

Optimalisasi Motivasi Menghafal Al-Qur'an melalui Strategi Dakwah di Akun Instagram @ruangnderes

Dovianti Ainurohmah^{1*}, Rifqi Ishar Yasser², Alfi Maulani³ Anas Azhimi Qalban⁴

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

Email: ¹214110102110@mhs.uinsaizu.ac.id, ²214110102043@mhs.uinsaizu.ac.id,

³214110102214@mhs.uinsaizu.ac.id ⁴anasaq@uinsaizu.ac.id

Abstract

In the digital era and advances in social media, research on how to utilize the Instagram platform to increase motivation in memorizing the Al-Qur'an is still limited. The research was conducted with the aim of investigating the da'wah strategies used by the Instagram account @ruangnderes and how these strategies help increase individual motivation in memorizing the Al-Qur'an. Using a qualitative approach with content analysis, this research observed posts, captions and follower interactions. The research results show that @ruangnderes succeeded in increasing motivation by selecting relevant content, conveying messages creatively, and actively interacting with his followers. This strategy makes a positive contribution to the individual's enthusiasm and desire to achieve the goal of memorizing the Qur'an in the current digital era. Thus, this research contributes indirectly to providing valuable insights into how social media can be utilized effectively in religious contexts. Utilizing social media such as Instagram as a da'wah platform has opened up new opportunities in spreading religious messages and motivating individuals to study the teachings of the Koran more deeply. The success of the @ruangnderes account in increasing motivation to memorize the Qur'an through social media shows the great potential that digital technology has in supporting the development of spirituality and religious activities.

Keywords: *Da'wah Strategy, Al-Qur'an Motivation, @ruangnderes, Instagram*

Abstrak

Dalam era digital dan kemajuan media sosial, penelitian tentang cara memanfaatkan platform Instagram untuk meningkatkan motivasi dalam menghafal Al-Qur'an masih terbatas. Penelitian dilakukan bertujuan untuk menyelidiki strategi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @ruangnderes dan bagaimana strategi tersebut membantu meningkatkan motivasi individu dalam menghafal Al-Qur'an. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten, penelitian ini mengamati potingan, caption, dan interaksi pengikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @ruangnderes berhasil meningkatkan motivasi dengan memilih konten yang relevan, menyampaikan pesan secara kreatif, dan berinteraksi aktif dengan pengikutnya. Strategi ini memberikan kontribusi positif terhadap semangat dan keinginan individu dalam mencapai tujuan menghafal Al-Qur'an di era digital saat ini. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi secara tidak langsung memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam konteks keagamaan. Memanfaatkan media

sosial seperti Instagram sebagai platform dakwah telah membuka peluang baru dalam menyebarkan pesan keagamaan dan memotivasi individu untuk lebih mendalami ajaran Al-Qur'an. Keberhasilan akun @ruangnderes dalam meningkatkan motivasi menghafal Al-Qur'an melalui media sosial menunjukkan potensi besar yang dimiliki oleh teknologi digital dalam mendukung pengembangan spiritualitas dan kegiatan keagamaan.

Kata kunci: Strategi Dakwah, Motivasi Al- Qur'an, @ruangnderes, Instagram

PENDAHULUAN

Menghafal Al-Quran adalah proses membaca dengan teliti teks Al-Quran dan secara berulang-ulang sehingga kita dapat mengingatnya baik dari satu ayat ke ayat berikutnya maupun dari satu surat ke surat berikutnya. Tujuannya adalah agar kita dapat mengucapkannya dengan lancar dan tepat tanpa harus melihat Al-Quran (Anwar and Hafiyana 2018). Dalam menjaga hafalannya tak jarang para penghafal sering menghadapi tantangan dan berbagai kesulitan karena kurangnya persiapan dalam hal-hal yang terkait dengan proses menghafal Al-Qur'an (Oktapiani 2020). Hal tersebut bisa mencakup kurangnya pemahaman terhadap tajwid, kurangnya pemahaman terhadap makna ayat-ayat yang dihafal, kurangnya pengaturan waktu konsistensi dalam latihan dan strategi belajar yang efektif, serta kurangnya motivasi. Proses ini memerlukan konsentrasi mendalam dan motivasi tinggi, serta disiplin yang kuat. Namun, banyak orang mengalami kesulitan mempertahankan semangat menghafal Al-Qur'an, terutama di tengah kesibukan sehari-hari. Dalam konteks ini, strategi dakwah dapat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan motivasi terutama untuk para penghafal Al - Quran. Proses menghafal Al-Qur'an yang membutuhkan ketekunan, kesabaran, dan motivasi yang tinggi. Pemahaman bahwa motivasi adalah salah satu kunci kesuksesan, terutama di tengah kesibukan dan distraksi, dapat menjadi dasar untuk fokus pada peningkatan motivasi dalam menghafal Al – Quran.

