himbauan dengan bentuk tulisan, tingkah laku dan berbagai hal lain yang dilakukan dalam keadaan sadar dan terstruktur untuk memengaruhi setiap individu ataupun kelompok dengan tujuan supaya tumbuh suatu pemahaman dan sikap terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan tanpa adanya unsur pemaksaan.¹² Sedangkan menurut Quraish Shihab, dakwah dipahami sebagai ajakan atau seruan untuk menumbuhkan kesadaran dan usaha untuk memperbaiki suatu keadaan ke arah yang lebih baik dan sempurna, baik bagi individu maupun masyarakat. Dakwah bukan hanya sebatas peningkatan pemahaman, perilaku dan pola pikir, tapi juga mencakup tujuan yang lebih luas. Terlebih pada

¹¹ La Adi, ‘Konsep Dakwah Dalam Islam’, *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, 7.1 (2022). hlm.2

¹² Ayu Inggi Mubarokah and others, ‘Modernisasi Dakwah Melalui Media Podcast Di Era Digital’, *Jurnal Al Burhan*, 2.2 (2022), doi:10.58988/jab.v2i2.68. hlm. 3

masa kini, dakwah mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong penerapan ajaran Islam secara utuh dalam berbagai aspek kehidupan.¹³

Dengan demikian, dakwah dipahami sebagai seruan atau ajakan menuju kebaikan, serta usaha menyampaikan pesan dari seorang individu kepada individu lain maupun kelompok. Salah satu nilai penting dalam ajaran Islam adalah *rahmatan lil'alam*, yaitu kasih sayang untuk seluruh umat manusia. Oleh sebab itu, seorang *da'i* mempunyai tanggung jawab utama agar ajaran Islam dapat memberikan pengaruh dan manfaat yang nyata bagi masyarakat.¹⁴

2. Unsur-Unsur Dakwah

a. *Da'i* (pelaku dakwah)

Da'i merupakan seseorang yang melaksanakan dakwah melalui lisan, tulisan maupun tindakan, baik secara pribadi, berkelompok ataupun dalam wadah organisasi dan lembaga. Untuk mencapai sebuah keberhasilan, pelaku dakwah baik secara perorangan ataupun kelembagaan harus menyiapkan secara matang dalam penguasaan materi,

¹³ Zaenal Muttaqin, ‘Reinterpretasi Dakwah Islam Untuk Mengatasi Problem-Problem Kemanusiaan’, *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 5.1 (2020), doi:10.30984/ajip.v5i1.1132. hlm. 31

¹⁴ Diajeng Laily Hidayati and Reza Fahlevi, ‘Dakwah Di Tengah Pandemi (Studi Terhadap Respons Dai Di Media Sosial)’, *Lentera*, IV.2 (2020), doi:10.24090/komunika.v9i2.854. hlm. 171

metode, media dan psikologi.¹⁵

b. *Mad'u* (pelaku dakwah)

Mad'u dipahami sebagai penerima dakwah yang meliputi seluruh manusia, baik yang beragama Islam maupun tidak, baik secara individu ataupun kelompok, menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah. Agar proses dakwah lebih sistematis dan tersampaikan secara efektif, maka perlu adanya klasifikasi sasaran dakwah, salah satunya berdasarkan kategori usia serta tingkat intelektualitas.¹⁶

c. *Maddah* (materi dakwah)

Materi dakwah meliputi ajaran al-Qur'an, hadist dan sunnah Nabi Muhammad yang mencakup aspek akidah, ibadah, muamalah serta akhlak. Penyampainnya tidak hanya melalui ucapan atau lisan, tapi juga melalui perilaku dari seorang *da'i*. Sehingga *mad'u* dapat meneladani dan menjadikannya sebagai contoh dan panutan.¹⁷

d. *Wasilah* (media dakwah)

Media adalah sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber atau pemberi

¹⁵ Aswar Tahir, Hafied Cangara, and Arianto Arianto, ‘Komunikasi Dakwah Da’i Dalam Pembinaan Komunitas Mualaf Di Kawasan Pegunungan Karombra Kabupaten Pinrang’, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.2 (2020), doi:10.21580/jid.v40.2.6105. hlm. 160

¹⁶ Ibid.hlm. 60

¹⁷ Abdul Mujib, ‘Ilmu Dakwah : Dalil Kewajiban, Dan Unsur-Unsur Dakwah Dalam Tinjauan Community Development”, *As-Syahla : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 1.01 (2024). hlm. 20

pesan dengan penerima pesan. Media yang disebut sebagai alat ini digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi.¹⁸ Media dakwah dipandang sebagai alat perantara yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* (penerima dakwah) yang strategis dalam memperluas jangkauan pesan dakwah kepada masyarakat. Dalam sebuah pandangan Wardi Bakhtiar yang dikutip dari jurnal As-Syahla: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam oleh Abdul Mujib,¹⁹ bahwa media dakwah merupakan teknologi yang dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan-pesan dakwah di masa kini.

Menurut A. Hasjmy yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz dalam bukunya menyebutkan bahwa ada enam macam media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah serta medan dakwahnya diantaranya yaitu, mimbar (podium) dan *khitabah* (pidato atau ceramah), *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan), *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama), seni suara dan seni bahasa, madrasah dan *dayah* (surau) serta lingkungan kerja dan usaha.²⁰ Di era modern saat ini sudah banyak sekali media yang menunjang aktivitas dakwah yang efektif dan efisien salah satunya dengan menggunakan

¹⁸ Anwar Sidiq, ‘Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)’, 2017, hlm. 1–17.

¹⁹ Ibid, hlm. 21

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*, 6th edn (Kencana, 2017). hlm. 347

media sosial. Ada banyak media sosial yang bisa digunakan salah satunya adalah Instagram.

