



Logika Desain Pesan pada Konten Dakwah Akun Instagram

@cerita.jarrah

Witriani Siti Safarina^{1*}, Aep Wahyudin¹, Nase¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan

Gunung Djati, Bandung

*Email : safarinatriani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; a) logika ekspresif dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah, b) logika konvensional dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah, c) logika retorik dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dengan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teori yang digunakan yaitu teori logika desain pesan yang dikemukakan oleh O'Keefe tentang cara berfikir yang berbeda-beda dalam membentuk sebuah pesan. Logika ekspresif dalam konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah di antaranya di desain dengan berorientasi pada emosi dan keinginan komunikator. Logika konvensional dalam konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah di desain dengan mencantumkan potongan ayat Al-Quran, Hadits, atau kutipan tokoh. Sedangkan pesan yang dibentuk dengan logika retorik di desain berupa slogan dan menggunakan kalimat sebab akibat.

Kata Kunci : Logika Desain; Konten; Dakwah; Instagram

ABSTRACT

This study aims to determine; a) expressive logic in messages on the da'wah content of the @cerita.jarrah Instagram account, b) conventional logic in messages on the da'wah content of the @cerita.jarrah Instagram account, c) rhetorical logic in messages on the da'wah content of the @cerita.jarrah Instagram account. The research method used is descriptive qualitative method, which includes observation, interview, and document analysis. The theory used is the theory of message design logic proposed by O'Keefe about different ways of thinking in shaping a message. The da'wah content on @cerita.jarrah displays the characteristics of expressive logic is designed with non-formal language and focusing on the emotional aspects and desires of the communicator. Meanwhile, conventional logic is the inclusion of Quranic verses, Hadith, or character quotes. Messages that use rhetorical logic are generally in the form of slogans and use cause and effect patterns.

Keywords : Design Logic; Content; Da'wah; Instagram

PENDAHULUAN

Saat ini dakwah hadir dengan beragam bentuk yang ditunjukkan dengan ajaran Islam yang universal. Sehingga terdapat penyesuaian dakwah dengan kebutuhan masyarakat serta strategi yang cocok dengan mad'unya. Hal inilah yang menjadi tantangan seorang pendakwah agar dapat memberikan inspirasi inovatif untuk pengembangan lebih lanjut dalam berdakwah tanpa menghilangkan nilai-nilai yang sudah ada. Di tengah perkembangan globalisasi, seorang pendakwah harus berfikir bagaimana menyiasati dakwahnya di tengah-tengah tuntutan media saat ini agar tidak kehilangan nilai-nilai keislaman. Penyampaian pesan dalam berdakwah tidak terlepas dari berkembang pesatnya teknologi dan media informasi. Sehingga, saat ini dakwah disampaikan dalam berbagai bentuk metode, salah satunya yaitu lewat media baru (new media) misalnya dengan munculnya media sosial. New media terutama media sosial sudah menjadi kebutuhan manusia dalam melakukan berbagai kegiatan, termasuk dalam berdakwah.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Wearesosial Hootsuite tanggal 15 Februari 2022, di Indonesia tercatat 191,4 juta orang menjadi pengguna media sosial atau sekitar 68,9 % dari populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 juta. Dengan rincian aplikasi yang diakses yaitu WhatsApp sebanyak 88,7 % pengguna dari jumlah populasi, Instagram sebanyak 84,8% pengguna dari jumlah populasi, Facebook sebanyak 81,3% pengguna dari jumlah populasi, dan pengguna Tiktok sebanyak 63,1% pengguna dari jumlah populasi.

Diantara aplikasi-aplikasi yang beragam tersebut, instagram menjadi salah satu aplikasi yang banyak digandrungi oleh masyarakat terutama oleh kalangan muda. Hal ini menjadi suatu peluang bagi setiap individu untuk memanfaatkan media yang ada sebagai sarana untuk berdakwah, menyeru dan mengajak orang lain menuju kebaikan. Dalam penyampaian pesan dakwah melalui media sosial akan terus bersaing dengan sistem sosial sehingga diperlukan keterfokusan pada bagaimana agar pesan yang disampaikan dapat terkemas dengan menarik dan pesan yang dibentuk seperti apa yang paling banyak diterima oleh khalayak tentu salah satunya dengan didukung inovasi serta kreatifitas. Seseorang dapat berdakwah dengan jangkauan yang lebih luas dan mengemas pesan dakwah dan kajiannya secara lebih sistematis, disampaikan dengan lebih menarik, interaktif, variatif dengan memanfaatkan berbagai perangkat akses, aplikasi, media, dan fitur yang ada. Penggunaan teknologi untuk berdakwah ini menjadi salah satu cara efektif seorang dai dalam menyampaikan dakwahnya.

Ketika berbicara tentang dakwah maka tidak terlepas dari komunikasi, karena dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi. Di mana komunikator atau dai menyampaikan pesan berupa ajaran Islam kepada komunikan atau mad'u yang bertujuan amar ma'ruf nahi munkar. Oleh karena itu, dalam dakwah pun

berlaku teori-teori ilmu komunikasi, termasuk teori logika desain pesan. Teori logika desain pesan ini meliputi berbagai jenis pesan. Misalnya, pesan di bidang pendidikan, hiburan, bisnis, dan termasuk dakwah. Teori logika desain pesan menjadi suatu teori yang mengkaji terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembentukan sebuah pesan. Dalam teori logika desain pesan ini dibahas mengenai bagaimana terjadinya produksi pesan yang kemudian dapat memengaruhi jenis pesan yang disampaikan komunikator dalam komunikasinya.

