

**PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP DAKWAH DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah  
Pada Kanal *YouTube* “Dakwah Persatuan Islam”)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat



oleh

**AGI FAJRI NURHOLIK**

**(1501745)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2020**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube “Dakwah Persatuan Islam”**” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 4 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan

Agi Fajri Nurholik

NIM. 1501745

**PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP DAKWAH DI MEDIA SOSIAL**  
**(Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah**  
**Pada Kanal *YouTube* “Dakwah Persatuan Islam”)**

oleh

**AGI FAJRI NURHOLIK**

NIM 1501745

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Agi Fajri Nurholik 2020

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang, skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**AGI FAJRI NURHOLIK**

NIM. 1501745

**PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP DAKWAH DI MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah**

**Pada Kanal *YouTube* “Dakwah Persatuan Islam”)**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



**Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si.**

NIP. 19700814 199402 1 001

Pembimbing II,



**Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.**

NIP. 198302152009121004

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, S.S., M.Si.**

NIP. 19850717 201404 1 001

## KATA PENGANTAR

Rahmat dan karunia Allah SWT telah menuntun penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dari proses penyusunan proposal hingga kini skripsi yang telah selesai. Rasa syukur yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada Allah SWT karena telah diberikan kekuatan, kegigihan, kelapangan, selama proses penyelesaian skripsi ini. Bagi peneliti proses dalam penyelesaian skripsi ini merupakan proses yang sangat menguras tenaga, emosi, dan pikiran yang sangat mendalam, sehingga tanpa rahmat dan karunia Allah SWT merupakan suatu yang mustahil bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat serta salam semoga selalu terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, para pengikutnya, hingga kepada kita semua umatnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini bermula dari rasa penasaran saya terhadap perkembangan dakwah yang kini telah merambah pada media baru yaitu media sosial. Penggunaan media sosial dalam berdakwah pun turut hadir pada lingkungan jemaah peneliti yang merupakan jemaah Persatuan Islam. Hadirnya dakwah Persatuan Islam di media sosial mungkin bukan hal yang baru, karena sudah dimulai sejak beberapa tahun belakangan, namun jika diperhatikan jumlahnya masih relatif sedikit jika dibandingkan dengan dakwah-dakwah lain yang sudah lebih dulu mengenal dakwah di media sosial. Sebagai suatu kelompok yang baru mengenal dan mulai masuk pada media dakwah baru jelas banyak tantangan dan hambatan yang terjadi dalam proses perjalanannya, masih banyak hal yang perlu dievaluasi dan diperbaiki untuk kedepannya agar terus dapat menyampaikan dakwah dengan lebih baik lagi.

Melalui penelitian ini, penulis mencoba untuk mengkaji bagaimana penerimaan khalayak terutama jemaah Persis itu sendiri terhadap dakwah di media sosial, khususnya penerimaannya terhadap kanal *YouTube* “Dakwah Persatuan Islam”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan komunikasi secara umum, khususnya dalam penerimaan khalayak, serta kajian keilmuan lainnya yang relevan. Peneliti pun berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya khususnya bagi masyarakat jemaah Persatuan Islam itu sendiri.

Agi Fajri Nurholik, 2020

*Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube “Dakwah Persatuan Islam”)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini tidak luput dari segala kekurangan dan kesalahan, respon dan timbal balik dari berbagai pihak jelas peneliti butuh kan untuk mendapatkan pandangan baru dari berbagai sudut pandang yang berbeda, baik itu sudut pandang dari ranah akademisi maupun sudut pandang masyarakat secara umum. Oleh sebab itu, kritik dan saran akan sangat membantu dalam mengembangkan kajian ini. Dengan segala kekurangan yang ada dalam diri peneliti, pun kekosongan ruang dalam penulisan skripsi ini, saya sampaikan permintaan maaf.

Sekali lagi, skripsi ini saya harap tidak hanya menjadi setumpuk kertas yang terletak disudut rak perpustakaan, tetapi mampu memberikan pandangan baru yang dapat bermanfaat bagi pengembangan kehidupan kemanusiaan secara holistik.