Instagram adalah salah satu sarana yang bisa digunakan sebagai media dakwah. Sebetulnya, Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto. Fenomena yang terjadi pada kehidupan masyarakat sehari-hari dalam penggunaan media sosial khususnya Instagram adalah para pengguna menggunakannya sebagai ajang atau sarana untuk mendapatkan puji dan jadi ajang untuk *flexing* melalui foto yang diunggah. Sehingga masyarakat khususnya anak-anak muda lebih banyak mendapatkan efek negatif dibandingkan mendapat efek positif dari perkembangan teknologi saat ini.²¹ Namun, seiring berjalannya waktu Instagram berubah menjadi tempat para *content creator* dan pelaku kreatif lainnya untuk menjadikan Instagram sebagai tempat untuk berkarya. Tidak hanya itu, Instagram juga menjadi salah satu tempat untuk menebar kebaikan dengan berbagi ilmu dan pengalaman yang dimiliki oleh orang-orang.

Dalam hal ini, para *da'i* atau aktivitas dakwah harus bisa memanfaatkan media sosial sebagai alat alternatif untuk

²¹ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin, ‘Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah’, *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1.2 (2016), hlm. 60–88, doi:10.15575/tabligh.v1i2.26.

berdakwah dan merubah tantangan dari kemajuan teknologi tersebut menjadi sebuah peluang dalam melakukan aktivitas dakwahnya.²²

Dengan berkembangnya media dakwah yang sangat beragam di masyarakat, maka lebih mudah juga masyarakat untuk memperoleh pencerahan dalam keagamaan tanpa harus beratap muka secara langsung dan ketika mad'u ingin berdialog dengan interaktif dengan *da'i* juga bisa dengan mudah karena sudah ada fasilitas yang memadai untuk hal tersebut tanpa harus bertatap muka secara langsung. Tentu ini membuat berdakwah menjadi lebih efisien dan efektif.²³

e. Metode Dakwah

Metode dakwah dapat dipahami sebagai suatu cara atau jalan yang ditempuh dalam mencapai tujuan. Dalam aktivitas dakwah, metode berfungsi agar penyampaian lebih mudah dipahami dan terasa selaras, baik bagi yang menyampaikan dakwah (*da'i*) maupun penerima dakwah (*mad'u*). Jika metode yang digunakan tidak tepat, dakwah bisa saja gagal. Sebaliknya, meski topik yang dibahas sering muncul, hasilnya akan lebih baik bila disampaikan dengan

²² Ibid, hlm 70

²³ Irzum Fariyah, ‘Media Dakwah Pop’, *At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.2 (2013), hlm. 25–45 <<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>>.

cara yang menarik, tepat sasaran, bahasa yang digunakan enak di dengar serta retorika yang meyakinkan. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah juga sangat bergantung pada ketepatan metode, isi materi, kondisi pendengar (*mad'u*) dan faktor pendukung lainnya.²⁴ Ada beberapa bentuk metode dakwah yang dapat digunakan, diantaranya yaitu:

1) Dakwah *Bil Lisan*

Metode dakwah *bil lisan* dilakukan oleh para *da'i* hanya menggunakan lisan seperti ceramah, nasehat atau komunikasi langsung antara *da'i* dengan *mad'u*.²⁵ Metode ini banyak digunakan dalam kegiatan keagamaan masyarakat, seperti pengajian atau peringatan hari – hari Islam, sebab dianggap efektif dan mudah diterapkan. Bentuk dakwah bil lisan ini dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti, ceramah, diskusi, tanya jawab, konseling, pengembangan masyarakat dan penyampaian gagasan secara lisan lainnya.²⁶

2) Dakwah *Bil Kitabah*

Dakwah *bil kitabah* adalah metode dakwah yang

²⁴ Adi. hlm.4

²⁵ Hoirul Anam, ‘Metode Dakwah Kh. Asep Saifuddin Chalim Dalam Meningkatkan Taraf Kehidupan’, *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 8.1 (2023). hlm. 80

²⁶ Muhammad Raqib, Ade Yuliari, and Siti Nuraeni, ‘Dakwah Bil Lisan Melalui Media Sosial Pada Komunitas Hijrah Di Kota Solo’, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7.2 (2022), doi:10.29240/jdk.v7i2.5767. hlm. 131 – 132

disampaikan melalui tulisan, sebagaimana yang dilakukan Nabi Muhammad SAW. ketika mengirim surat kepada para raja untuk mengajak masuk Islam. Seiring dengan perkembangan zaman, dakwah *bil kitabah* ini diperkaya dengan pendekatan jurnalistik. Sehingga dapat dituangkan dalam berbagai bentuk seperti karya ilmiah, sastra, artikel, buku, majalah, dan media tulisan lainnya termasuk di media online seperti di media sosial. Keunggulan metode ini yaitu karena jangkaunnya yang lebih luas dan daya tahan pesan yang lama sebagaimana terlihat pada kitab – kita klasik ulama yang tetap relevan hingga saat ini.²⁷

3) Dakwah *Bil Hal*

Dakwah *bil hal* adalah metode penyebaran ajaran Islam melalui komunikasi non – verbal yang diwujudkan dalam bentuk amal atau tindakan nyata sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Metode ini diharapkan mampu mendukung berbagai aspek kehidupan umat, sehingga setiap

²⁷ Kamaluddin, ‘Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Dakwah Islam’, *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2.2 (2020). hlm. 263

muslim dapat memenuhi kebutuhan hidupnya terutama dalam bidang ekonomi, pendidikan dan kesehatan.²⁸ Contoh paling sederhana dari dakwah bil hal adalah sikap tolong – menolong, menjaga kebersihan lingkungan serta memberikan teladan perilaku baik dalam kehidupan sehari – hari.