Salah satu akun instagram yang menghadirkan dakwah dalam konten-konten yang diunggahnya yaitu akun instagram @cerita.jarrah yang mempunyai 16.200 dengan jmlah unggahan sebanyak 150 yang terhitung dari 10 Juli 2021 sampai 19 April 2023. Akun instagram @cerita.jarrah dikelola dengan konten yang didominasi dengan foto atau gambar konten dakwah, pengetahuan Islam dan motivasi yang dikemas dengan desain grafis. Akun instagram @cerita.jarrah ini disajikan dalam bentuk animasi kartun muslimah yang berwarna cerah, juga dapat terlihat bahwa ciri khas dari setiap konten atau fitur yang disajikan di akun @cerita.jarrah dalam unggahannya yaitu animasi kartun muslimah yang menjadi identitas yang menarik bagi para viewers. Sedangkan konten dakwah yang sebagian besar yaitu disajikan dalam feed instagram. Selanjutnya, Isi konten @cerita.jarrah tersebut dapat berupa quotes, ayat Al-Quran, Hadits, dan lainnya yang disertai dengan deskripsi singkat berkaitan dengan tema yang diunggah. Keunikan unggahan kontennya yaitu pesan dalam konten dakwah yang disampaikan menggunakan gaya bahasa sehari-hari atau non-formal dengan ilustrasi yang mendukung, sehingga pesan dakwah yang disampaikan dalam unggahannya itu menarik, mudah difahami dan mempunyai ciri khas tersendiri.

Penelitian sebelumnya yang juga menggunakan teori logika desain pesan adalah penelitian yang dilakukan oleh Varien Sakinah Awanda, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2021. Dengan judul “Logika Desain Pesan Dakwah pada Konten Akun Instagram @saridezra”. Penelitian ini mengkaji bagaimana logika desain pesan yang terdapat dalam akun Instagram @saridezra. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori logika desain pesan, dan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Penelitian tersebut menganalisis dakwah akun instagram @saridezra, sedangkan dalam penelitian ini menganalisis dakwah akun instagram @cerita.jarrah.

Kemudian kedua, penelitian yang dilakukan oleh Siti Chanifah dengan judul “Produksi Logika Desain Pesan pada Akun Instagram Selebgram dalam Menciptakan Konten Life Style” pada tahun 2019. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori logika desain pesan, paradigma dan pendekatannya sama yaitu paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif serta metode yang digunakan pun sama yaitu metode deskriptif kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada bahasanya, penelitian tersebut membahas dan menganalisa akun instagram Selebgram, sedangkan penelitian ini memfokuskan penelitian pada logika yang digunakan dalam desain pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah. Kemudian Penelitian Dian Adi Permana dan Alfian dalam judul jurnal “Strategi Pengelolaan Pesan Dakwah Kepada Mad’u dalam Film “Guru-guru Gokil” pada tahun 2020. Penelitian ini sama-sama meneliti pengelolaan pesan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya, penelitian tersebut meneliti mad’u terhadap film guru-guru gokil, sedangkan penelitian ini meneliti pengelolaan logika desain pesan konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah.

Fokus penelitian dalam penelitian ini di antaranya; (1) Bagaimana logika ekspresif dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah?, (2) Bagaimana logika konvensional dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah?, dan (3) Bagaimana logika retorik dalam pesan pada konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ini difokuskan pada masalah dasar fakta yang dilakukan melalui pengamatan/observasi, wawancara, dan studi dokumen. Metode penelitian deskriptif kualitatif dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu masalah yang lebih spesifik logika desain pesan di dalam konten dakwah pada akun instagram @cerita.jarrah untuk memperoleh data penelitian mengenai logika desain pesan yang terdapat pada konten dakwah dengan menganalisis dan mempertimbangkannya secara langsung.

Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini terdapat dua sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berasal dari seorang informan dan dilakukan dengan wawancara langsung kepada pemilik serta ilustrator dari akun instagram @cerita.jarrah yaitu Ade Lia Fathonah serta 7 unggahan dengan like terbanyak dari 138 unggahan konten dakwah pada akun instagram @cerita.jarrah terhitung dari 10 Juli 2021 sampai 30 Maret 2024. Sedangkan sumber sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data pendukung seperti buku literatur, situs-situs web yang berkaitan, jurnal, artikel yang berkaitan dan sumber lainnya.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori logika desain pesan. Teori logika desain pesan yaitu salah satu teori yang tergabung dalam rumpun teori produksi pesan, yaitu teori tentang bagaimana makna dibentuk dan penyampaiannya dalam interaksi sosial dan kultural. Teori ini dimukakan oleh Barbara O’Keefe pada tahun 1977 bahwa pemikiran setiap manusia berbeda dalam membuat pesan, dan

dengan itu manusia juga menggunakan logika yang berbeda-beda dalam memutuskan apa yang akan disampaikannya kepada orang lain (Morissan, 2013: 162-163). Teori logika desain pesan terbagi terbagi ke dalam tiga premis di antaranya; (1) Logika Ekspresif (Expressive Logic) yaitu pesan yang dibentuk dalam komunikasi sebagai upaya untuk menyampaikan ekspresi, pikiran dan perasaan, (2) Logika Konvensional (Conventional Logic) yaitu pesan dibentuk berdasar pada prosedur atau aturan yang sudah ada, sehingga pesan yang disampaikan komunikator mampu diterima komunikasikan dengan baik, sopan, dan memenuhi aturan, (3) Logika Retoris (Rhetorical Logic) yaitu pesan dibentuk berdasarkan keinginan komunikator dalam mengubah aturan, sehingga biasanya pesan yang dibentuk lebih halus, berwawasan, luwes, dan terfokus kepada komunikasikan (Littlejohn & Karen, 2011: 165).

Dakwah berarti menyeru untuk mengikuti sesuatu dengan cara dan tujuan tertentu. Dakwah Islam yaitu menyeru ke jalan Allah yang melibatkan unsur-unsur penyeru, pesan, media, metode, dan tujuan. Dakwah dapat didefinisikan sebagai usaha memberikan penawaran kepada orang lain agar termotivasi untuk melaksanakan ajaran dan atau nilai-nilai Islam (Ridwan, 2022: 72). Pada hakikatnya dakwah memiliki tiga unsur pokok yaitu; pertama, memberikan pedoman dan tuntutan mengenai jalan hidup mana yang harus dilalui manusia dan jalan hidup mana yang harus dihindari atau ditinggalkan oleh manusia atau dikenal dengan istilah Al-taujih. Kedua, memperbaiki serta mengubah keadaan seseorang atau sekelompok orang agar berdasar pada nilai-nilai Islam dikenal dengan istilah Al-taghyir. Dan ketiga, menunjukkan nilai yang terkandung dalam suatu perintah ataupun larangan dalam ajaran agama.

