

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatillah, N. (2017). *Dakwah Dinamis di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)*. *An-Nida': Jurnal Pemikiran Islam*, 41 (2), 29–43.
- Bisma, reindra prasista, & Hadi, effed darta. (2024). Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Sarjanawiyata Tamansiswa Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 168–184. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.276>
- DAHLIA, S. (2021). *STRATEGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN MINAT MEMBACA AL-QURAN PADA REMAJA DI TPQ NURUL HUDA DESA SARI KECAMATAN SAPE KABUPATEN BIMA*. Universitas_Muhammadiyah_Mataram.
- Dedi Mahyudi, M. P. ., & A. (2016). Pendekatan Antropologi dan Sosiologi dalam Studi Islam. *Ihya Al-Arabiya*, 2(2), 205–228.
- Fahma, A. H., & Darwis, M. (2020). Eksistensi Para “Gus” di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(2), 138. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.655>
- Farida, F. (n.d.). *KERAGAMAN MEDIA DAKWAH SEBAGAI PEMBENTUKAN KEPERIBADIAN MUSLIM (Pemahaman terhadap Etika Komunikasi)*.
- Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hamriani, H. M. (2013). Organisasi dalam manajemen dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(2), 239–249.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*.
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Al-*

- Munqidz : Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1), 104–118.
<https://doi.org/10.52802/amk.v8i1.190>
- Kumolo, I. C. (2021). Strategi Dakwah Program “Bincang Ringan Angkringan” di Yufid TV. *Jurnal Audiens*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.10205>
- Mahmud, A. (2020). Hakikat Manajemen Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 5(1), 65–76.
- Muktaf, Z. M. (2016). Paradigma Klasik dan Paradigma Alternatif dalam sebuah Penelitian. *Repository Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2013, 1–5.
- Nur Khasanah, N. (2019). Teori S-O-R. *Repository Universitas Semarang*, 1, 105–112.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(2), 87–99.
- Qadaruddin, M. (2013). Teori komunikasi media massa. *Teori Komunikasi Media Massa*, 1996, 1. [http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA .pdf](http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI%20KOMUNIKASI%20MEDIA%20MASSA.pdf)
- Rahmat abidin, A., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74–90.
<https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Richter, L. E., Carlos, A., & Beber, D. M. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title.
- Surbakti, M. F. A., Mutiawati, M., & Ritonga, H. J. (2023). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital. *Al-DYAS*, 2(2), 298–306. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153>

- Sutrisno, E. (2020). Moderasi Dakwah di Era Digital dalam Upaya Membangun Peradaban Baru. *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 1(1), 56–83.
- Ummah, A. H., Khairul Khatoni, M., & Khairurromadhan, M. (2020). *Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. Komunike*, 12 (2), 210–234.
- Widiyanti, H., & Andjariani, E. W. (2017). PENGAWALAN PROGRAM JALASAH RUHIYAH DAN PENGEMBANGAN POTENSI DIRI UNTUK MENINGKATKAN PENCAPAIAN SHALAT LIMA WAKTU DAN TEPAT WAKTU. *Jurnal Edukasi*, 3(2), 205–215.