3. Instagram

Instagram berasal dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*telegram*”. Kata “*insta*” seperti kamera polaroid yang dulu dikenal dengan “foto instan”. Sedangkan “*gram*” itu berasal dari kata “*telegram*” dimana telegram bekerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Dengan beitu Instagram berarti sebuah platfrom yang bisa menampilkan foto-foto secara instan dan disampaikan dengan cepat. Sederhananya, Instagram adalah situs jejaring sosial yang mengutamakan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya.²⁹ Seiring waktu bertambah, Instagram mulai berkembang dan memiliki banyak kegunaan yang bisa dimanfaatkan oleh warganet. Adapun kegunaan dari Instagram

²⁸ Nor Kholis and others, ‘Dakwah Bil-Hal Kiai Sebagai Upaya Pemberdayaan Santri’, *Jurnal Dakwah Risalah*, 32.1 (2021), doi:10.24014/jdr.v32i1.12866. hlm. 116

²⁹ Eunike Rose Mita Lukiani Lukiani and others, ‘Peran Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja’, *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5.1 (2021), hlm. 97–104, doi:10.29407/ja.v5i1.15969.

tersebut adalah sebagai sarana komunikasi, mendapatkan dan bertukar informasi, hiburan, ekonomi, dakwah dan lainnya.

Keterbukaan akses kepada masyarakat juga menjadikan Instagram sebagai salah satu platform online yang banyak di masyarakat. Saat ini penggunaan Instagram juga cukup beragam mulai dari masyarakat biasa, politisi, pemerintah, termasuk pendakwah. Ini dikarenakan banyaknya pengguna media sosial yang terhubung di platform tersebut. Oleh karena itu, tidak jarang Instagram menjadi media yang efektif dalam menyebarkan dakwah keagamaan.

Cara kerja Instagram tidak jauh berbeda dengan media sosial lainnya seperti mengunggah konten, salin berkirim pesan, dan bertukar pendapat melalui kolom komentar ataupun berkirim pesan langsung. Penerapan media sosial Instagram dalam proses dakwah ini adalah dengan cara *da'i* (pemilik akun Instagram) mengunggah konten materi dakwah dalam bentuk gambar ataupun video melalui *Instastory*, *feed* ataupun fitur Instagram lainnya. Adapun fitur-fitur yang sudah disediakan oleh Instagram adalah sebagai berikut:³⁰

a. Fitur Instagram *Feed*

Instagram *feed* adalah fitur yang sudah ada sejak

³⁰ Irene Mardiatul Laily, Anita Puji Astutik, and Budi Haryanto, ‘Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era 4.0’, *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3.2 (2022), hlm. 160, doi:10.31538/munaddhomah.v3i2.250.

dibuatnya Instagram. Fitur ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi kepada pengikutnya lewat postingan dalam bentuk video ataupun gambar. Dalam penelitian ini, salah satu akun Instagram yaitu @ismaelkhollie menggunakan fitur Instagram *feed* dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Setiap postingan yang diunggah di *feed* Instagram dapat diberikan keterangan tambahan berupa *caption* untuk mendukung atau memperjelas gambar atau video yang diunggah.

Selain itu, terdapat *likes*, *comment* dan juga *share*.

Jadi, *followers* dapat memberikan respon like jika menyukai konten yang diunggah, memberikan komentar pada kolom *comment* jika ada pertanyaan yang ingin ditanyakan, atau hanya sekedar memberikan respon baik seperti apresiasi, dan kalau merasa konten itu bagus dan menarik para *followers* bisa membagikannya kepada orang lain yaitu *followers* mereka sendiri.

b. Fitur Instagram *Story*

Instagram *story* ini adalah fitur yang memudahkan pengguna untuk berbagi foto ataupun video kepada pengikutnya. Fitur ini sangat cocok karena mudah digunakan dan sederhana sehingga bisa digunakan untuk

postingan yang cepat tidak butuh waktu lama. Fitur *story* ini hanya sifatnya sementara bertahan hanya selama 24 jam, kemudian setelah itu postingan yang diunggah di *story* tersebut akan hilang secara otomatis. Namun, karena teknologi sudah semakin canggih, pengguna lainnya yang melihat *story* tersebut dan merasa kontennya menarik maka bisa disimpan dengan cara *screenshoot* atau tangkap layar.

Pada fitur *story* juga terdapat beberapa elemen-elemen berupa stiker yang bisa dimanfaatkan untuk menarik perhatian dari *followers* dan menciptakan interaksi kepada mereka.

1) *Question Sticker*

Stiker ini bisa digunakan saat seorang *da'i* ingin berdiskusi atau hanya sekedar berbincang-bincang sekaligus membuka sesi tanya jawab kepada *followers*. Sehingga *followers* bisa menggunakan kesempatan tersebut untuk menanyakan apa saja kepada pemilik akun atau seorang *da'i*.

2) *Quiz Sticker*

Pemakaian stiker ini bisa membantu untuk mengetahui tingkat pemahaman *followers*

terhadap materi dakwah yang telah disampaikan, atau bisa juga untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan pengetahuan dari para *followers*. Biasanya *quiz sticker* ini dipakai untuk membuka sesi seperti cerdas cermat dengan cara pemilik akun atau *da'i* memberikan soal dan diberikan pilihan yang nantinya akan dipilih oleh *followers* jawaban mana yang benar.

c. Fitur Sorotan (*highlight*)

Fitur sorotan ini adalah fitur Instagram yang memudahkan pengguna untuk mengarsipkan Instagram *story* yang sudah diunggah. Jika postingan yang diunggah di Instagram *story* akan hilang setelah lewat dari 24 jam, maka fitur sorotan ini membantu untuk menyimpan *story* tersebut di tampilan profil dan bisa dilihat lagi selama *story* itu masih dijadikan sorotan oleh pemilik akun.

d. Fitur Instagram *Live*

Fitur ini memungkinkan penggunanya untuk bisa melakukan siaran langsung kepada *followers* nya. Seorang *da'i* dapat memanfaatkan fitur ini untuk berdakwah secara langsung sebagaimana berdakwah di

atas mimbar namun bedanya Instagram *live* itu dakwah secara langsung namun dari jarak jauh. Pada fitur ini, seorang *da'i* juga bisa melihat seberapa banyak *followers* yang bergabung dan juga bisa langsung berinteraksi dengan mereka yang bergabung melalui kolom komentar. Dengan begitu, seorang *da'i* dapat menciptakan komunikasi yang interaktif dengan *mad'u* dan siaran langsung tersebut dapat disimpan dan dilihat ulang dengan cara diunggah ke profil dan akan tersimpan dalam bentuk video yang muncul di bagian Instagram *reels*.

e. Fitur Instagram *Reels*

Fitur ini berisi tentang konten dalam bentuk video-

video dengan durasi yang panjang karena pada fitur *feed*

dan *story* durasi dari video yang diunggah itu terbatas.