Ruang lingkup melaksanakan dakwah itu sendiri luas, bukan hanya menyampaikan ajaran Islam secara lisan dan tulisan saja, tetapi juga lewat mencontohkan perbuatan yang baik. Dengan kata lain, dakwah itu meliputi seluruh kegiatan yang dapat mendorong seseorang berbuat kebaikan dan menjauhi keburukan, berupa menyampaikan kabar gembira (tabsyir), memberikan peringatan (inzar), pengajaran (mauizah), wasiat, nasihat (nasihah), dan lain sebagainya (Abdullah, 2019: 4-5).

Dakwah memiliki fungsi mendorong manusia melaksanakan ajaran Islam, sehingga seluruh aspek kehidupannya tidak lepas dari ajaran Islam. Maka, dakwah memiliki fungsi di antaranya yaitu membimbing, memotivasi, mengingatkan, mendidik, mengarahkan manusia untuk senantiasa berperilaku baik dan senantiasa melaksanakan perintah Allah dan meninggalkan larangannya.

Secara garis besar, menurut Moh. Ali Aziz dakwah terbagi menjadi tiga jenis, di antaranya yaitu; 1) dakwah bil lisan, yaitu dakwah yang penyampaiannya dilakukan secara langsung menggunakan kata-kata atau ucapan, (2) dakwah bil

qalam, yaitu dakwah yang penyampaiannya dilakukan dengan tulisan, dan (3) dakwah bil hal, yaitu dakwah yang penyampaiannya melalui perbuatan atau bukti nyata.

Konten merupakan informasi dan berbagai jenis format yang tersedia dalam media, terutama dalam media baru yang berupa tulisan (teks), audio (suara), gambar (infografis, foto, meme, karikatur), ataupun video. Konten dapat tersedia dalam berbagai bentuk media di dunia teknologi melalui layanan online terutama dalam situs internet, misalnya gambar digital, blog, forum diskusi, iklan, video, podcast, chatting, tweet, wiki, dan lain sebagainya. Konten dakwah adalah informasi dakwah yang dihadirkan dalam platform media sosial yang dibuat dengan mempertimbangkan tujuan dakwah dan di dalamnya mengandung pesan-pesan Islam.

Secara sistematis, menurut Amin (2009) media-media dakwah dalam kajian ilmu dakwah dapat dikelompokkan menjadi (Ridwan, 2022: 85-86): 1) Media visual, yaitu berupa tampilan yang dapat diakses dengan indra penglihatan, seperti film slide, gambar, dan blog, 2) Media audio, yaitu berupa suara yang ditangkap dengan panca indra pendengaran, seperti radio, 3) Media audio visual, yaitu berupa gabungan antara visual (gambar) dan suara (audio), misalnya seperti televisi, animasi, dan juga video di youtube, 4) Media cetak, yaitu berupa tulisan yang dicetak, misalnya surat kabar, majalah, buku, dan buletin. Konten dakwah yang dihadirkan lewat media sosial memiliki karakteristik menarik, persuasif dan yang terpenting tetap tidak terlepas dari landasan Al-Quran dan Hadist serta tidak terbatas waktu dan tempat serta kontennya dapat diakses oleh siapa pun.

Pesan (message, content, atau information) merupakan sesuatu yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima baik secara verbal maupun nonverbal yang mewakili nilai, perasaan, maksud maupun gagasan dari sumber. Maka, pesan dakwah yaitu isi pesan atau materi yang disampaikan dai kepada mad'u atau isi dan bahan-bahan ceramah yang akan disampaikan kepada mad'u oleh da'i dalam dakwah. dalam pesan terdapat tiga unsur pokok yaitu; pertama, simbol atau kode pesan yaitu simbol-simbol yang tersusun sedemikian rupa, kedua, makna atau isi pesan yaitu materi atau bahan untuk menyampaikan pernyataan maksudnya, dan ketiga, bentuk atau wujud pesan yaitu bentuk pesan yang sudah menjadi keputusan dari sumber pesan. Macam-macam pesan di antaranya yaitu; (1) pesan verbal, yaitu pesan dengan jenis penyampaian menggunakan kata-kata sehingga penerima dapat memahami isinya sesuai berdasarkan apa yang didengar dan dilihatnya, dan (2) pesan non-verbal, yaitu pesan dengan jenis penyampaian tidak menggunakan kata-kata secara langsung dan dapat dipahami oleh penerima melalui ekspresi, mimik wajah, gerak-gerik, dan tingkah laku.

Instagram yaitu sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, video, menggunakan filter digital, membagikan informasi berupa foto dan video kepada pengguna lain, terutama kepada followers atau pengikutnya. Salah satu situs jejaring sosial yang terkenal dengan fitur-fitur yang menarik adalah Instagram. Instagram berfungsi sebagai platform untuk penyebaran ajaran Islam melalui berbagi informasi yang beragam, termasuk kutipan dan foto, video, dan rangkuman pesan dari pemilik akun (Ismail, et al., 2018: 27).

Aplikasi ini muncul pertama kali di Apple store pada 6 Oktober 2010 diciptakan oleh oleh dua orang tokoh yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger di perusahaan Burbn. Inc San Prancisco. Diantara fitur yang dihadirkan dalam instagram yaitu; home page, explore, profil, comment, nama akun (username), gambar profile (profile picture), profile bio, instagram feed, instagram stories, instagram tv (IGTV), jenis interaksi (like, comment, follow, direct message, share, hastag, menstions), insight, instagram live, instagram ads, marketplace, captions, location, reels, highlight, tag dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun @cerita.jarrah merupakan username dari akun instagram yang di dalamnya menampilkan unggahan berupa konten-konten dakwah dengan pengikut sebanyak 16.200 dan 150 unggahan yang terhitung dari 10 Juli 2021 hingga 19 April 2024. Nama akun cerita jarrah dibuat dengan mengangkat filosofi bahwa akun instagram itu dapat membawa pembacanya berlayar kemana pun dengan berbagai pembahasan. Misalnya di dalamnya dibahas mengenai Al-Quran dan Hadits, cerita atau shiroh, berbagai doa, kata-kata mutiara, quotes dan lain sebagainya. Kata “jarrah” itu sendiri merupakan kata yang berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti kapal. Sifat dakwah yang dihadirkan di media sosial yaitu fleksibel, dapat dilihat dimanapun dan kapanpun serta oleh siapapun tanpa ada batasan waktu dan tempat. Maka dari itu, seorang dai harus selalu beradaptasi dengan perkembangan yang ada dan melakukan pengelolaan pesan yang baik agar tujuan dakwahnya dapat tercapai dengan baik.