Bandung, 4 Agustus 2020

Penulis,

Agi Fajri Nurholik

NIM. 1501745

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta doa setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu selama perjuangan skripsi ini disusun.

1. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.A., selaku pimpinan Universitas Pendidikan Indonesia, juga jajaran pimpinan universitas lainnya, dari wakil rektor, hingga bagian-bagian biro tata usaha universitas yang telah membangun kampus tercinta ini menjadi kampus yang sangat berkesan bagi peneliti.
2. Dr. Agus Mulyana M.Hum., selaku pimpinan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah menjadikan fakultas sebagai tempat untuk mengembangkan ilmu, dan pengalaman yang sangat berguna bagi peneliti di masa yang akan datang.
3. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu, memberikan saran masukan, dan juga mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Ridwan Effendi M.Ed., selaku Demisioner Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu membimbing, memantau, dan juga peduli kepada seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi untuk terus dapat berprestasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan.
5. Vidi Sukmayadi, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah menjadi orang tua selama mengemban pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi. Ilmu, nasihat, dan pengalaman yang ada memberikan kenangan dan kesan tersendiri bagi peneliti selama berkuliah.
6. Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si. selaku pembimbing skripsi, yang telah memberikan banyak masukan sejak awal pembuatan skripsi ini hingga selesai.
7. Firman Aziz, M.Pd., selaku pembimbing skripsi. Beliau telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga kepada peneliti baik itu ilmu yang berkaitan dengan penelitian ini ataupun ilmu-ilmu lain selama mengemban pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi UPI.

8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPI yang telah sangat berjasa memberikan ilmu dan membentuk diri pribadi saya menjadi seseorang yang lebih baik saat ini.
9. Bapak Endang selaku staf akademik fakultas dan Pak Gugum selaku staf administrasi departemen yang telah membantu segala proses administrasi akademik, pada masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi.
10. Seluruh pihak yang terlibat langsung di dalam penelitian ini, Dika, Astri, Pak Opik, Ibu Nani, Bang Fadli, Teh Indah, Lengki, dan Teh Novi, yang telah berkenan berbagi cerita, informasi dan pengalamannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Juga kepada Bang Irman dan Ustad Anshor yang telah berkenan memberikan pandangan dan masukannya untuk melengkapi selesainya penelitian ini.
11. Kedua orang tua, Agus Supriatna dan Ai Ningsih yang telah menjadi sosok yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan keleluasaan yang seluas-luasnya bagi saya dalam proses pembuatan skripsi ini. Juga kepada Mughniy Mulki Prangesti, Daifan Rizki Priatna, Teh Dede, dan Anggia Rizki Permata yang telah menjadi teman dalam keseharian saya menemani proses penyusunan skripsi ini.
12. Berbagai wadah pengalaman yang telah membantu saya dalam mengembangkan potensi diri sehingga saya dapat menjadi Agi yang sekarang ini. UKM Satu Layar, dan Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Himikasi).
13. Teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini yang selalu bersama saling membantu dan mendukung agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 yang telah menjadi keluarga kedua saya selama kuliah hingga seterusnya. Banyak hal yang telah kita lalui bersama, berbagai kenangan sudah terukir bersama, semoga kelak kita semua dapat meraih cita-cita dan harapan kita masing-masing hingga akhirnya bertemu kembali di puncak kesuksesan. Suatu kebahagiaan tersendiri bagi saya dapat menjadi bagian dari keluarga besar Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 ini.



Semoga segala kebaikan yang saudara telah diberikan kepada saya,  
dilipatgandakan oleh Allah SWT, dan disertai keridaanNya.

Bandung, 4 Agustus 2020

Penulis,

Agi Fajri Nurholik

NIM. 1501745

## ABSTRAK

Agi Fajri Nurholik (1501745). **Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube “Dakwah Persatuan Islam”)**. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi FPIPS UPI, Bandung (2020).