Fitur ini bisa dimanfaatkan oleh seorang *da'i* untuk

mengunggah konten dakwah dengan durasi yang

panjang sehingga materi atau pesan yang akan

disampaikan bisa jelas dan tepat karena tidak terpotong

dengan durasi yang ada.

4. Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R)

Teori *Stimulus Organism response* (S-O-R) merupakan salah satu teori yang menjelaskan bagaimana suatu rangsangan (*stimulus*) menimbulkan reaksi (*response*) pada individu melalui kondisi internalnya (*organism*).³¹ Teori ini dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Awalnya teori S-O-R ini berasal dari psikologi, kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena mempunyai objek yang sama antara psikolog dan komunikasi yaitu manusia yang terdiri dari komponen sikap, pendapat dan persepsi (sikap yang berkenaan dengan wawasan atau pemahaman), afeksi (sikap yang berkenaan dengan perasaan) dan konasi (sikap yang berkenaan dengan kecenderungan berbuat).³²

Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R) menjelaskan bagaimana suatu rangsangan mendapatkan respon. Teori ini beranggapan bahwa *organism* menghasilkan perilaku jika ada kondisi *stimulus* tertentu pula. Maka, efek yang timbul adalah reaksi khusus terhadap *stimulus*.³³ Singkatnya teori ini memandang media massa mempunyai peran penting dalam mempengaruhi penerimaan pesan. Teori S-O-R menggambarkan proses komunikasi dengan sederhana yang hanya melibatkan dua

³¹ Dea Mahmud, Syech Idrus, and Ida Nyoman Tri Darma Putra, ‘Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Wisata Sesao Dipengaruhi Oleh Postingan Konten Instagram Inside Sesao’, *Journal of Responsible Tourism*, 4.3 (2025). hlm. 704

³² Andi Rahmat Abidin and Mustika Abidin, ‘Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran’, *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6.2 (2021). hlm. 76-77.

³³ Dea Mahmud, Syech Idrus, and Ida Nyoman Tri Darma Putra, ‘Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Wisata Sesao Dipengaruhi Oleh Postingan Konten Instagram Inside Sesao’, *Journal of Responsible Tourism*, 4.3 (2025) hlm 74.

komponen yaitu media massa dan penerima pesan (khalayak). Media massa mengeluarkan *stimulus* dan penerima pesan menanggapinya dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus respons.³⁴

Dalam penelitian ini, teori (S-O-R) relevan dan dapat membantu penelitian karena menjelaskan bagaimana pesan dakwah atau konten media yang berperan sebagai stimulus dapat mempengaruhi penerimaan dan reaksi dari *netizen* yang kemudian meghasilkan sebuah response melalui kondisi internal mereka, seperti sikap, persepsi dan emosi terhadap pesan tersebut.

Adapun keterkaitan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) *Stimulus* (pesan) merupakan bagian yang terpenting dari komunikasi. Sebab pesan adalah subjek yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikasi.

Komunikasi tidak akan terjadi tanpa pesan. Dengan kata lain, pesan adalah subjek utama yang membuat komunikasi berjalan.³⁵ Dalam hal ini yang dimaksud stimulus (pesan) adalah postingan *feed* Instagram @ismaelkhollilie yang membahas film *Bid'aah* pada

³⁴ Lutfiana Allisa and Agus Triyono, ‘Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak’, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2023), doi:10.30596/ji.v7i1.13070. hlm. 29.

³⁵ Andi Rahmat Abidin and Mustika Abidin, ‘Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran’, *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6.2 (2021) hlm. 81

tanggal 6 April 2025 berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan 7 April 2025 berjudul “Film *Bid’ah X Habib – Habib-an X Gus – Gus-an.*

b) *Organism* merupakan pihak yang menerima pesan.³⁶

Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah *netizen* baik *followers @ismaelkholilie* maupun *non-followers* yang ikut berpartisipasi dalam menanggapi konten dakwah dari Lora Ismael. Dimana *netizen* yang membaca dan menginterpretasikan konten sesuai latar belakang keagamaan masing-masing, prefensi budaya dan pengalaman yang dimiliki sebelumnya.³⁷

c) *Response* mengacu pada efek afektif dalam proses komunikasi dimana efek afektif adalah sebuah pengaruh pada dimensi sikap dan emosional yang dialami oleh komunikan (penerima pesan) yang dinyatakan dengan perasaan suka atau tidak terhadap pesan setelah melalui proses kognitif yaitu perhatian (*attention*), pemahaman

³⁶ Edy Prihantoro Noviawan Rasyid Ohorella, Annisa, ‘Pengaruh Akun Instagram @sumbar_rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi’, *Jurnal Komunika*, 18.2 (2022). hlm. 48

³⁷ Ratnawati, ‘Analisis Pola Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z Di Pontianak Pada Platform Social Commerce: SOR Theory’, *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8.3 (2024), doi:10.29408/jpek.v8i3.27289. hlm. 1052

(comprehension), dan penerimaan (acceptance).³⁸

Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah tanggapan atau respon dari *netizen* yang terdapat pada kolom komentar postingan *feed* Instagram yang membahas film *Bid'aah*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Menurut pendapat Lexy J. Moleong yang dikutip oleh Farida bahwa metode kualitatif adalah langkah-langkah penelitian untuk memperoleh data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Lexy J. Moleong, data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka.³⁹

Dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif, pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti, perilaku, persepsi, ketertarikan, motivasi dan langkah yang dia lakukan dengan cara menjelaskannya dalam bentuk kata-kata dan tata bahasa yang lebih mudah dipahami karena dijelaskan secara naratif. Jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian

³⁸ Edy Prihantoro Noviawan Rasyid Ohorella, Annisa, ‘Pengaruh Akun Instagram @sumbar_rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi’, *Jurnal Komunika*, 18.2 (2022). hlm. 48

³⁹ Farida, ‘Implementasi Manajemen Pembelajaran Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Di SD IT Baitul Jannah Bandar Lampung’, *UIN Raden Intan Lampung*, 2016. hlm. 45.

ini berfokus untuk memberikan penjelasan mendalam terkait objek yang akan diteliti yaitu respon *netizen* baik *followers* @ismaelkhollilie maupun *non – followers* yang ikut berpartisipasi dalam menanggapi konten dakwah dari Lora Ismael terhadap konten dakwah Instagram @ismaelkhollilie dalam menanggapi film *Bid'aah*.