Akun instagram @cerita.jarrah didirikan pada 10 Juli 2021 dan dikelola oleh Ade Lia Fathonah yang merupakan konten kreator asal Bandung. Berawal dari hobinya menulis, kemudian membuatnya ingin lebih mengembangkan bakat menulisnya dan ingin agar karyanya dapat menjadi peluang dakwah lewat media sosial. Tagline yang dihidirkannya yaitu “bersuara dengan karya” menjadi suatu

tagline bahwa berdakwah dan menyuarakan keadilan tidak hanya dapat dilakukan secara langsung tetapi juga dapat dengan menyuarakannya lewat karya-

karya dakwah dengan ilustrasi. Landasan yang diangkat dari akun cerita jarrah sendiri bahwa memang seorang manusia mempunyai tugas untuk menyampaikan dakwah.

Konten dari cerita jarrah ini memang memiliki fokus utama dihadirkan di platform instagram dengan desain yang dibangun berupa ilustrasi muslimah atau girly dengan karakter tokoh dan model seorang anak, yaitu gambar objek yang dihadirkan berupa objek manusia dengan karakter anak yang memiliki badan yang mungil. Di mana, desain gambar yang dihadirkan sudah mempunyai karakter tersendiri dan khas yang dapat membedakan antara akun instagram cerita jarrah dengan akun instagram lain yang juga menghadirkan konten dakwah, kemudian tone warna feed yang dihadirkan di akun instagram memiliki ciri-ciri warna yang khas yaitu dihadirkan dengan warna yang soft dan kecocokan dalam pemaduan warnanya. Sedangkan pesan yang berusaha dibangun yaitu biasanya tidak terlalu difokuskan pada satu karakter yang dihadirkan. Pesan atau konten dihadirkan beragam, mulai dari pesan dengan mencantumkan potongan ayat Al-Quran maupun Hadits, kata-kata motivasi, dan quotes yang dapat menyentuh sisi psikologis pembaca.

Logika Ekspresif dalam Pesan pada Konten Dakwah Akun Instagram @cerita.jarrah

Beberapa konten dakwah yang diunggah dalam akun instagram @cerita.jarrah menggunakan logika ekspresif dalam pengelolaan pesannya, yaitu pesan yang dibentuk dalam konten yang diunggah lewat media memang dilakukan untuk salah satu sarana menyampaikan ekspresi, perasaan dan pikiran dari komunikatornya. Berdasarkan hasil wawancara dengan ilustrator dari akun instagram @cerita.jarrah yaitu Ade Lia Fathonah bahwa memang beberapa pesan yang dikemas dalam konten dakwah di akun instagramnya dibuat berdasarkan pengalaman pribadinya dan relate dengan keadaan yang sedang dialaminya. Biasanya pesan konten dakwahnya yang dibentuk dengan logika ekspresif berupa quotes atau kata-kata yang menyentuh. Biasanya pesan konten dakwahnya yang dibentuk dengan logika ekspresif berupa quotes atau kata-kata yang menyentuh. Sebagaimana dijelaskan oleh Ade Lia:

Kalo misalkan di pesan dan gambarnya itu sendiri, memang biasanya ada beberapa hal yang memang dibuat itu karena relate dengan keadaan saya pribadi. Selain tadi kan materi dakwahnya itu diambil dari kajian yang diikuti memang ada konten-konten yang disampaikan karena untuk menyampaikan ekspresi, seperti kalo misalnya kata-kata yang menyentuh (Hasil Wawancara dengan Narasumber).

Pesan yang dibentuk dengan logika ekspresif dalam kepenulisannya memiliki beberapa ciri atau kode, di antaranya yaitu; kalimat yang digunakan biasanya kalimat non-formal, diselingi dengan emotikan di kalimatnya, berbentuk cerita, penyusunan kalimatnya tidak terlalu diperhatikan, dan tidak berusaha mendapatkan feedback. Logika ekspresif memandang komunikasi sebagai metode untuk mengekspresikan diri, menyampaikan emosi dan pikiran, dengan sedikit pertimbangan untuk kebutuhan atau keinginan orang lain. Pesan-pesan dalam logika ekspresif biasanya bersifat terus terang dan responsif, menekankan ekspresi diri peserta komunikasi. Pesan-pesan ini disampaikan dengan menggunakan berbagai simbol atau bahasa, baik verbal maupun non-verbal, untuk memastikan pemahaman penerima pesan (Rustandi, 2022: 8).

Dalam logika ekspresif ini, komunikator menyusun pesan dengan menggunakan simbol-simbol ini untuk memudahkan pemahaman oleh audiens mereka. Secara khusus, terkait pesan dakwah yang disebar oleh akun-akun Islam Populer, logika ekspresif menggarisbawahi aspek-aspek normatif dan kekinian dari ajaran Islam. Hal ini dibuktikan dengan pemeriksaan isu-isu utama yang berkorelasi dengan tren dan fenomena masyarakat yang sedang berkembang.