Dalam konteks perkembangan teknologi yang terjadi pada masa kini, media sosial telah berubah menjadi wadah yang esensial bagi pertukaran gagasan, informasi, dan juga sebagai medium dakwah. Ragam informasi dan proses edukasi dapat dipelajari dari beragam sumber, baik itu individu, kelompok, maupun institusi media resmi. Fenomena ini memunculkan kecenderungan di mana konten yang tersebar di media sosial sering kali menjadi rujukan atau sumber informasi primer bagi mayoritas anggota masyarakat. (Qalban, Jauza, and Mukaromah 2022). Media sosial menjadi salah satu bagian dari internet yang marak digunakan saat ini. Pada tahun 2023 tercatat penggunaan internet di Indonesia mencapai 212,9 juta pengguna, sedangkan penggunaan media sosial mencapai 167 juta pengguna. Instagram menempati posisi kedua media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia berdasarkan data yang dibagikan oleh *We Are Social*.

Instagram menyediakan beragam fitur yang dimiliki bukan hanya sekadar tempat berbagi foto dan video, tetapi juga memiliki fitur lainnya seperti stories, caption, komentar, hastags, like, activity, direct message dan lain sebagainya (Antasari and Pratiwi 2022). Instagram menjadi daya tarik untuk berbagai lapisan masyarakat sebagai wadah dukungan berbagai bidang. Hingga saat ini instagram turut menjadi platform media sosial yang sering digunakan sebagai alat untuk menyebarkan dakwah, baik oleh para da'i maupun aktivis dakwah, dengan menggunakan beragam format konten.

Salah satu contoh akun Instagram yang memanfaatkan platform sebagai media dakwah adalah @ruangnderes. Akun Instagram @ruangnderes hingga saat ini memiliki followers 121 ribu followers dengan jumlah postingan 463 postingan pada Desember 2023 dan masih akan terus bertambah. Keunikan lain dari akun ini terletak pada cara MINDERES (sebutan untuk admin atau tim Instagram @ruangnderes) berinteraksi dengan pengikut, seperti mengajak mereka untuk terlibat dalam pembuatan konten. Contohnya adalah

ruang PENA, di mana pengikut diberi kesempatan untuk mengirim tulisan sesuai dengan tema konten akun ini, atau memberikan ruang curhat bagi pengikut untuk berbagi pengalaman dalam perjalanan menghafal Al-Qur'an dan mempelajarinya. Sehingga dengan alasan tersebut penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang optimalisasi motivasi menghafal Al Quran melalui strategi dakwah yang dilakukan pada akun Instagram @ruangnderes.

Beberapa penelitian terdahulu banyak yang membahas terkait dengan "Optimalisasi Motivasi Menghafal Al Quran Melalui Strategi Dakwah di Akun Instagram @ruangnderes". Diantaranya adalah penelitian yang berjudul "Efektivitas Instagram @ngajilagi.id dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mengaji pada Followers" Ditulis oleh Fitriana dan Kamalia dari Universitas Islam Negeri Sumatra Utara pada tahun 2023. Penelitian menemukan bahwa akun @ngajilagi.id berhasil memotivasi para pengikutnya untuk belajar mengaji melalui konten yang unik dan kontemporer yang mereka bagikan, serta kuis-kuis menarik yang diselenggarakan (Fitriana Padang and Kamalia 2023). (Fitriana Padang and Kamalia 2023). Selanjutnya, penelitian yang berjudul "Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @pemudahijrah)" yang ditulis oleh Aliffiani Ayu Nurrohmah dan Ahmad Nurcholis dari Universitas Islam Negeri Tulungagung Sayyid Ali Rahmatullah pada tahun 2021. Tulisan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya melalui akun Instagram seperti "Pemuda Hijrah", merupakan strategi dakwah yang sangat efektif. Melalui konten video, dakwah dapat disebar dengan luas, meningkatkan pemahaman terhadap agama Islam, memberikan optimisme dan motivasi, serta mendorong perubahan perilaku positif pada responden untuk menjadi individu yang lebih baik (Ayu Nurrohmah and Nurcholis 2021). (Ayu Nurrohmah and Nurcholis 2021). Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis upaya optimalisasi motivasi dalam menghafal Al-Qur'an melalui penerapan strategi dakwah di platform sosial Instagram, khususnya di akun @ruangnderes. Mengakui potensi positif media sosial sebagai sarana dakwah, penelitian ini fokus pada bagaimana konten dakwah yang disajikan di akun tersebut dapat memotivasi pengikutnya untuk lebih aktif dan efektif dalam menghafal Al-Qur'an.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi Menghafal Al-Quran