2. Subjek dan Objek

Subjek dalam penelitian ini adalah konten dakwah *feed* Instagram @ismaelkhollilie khususnya dua unggahan pada tanggal 6 - 7 April 2025 yang berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an*”.

Dalam konten dakwah tersebut, Lora Ismael membahas mengenai isu *tabarruk* atau fenomena habib-habib an dan gus-gus an dan tanggapan dari para netizen terkait film *Bid'aah*. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah bentuk respon *netizen* baik *followers* @ismaelkhollilie maupun *non – followers* yang ikut berpartisipasi dalam menanggapi konten dakwah dari Lora Ismael yang terdapat di kolom komentar pada unggahan tersebut. Komentar dikategorikan ke dalam lima jenis yaitu positif, negatif, netral, saran dan sarkasme postingan *feed* Instagram terkait untuk mempermudah analisis data serta mengidentifikasi kecenderungan sikap netizen terhadap konten dakwah yang diunggah.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang penting untuk digunakan dalam

sebuah penelitian untuk menjelaskan valid atau tidaknya suatu penelitian. Terdapat dua kelompok dalam sumber data yaitu sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Data primer adalah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitiannya.⁴⁰ Dalam hal ini, data primer dari penelitian ini didapatkan langsung dari *feed* Instagram akun @ismaelkholilie melalui dokumentasi dengan fokus pada konten *feed* tanggal 6 – 7 April 2025 yang membahas film *bid'aah dengan judul* “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an*” dan respon *netizen* baik *followers* @ismaelkholilie maupun *non – followers* yang ikut berpartisipasi dalam menanggapi konten dakwah dari Lora Ismael pada kolom komentar terkait postingan tersebut.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan dari sumber lain yang sudah ada. Data tersebut bisa didapatkan dari artikel-artikel ilmiah, jurnal, skripsi, buku yang berhubungan dengan fokus penelitian. Hal ini berguna untuk memperkaya, memperjelas dan

⁴⁰ Nurjanah, ‘Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah’, *Jurnal Mahasiswa*, 1 (2021). hlm. 121.

memperkuat data primer.⁴¹

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dimaksud adalah metode pengumpulan data melalui tangkapan layar (*screenshot*) unggahan, dan *caption* konten dakwah *feed* Instagram @ismaelkhollilie. Data yang dikaji adalah unggahan terkait film bid'ah pada tanggal 6 – 7 April 2025 dengan judul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film Bid'ah X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an”. Peneliti akan mengumpulkan serta menganalisis pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Lora Ismael melalui kedua unggahan tersebut.

Pengambilan data terkait respon *netizen* pada kolom komentar akan dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling purposive*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.⁴² Adapun kriteria sampel meliputi komentar dengan kategori positif, negatif, netral, saran dan sarkasme dengan total jumlah sampel yaitu 100 sampel komentar yang ada pada setiap masing-masing unggahan.

⁴¹ Luluk Laila Sifa, Agama dan Identitas Masyarakat (Studi Di Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri), 2019, hlm. 10.

⁴² Ratnawati, ‘Analisis Pola Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z Di Pontianak Pada Platform Social Commerce: SOR Theory’, *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8.3 (2024), doi:10.29408/jpek.v8ihlm 1053

Data yang telah terkumpul melalui tangkapan layar kemudian dianalisis menggunakan pendekatan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R). Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana pesan (stimulus) yang disampaikan dalam konten tersebut dapat memengaruhi respon *netizen* dengan mempertimbangkan latar belakang personal dan sosial mereka (organism). Analisis ini selanjutnya diperkuat dengan literatur pendukung berupa buku, jurnal ilmiah, maupun sumber internet yang relevan dengan fokus penelitian.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan berbagai sumber seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah dan sebagainya.⁴³ Peneliti akan menggunakan teknik studi pustaka untuk mendapatkan data teoritis terkait respon yang terjadi melalui stimulus pada konten *feed* Instagram Lora Ismael. Tujuan dari studi pustaka pada penelitian ini yaitu untuk mencari literatur yang relevan dengan topik penelitian ini dan memberikan landasan data yang valid sesuai hasil studi pustaka.

⁴³ Aris Dwi Cahyono Aqil, ‘Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit’, *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 2.2 (2020), doi:10.53599/jip.v2i2.58. hlm. 2.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan mengambil kesimpulan.⁴⁴

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses merangkum, memilih dan memilah segala bentuk data yang didapatkan di lapangan untuk dibentuk menjadi tulisan yang akan dianalisis. Pada dasarnya reduksi data adalah sebuah langkah analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas dan membuat fokus dengan membuang hal-hal yang kurang penting. Dengan begitu, narasi yang dibuat menjadi lebih mudah dipahami dengan baik dan mengarah pada kesimpulan yang bisa dipertanggungjawabkan.⁴⁵

b. Penyajian Data

Setelah semua data yang didapat disusun dalam bentuk naskah, kemudian dilanjut dengan melakukan penyajian data untuk mengolah data yang sudah terkumpul. Penyajian data

⁴⁴ Anjarima Devitri Kase and others, ‘Resiliensi Remaja Korban Kekerasan Seksual Di Kabupaten Timor Tengah Selatan: Analisis Model Miles Dan Huberman’, *INNER: Journal of Psychological Research*, 3.2 (2023). hlm. 306

⁴⁵ Rony Zulfirman, ‘Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di MAN 1 Medan’, *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3.2 (2022), doi:10.30596/jppp.v3i2.11758. hlm. 150

merupakan proses penyusunan informasi yang memberi adanya kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Penyajian data ini bisa dilakukan dalam bentuk penjelasan singkat, skema dan sejenisnya. Penyajian data ini dapat memudahkan peneliti untuk memahami masalah yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya sesuai dengan yang sudah dipahami.⁴⁶

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dalam menganalisis data model Miles dan Huberman adalah kesimpulan. Kesimpulan ini mengarah pada pertanyaan yang peneliti sudah ajukan sebelumnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatid mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal namun bisa juga tidak karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. kesimpulan yang dibuat harus sesuai dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan.⁴⁷

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini terdapat sistematika pembahasan yang tersusun agar penulisan dapat terorganisir dengan baik dan rapih.