Berdasarkan analisis penulis terhadap konten-konten pada akun instagram @cerita.jarrah ciri atau kode dari logika ekspresif dapat terlihat dari beberapa konten tersebut. Di antara beberapa konten pesannya yang dibentuk dengan menggunakan logika ekspresif yaitu unggahan tanggal 20 September 2021.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 1. Unggahan dengan Pesan Logika Ekspresif

Gambar 1. merupakan salah satu unggahan yang dibentuk dengan menggunakan logika ekspresif. Di dalamnya memberikan pesan semangat bagi setiap orang yang memang memiliki jalan hidup yang lebih lambat dibandingkan

dengan orang lain, karena mungkin Allah sedang menyiapkan jalan terbaiknya atau mengarahkan kepada jalan pintas dan kemudian tujuan pun dapat dituju dengan cepat. Indikator utama dari pesan yang menggunakan logika ekspresif ini yaitu pesan tersebut diikuti dengan caption “why not? hehehe” dan “karena hidup itu tidak dapat ditebak, tetap berhusnuzan kepada Allah ya” diakhiri dengan emotikon senyum. Juga dijelaskan contoh kasus dari pesan tersebut misalnya seseorang yang tidak mau berpacaran, maka Allah beri jalan pintas diberikan jodoh yang diidamkannya atau ketika sedang menabung untuk berqurban, tiba-tiba mendapatkan give away untuk berqurban. Pesan ini memberikan suatu motivasi kepada pembacanya bahwa tidak ada yang mustahil bagi Allah selama bersandar kepadanya.

Kemudian postingan lain dari konten dakwah pada akun instagram @cerita.jarrah yang memiliki like terbanyak yaitu postingan pada tanggal 28 Desember 2021 dengan tema “untuk diriku”.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 2. Unggahan dengan Pesan Logika Ekspresif

Gambar 2. merupakan salah satu unggahan dengan like terbanyak di akun instagram @cerita.jarrah yaitu sebanyak 12.487 like. Unggahan tersebut memberikan suatu pesan penyemangat bagi diri sendiri dan kalimat dalam ilustrasi gambar tersebut menggunakan logika ekspresif dari penulis. Hal tersebut dapat terlihat dari kata-kata yang disajikan. Isi dari penyemangat diri tersebut yaitu “untuk diriku, terima kasih sudah mau untuk terus berjuang. Berjuang dan belajar dengan sangat kuat walau ada rapuh yang tak berkesudahan. Jangan dulu patah,

aku ingin terus bertemu dirimu dengan versi yang lebih baik.”

Dalam wawancaranya, Ade Lia menjelaskan bahwa memang beberapa konten tersebut dibuat berdasarkan pada keadaan dirinya sendiri atau bentuk ekspresi perasaan dan pemikirannya yang dituangkan dalam ilustrasi gambar. Kemudian pesan yang dibentuk pun berupa kata-kata yang tidak terlalu formal dan menggambarkan suasana hatinya. Dan biasanya pesan yang disampaikan menggunakan kata-kata yang diselingi dengan emotikon.

Seseorang yang membentuk pesannya dengan menggunakan logika ekspresif bertujuan utama untuk menyampaikan perasaan dan juga pikirannya sendiri kepada orang lain. Di mana, pesan yang terbentuk pun berorientasi pada keinginan sendiri dan emosinya. Namun disisi lain, pesan yang disampainya berusaha untuk dapat mengatasi dan memberikan masukan dan nasihat kepada orang lain yang mungkin saja mengalami hal yang dirasakannya atau relate dengan keadaan individu lain. Berdasarkan analisis penulis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah tidak sedikit yang menggunakan logika ekspresif untuk pembentukan pesannya. Sebagaimana dijelaskan oleh ilustrator dari akunnya sendiri bahwa memang sebagian kontennya berupa pesan yang dibentuk berdasarkan apa yang dialaminya atau apa yang dirasakannya. Untuk itu, pesan yang dituangkan dalam bentuk tulisan dalam ilustrasi sebenarnya merupakan salah satu sarana untuk berekspresi.

Kemudian pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika ekspresif menjadi sarana untuk berekspresi, juga dalam pesan yang disampaikan komunikator jarang melakukan interaksi dan melakukan komunikasi dengan komunikan. Berdasarkan temuan dalam konten dakwah akun instagram dan juga dijelaskan oleh ilustratornya sendiri bahwa beberapa konten yang diposting dalam akun instargram @cerita.jarrah terkadang memang tidak diorientasikan untuk mendapatkan respon dari followers, tetapi tetap tidak membatasi pengikutnya untuk memberikan masukan atau komentar dalam postingan tersebut.

Logika Konvensional dalam Pesan pada Konten Dakwah Akun Instagram @cerita.jarrah

Selain menggunakan logika ekspresif, beberapa konten dakwah yang diunggah dalam akun instagram @cerita.jarrah juga menggunakan logika Konvensional dalam pengelolaan pesannya, yaitu pesan yang dibentuk dalam konten yang diunggah lewat media sesuai dengan aturan yang sudah ada. Dalam pesan atau konten dakwah maka salah satu indikator dari pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika konvensional yaitu pesan yang mencantumkan ayat Al-Quran ataupun Hadits dan juga berupa perkataan ulama.

Menurut logika konvensional, komunikasi seperti sebuah permainan di mana seseorang harus memainkan peran yang diberikan. Sudut pandang ini memandang komunikasi sebagai bentuk ekspresi diri yang diatur oleh hukum dan kebiasaan yang berlaku, serta hak dan kewajiban masing-masing pihak yang terlibat. Menurut O'Keefe perspektif komunikasi memandang komunikasi sebagai upaya kerja sama yang dilakukan sesuai dengan protokol dan konvensi sosial yang telah ditetapkan. Hal ini berlaku ketika semua pihak yang terlibat dalam komunikasi sadar dan patuh pada peraturan yang berlaku. Peraturan yang telah ditetapkan menentukan bagaimana respon dalam suatu peristiwa komunikasi. Sehingga, setiap komunikasi yang diterima dan ditangani mengikuti peraturan yang berlaku (Rustandi, 2022: 10).

