

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bahrani, A., & Patel, D. (2015). Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms. *The Journal of Economic Education*, 46(1), 56–67.
- Arabi, K. S. (2017). *Dakwah Dengan Cerdas*. Yogyakarta : Laksana
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta; PT. Rineka Cipta
- Aripudin, A. (2011). *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Aripudin, D. A. (2012). *Dakwah Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Athik Hidayatul Ummah, *Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*, Skripsi (Online), (Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram,2020), Hlm. 61
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Bandung: Prenada Media
- Clark, D. D. (2018). *Designing An Internet*.
- Deddy Mulyana, *Nuansa-Nuansa Komunikasi Meneropong Politik dan Budaya*, (Bandung : PT Remaja Rosdakara, 2005), h. 129
- Faris Yaasir ADY, *Proses Produksi Video untuk Konten Media Sosial di Bagian Humas LLDIKTI III Wilayah Jakarta*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2020), ringkasan.
- Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2015), Hlm. 6
- H M Amin Haedari dan Abdullah Hanif (ed), *Masa depan Pesantren Dalam Tantangan Modernitaas aadan Tantangan Kompleksitas Global*, cetakan pertama. (IRD Press, 2004). Hal. 25.

Hakiki, R. (2016). Dakwah di Media Sosial (Etnografi Visual Pada Fanpage

<https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIDISI74November2020.pdf>

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

<https://kemenag.go.id/opini/ormas-keagamaan-benteng-keutuhan-bangsa-4j7wWm>

Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya Offset.

Ita Musfirowati Hanika, “ Fenomena Phubbing Di Era Milenia (Keterangan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya), Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi 4, no.1 (2015): 42 – 51

Karman, Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi, (Jakarta : Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 2014), h. 86

Kola, A. J. (2018). Mobile-Learning (M-Learning) through WhatsApp Messaging, Facebook, and YouTube, Nigeria. Education Journal, 1(3), 111.<https://doi.org/10.31058/j.edu.2018.13008>

Moh. Ali Aziz, 2004, Ilmu Dakwah, Jakarta: Prenada Media.

Mohammad Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004), Hlm. 407

Muhammad Qadaruddin Abdulla, Pengantar Ilmu Dakwah, (Pasuruan : Qiar Media, 2019), Hlm 2

Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana

Nasrullah, Rulli. Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet), Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019

New York : Routledge Gillmor,(2004).We The Media. California: O'Reilly Media,Inc

- Nurfitri, Perilaku Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial dan Terapan,(Semarang: Jurnal Buletin Psikologi,2017), h.37
- Nurlira Goncing, “Politik Nahdlatul Ulama dan Orde Baru”, *The Politics: Jurnal Magister Ilmu Politik UNHAS*, Vol. 1, N. 1, 2015, h. 67-68
- Palupi, R. dkk. (2021) “Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup Whatsapp sebagai Media Pembelajaran. *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53–
- Puteh, M. J., & Saifullah. (2000). *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, Yogyakarta. Pustaka Belajar
- Pratiwi, C. S. (2022). Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital. *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, <https://jisab.iaiq.ac.id/index.php/kpi/article/view/16/>.
- Ramadhan, *Dakwah Virtual Sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi*, (Kudus : Jurnal Ilmu Aqiqah dan Studi Keagamaan, 2019), h. 136
- Rifki Zamzam Mustaffa, *TikTok Sebagai Konstruksi Identitas Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia*, (Bandung : Jurnal Institut Teknologi
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 16
- Sa’ad, Baharun, Istifa, *Simulakra Bahasa Agama Da’i Millennial di Media “TikTok”*, (Surabaya : Jurnal Komunikasi Islam, 2020), h. 240
- Samsul Munir Amin, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah
- Sarif Hidayat. (2017). Pengaruh Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Simetris*, Vol 8 No 2.

- Sasono, Adi. 1987, Solusi Islam atas Problematika Umat. Cet.I. Jakarta: Gema Insani Press,
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Syamsuriyah, Tantangan Dakwah di Era Milenial, (Makassar : Jurnal Ilmiah Islamic Resource, 2019), h. 168
- Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI, (Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, 2014), h. 33-34
- Utami, Nujiana, Hidayat. (2021). Aplikasi TikTok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. Subang : Jurnal Ilmu Komunikasi
- Wahid, A. (2019). Masjid di Era Milenial: Arah Baru Literasi Keagamaan. Jakarta: Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.
- Watie, Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media), (Semarang : Jurnal The Messenger, 2011) h. 70