Frededirc J. Mcdonald melihat motivasi sebagai pergeseran psikologis yang menonjol dalam seseorang, ditandai dengan munculnya perasaan dan reaksi yang mendorong mereka untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, motivasi adalah dorongan internal yang memotivasi seseorang untuk bertindak dan mencapai sesuatu (Rakhmat 2013). Motivasi dalam menghafal Al-Quran melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor psikologis, spiritual, dan sosial yang mendorong seseorang untuk memulai dan mempertahankan proses menghafal Al-Quran. Dorongan tersebut dapat timbul dari keinginan yang sangat kuat untuk mencapai kedekatan dengan Tuhan, memperkuat ikatan batin, dan meraih pahala di dunia dan akhirat. Faktor-faktor seperti dorongan internal, dukungan sosial dari keluarga dan masyarakat, dan pemahaman terhadap nilai-nilai agama juga menjadi aspek penting dalam memahami motivasi para penghafal Al-Quran. Kesadaran akan manfaat menghafal Al-Quran, baik secara personal maupun sosial, termasuk peran Al-Quran sebagai pembawa nilai-nilai moral dan etika, dapat menjadi pendorong yang kuat bagi individu untuk mencapai tujuan menghafalnya (Pohan 2023).

Strategi Dakwah

Dalam asal-usulnya, kata "strategi" memiliki akar yang erat dengan militer, Kata "Strategos," yang berarti "komandan militer," memiliki asal usul dari bahasa Yunani pada

zaman demokrasi Athena. (Sirajudin 2014). Awalnya, gagasan tentang strategi pertama kali muncul dalam konteks militer, yang dimulai sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi hingga masa industrialisasi. Namun, seiring berjalannya waktu, konsep "strategi" mulai merambah ke berbagai bidang kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia komunikasi dan dakwah. Keberadaan strategi dalam konteks dakwah menjadi sangat penting karena tujuannya untuk merencanakan perubahan yang terukur dalam masyarakat selama lebih dari seribu tahun. (Arifin 2011). Menurut Ali Azis, strategi dapat diartikan sebagai rencana yang terdiri dari serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam dakwah (Faridah 2016). Pada prinsipnya, strategi melibatkan proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan, serta mencerminkan kemahiran dalam merencanakan dan menangani suatu situasi. Tujuan strategi umumnya adalah untuk meraih kemenangan atau hasil yang diinginkan. Dalam konteks dakwah, strategi dapat dipandang sebagai metode, taktik, atau langkah-langkah yang digunakan dalam upaya penyiaran agama. Seiring dengan perjalanan waktu, globalisasi menjadi fenomena yang tidak hanya tak terhindarkan tetapi juga menguntungkan untuk interaksi peradaban di seluruh dunia. Globalisasi muncul sebagai ideologi bagi masyarakat modern yang dikenal sebagai masyarakat informasi. Oleh karena itu, pemilihan dan penggunaan media dakwah yang sesuai menjadi suatu keharusan dan tuntutan zaman dalam mencapai tujuan dakwah (Hidayat 2019).

Instagram @ruangnderes

Ruangnderes merupakan sebuah akun media sosial yang aktif menghasilkan konten-konten inspiratif berbasis Qur'an, yang bersumber dari pemikiran ulama-ulama dan pengalaman santri huffadz di Indonesia. Nama ruangnderes mulai mencuat di kalangan masyarakat melalui karya keislaman yang mereka bagikan di platform Instagram. Akun ruangnderes juga menggali berbagai masukan, permintaan spesifik konten, dan rekaman murotal Qur'an dari para pengikutnya. Keberagaman ini menambah nilai bagi akun ruangnderes. Pengikut ruangnderes diberi kesempatan untuk berbagi cerita pribadi atau nasehat dari para guru, yang kemudian diunggah dalam berbagai format seperti reels, story, dan feed (Azizah 2023).

