



PERSPEKTIF MAHASISWA KPI UIN JAKARTA PADA ISI PESAN TAYANGAN DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW DI YOUTUBE

**Khilda Nurrohmah¹, Muhammad Azmi Junaidi², Muhammad Fitra Aulia Ramadhan³,
Jumroni⁴**

khildaaida4@gmail.com¹, mazmijunaidi65@gmail.com², fitraaulia2203@gmail.com³,
jumroni@uinjkt.ac.id⁴

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif mahasiswa KPI UIN Jakarta terhadap isi pesan tayangan dakwah Ustadz Felix SiauW di YouTube. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai isi pesan dakwah dan sejauh mana pesan tersebut berpengaruh terhadap pola pikir dan sikap keagamaan mereka. Temuan penelitian menunjukkan bahwa respon mahasiswa sangat beragam. Sebagian mahasiswa menerima sepenuhnya pesan dakwah karena dinilai relevan dan memotivasi identitas keislaman. Sebagian lainnya bersikap selektif dengan menyesuaikan isi dakwah dengan nilai-nilai pribadi, sementara sebagian mahasiswa menolak sebagian isi atau gaya dakwah yang dianggap kurang inklusif. Penelitian ini juga menemukan bahwa YouTube sebagai media dakwah dipandang efektif dalam menjangkau audiens generasi muda berkat format visual yang menarik, meskipun efektivitasnya bergantung pada sikap kritis penonton. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pendakwah agar terus mengembangkan strategi dakwah digital yang adaptif, dialogis, dan sesuai dengan karakteristik audiens masa kini.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Resepsi Mahasiswa, Youtube Sebagai Media Dakwah.

PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah individu yang secara resmi terdaftar dalam suatu institusi pendidikan tinggi dan sedang mengikuti proses pembelajaran guna mengembangkan potensi akademik, keterampilan, serta kepribadian untuk mencapai tingkat pendidikan tertentu. Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi yang memiliki tanggung jawab untuk belajar secara mandiri dan aktif dalam lingkungan akademik.¹ Selain itu, mahasiswa adalah agen perubahan (agent of change) yang memiliki tanggung jawab sosial, moral, dan intelektual dalam pembangunan masyarakat dan bangsa melalui pengembangan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai karakter.²

Mahasiswa merupakan bagian dari generasi digital yang aktif menggunakan media sosial, termasuk youtube, sebagai sarana hiburan, informasi, dan eksplorasi. Mahasiswa memanfaatkan media digital ini tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran dan pengembangan diri. dalam konteks dakwah islam, youtube menjadi salah satu media yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda seperti mahasiswa.

¹ Sugihartono, *Psikologi Pendidikan*, 2007.

² Wibowo, "Komunikasi Organisasi Dan Iklim Organisasi," *Jurnal Komunikasi dan Bisnis* 10, no. 2 (2019).

Mahasiswa juga cenderung lebih kritis dalam menilai konten media sosial. Mereka mempertimbangkan pengalaman pribadi, nilai, dan kepercayaan mereka daripada menerima semua informasi dengan segera. Latar belakang pendidikan mereka dan akses mereka terhadap berbagai sumber informasi baik dari institusi akademik maupun media sosial lainnya. Selain itu, mahasiswa cenderung berbicara tentang dakwah yang mereka tonton dengan teman sekelas mereka, baik secara langsung maupun melalui forum digital. Hal ini membantu mereka memperluas pandangan dan pemahaman mereka tentang masalah keislaman.