Dakwah telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan tersebut, dimulai dari faktor jumlah pengikut dakwah, metode dakwah, dan juga dari pergerakan jemaah yang mengusung dakwah itu sendiri. Perkembangan zaman, kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi pun menjadi salah satu faktor utama perkembangan dakwah saat ini. Hingga akhirnya menuntut dakwah untuk dapat dikemas lebih efisien dan menarik sehingga mudah dijangkau oleh *mad'u* atau komunikasi dakwah. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana penerimaan jemaah (komunikasi dakwah) Persatuan Islam (Persis) pimpinan jemaah (PJ) Baleendah terhadap penggunaan media sosial *YouTube* dalam dakwah, pada kanal “Dakwah Persatuan Islam”. Penelitian ini fokus kepada hasil pemaknaan konotatif, denotatif, melalui empat mode utama transparan, referensial, termediasi, dan diskursif yang dilakukan oleh para jemaah Persatuan Islam, terhadap penggunaan media sosial *YouTube* dalam dakwah, pada kanal “Dakwah Persatuan Islam”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan dan metode tersebut merupakan pendekatan dan metode yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mendalami empat mode utama ini, kita tidak dapat mengimplikasikan bahwa semua khalayak adalah transparan, referensial, termediasi, atau diskursif, melalui empat mode tersebut. Karena apa yang terjadi di lapangan peneliti melihat terjadi sebuah proses tipologi dari mode penerimaan khalayak, yang mana khalayak melakukan penerimaan dengan mode tertentu pada saat tertentu dari setiap khalayak yang berbeda.

**Kata kunci:** Penerimaan khalayak, dakwah media sosial, transparan, referensial, termediasi, diskursif, Persatuan Islam, PJ Baleendah.

## ABSTRACT

Agi Fajri Nurholik (1501745). *Audience Receptions of Da'wah on Social Media (Case Study of Receptions of Jama'at Persis PJ Persis Baleendah On YouTube Channel "Dakwah Persatuan Islam")*. Undergraduate Thesis of the Communications Study Program FPIPS UPI, Bandung (2020).

*Da'wah has experienced very significant development. Many factors influence the development, starting from the factor of the number of followers of da'wah, the method of da'wah, and also from the movement of worshipers who carry the da'wah itself. The times, the progress of science and technology has become one of the main factors in the development of da'wah today. Until finally demanding da'wah to be packaged more efficiently and attractively so that it is easy to reach by mad'u or communicant da'wah. This study discusses how the receptions of the jama'at (communicating da'wah) of the Persatuan Islam (Persis) PJ Baleendah on the use of social media YouTube in da'wah, on the channels "Dakwah Persatuan Islam". This research focuses on the results of connotative, denotative, through four main modes of transparent, referential, mediated, and discursive carried out by the members of the jama'at Persatuan Islam on the use of social media YouTube in da'wah on the channel "Dakwah Persatuan Islam". This research uses a qualitative approach with a case study method. The approach and method are the most appropriate approach and methods to be used in this research. The results of this study indicate that in exploring these four main modes, we cannot imply that all audiences are transparent, referential, mediated, or discursive, through these four modes. Because what happens in the field the researcher sees a typology process in the audience reception mode, in which the audience conducts receptions in a certain mode at a certain time from each different audience.*

**Keyword:** Audience Receptions, da'wah on social media, Transparent, Referential, Mediated, Discursive, Persatuan Islam, PJ Baleendah.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Tujuan operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Tujuan Fungsional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Manfaat Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.6 Struktur Organisasi Skripsi</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Dakwah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Definisi Dakwah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Tujuan Dakwah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Unsur Dakwah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Jenis Dakwah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2 Dakwah Melalui Media Sosial</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3 Media sosial</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Karakteristik Media Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Jenis-jenis Media Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>2.4</b>	<b><i>YouTube</i></b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1	Definisi <i>YouTube</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2	Sejarah <i>YouTube</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.3	<i>YouTube</i> dan Dakwah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5</b>	<b>Teori Khalayak</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1	Sejarah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.2	Resepsi Khalayak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3	Model Resepsi (Penerimaan).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3.1	Stuart Hall .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3.2	Corner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3.3	Michelle .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.6</b>	<b>Kerangka Berpikir</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.7</b>	<b>Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1</b>	<b>Desain Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2	Pendekatan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.3	Strategi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2</b>	<b>Partisipan dan Tempat Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Partisipan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Tempat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3</b>	<b>Instrumen Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4</b>	<b>Verifikasi Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.6</b>	<b>Penyusunan Alat Pengumpulan Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1	Pedoman Wawancara .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Instrumen Untuk Informan Utama .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3	Instrumen Untuk Informan Pendukung (Pendakwah <i>YouTube</i> “Dakwah Persatuan Islam”).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.4	Instrumen Untuk Informan Pendukung (Penanggung Jawab <i>YouTube</i> “Dakwah Persatuan Islam”) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.7</b>	<b>Kriteria dan Keabsahan Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.8</b>	<b>Teknik Analisis Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Agi Fajri Nurholik, 2020

*Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube “Dakwah Persatuan Islam”)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<b>BAB IV</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.1 Sekilas tentang Kanal <i>YouTube</i> “Dakwah Persatuan Islam”</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2 Profil Informan</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.1 Profil Informan Penelitian Utama</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.1 Informan 1 Dika.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.2 Informan 3 Pak Opik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.3 Informan 4 Bu Nani .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.4 Informan 5 Bang Fadli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.4 Informan 6 Teh Indah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.5 Informan 7 Lengki .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.6 Informan 8 Teh Novi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.2 Profil Informan Penelitian Pendukung</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.1 Penanggung Jawab Akun <i>YouTube</i> “Dakwah Persatuan Islam” .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.2 Pendakwah “Dakwah Persatuan Islam” .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3 Deskripsi hasil penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.1 Mode Transparan: Teks Sebagai Hidup</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.1 Karakteristik Khalayak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.2 Karakteristik Dakwah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.3 Proses Khalayak Transparan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.2 Mode Referensi</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.1 Potensi Khalayak Referensial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.2 Analisis Khalayak Referensial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.3 Mode Termediasi: Teks Sebagai Produksi</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3.1 Estetika Tekstual.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3.2 Bentuk Umum.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3.3 Intensionalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.4 Mode Diskursif (Kemampuan Pemikiran) : Teks Sebagai Pesan</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.3.4.1 Diskursif Analitikal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4.2 Diskursif Posisi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.1 Khalayak yang Berganti .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2 Implikasi.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.1 Implikasi Akademik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.2 Implikasi Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.3 Rekomendasi.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.1 Rekomendasi Akademis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.2 Rekomendasi Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Buku.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Jurnal.....</b>	<b>xvi</b>
<i>Lampiran 1 .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Lampiran 2 .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Lampiran 3 .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Lampiran 4 .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	44
<b>Tabel 3.1</b> Kriteria Informan Utama.....	52
<b>Tabel 3.2</b> Kriteria Informan Pendukung.....	53
<b>Tabel 3.3</b> Pedoman Wawancara.....	56
<b>Tabel 3.4</b> Instrumen Informan Utama.....	63
<b>Tabel 3.5</b> Instrumen Informan Pendukung.....	82
<b>Tabel 3.6</b> Instrumen Wawancara Informan Pendukung.....	99
<b>Tabel 4.1</b> Matriks Karakteristik Khalayak Transparan.....	122
<b>Tabel 4.2</b> Matriks Bentuk Dakwah Persis.....	124
<b>Tabel 4.3</b> Dua Karakteristik Khalayak Transparan.....	132
<b>Tabel 4.4</b> Matriks Faktor dan Bentuk Analogi.....	134
<b>Tabel 4.5</b> Matriks Temuan Dari Pengalaman Pribadi.....	137
<b>Tabel 4.6</b> Matriks Temuan Dari Pengalaman Kehidupan Langsung.....	141
<b>Tabel 4.7</b> Matriks Kesesuaian Lingkungan Sosial.....	145
<b>Tabel 4.8</b> Matriks Kesesuaian Sikap dan Pandangan Politik.....	146
<b>Tabel 4.9</b> Matriks Kesesuaian Lingkungan Budaya.....	149
<b>Tabel 4.10</b> Matriks Penyebab Ketidaksesuaian.....	150
<b>Tabel 4.11</b> Matriks Kemenarikan Dakwah.....	162
<b>Tabel 4.12</b> Matriks Bentuk Dakwah.....	167
<b>Tabel 4.13</b> Matriks Sikap Dalam Membagikan Ulang.....	171
<b>Tabel 4.14</b> Temuan Analisis Penerimaan Khalayak.....	181
<b>Tabel 4.15</b> Temuan Posisi Penerimaan Khalayak.....	187