Dalam unggahan akun instagram @cerita.jarrah memang banyak pesan yang dikemas dalam konten dakwah di akun instagramnya dibuat dengan mencantumkan ayat Al-Quran maupun Hadits sebagai dua sumber utama dalam Islam. Berdasarkan observasi terhadap konten dakwah yang diposting pada halaman akun instagram @cerita.jarrah, terdapat beberapa konten yang pesannya dibentuk dengan menggunakan logika konvensional, di antaranya postingan pada tanggal 19 Februari 2022.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 3. Unggahan dengan Pesan Logika Konvensional

Gambar 3. Diatas merupakan pesan yang dibentuk dengan logika konvensional. Pesan diatas memberikan pesan dan peringatan bahwa kebaikan itu bukan terletak pada bertambahnya harta serta keturunan, namun terletak pada bertambahnya ilmu yang kemudian diikuti dengan bertambahnya kesabaran seseorang serta

berlomba dalam beribadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Dalam gambar ilustrasi tersebut hanya dicantumkan perkataan dari Ali bin Abi Thalib yaitu: "kebaikan itu terletak pada bertambahnya harta dan anakmu, akan tetapi kebaikan itu terletak pada bertambahnya ilmu, yang diikuti dengan bertambahnya kesabaranmu dan berlomba-lombanya dirimu dalam beribadah kepada Rabb-mu. Jika baik, engkau mengucapkan tahmid (Alhamdulillah) kepada Allah, dan jika berbuat buruk engkau meminta ampunan kepada-Nya"

Pesan yang disampaikan dalam postingan tersebut yaitu dengan menuliskan perkataan atau kalimat kutipan dari seorang tokoh yaitu Ali bin Abi Thalib. Maka, pesan yang dibentuk oleh menulis menggunakan logika konvensional. Kemudian postingan lain yang pesannya dibentuk dengan logika konvensional dari konten dakwah pada akun instagram @cerita.jarrah yang memiliki like terbanyak yaitu postingan pada tanggal 12 Desember dengan tema "Say No to".



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 4. Unggahan dengan Pesan Logika Konvensional

Berdasarkan gambar 4. diatas, pesan dalam unggahan konten akun instagram @cerita.jarrah menggunakan logika konvensional. Unggahan ini merupakan salah satu unggahan dalam akun instagram @cerita.jarrah yang memiliki like terbanyak yaitu 14.094 like dari pengikutnya. Postingan ini memberikan pesan untuk pembaca untuk berkata tidak pada hal-hal yang buruk, seperti zina, ghibah, hasud, menunda-nunda untuk beramal shaleh, dan tidak menutup aurat. Kemudian dalam ilustrasi gambar tersebut dicantumkan potongan ayat Al-Quran surat At-Tahrim ayat 6.

Pesan dalam ayat tersebut yaitu bahwa mencintai diri sendiri itu bukan hanya perihal dunia saja, tetapi juga dalam perihal akhirat. Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan setiap muslim untuk memelihara dirinya, serta keluarganya dari api neraka. Pesan pada postingan ini dibentuk dengan logika konvensional karena diantara kodenya dapat terlihat pada pesan dalam ilustrasi gambarnya yaitu mencantumkan potongan ayat Al-Quran di dalamnya. Kemudian pesan dalam konten dakwah pada tanggal 17 April 2023.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 5. Unggahan dengan Pesan Logika Konvensional

Berdasarkan gambar 5 diatas, pesan yang dibentuk adalah dengan menggunakan logika konvensional. Unggahan tersebut mengingatkan kepada para pembaca bahwa terdapat orang yang shaum tetapi merugi karena dosanya belum diampuni oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Pesan dalam postingan tersebut dibentuk oleh penulisnya dengan menggunakan logika konvensional, karena dalam ilustrasi konten yang dipostingkannya diiringi dengan terjemah Hadits riwayat Bukhari.

“Celakalah seorang hamba yang mendapati bulan ramadhan berlalu akan tetapi dosanya belum diampuni” (HR. Bukhari)

Pesan-pesan dalam unggahan akun instagram @cerita.jarrah ini dibentuk menggunakan atau mengikuti aturan-aturan yang berlaku. Dalam pesan yang disampaikan dalam dakwah maka salah satu aturan dan pedoman yang sudah ada yaitu Al-Quran dan Hadits. Pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika konvensional biasanya menggunakan komunikasi yang sopan dan juga lembut serta mengikuti aturan dari suatu kelompok tertentu serta mengutamakan

komunikasikan dalam pembentukan pesannya. Aturan kelompok tertentu artinya karena saat ini kita sedang menganalisis tentang pesan pada konten dakwah maka aturan yang berlaku yaitu aturan-aturan yang berkaitan dengan ajaran Islam. Berdasarkan analisis penulis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah banyak pesan yang dibentuk penulis dengan menggunakan logika konvensional. Sebagaimana dijelaskan oleh ilustrator dari akunnya sendiri bahwa memang ia membuat sebagian besar kontennya dengan pesan yang dibentuk berdasarkan pertimbangannya terhadap pembaca. Di mana, pesan yang berusaha dibangun yaitu pesan yang dibentuk dengan mempertimbangkan perasaan serta tanggapan pembaca. Untuk itu, pesan yang dia tuangkan dalam bentuk tulisan dalam ilustrasi gambar tersebut disampaikan agar diterima dengan baik oleh pembaca.

Berdasarkan analisis dalam konten dakwah akun instagram dan juga dijelaskan oleh ilustratornya sendiri bahwa beberapa konten yang diposting dalam akun instagram @cerita.jarrah dipertimbangkan pula bahasa yang digunakan yaitu bahasa yang sopan dan baik. Pesan yang dibentuk dengan logika konvensional dalam kepenulisannya memiliki beberapa ciri atau kode, di antaranya yaitu; biasanya menggunakan bahasa yang formal, pesannya berupa kalimat kutipan tokoh, atau berupa potongan ayat Al-Quran dan Hadits. Berdasarkan analisis penulis terhadap konten-konten pada akun instagram @cerita.jarrah ciri atau kode dari logika konvensional dapat terlihat dari beberapa konten tersebut.

Logika Retoris dalam Pesan pada Konten Dakwah Akun Instagram @cerita.jarrah

Selain pengelolaan pesan dengan menggunakan logika ekspresif dan logika konvensional, beberapa pesan yang dibentuk dalam konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah juga menggunakan logika retorika. Di mana, biasanya pesan yang dibentuk lebih halus dan berwawasan. Pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika retorik ini salah satunya memiliki tujuan untuk menggiring opini dari penerima pesan dan menciptakan suatu konsep. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ade Lia bahwa beberapa pesan yang dikemas dalam konten dakwah di akun instagramnya memang dibuat untuk mengubah dan menggiring opini pembaca agar sama dengannya.