Dakwah merupakan segala aktifitas yang berhubungan dengan kegiatan mengajak orang kepada hal kebaikan. Sedangkan Konten merupakan sebuah media atau wadah untuk menuangkan pesan dakwah yang ingin disampaikan. Konten dakwah dapat dimaknai sebagai segala jenis konten yang dilaksanakan secara digital yang isinya berisi nilai-nilai, ajaran, dan prinsip kehidupan yang berkaitan dengan nilai-nilai religius. Konten dakwah yang disajikan di masa sekarang sangat beragam. Perkembangan zaman memberikan para pendakwah banyak pilihan dalam menyampaikan konten dakwahnya. Banyaknya pilihan media sosial seperti Youtube, Instagram dan Tiktok juga menjadikan para pendakwah tertarik untuk menyampaikan dakwah melalui internet.³

Ustadz Felix Siauw adalah seorang pendakwah kondang yang kini namanya sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya sangat dikenal oleh anak muda. Walaupun beliau tidak terlahir sebagai muslim dan terhitung sebagai muallaf namun ilmu pengetahuannya tentang dunia islam sangat dalam. Salah satu kekuatan utama dalam strategi dakwahnya adalah penguasaan ilmu di bidang sejarah. Penyampaian isi dakwahnya yang dilakukan secara digital dan format konten dakwahnya yang disesuaikan dengan kebiasaan dan kesukaan anak muda, membuat konten dakwahnya mudah diterima oleh masyarakat khususnya anak muda.

Ustadz Felix Siauw sendiri sangat aktif berdakwah di berbagai macam platform. Namun dalam penelitian ini kami akan berfokus pada konten dakwah Ustadz Felix Siauw di platform Youtube. Dalam akun youtubanya yang bernama @felixsiauw1453, beliau secara konsisten mengupload berbagai macam konten dakwah dengan tema yang beragam. Dalam kontennya beliau juga sering mengangkat isu-isu sosial yang sedang terjadi, selain itu beliau juga sering mengundang berbagai narasumber dengan latar belakang yang berbeda. Pembahasan yang dilakukan oleh beliau dengan cara santai dan menghibur membuat konten dakwahnya mudah dipahami dan diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa.

Platform YouTube merupakan platform berbagi video terbesar di dunia yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan konten video berbagai genre, mulai dari hiburan hingga pendidikan. Diluncurkan pada tahun 2005 dan kini menjadi milik Google, YouTube tidak hanya menjadi tempat hiburan, tapi juga bertransformasi menjadi ruang edukasi, dakwah, dan opini publik yang sangat berpengaruh.⁴

Dalam konteks tayangan dakwah, YouTube menjadi platform strategis bagi para tokoh agama seperti Ustadz Felix Siauw dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Tayangan dakwah di YouTube tidak lagi terbatas pada bentuk ceramah konvensional, tetapi telah bertransformasi menjadi video yang dikemas dengan narasi, visual, grafis, bahkan dialog interaktif. Hal ini memperkuat gagasan Manuel Castells bahwa media digital telah

³ Romadlany Zakiah, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Study Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid," *Jurnal ushuluddin dan Ilmu Keislaman* 5, no. 1 (2019).

⁴ Statista, "Number of YouTube Users Worldwide from 2016 to 2023" (2023).

melahirkan *networked communication* dimana wacana keagamaan tersebar secara horizontal dan dapat diakses lintas wilayah serta generasi.⁵

Selain itu, YouTube memungkinkan pendakwah seperti Felix Siauw untuk membuat personal branding untuk dakwah dengan memadukan gaya komunikasi mereka, gaya visual, dan tema konten. Dengan fitur seperti kolom komentar, chat live, dan analitik pelanggan, audiens dapat berinteraksi dan terlibat secara langsung. Ini memungkinkan *feedback* instan dan hubungan yang lebih dekat dengan jamaah digital. Menurut Lim (2017), ruang seperti ini menciptakan bentuk baru dari otoritas keagamaan yang tidak hanya berbasis pada institusi, tapi juga pada popularitas dan keterlibatan di ruang daring.⁶ Berdasarkan konteks tersebut penelitian ini diberi judul “Perspektif Mahasiswa Pada Isi Pesan Tayangan Dakwah Ustadz Felix Siauw di Youtube”.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma Konstruktivis. Dalam paradigma ini peneliti memposisikan diri bukan sebagai penguji atau peneliti realitas yang objektif, tetapi sebagai pihak yang mencari makna-makna yang subjektif yang ada dalam pikiran responden.⁷ Dari sudut pandang ontologis, aliran ini berpendapat bahwa realitas terdiri dari berbagai bentuk konstruksi mental yang dibentuk oleh pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta bergantung pada individu yang mengalaminya.