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Peta Studi Khalayak Dalam Komunikasi Massa.....	31
<b>Gambar 2.2</b> Tabel Makna Konotatif dan Denotatif.....	37
<b>Gambar 2.3</b> Kerangka Berpikir Penelitian.....	43
<b>Gambar 4.1</b> Tajuk Kanal <i>YouTube</i> “Dakwah Persatuan Islam”.....	104
<b>Gambar 4.2</b> Proses Penerimaan Khalayak Mode Transparan.....	125
<b>Gambar 4.3</b> Proses Penerimaan Khalayak Mode Referensial.....	151
<b>Gambar 4.4</b> Suasana Di Dalam Masjid Al-Haq.....	153
<b>Gambar 4.5</b> Unggahan Terbaru Konten Dakwah.....	155
<b>Gambar 4.6</b> Proses dan Alur Pendistribusian Konten Dakwah.....	168
<b>Gambar 4.7</b> Proses Diskursif Analitikal.....	173

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Albarran, Alan B dkk. (2018). *Handbook of Media Management and Economics Second Edition*. New York: Routledge.
- Al-Qadli, M M. (2003). *Sepuluh Pahlawan Penyebar Islam*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Amin, Samsul Munir. (2003). *Tajdid al-Fikrah fi al-Da'wah al-Islamiyyah, Maqalah bi al-Lughah al-Arabiyyah, Kulliyah ad-Da'wah*. Wonosobo: Al-Jami'ah li Ulum Al-Qur'an Jawa Al-Wustha.
- Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Anas, Dadan Wildan, dkk. (2015). *Anatomi Gerakan Dakwah Persatuan Islam*. Jakarta: Tasykil Pimpinan Pusat Persatuan Islam.
- Anhari, Hafi. (1993). *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas
- Arifin, Anwar. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, Ferdi. (2019). *Al-Balagh Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Surakarta: IAIN
- Aripudin, Acep. (2011). *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azis, A. (2019). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media Grup
- Aziz, Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. (2013) *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Tradition*. SAGE Publications, Inc.
- Dijck, van J. (2013). *YouTube beyond technology and cultural form. After the break: television theory today*, hlm. 147-159. (*Televisual culture*). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Fuch, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction*. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.
- Gane, N., dan Beer, D. (2008). *New Media, The Key Concepts*. New York: Berg.
- Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew, dan Wilis, Paul. (2005). *Culture, Media, Language*. London: 11 New Fetter Lane.
- Hilali, M. (2008) *Kaifa Nughayyiru Ma bi Anfusina (Mengubah Hal-hal Negatif dalam Diri)* Jakarta: Samara Publishing.
- Hilali, M. (2008), *Power of The Quran (Kekuatan Alqurandalam Menambah Keimanan)*, Terjemahan Anas dan Nudiyanto, Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

Agi Fajri Nurholik, 2020

*Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube "Dakwah Persatuan Islam")*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Jumantoro, Totok. (2001). *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*. Wonosobo: Amzah.
- Katsir, Ibnu (2006) *Tafsir Ibnu Katsir*. Beirut: Darul Kutub Ilmiah
- Khalikin, A dan Zirwansyah. (2013). *Pandangan Pemuka Agama Tentang Eksklusifisme Beragama Di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI Badan Litbang dan Diklat Puslitbang Kehidupan Keagamaan
- Khozin, Muhammad. (2018). *Santri Milenial*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Kirk, J. dan Miller, M. L., 1986. *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Lewis, J. (2004). *The meaning of real life*. In S. Murray dan L. Ouellette (eds.), *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.
- Lexi, J. Moleong. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Liebes, T., dan Katz, E. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Lincoln, Y. S. dan Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- M. Natsir, *Agama dan Politik Capita Selecta II*, (Jakarta: Pustaka Pendis, 1958), hal. 157
- Ma'arif, B S. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rosda Karya.
- McQuail, Dennis. (2010). *Mass Communication Theory, 6th Edition*. London: Sage Publication Ltd.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubasyaroh. (2018). Persuasive Da'wah Strategies in Changing Community Behavior. *Academic Journal for Homiletic Studies*. 11(2). hlm. 311-324
- Muhtadi, Asep Saeful. (2012). *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhyiddin, Asep. (2002). *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulkhan, A. M. (1996), *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sipress,
- Mulyati, Ani. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosarekatama.