⁴⁶ Ibid, hlm 90

⁴⁷ Siti Fadjarajani and others, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner* (Ideas Publishing, 2020). hlm. 207

Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pertama ini dibahas tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Pada bagian ini peneliti menjelaskan alasan ketertarikan meneliti topik penelitian dakwah dari Lora Ismael di akun media sosial Instagramnya terutama pada konten *feed* Instagramnya yang menanggapi persoalan drama dari Malaysia yang berjudul *Bid'aah* pada tanggal 6 – 7 April 2025 dengan judul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah* X Habib – Habib-an & Gus – Gus-an” yang sempat menuai banyak kritik dan kontroversial. Kemudian peneliti menjelaskan juga metode dan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dengan pendekatan kualitatif jenis deskriptif serta teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R).

Bab II Gambaran Umum

Pada bab kedua ini peneliti menjelaskan tentang gambaran umum dari penelitian yang mencakup tentang profil dari Lora Ismael, gambaran umum konten-konten dakwah pada akun Instagramnya @ismaelkhollilie dan 2 konten *feed* Instagram yang

menanggapi film *Bid'aah* pada tanggal 6 – 7 April 2025 berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid'aah* X Habib-Habib-an & Gus-Gus-an”. untuk memberikan gambaran terkait subjek dan objek penelitian.

Bab III Hasil dan Pembahasan

Pada bab ketiga, penulis akan menjelaskan hasil penelitian dan bagaimana Lora Ismael mengemas pesan dakwahnya mengenai film *Bid'aah* melalui *feed* Instagramnya dalam meluruskan pemahaman yang kurang tepat sehingga menimbulkan kontra di pandangan masyarakat yang dilakukan dengan metode penelitian pendekatan kualitatif jenis deskriptif dan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R).

Bab IV Penutup

Pada bab keempat, berisi tentang kesimpulan dari pembahasan pada tiga bab sebelumnya, dimana pada bagian ini penulis menguraikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap respons *netizen* pada dua unggahan konten dakwah di akun Instagram @ismaelkhollilie yaitu tanggal 6 dan 7 April 2025 yang berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Ulama (sebuah koreksi ilmiah)” dan “Film *Bid’ah X Habib – Habib-an & Gus – Gus-an*”, dapat disimpulkan bahwa:

1. Lora Ismael dalam mengemas pesan dakwahnya melalui metode dakwah *bil kitabah* yaitu dengan mengunggah *feed* Instagram pada 6 April 2025 berjudul “Gebrakan Walid dari Sudut Pandang Islam (sebuah koreksi ilmiah) dan 7 April 2025 berjudul “Film *Bid’ah X Habib – Habib-an & Gus – Gus-an*”. Pesan yang disampaikan dituangkan dalam bentuk narasi panjang dengan gaya komunikatif, reflektif dan penuh kehati-hatian dalam menanggapi kontroversi film *Bid’ah*. Isi pesannya mengandung unsur akidah yang berupa upaya meluruskan pemahaman umat terkait praktik keagamaan yang menyimpang dalam film *Bid’ah*. Lalu unsur akhlak melalui ajakan untuk ber*tabayyun* dan sikap etis dalam berpendapat serta unsur syariah sebagai penguat argumentasi melalui rujukan al-Qur’ān, hadist, dan kitab – kitab klasik. Strategi ini menunjukkan ciri dakwah

yang adaptif terhadap ruang digital dengan tetap menjaga nilai-nilai keteladanan, kelembutan dan kedalaman makna. Narasi yang disampaikan juga bersifat naratif dan empatik, sehingga mampu menjangkau emosi dan kesadaran keagamaan *mad'u*.

2. Respons *netizen* terhadap unggahan dakwah tersebut menunjukkan dinamika yang beragam. Berdasarkan analisis komentar yang telah dilakukan peneliti, mayoritas respon bersifat positif yang berisi dukungan, apresiasi, serta ungkapan emosional dan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan diterima dengan baik oleh *netizen* baik *followers* dari @ismaelkhollie maupun *non – followers* yang ikut berpartisipasi dalam menanggapi konten dakwah dari Lora Ismael. Komentar-komentar tersebut berisi dukungan, apresiasi serta ekspresi emosional dan spiritual yang menunjukkan keterhubungan antara isi pesan dengan pengalaman keberagaman *mad'u*. Variasi jenis komentar lainnya seperti komentar dengan kategori netral, negatif, saran dan sarkasme mencerminkan adanya keragaman persepsi, latar belakang dan cara pandang audiens terhadap isu keagamaan yang diangkat dalam konten dakwah tersebut. Hal ini menegaskan bahwa ruang media sosial adalah ruang komunikasi terbuka yang tidak bebas nilai.

Riset ini mempertegas teori (S-O-R) bahwa stimulus yang baik tidak selamanya menghasilkan respon yang baik, tetapi tergantung pada bagaimana organism memproses informasi berdasarkan pengalaman, emosi dan keyakinan mereka masing-masing, yang kemudian menghasilkan respons yang beragam. Hal ini menjelaskan mengapa dalam satu konten yang sama bisa muncul reaksi yang sangat beragam, mulai dari dukungan hingga penolakan halus secara sarkasme. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah di media sosial, khususnya melalui metode dakwah *bil kitabah*, menuntut kemampuan untuk mengemas pesan secara santun, empatik dan berbasis dalil. Di sisi lain, penerimaan *mad'u* (dalam hal ini *netizen*) terhadap pesan dakwah tetap dipengaruhi oleh latar belakang personal, sosial serta cara pandang individu. Sehingga keragaman respons menjadi sesuatu yang tidak terhindarkan.