Penggunaan pendekatan ini sangat tepat digunakan karena dapat menjadi alat bantu untuk peneliti dalam memahami bagaimana respon para responden yang menggunakan media sosial, khususnya penonton aktif akun YouTube @FelixSiauw1453 dalam membentuk perspektif mereka terhadap tayangan dakwah yang ditonton. Dalam pendekatan ini realitas tidak bersifat tunggal atau objektif, melainkan terkonstruksi secara subjektif oleh setiap individunya, hal ini dapat terjadi karena perbedaan latar belakang, pengalaman dan nilai-nilai yang mereka percayai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa perspektif mahasiswa terhadap isi pesan dakwah Ustadz Felix Siauw di YouTube sangat beragam dan mencerminkan latar belakang serta preferensi dakwah masing-masing individu. Secara umum, mahasiswa terbagi ke dalam tiga kategori respon terhadap isi dakwah yang disampaikan.

Respon pertama ditunjukkan oleh mahasiswa seperti Fata, yang menganggap bahwa pesan-pesan dakwah Ustadz Felix sangat relevan dengan kehidupan mahasiswa saat ini. Ia menilai bahwa gaya penyampaian yang tegas dan sistematis membantu dirinya memahami nilai-nilai Islam secara lebih praktis dalam konteks kehidupan kampus. Nilai-nilai seperti identitas Islam, moralitas, dan semangat hijrah dianggap menjadi kekuatan utama dalam konten dakwah tersebut.

Berbeda dengan Fata, Akmal menunjukkan sikap yang lebih selektif dan moderat. Ia mengapresiasi sebagian pesan dakwah yang dianggap relevan, terutama yang menyangkut akhlak dan kehidupan sosial. Namun, Akmal juga merasa bahwa pendekatan dakwah Ustadz Felix kadang terlalu keras dan tidak fleksibel terhadap keragaman realitas mahasiswa. Oleh karena itu, ia lebih memilih untuk mengambil bagian yang cocok dengan dirinya dan melengkapi pemahamannya dengan penceramah lain yang lebih reflektif.

⁵ M Castells, “Communication Power,” *Oxford: Oxford University Press*. (2011).

⁶ M Lim and Hill & Sen, “Archipelago Online: The Internet and Political Activism in Indonesia. In Hill & Sen (Eds.), *The Internet in Indonesia’s New Democracy*,” *Routledge*. (2017).

⁷ John W Creswell, “Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches,” *Thousand Oaks* (2014): 37–38.

Sementara itu, Naufal mewakili kelompok mahasiswa yang cenderung kritis terhadap pendekatan dakwah Ustadz Felix. Ia menganggap gaya dakwah yang konfrontatif dan dogmatis tidak cocok dengan dirinya yang lebih menyukai pendekatan terbuka dan inklusif. Meskipun mengakui bahwa sebagian mahasiswa mungkin merasa terinspirasi, Naufal lebih nyaman dengan metode dakwah yang membangun ruang dialog dan menghargai keberagaman berpikir.

Dalam konteks media penyampaian, yaitu YouTube, respon mahasiswa juga beragam. Fata menyatakan bahwa format video sangat membantu dalam memahami pesan dakwah karena visual, audio, dan ilustrasi yang digunakan mempermudah penyerapan pesan. Baginya, YouTube adalah media efektif dan sesuai dengan gaya belajar generasi muda.