Biasanya pesan konten dakwah yang dibentuk dengan logika retorik berupa slogan, menggunakan kata tanya atau kata seru di akhir kalimat pesannya, atau menggunakan kalimat sebab akibat. Berdasarkan konten dakwah yang diposting pada laman akun instagram @cerita.jarrah, terdapat beberapa konten yang pesannya dibentuk dengan menggunakan logika retorik, di antarapesan yang

dibentuk dengan logika retorik dalam konten dakwah akun instagram @cerit.jarrah yaitu unggahan pada 6 Oktober 2021.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 6. Unggahan dengan Pesan Logika Retoris

Berdasarkan gambar 6. dapat terlihat bahwa pesan yang dibentuk dalam konten tersebut menggunakan logika retorik. Unggahan ini memberikan pesan kepada pembaca bahwa shalat itu dapat mencegah seseorang dari berbuat keji dan juga munkar, ketika seseorang itu sudah melaksanakan shalat tetapi dia masih melakukan perbuatan keji dan munkar, maka shalatnya tersebut harus diperbaiki lagi. Sebab kata lain dari shalat itu adalah doa, maka ketika seseorang tidak bersungguh-sungguh dalam shalatnya, maka dia tidak bersungguh-sungguh dalam berdoanya. Pesan yang diposting dalam ilustrasi gambar tersebut yaitu dengan kalimat “sesungguhnya shalat itu mencegah kita dari melakukan perbuatan keji dan munkar. Kalau masih dilakuin, berarti harus diperbaiki lagi shalatnya”. Dari analisis terhadap postingan tersebut dapat terlihat bahwa penulis menggunakan logika retorika dalam pesan yang dibentuknya. Diantara indikator yang dapat terlihat bahwa pesan tersebut dibentuk dengan logika retorika yaitu dalam pesan tersebut menggunakan bahasa yang menarik dan lembut, kemudian pesannya diciptakan untuk persuasi atau bujukan halus kepada pembaca agar terus memperbaiki shalatnya agar diterima oleh Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan terhindar dari perbuatan-perbuatan yang tidak disukainya.



Sumber: Akun Instagram @cerita.jarrah

Gambar 7. Unggahan dengan Pesan Logika Retoris

Berdasarkan gambar 7. diatas, pesan dibentuk dengan menggunakan logika retoris. Unggahan ini merupakan salah satu dari beberapa unggahan yang memiliki like terbanyak yaitu 17.669 like. Pesan yang disampaikan kepada pembaca dalam unggahan ini yaitu untuk senantiasa mempersiapkan ramadhannya dengan sebaik mungkin. Pesan yang diposting dalam ilustrasi gambar tersebut yaitu dengan kalimat “Prepare for ramadhan; tidur dan bangun lebih awal, rutin melaksanakan sholat-sholat sunnah, rajin bertilawah dan mempelajari Al-Quran, tetap jaga hati, mata, dan lisan, rutin mendengarkan kajian dan ikat dengan tulisan, tetap menjaga kesehatan dengan olahraga dan makan makanan yang sehat”. Dari analisis terhadap postingan tersebut dapat terlihat bahwa penulis menggunakan logika retorika dalam pesan yang dibentuknya. Diantara indikator yang dapat terlihat bahwa pesan tersebut dibentuk dengan logika retorika yaitu dalam pesan tersebut menggunakan bahasa yang menarik dan lembut, kemudian pesannya diciptakan untuk persuasi atau bujukan halus kepada pembaca agar menyiapkan hati dan fisiknya dengan sebaik- baiknya untuk menyambut bulan suci ramadhan.

Pesan-pesan dalam unggahan akun instagram @cerita.jarrah ini sengaja dibentuk oleh pemilik akun untuk dipublikasikan secara umum. Pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika retoris atau retorika biasanya dibentuk dengan bahasa yang halus, berwawasan serta terfokus pada pembaca pesannya. Diantara tujuan dari pesan yang dibentuk dengan logika retorika ini yaitu untuk menciptakan suatu konsep atau mengubah atau menggiring opini dari

pembacanya. Pesan ini dibentuk oleh seorang komunikator dimaksudkan untuk memberikan dampak kepada penerima pesan. seseorang yang menggunakan logika retorika ini cenderung mengganbarkan pesannya agar menciptakan persuasi dan pesan yang dihasilkan pun salah satunya berupa definisi yang eksplisit.

Berdasarkan analisis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah tidak sedikit juga yang menggunakan logika retorika untuk membentuk pesannya. Sebagaimana dijelaskan oleh ilustrator dari akunnya sendiri bahwa memang ia membuat sebagian kontennya dengan bertujuan untuk mengubah atau menggiring opini agar persepsi pembaca sama dengannya. Kemudian pesan yang disampaikan dengan logika retorika ini didesain dengan fleksibel serta berorientasi pada individu. juga pesan yang disampaikannya pun biasanya pesan tersebut disampaikannya dengan ditekankan untuk mencapai tujuannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh ilustratornya sendiri bahwa memang beberapa konten dakwahnya pada akun instagram @cerita.jarrah dibangun untuk mencapai tujuan tertentu dan tidak hanya sekedar mendapatkan respon atau timbal balik dari pembacanya.