- B. Saran** STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNANKALIAGA
YOGYAKARTA
- Hasil riset ini memiliki keunggulan dalam mengungkap bagaimana pesan dakwah dapat dikemas secara efektif melalui media sosial, khususnya Instagram serta bagaimana respons *netizen* mencerminkan dinamika pemahaman keagamaan di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengembangan strategi dan rekayasa konten dakwah baik oleh Lora Ismael sendiri maupun para pegiat dakwah digital lainnya agar lebih adaptif,

komunikatif dan konstektual. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pemahaman terhadap karakteristik audiens yang beragam dari segi usia, latar belakang dan pemahaman sosial sehingga bahasa yang digunakan dalam dakwah digital perlu bersifat inklusif, santun dan komunikatif untuk menjangkau khalayak luas dan serta meminimalisir adanya kesalahpahaman. Interaksi dua arah dengan pengikut seperti tanya jawab dan respon terhadap kritik juga menjadi kunci dalam meningkatkan keterlibatan dan efektivitas dakwah sekaligus menjadi refleksi atas tantangan seperti resistensi, sarkasme dan komentar negatif.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan yang tidak bisa dihindari terutama dalam aspek kedalaman analisis terhadap konteks sosial dan psikologis *netizen* yang hanya dilihat melalui komentar secara tekstual. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup kajian dengan menganalisis lebih banyak postingan dalam rentang waktu tertentu, serta mengeksplorasi isu-isu lain yang terdapat dalam film *Bid'aah* yang belum dibahas secara mendalam. Pendekatan yang lebih luas seperti interaksi media digital juga dapat digunakan agar konstruksi makna dakwah dan penerimaannya oleh masyarakat dapat dipahami secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Andi Rahmat, and Mustika Abidin, 'Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran', *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6.2 (2021)
- Adi, La, 'Konsep Dakwah Dalam Islam', *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, 7.1 (2022)
- Albab, Hayyan Ahmad Ulul, Muhammad Asrori, and Mohammad Luthfillah, 'Meluruskan Pemahaman Bid'ah Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mata Kuliah Aswaja)', *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12.01 (2023), doi:10.30868/ei.v12i01.3079
- Allisa, Lutfiana, and Agus Triyono, 'Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak', *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2023), doi:10.30596/ji.v7i1.13070
- Am, Muh. Fiqih Shofiyul, 'Konsep Tabarukan Dalam Islam', *NU DELTA*, 2023 <<https://www.nusidoarjo.or.id/konsep-tabarukan-dalam-islam/>> [accessed 25 June 2025]
- Anam, Hoirul, 'Metode Dakwah Kh. Asep Saifuddin Chalim Dalam Meningkatkan Taraf Kehidupan', *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 8.1 (2023)
- Antassalam, Imam Hamidi, 'Tabarukan Atau Ngalap Berkah, Apa Dan Bagaimana?', *NUCilacapOnline*, 2023 <<https://pcnucilacap.com/tabarukan-atau-negalap-berkah-apa-dan-bagaimana-praktiknya/>> [accessed 29 June 2025]
- Aqil, Aris Dwi Cahyono, 'Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit', *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 2.2 (2020), doi:10.53599/jip.v2i2.58
- Aritama, Rifky, 'Ismael Al Kholilie: Gus Baha-Nya Madura', 2020 <<https://ibtimes.id/ismael-al-kholilie-gus-baha-nya-madura/>> [accessed 20 June 2025]
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*, 6th edn (Kencana, 2017)
- Dušan Mladenovic, Nia Todua, Natasa Pavlovic-Hock, 'Understanding Individual Psychological and Behavioral Responses during COVID-19 : Application of Stimulus-Organism-Response Model', *Elsevier: Telematics and Informatics*, January, 2023
- Fadjarajani, Siti, Ely Satiyah Rosali, Siti Patimah, Fahrina, Yustiasari Liriwati, Nasrullah, and others, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner* (Ideas Publishing, 2020)
- Farida, 'Implementasi Manajemen Pembelajaran Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Di SD IT Baitul Jannah Bandar Lampung', *UIN Raden Intan Lampung*, 2016

- Fariyah, Irzum, ‘Media Dakwah Pop’, *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.2 (2013), pp. 25–45
[<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>](http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432)
- Fathoni, Akhmad Yazid, ‘Influence of Pesantren Da’wah in the Digital Space: An Examination of the Peaceful Da’wah by Lora Ismael Al-Kholili’, 1.1 (2024), p. 48
- Hidayati, Diajeng Laily, and Reza Fahlevi, ‘Dakwah Di Tengah Pandemi (Studi Terhadap Respons Dai Di Media Sosial)’, *Lentera*, IV.2 (2020), doi:10.24090/komunika.v9i2.854
- Huroeroh, Affan Ghoffar, ‘Film Bidaah Melalui Kacamata Tafsir Kontemporer: Antara Sensasi Dan Substansi’, *Kalimahsawa*, 2025
[\[accessed 2 June 2025\]](https://kalimahsawa.id/film-bidaah-melalui-kacamata-tafsir-kontemporer-antara-sensasi-dan-substansi/)
- Inggi Mubarokah, Ayu, Kurnia Rachmawati, Regina Best Tiara, and Hisny Fajrussalam, ‘Modernisasi Dakwah Melalui Media Podcast Di Era Digital’, *Jurnal Al Burhan*, 2.2 (2022), doi:10.58988/jab.v2i2.68
- Kamaluddin, ‘Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Dakwah Islam’, *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2.2 (2020)
- Kase, Anjarima Devitri, Dwi Sarwindah Sukiatni, Rahma Kusumandari, and Fakultas Psikologi, ‘Resiliensi Remaja Korban Kekerasan Seksual Di Kabupaten Timor Tengah Selatan: Analisis Model Miles Dan Huberman’, *INNER: Journal of Psychological Research*, 3.2 (2023)
- Khazanahimani01, Tim, ‘Mengenal Lora Ismail Amin Kholil, Satu Pesantren Dengan Gus Baha & Keturunan Ulama Besar’, *Khazanahimani.Com*, 2022
[\[accessed 28 April 2025\]](https://www.khazanahimani.com/profil/pr-418339447/mengenal-lora-ismail-amin-kholil-satu-pesantren-dengan-gus-baha-keturunan-ulama-besar)
- Kholis, Nor, M Mudhofi, Nur Hamid, and Elvara Norma Aroyandin, ‘Dakwah Bil-Hal Kiai Sebagai Upaya Pemberdayaan Santri’, *Jurnal Dakwah Risalah*, 32.1 (2021), doi:10.24014/jdr.v32i1.12866
- Laily, Irene Mardiatul, Anita Puji Astutik, and Budi Haryanto, ‘Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era 4.0’, *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3.2 (2022), pp. 160–74, doi:10.31538/munaddhomah.v3i2.250
- Lukiani, Eunike Rose Mita Lukiani, Ayu Nur Rizka, Tjetjep Yusuf Afandi, Zainal Arifin, Bayu Surindra, Elis Irmayanti, and others, ‘Peran Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja’, *Jurnal ABIDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5.1 (2021), pp. 97–104, doi:10.29407/ja.v5i1.15969
- Mahmud, Dea, Syech Idrus, and Ida Nyoman Tri Darma Putra, ‘Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Wisata Sesao Dipengaruhi Oleh Postingan Konten