Akmal pun setuju bahwa YouTube memberikan kemudahan akses dan pemahaman awal. Namun, ia mengingatkan bahwa keterbatasan durasi dan kedalaman konten menuntut mahasiswa untuk tetap mencari referensi tambahan. Ini menunjukkan bahwa meskipun YouTube memudahkan, efektivitasnya tetap tergantung pada sikap kritis penonton.

Sebaliknya, Naufal meragukan efektivitas format video YouTube. Ia menilai bahwa konten yang diedit atau diarahkan secara naratif bisa mengurangi ruang berpikir kritis. Naufal lebih memilih pendekatan lain seperti membaca dan diskusi langsung yang memungkinkan eksplorasi makna lebih dalam dan tidak terpaku pada satu sudut pandang.

Kesimpulan Hasil Temuan

1. Respon terhadap pesan dakwah Ustadz Felix Siauw di kalangan mahasiswa sangat beragam, mencerminkan perbedaan latar belakang, preferensi dakwah, serta posisi ideologis terhadap konten keagamaan di media sosial.
2. Mahasiswa terbagi ke dalam tiga kategori respon utama berdasarkan *Reception Theory*:
 - 1) Dominant-Hegemonic Position (Fata): Menerima penuh isi dakwah Ustadz Felix sebagai relevan dan bermanfaat dalam kehidupan kampus, terutama dalam hal pembentukan identitas, moralitas, dan semangat hijrah.
 - 2) Negotiated Position (Akmal): Menunjukkan sikap selektif dengan menerima sebagian isi dakwah yang sesuai, namun juga mengkritisi pendekatan yang dirasa terlalu keras atau tidak kontekstual dengan keberagaman mahasiswa.
 - 3) Oppositional Position (Naufal): Menolak gaya dakwah yang konfrontatif dan dogmatis, serta lebih memilih pendekatan yang terbuka, reflektif, dan dialogis dalam memahami ajaran Islam.
3. Gaya penyampaian Ustadz Felix Siauw menjadi faktor utama dalam memengaruhi persepsi mahasiswa:

Bagi sebagian mahasiswa (seperti Fata), gaya tegas dan sistematis dianggap sebagai kekuatan. Bagi mahasiswa lain (seperti Naufal), gaya tersebut dianggap terlalu kaku dan kurang inklusif.
4. Media penyampaian dakwah, yaitu YouTube, juga menghasilkan respon yang beragam:
 - 1) Fata menganggap format video sangat efektif karena mendukung pemahaman melalui kombinasi visual, audio, dan ilustrasi.
 - 2) Akmal menganggap YouTube memudahkan akses awal, tetapi perlu disertai dengan sikap kritis dan pencarian sumber lain untuk pemahaman yang lebih utuh.
 - 3) Naufal menilai format video YouTube berpotensi membatasi ruang berpikir kritis karena sifatnya yang naratif dan sering kali satu arah, sehingga lebih memilih metode lain seperti membaca dan diskusi langsung.
5. Sikap mahasiswa terhadap dakwah di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh format dan cara penyampaiannya, yang menunjukkan pentingnya pendekatan komunikatif yang inklusif, reflektif, dan membuka ruang interpretasi

Pembahasan Hasil

Hasil wawancara dengan tiga mahasiswa menunjukkan bahwa resepsi mahasiswa terhadap isi pesan dakwah Ustadz Felix Siauw di YouTube dipengaruhi oleh konteks kehidupan mereka sebagai generasi muda digital. Hal ini sejalan dengan gagasan Stuart Hall (1980) dalam Reception Theory, bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif menafsirkan pesan media sesuai pengalaman dan nilai pribadi.⁸

Pertama, Fata berpendapat bahwa isi pesan dakwah Ustadz Felix sangat relevan dengan realitas mahasiswa. Topik-topik seputar pergaulan, hijrah, hingga tantangan menjaga iman di kampus dinilai Fata membantunya mempertahankan identitas keislaman. Temuan ini mendukung penelitian Arifin Suryo Tri Anggoro (2018), yang menyatakan gaya dakwah Ustadz Felix yang lugas, tegas, dan dekat dengan isu kekinian, mampu menarik perhatian generasi muda.⁹ Dengan demikian, pada posisi dominan (dominant-hegemonic position), audiens seperti Fata menerima isi pesan sesuai maksud sang pendakwah.