Agi Fajri Nurholik, 2020

*Penerimaan Khalayak Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Penerimaan Jemaah Persis PJ Persis Baleendah Pada Kanal YouTube "Dakwah Persatuan Islam")*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- O-Leary, A. (2004). *The Essential Guide Doing Research*. London: SAGE Publications.
- Patton M Quinn. (2001). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publication.
- Ritonga, M. Jamiluddin. (2005). *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: Indeks
- Safei, Agus Ahmad. (2003). *Memimpin dengan Hati yang Selesai*. Bandung: Pustaka Setia
- Santosa, Hedi Pudjo. (2011). *Isu-Isu Teoritis Media Sosial. Dalam Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, Ed. Fajar Junaedi, 31-62*. Yogyakarta: ASPIKOM. hlm. 42.
- Sanwar, M. Aminuddin. (1986). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Saputra, Wahidin. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Severin, W. J., dan Tankard J. W. (2005) *Communication Theories: Origins, Methods dan Uses in The Mass Media (Teori Komunikasi)* Jakarta: Prenada Media
- Shaleh, Abd. Rosyad. (1997). *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Shihab, Quraish. (1998). *Membumikan Al-Quran*. Bandung: Mizan
- Soemirat, S., Satari, H. dan Suryana, A. (1999). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Street, John. (2001). *Mass Media, Politics and Society*. New York: Palgrave.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, Bandung: REMAJA ROSDAKARYA
- Suparta, M (editor). (2003). *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Syamsudin RS. (2016). *Sejarah Dakwah*. PT Simbiosis Rekatama Media
- Syukir, Asmuni. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlâs.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta : Gaya Media Pratama.
- Yusuf, Yunan. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.

## **Jurnal**

- Alahi, A. dan Huda, M. (2017). Role of Information Technology on Preaching Islam (Da'wah). *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences* 17(101). hlm. 1-5
- Anderson, Monica dan Jiang, Jingjing. (2018). *Teens, Social Media dan Technology 2018*. Pew Research Center.

- Arifuddin, A. (2016). Dakwah Through Internet: Challenges And Opportunities For Islamic Preachers In Indonesia. *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3(1), hlm. 161-188.
- Baran, A. (2003). Social Foundation of Thought and Action .Engl. Cliffs, NJ, International, *Journal of Cyber Society and Education*, 1(2), hlm. 269-270.
- Barker, M. (2006). I have seen the future and it is not here yet . . . ; or, on being ambitious for audience research. *The Communication Review*, 9, hlm. 123–141.
- Bartl, Mathias. (2018). YouTube channels, upload, and views: A Statistical analysis of the past 10 years. *Journal of Research into New Media Technologies*. 24(1), hlm. 16-32.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.
- Bogdan, Robert dan Taylor Steven.J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods*. USA: A Wiley-Interscience Publication.
- Bright, L., (2008). *Does Public Service Motivation Really Make a Difference on the Job Satisfaction and Turnover Intentions of Public Employees? The American Review of Public Administration*. 38(2), hal.149–166.
- Chau, Clement. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions For Youth Development*, 128, hlm. 65-74.
- Choi, Eun-Jung., Rose, Robert La., Lee, Doo-Hee. (2003). A Cross-Cultural Comparison of Internet Usage: Media Habits, Gratifications, and Addictions in Korea and The US. International Conference, 963.
- Cresswell, J W. (20017). *Qualitative Inquiry and Research Design 4 edition*. London: Sage Publication.
- Creswell, J W. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 4 edition*. Newbury Park: Sage Publications.
- Danesi, Marcel. (2013). *Encyclopedia of Media and Communication*. London: University of Toronto Press. hlm. 67-70.
- Davis, Charles dan Vladica, Florin. (2010). Consumer Value and Modes of Media Reception: Audience Respone to Ryan, a Computer-animated Psycho-realist Documentary and its Own Documentation in Alter Egos. *Journal of Jalabra Clave* 17(1). hlm. 13-30
- Davis, F.D. Perceived Usefulness (1989), Perceived Easy of Use and User Acceptance of Information Technology. *Journal MIS Quarterly*, 13 (3), hlm. 319 – 340.