- Instagram Inside Sesaot’, *Journal of Responsible Tourism*, 4.3 (2025)
- Muhammad, Nabila, ‘Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2025’, *Databoks*, 2025
- Mujib, Abdul, ‘Ilmu Dakwah : Dalil Kewajiban, Dan Unsur-Unsur Dakwah Dalam Tinjauan Community Development”, *As-Syahla : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 1.01 (2024)
- Mutiara, Cahyaning, ‘Kritik Atau Propaganda? Menyikapi Kontroversi Scene Tabarrukan Di Series Bidaah’, *Bincang Muslimah*, 2025 <<https://bincangmuslimah.com/muslimah-talk/kritik-atau-propaganda-menyikapi-kontroversi-scene-tabarrukan-di-series-bidaah-44422/>> [accessed 25 June 2025]
- Muttaqin, Zaenal, ‘Reinterpretasi Dakwah Islam Untuk Mengatasi Problem-Problem Kemanusiaan’, *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 5.1 (2020), doi:10.30984/ajip.v5i1.1132
- Noviawan Rasyid Ohorella, Annisa, Edy Prihantoro, ‘Pengaruh Akun Instagram @sumbar_rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi’, *Jurnal KomunikA*, 18.2 (2022)
- Nurjanah, ‘Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah’, *Jurnal Mahasiswa*, 1 (2021)
- Raqib, Muhammad, Ade Yuliar, and Siti Nuraeni, ‘Dakwah Bil Lisan Melalui Media Sosial Pada Komunitas Hijrah Di Kota Solo’, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7.2 (2022), doi:10.29240/jdk.v7i2.5767
- Ratnawati, ‘Analisis Pola Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z Di Pontianak Pada Platform Social Commerce: SOR Theory’, *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8.3 (2024), doi:10.29408/jpek.v8i3.27289
- Rina, Erfian Syah, and AD Kusumaningtyas, ‘Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Religi (Pesan Anti Kekerasan Terhadap Perempuan Dalam Novel “Hilda” Karya Muyassarotul Hafidzoh)’, *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3.1 (2022), pp. 15–41
- Rizky, Tiara Adriyana, ‘Fitur Stories Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram’, *Repository UIN Saizu*, 1, 2023, p. 133
- Rosyada, Amrina, ‘Analisis Konstruksi Sosial Teknologi Konten Dakwah Reels Instagram Wirda Mansur’, *E-Thesis UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 15.1 (2024), pp. 37–48
- Sahroji, Muhammad Ibnu, ‘Masuk Masa Iddah, Bolehkah Perempuan Ikut Mengantar Jenazah Suaminya?’, *Arina.Id*, 2024 <[https://www.arina.id/syariah/ar-R0OSQ/masuk-masa-iddah--bolehkah-perempuan-ikut-mengantar-jenazah-suaminya->](https://www.arina.id/syariah/ar-R0OSQ/masuk-masa-iddah--bolehkah-perempuan-ikut-mengantar-jenazah-suaminya-) [accessed 29 June 2025]
- Sidiq, Anwar, ‘Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun

@fuadbakh)', 2017, pp. 1–17

Sifa, Luluk Laila, 'Agama Dan Identitas Masyarakat (Studi Di Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri)', 2019, pp. 1–23

Siregar, Rusman H, 'Jumlah Marga Keturunan Nabi Muhammad SAW Berikut Nama-Namanya', *SindoNews*, 2022
<<https://kalam.sindonews.com/read/899193/786/jumlah-marga-keturunan-nabi-muhammad-saw-berikut-nama-namanya-1664478569>>

Tahir, Aswar, Hafied Cangara, and Arianto Arianto, 'Komunikasi Dakwah Da'i Dalam Pembinaan Komunitas Mualaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.2 (2020), doi:10.21580/jid.v40.2.6105

Yusdian, Desi, Andrinoviyan Ikhlas, and Yelliza Merri, 'Studi Analisis Sosio Historis Pergeseran Makna Bid'ah Di Kalangan Ulama', *Indonesian Research Journal on Education Web*, 4 (2024), pp. 550–58

Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin, 'Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah', *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1.2 (2016), pp. 60–88, doi:10.15575/tabligh.v1i2.26

Zuhro, Fathimatuz, and Muhammad Faishol, 'Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: The Influence of Alaydrus's Platform of Instagram', *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 6.1 (2024), pp. 13–26

Zulfirman, Rony, 'Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di MAN 1 Medan', *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3.2 (2022), doi:10.30596/jppp.v3i2.11758