Berbeda dengan Fata, Akmal menunjukkan sikap selektif dalam membandingkan dakwah Ustadz Felix dengan penceramah lain di media sosial. Bagi Akmal, kelebihan Ustadz Felix terletak pada cara mengemas isu-isu anak muda secara nyata, meskipun pendekatannya kadang terkesan frontal. Hal ini menunjukkan posisi negosiasi (negotiated position), di mana Akmal menerima sebagian isi pesan sambil menyesuaikannya dengan nilai-nilai pribadi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Annazmi Rizkita (2023), yang menekankan bahwa strategi dakwah digital efektif bila mampu memadukan keunikan konten dengan pemahaman audiens.¹⁰

Sementara itu, Naufal lebih menyoroati aspek media. Ia menilai bahwa format video YouTube memang membantu mahasiswa memahami pesan dakwah, sebab visual, teks, dan narasi menarik lebih mudah dicerna dibanding teks panjang. Namun, Naufal juga menunjukkan sikap kritis dengan memilih format lain seperti diskusi langsung untuk pendalaman makna. Hal ini mendukung posisi oposisi (oppositional position) menurut Hall, di mana audiens bisa menolak sebagian metode karena dinilai tidak sesuai preferensi berpikirnya.¹¹

Temuan ini menguatkan argumen Castells (2011) bahwa media digital melahirkan networked communication yang memungkinkan wacana keagamaan tersebar secara horizontal lintas generasi.¹² YouTube, sebagai media dakwah, memberikan ruang bagi personal branding pendakwah seperti Ustadz Felix Siauw (Lim, 2017), sehingga hubungan dengan jamaah digital terjalin lebih interaktif melalui kolom komentar, live chat, dan fitur replay.¹³

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa:

1. Isi pesan dakwah Ustadz Felix Siauw dipersepsi relevan karena kontekstual dengan tantangan mahasiswa.
2. Gaya penyampaian tegas dan pendekatan visual di YouTube mempermudah pemahaman, meskipun efektivitasnya tetap bergantung pada sikap kritis penonton.
3. Mahasiswa memposisikan diri aktif dalam menafsirkan dakwah digital, sesuai dengan

⁸ Hall, "Culture, Media, Language."

⁹ Arifin Suryo Tri Anggoro, "Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Dalam Siaran Dakwah Melalui Instagram @Felixsiauw Tahun 2018," *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. (n.d.).

¹⁰ Annazmi Rizkita, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah Felix Siauw: Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Dakwah Di Organisasi Dakwah Communication Center (DCC) Al-Fatih Tahun 2023.," *UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. (n.d.).

¹¹ Hall, "Culture, Media, Language."

¹² Castells, "Communication Power."

¹³ M. Lim and Hill & Sen, "Archipelago Online: The Internet and Political Activism in Indonesia, The Internet in Indonesia's New Democracy." (2017).

prinsip Teori Resepsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tayangan dakwah Ustadz Felix Siauw di YouTube memiliki daya tarik tersendiri bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa KPI UIN Jakarta. Isi pesan dakwah yang disampaikan dianggap relevan karena menyinggung isu-isu yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, seperti identitas keislaman, moralitas, dan semangat hijrah. Gaya penyampaian yang tegas, sistematis, dan didukung media visual yang menarik membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami.

Namun demikian, persepsi mahasiswa terhadap tayangan tersebut sangat beragam, sebagaimana diuraikan dalam Teori Resepsi Stuart Hall. Sebagian mahasiswa menunjukkan posisi dominan dengan menerima isi dakwah secara utuh karena sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini. Sebagian lainnya berada pada posisi negosiasi dengan hanya menerima sebagian pesan yang relevan dan melengkapinya dengan referensi lain.