Pesan yang dibentuk dengan logika retorika dalam kepenulisannya memiliki beberapa ciri atau kode, di antaranya yaitu; menggunakan kalimat yang bahasanya menarik perhatian dan lembut, menggunakan kalimat pertanyaan, menggunakan kalimat sebab akibat, atau juga berupa slogan. Dengan Pesan yang dibentuk dalam media sosial, menjadi salah satu upaya perluasan dakwah dalam bentuk dakwah bil qalam atau dengan kitabah. Dakwah dengan kitabah dapat dimaknai sebagai cara untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan ajaran Islam kepada manusia melalui tulisan dalam bentuk penjelasan, terjemahan, dan penerapan praktik Islam dalam kehidupan sehari-hari (Ridwan, 2011: 203).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan teori logika desain pesan. Dalam konten dakwah pada akun instagram @cerita.jarrah terbukti setiap pesan di desain dan dibentuk dengan menggunakan faktor logika yang berbeda-beda, di antaranya; beberapa konten dakwah yang diunggah dalam akun instagram @cerita.jarrah menggunakan logika ekspresif dalam pengelolaan pesannya, pesan yang dibentuk dalam konten yang diunggah untuk sarana menyampaikan ekspresi, perasaan dan pikiran dari komunikatornya. Pesan yang terbentuk tersebut berorientasi pada emosi serta keinginan sendiri dari pembuat pesan. Namun disisi lain, pesan yang disampaikannya berusaha untuk bisa mengatasi dan memberikan masukan dan nasihat kepada orang lain yang

mungkin saja mengalami hal yang dirasakannya atau relate dengan keadaan individu lain. Berdasarkan analisis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah tidak sedikit yang menggunakan logika ekspresif untuk membentuk pesannya. Pesan yang dibentuk dengan logika ekspresif ini memiliki ciri atau kode, di antaranya yaitu; kalimat yang digunakan biasanya kalimat non-formal, diselingi dengan emotikan di kalimatnya, berbentuk cerita, penyusunan kalimatnya tidak terlalu diperhatikan, dan tidak berusaha mendapatkan feedback.

Selain menggunakan logika ekspresif, beberapa konten dakwah yang diunggah dalam akun instagram @cerita.jarrah juga menggunakan logika konvensional dalam pengelolaan pesannya. Di mana, pesan yang dibentuk dalam konten yang diunggah sesuai dengan aturan yang sudah ada. Dalam pesan atau konten dakwah maka salah satu indikator dari pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika konvensional yaitu pesan yang mencantumkan ayat Al-Quran ataupun Hadits dan juga berupa perkataan ulama. Pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika konvensional biasanya menggunakan komunikasi yang sopan dan juga lembut serta mengikuti aturan dari suatu kelompok tertentu. Aturan kelompok tertentu artinya pesan pada konten dakwah memiliki aturan yang berlaku yaitu aturan-aturan yang berkaitan dengan ajaran Islam. Berdasarkan analisis penulis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah banyak pesan yang dibentuk penulis dengan menggunakan logika konvensional. Pesan yang dibentuk dengan logika konvensional dalam kepenulisannya memiliki beberapa ciri atau kode, di antaranya yaitu; biasanya menggunakan bahasa yang formal, pesannya berupa kalimat kutipan tokoh, atau berupa potongan ayat Al-Quran dan Hadits.

Selain pengelolaan pesan dengan menggunakan logika ekspresif dan logika konvensional, beberapa pesan yang dibentuk dalam konten dakwah akun instagram @cerita.jarrah juga menggunakan logika retorika. Di mana, biasanya pesan yang dibentuk lebih halus dan berwawasan. Pesan yang dibentuk dengan menggunakan logika retorika ini salah satunya memiliki tujuan untuk menggiring opini dari penerima pesan dan menciptakan suatu konsep. Seseorang yang menggunakan logika retorika ini cenderung mengganbarkan pesannya agar menciptakan persuasi. Berdasarkan analisis, dalam unggahan konten dakwah di akun instagram @cerita.jarrah tidak sedikit juga yang menggunakan logika retorika untuk membentuk pesannya. Pesan yang dibentuk dengan logika retorika dalam kepenulisannya memiliki beberapa ciri atau kode, di antaranya yaitu; menggunakan kalimat yang bahasanya menarik perhatian dan lembut, menggunakan kalimat pertanyaan, menggunakan kalimat sebab akibat, atau juga berupa slogan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2019). Pengantar Ilmu Dakwah. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Awanda, V. S. (2021). Logika Desain Pesan Dakwah pada Konten Akun Instagram @saridezra, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Chanifah. (2019). Produksi Logika Desain Pesan pada Akun Instagram Selebgram dalam Menciptakan Konten Life Style, jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Diskominfo. (2020). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Fakhruraji, M. (2011). Islam Digital: Ekspresi Islam di Internet. Bandung: Sajjad Publishing.
- Harahap. (2020). Penelitian Kualitatif. Medan: Wal Ashri Publishing. Hikmawati, F. (2020). Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Pers.
- Ismail, N. dkk. (2018). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram dalam Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 3 (1), 22-45.
- Littlejohn, S. W. & Karen. (2011). Theoris of Human Communication. Long Grove Amerika: Waveland Press.
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu hingga Massa. Jakarta: Kencana.
- Permana, D. A. & Alfian. (2020). Strategi Pengelolaan Pesan Dakwah Kepada
- Mad'u dalam Film "Guru-guru Gokil" dalam Jurnal Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 8 (1).
- Rabbani, A. (2020). Pengertian Pesan, Unsur, Proses Pengiriman, dan Jenisnya, diakses 17 Maret 2024, dari <https://www.sosial79.com/2020/08/pengertian-pesan-unsurproses.html?m=1>.
- Rahayu, F. S. (2022). Perlunya konten dakwah di Media sosial, diakses 20 Maret 2024, dari <https://fpsc.uis.ac.id/blog/2022/08/18/media-sosial-media-dakwah/>
- Ridwan, A. (2022). Filsafat dan Etika Dakwah. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Ridwan, A. (2011). Ragam Khitobah Ta'tsiriyyah; Sebuah Telaah Ontologis dalam Jurnal Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 5 (17), 197-232.
- Rustandi, R. (2022). The tabligh language of the millennial generation in social media: Analysis of popular Islamic account framing dalam Jurnal Ilmu Dakwah, 42 (1), 1-21.
- Salam, A. A. dkk. (2021). Media Sosial Penyampai Pesan Dakwah di Era Digital. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Sobur, A. (2014). Ensiklopedia Komunikasi A-I. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Vardiansyah, D. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wahyudin, A. (2012). Efisteme Dakwatologi Komunikasi (Menakar Komunikasi Islam dalam Epsitemologi Triangular Relationship), dalam Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 6 (2). doi: 10.15575/idajhs.v6i2.334.