- Daymon, Christine dan Holloway, Immy. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications Second edition*. London: Routledge.
- Dwicahyo, S. (2017). *Muslim preachers in social media: fighting for moderation*. (RSISCommentaries, No. 187).
- Edgar, Patricia dan Edgar, Don. (2008). Television, Digital Media, and Children's Learning. hlm. 100.
- Halimatusa'diyah, I. (2012). Religious Celebrity: The Metamorphosis of Islamic Preachers in Indonesia. *Journal: Indo-Islamika* 2(1), hlm. 1-16.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, dan P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language* hlm. 51–61/138. London: Hutchinson.
- Hall, Stuart. (1980). *Encoding-Decoding Culture, Media, Language*. London: Hutchinson. hlm. 142.
- Heath, R L., and Jennings B. (2000). *Human Communication Theory and Research Concept, Context, and Challenges*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Henderson, A. dan Bowley, R. (2010), Authentic dialogue? The role of 'friendship' in a social media recruitment campaign, *Journal of Communication Management*, 14(3), hlm. 237-257.
- Hirschkind, C. (2012). Experiments in Devotion Online: The YouTube Khutba, *Journal Middle East Study*. hlm. 5-21.
- Howell, Julia Day. (2008). Modulations of Active Piety: Professors and Televangelists as Promoters of Indonesian "sufisme", in Fearly and White. *Journal Citizen dan Culture*, 9(3), hlm. 40–62.
- Infante, Dominic A., Rancer, Andrew S., Womack, Deanna F. (1990). *Building Communication Theory*. Prospect Heights Illinois: Waveland. hlm. 356.
- Jaafar, N H. dan Umor, S. (2017). *Social Media Utilization For Islamic Da'wah*. *Research Hub* 3(10). hlm. 15-23.
- Jensen, Klaus Bruhn. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research, Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge. hlm. 161-163.
- Ka-leung, Eric W.T. Ngai dkk. (2015). Social Media Models, Technologies, and Applications. *Industrial Management dan Data Systems*, 115(5), hlm. 769-802.
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010), Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53(1), hlm. 29-68.

- Katz, E. (1957). *The Two Step Flow of Communication: An Up to Date Report on Hypothesis*. No. A-225 hlm. 62-78 Diperoleh dari (<http://poq.oxfordjournals.org/content/21/1/61>).
- Kiptiyah, S M. (2017). The Celebrity's Kyai And New Media. *Journals Society dan Culture*. 19(3), hlm. 339-352.
- Lengauer, D. (2016). Workshop report: Social media and Islamic practice in Southeast Asia, 14-15 April 2016, Institute for Social Anthropology, Austrian Academy of Sciences. *ASEAS – Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 9(2), hlm. 311-314
- Littlejohn, Stephen W. (1999). *Theories Of Human Communication*. London : Wadsworth Publishing Company. hlm. 199.
- Livingstone, S., and Das, R. (2013) *Interpretation/Reception*. In P. Moy (Ed.), *Oxford Bibliographies Online: Communication*. Oxford: Oxford University Press. doi: 10.1093/obo/9780199756841-0134.
- Livingstone, Sonia. (2007). Audience and Interpretations. *Jurnal Asosiasi Nasional*.
- Lorimer, Rowland. (1994). *Mass Communications: A Comparative Introduction*. Manchester,UK: Manchester University Press. hlm. 170.
- Lyytikäinen, Katarina. (2004). Recent Development of Media Technology From The Point of View of The Communication Science. Vol.33 1-7. hlm. 4.
- Malita, L. (2010), Social media time management tools and tips, *Procedia Computer Science*, 3, hlm. 747-753.
- Mangold, W.G. dan Faulds, D.J. (2009), Social media: the new hybrid element of the promotion mix, *Business Horizons*, 52(4), hlm. 357-365.
- Michelle, Carolyn. 2007. Modes of Reception : A Consolidated Analytical Framework. *Journal of Communication*. Vol 10 hlm. 181-222.
- Morley, D. (1980). Interpreting television: A case study. In *Popular Culture Block 3, Unit 12* (pp. 41–67). Milton Keynes, UK: Open University.
- Morley, D. (1993). Active audience theory: Pendulums and pitfalls. *Journal of Communication*, 43, hlm. 13–19.
- Muchtar, N dan Ritchey, J A. (2014). Preaching, community, and convergence: Use of old and new media by progressive Indonesian Islamic leaders. *Journal the International Communication Gazette*, 76(4–5), hlm. 360–376.
- Murthado, A. (2017). The Empowerment of Sosial Media for Da’wah in Medan City. *IOSR Journal Of Humaniora and Social Science (IOSR-JHSS)*. 22(4), hlm. 86-93.