Adapun sebagian mahasiswa lainnya berada pada posisi oposisi, yakni menolak sebagian isi atau gaya dakwah karena dianggap terlalu konfrontatif dan tidak inklusif. YouTube sebagai media dakwah dinilai efektif dalam mendukung penyebaran pesan keagamaan secara luas di kalangan generasi muda. Meskipun demikian, efektivitas media digital ini tetap bergantung pada sikap kritis dan literasi digital mahasiswa sebagai audiens aktif. Penelitian ini menegaskan bahwa mahasiswa tidak sekadar menjadi penerima pasif, tetapi mampu memaknai pesan sesuai latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan kebutuhan spiritualnya. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan dakwah melalui media digital menuntut strategi komunikasi yang adaptif, dialogis, dan sensitif terhadap keberagaman audiens.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai masukan bagi pihak-pihak terkait. Pertama, bagi para pendakwah, khususnya Ustadz Felix Siauw dan tim kreatifnya, diharapkan dapat terus mengembangkan strategi penyampaian dakwah yang lebih inklusif dan membuka ruang dialog dua arah, agar pesan-pesan dakwah tidak hanya dipahami secara literal tetapi juga dapat dimaknai secara mendalam sesuai kebutuhan audiens.

Kedua, para mahasiswa sebagai penonton aktif diharapkan dapat terus meningkatkan literasi digital dan sikap kritis dalam mengonsumsi konten dakwah di media sosial. Hal ini penting agar mahasiswa dapat menyeleksi dan memaknai isi pesan secara bijak, serta mampu memadukan berbagai perspektif keagamaan yang lebih moderat dan kontekstual.

Ketiga, bagi pihak akademisi dan peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengkaji fenomena dakwah digital yang semakin berkembang. Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan melibatkan audiens yang lebih beragam, pendekatan metode yang lebih mendalam, atau membandingkan efektivitas berbagai platform digital dalam menyebarkan dakwah Islam.

Dengan demikian, upaya penguatan literasi keagamaan di era digital dapat terus diupayakan secara kolaboratif antara pendakwah, audiens, dan institusi pendidikan, agar dakwah Islam senantiasa relevan, moderat, dan berkontributif bagi pembangunan karakter generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin Suryo Tri Anggoro. "Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Dalam Siaran Dakwah Melalui Instagram @Felixsiauw Tahun 2018." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. (n.d.).
Castells, M. "Communication Power." Oxford: Oxford University Press. (2011).

- Creswell, John W. "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches." Thousand Oaks (2014): 37–38.
- Hall, Stuart. "Culture, Media, Language" (1980): 128–130.
- Lim, M, and Hill & Sen. "Archipelago Online: The Internet and Political Activism in Indonesia. In Hill & Sen (Eds.), *The Internet in Indonesia's New Democracy*." Routledge. (2017).
- Lim, M., and Hill & Sen. "Archipelago Online: The Internet and Political Activism in Indonesia, *The Internet in Indonesia's New Democracy*." (2017).
- Rizkita, Annazmi. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah Felix Siauw: Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Dakwah Di Organisasi Dakwah Communication Center (DCC) Al-Fatih Tahun 2023." UIN Sultan Syarif Kasim Riau. (n.d.).
- Statista. "Number of YouTube Users Worldwide from 2016 to 2023" (2023).
- Sugihartono. *Psikologi Pendidikan*, 2007.
- Uswatun Khasanah. *Pengantar Mikroteaching*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Wibowo. "Komunikasi Organisasi Dan Iklim Organisasi." *Jurnal Komunikasi dan Bisnis* 10, no. 2 (2019).
- Zakiyah, Romadlany. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Study Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Jurnal ushuluddin dan Ilmu Keislaman* 5, no. 1 (2019)