

DAFTAR PUSTAKA

- Adipura, W. M. (2008). *Metodologi Riset Komunikasi: Panduan untuk Melakukan Penelitian Komunikasi*. (P. Narendra, Penyunt.) Yogyakarta: Balai Kajian dan Pengembangan Informasi Yogyakarta dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer Yogyakarta.
- Al-Faruqi, I. R. (2000). *Menjelajah Atlas Dunia Islam*. Bandung: Mizan.
- Al-Hazimi, K. B. (2000). *Ushul At-tarbiyah al-islamiyyah*. Madinah: Dar Al-Alam Al-Kutub.
- Arikunto, S. (1989). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Astrid, S. (1997). *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.
- Aziz, M. A. (2001). *Ilmu Dakwah*. gamedia.
- Bungin, R. (2010). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- dkk, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Makassar: Alauddin Press.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada media Group.
- Fauziyah, M. (2006). *Urgensi Media Dan Dakwah*. Yogyakarta: AK Group.
- Ghazali, M. B. (1997). *Da'wah Komunikasi Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Da'wah*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Ilahi, M. M. (2009). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- KAMALUDDIN. (2016). PESAN DAKWAH. *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 02(2), 37-58.
- Lubis, B. (1992). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: CV.Tursina.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2009). *Manajemen Dakwah*, cetakan kedua, kencana.
- Moch.Fakhruroji. (2017). *Dakwah di era media baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- N, P. S. (2017). PENGARUH IKLAN NOVEL CRITICAL ELEVEN DI INSTAGRAM. 16.
- N, P. S. (2017). PENGARUH IKLAN NOVEL CRITICAL ELEVEN DI INSTAGRAM. 8.
- Poernomo, H. U. (1996). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah, Cet. Ke-II*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, H. N. (2010). *Meniti Kalam Kerukunan*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.

- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, cet.XXI*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, E. H. (2018). *Komunikasi Manusia: Teori dan Praktik Dalam Penyampaian Gagasan Ed. 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Syamsuddin. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Syarifuddin, A. (2008). *Usul Fiqih 1*. Jakarta: Kencana.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media.
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh), Volume 1 (01)*, 1-8.
- Wajidi, F. (1993). Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi. Dalam K. Krippendorff, *Content Analysis: Introduction to its theory and methodology*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Walizer, H. (2007). *Metode dan Analisis Penelitian Mencari Hubungan*. Jakarta: Erlangga.
- Yasser Arafat, G. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis. *Jurnal Alhadrahah, 17(33)*, 33.

Website:

- <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- <https://www.studocu.com/id/document/universitas-muhammadiyah-yogyakarta/media-komunikasi-dakwah/instagram-sebagai-media-dakwah/46359227>
- <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- <https://jateng.kemenag.go.id/berita/7-kunci-kebahagiaan-menurut-al-quran/>
- <https://ntb.kemenag.go.id/baca/1610424660/cara-mengikhlaskan-jika-kehilangan-titipan-allah>