- Mustafa, MZ dkk. (2013). Facebook as Social Media Tools among Muslim Youths in Malaysia. *American International Journal of Social Science*. 2 (8), hlm. 173-177
- Musthofa. (2016). Prinsip Dakwah via Media Sosial. *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. 16(1), hlm. 51-55.
- Neuman, W. (1982). Television and American culture: The mass medium and the pluralist audience. *Public Opinion Quarterly*, 46, hlm. 471–487.
- Neuman, W. (1982). Television and American culture: The mass medium and the pluralist audience. *Public Opinion Quarterly*, 46, 471–487.
- Nisa, E F. (2018). Creative and Lucrative Da’wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia* 5, hlm. 1-32.
- Nugraha, Ardi M, Suryadi, Karim, Syam, Syaifullah. (2015). Penggunaan Media Sosial Path Sebagai Sarana Pengakuan Sosial. *Jurnal Sosisetas*, 5(2), hlm.1-7.
- Palmgreen, Philip dan Rayburn, J.D. (1982). Gratifications Sought And Media Exposure An Expectancy Value Model. *Communication Research Sage Publications, Inc*. 9(4), hlm. 561-580
- Pardianto. (2013). Meneguhkan Dakwah Melalui New Media. *Jurnal Komunikasi Islam*. 03(01), hlm. 23-47.
- Rahardjo, Turnomo. (2009). *Cetak Biru Teori Komunikasi dan Studi Komunikasi di Indonesia. Disampaikan dalam Simposium Nasional: Arah Depan Pengembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia*. Jakarta, hlm. 29.
- Richardson, K., dan Corner, J. (1986). Reading reception: Mediation and transparency in viewers’ reception of a TV programme. *Journal Media, Culture dan Society*, 8, hlm. 485–508.
- Saepudin, Epin, Suryadi, Karim, Malihah Elly. (2018). Deliberative Democracy in Digital Era. *International Journal of Scientific & Engineering Research*. 9(4), hlm. 859-863.
- Schrøder, K. (2000). Making sense of audience discourses. *European Journal of Cultural Studies*, 3, hlm. 233–258.
- Steven, G. (2016). *Decoding “The Code” : Reception Theory and Moral Judgment of Dexter*. *International Journal of Communication* 10(2016), 5056–5078.
- Sumadi, Eko. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. 4(1), hlm. 173-190.



- Swara, Eno Bening. (2014). YouTube as a New Media: It's Impact on Indonesia Society According to Jean Baudrillard's Thought. *Journal of Culture Studies*.
- Tager, M. (2014). *Communication: South African Journal for Communication Theory and Research*.
- Tongco MDC. (2007). *Purposive Sampling as a Tool for Informant Selection*. Ethnobotany Research dan Application. 5 page 147-158.
- White, A G. (2016). Pentecostal Preaching as a Modern Epistle: A Comparison of Pentecostal Preaching with Paul's Practice of Letter Writing. *Journal of Pentecostal Theology*. 25, hlm. 123-149.
- White, P dan Niemandt, C. (2015). Ghanaian Pentecostal Churches' Mission Approaches. *Journal of Pentecostal Theology* 24, hlm. 241-269.
- Wibowo, Ari. (2018). Freedom of Preaching on Social Media. *Journal Mawaizh*. 9(2), hlm. 224-238.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Jurnal Risalah*. 26(3), hlm. 151-158.