METODE

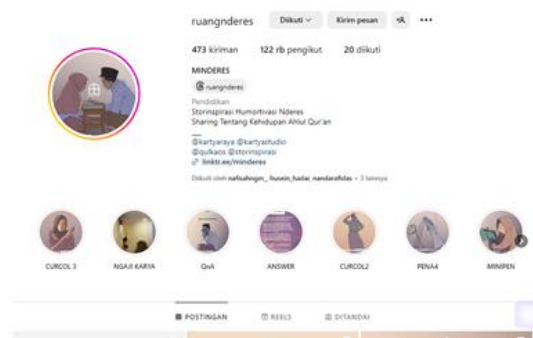
Penelitian ini memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk menyelidiki dan mengungkap fenomena atau objek dalam konteksnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai isu yang dihadapi dengan menggunakan data kualitatif, seperti gambar, kata-kata, dan kejadian (Strauss and Corbin 2003). Dalam konteks analisis Optimalisasi Motivasi Menghafal Al-Qur'an Melalui Strategi Dakwah di Akun Instagram @ruangnderes penelitian ini melibatkan pengumpulan data secara langsung dari aplikasi Instagram. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan metode content analysis terhadap konten-konten yang terdapat di akun @ruangnderes. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen penting yang ada dalam Instagram @ruangnderes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan berjalannya waktu yang cukup panjang, perkembangan penyebaran Islam mengalami transformasi. Awalnya, dakwah Islam dimulai dengan pendekatan yang sangat sederhana dan bersifat formal dan sekedar normatif, namun seiring berjalannya waktu, dakwah tersebut berkembang pesat dengan memanfaatkan berbagai metode dan media (Farihah 2013). Hingga sekarang pengantar dakwah bukan hanya dikemas dengan formal, namun dakwah juga bisa di kolaborasikan dengan entertainment. Dakwah yang

diolah dengan sentuhan entertainment atau hiburan bukan hanya sekedar strategi formal, melainkan sebuah inovasi yang dapat meraih daya tarik lebih luas dari masyarakat. Melibatkan elemen hiburan dalam penyampaian pesan dakwah dapat menjadikan pesan-pesan keagamaan lebih menarik dan mudah dipahami. Pendekatan ini tidak hanya memperluas cakupan audiens, tetapi juga memungkinkan pesan-pesan spiritual disampaikan secara kreatif. Dengan menggabungkan hiburan dalam bentuk film, musik, teater, atau bahkan komedi, dakwah dapat menjadi lebih mudah dicerna oleh berbagai lapisan masyarakat. Kelebihan lainnya termasuk kemampuan untuk menginspirasi dan memotivasi, menciptakan dialog antarumat beragama, dan merangsang pemikiran spiritual. Kolaborasi dakwah dan entertainment menciptakan ruang kreativitas yang dapat memperkaya pengalaman audiens, menjadikan pesan keagamaan lebih relevan dan terhubung dengan realitas kehidupan sehari-hari.

Perubahan yang terjadi dalam penyebaran Islam, termasuk transformasi dalam dakwah, sangat relevan dengan konsep dakwah bittadwin. Dakwah bittadwin disebut juga dakwah bil qolam dan dakwah bil kitabah, yaitu metode dakwah melalui tulisan seperti menulis artikel, buku, blog, status di media sosial, dan sebagainya (Ag 2013). Konsep ini mencerminkan responsivitas terhadap perubahan zaman dan keadaan sosial, memperlihatkan bahwa dakwah tidak hanya berkembang dalam bentuk yang sederhana dan normatif, tetapi juga melibatkan metode yang lebih kompleks dan teradaptasi dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai contoh nyata dari penerapan metode dakwah bittadwin, akun Instagram @ruangnderes menunjukkan bagaimana dakwah melalui media sosial dapat dilakukan dengan kreatif dan responsif terhadap perkembangan zaman. Lihat profil berikut:



Sumber: <https://www.instagram.com/ruangnderes/> diakses tanggal 20 Desember 2023
Gambar 1. Profil Instagram @ruangnderes

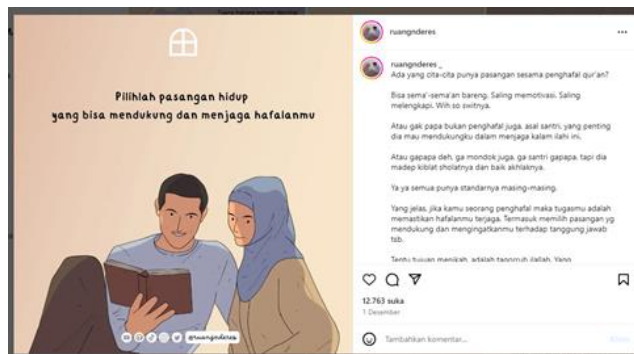
Akun tersebut menggunakan platform Instagram untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik, terutama melalui tulisan-tulisan yang disajikan dalam format yang atraktif. Dengan memanfaatkan media sosial, @ruangnderes membuktikan bahwa dakwah tidak hanya terbatas pada metode-metode konvensional, melainkan dapat disampaikan melalui berbagai bentuk konten, seperti gambar, kutipan, dan keterangan yang mendalam. Melalui akun Instagram tersebut, pesan-pesan agama disajikan dengan gaya yang sesuai dengan pemahaman dan minat audiens di era digital. Tidak berhenti sampai situ, akun @ruangnderes terlihat mengemas konten-kontennya menggunakan strategi model AIDA. Model pemasaran AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action) adalah teori komunikasi yang pertama kali ditemukan oleh E. St. Elmo Lewis pada tahun 1898. Menurut model AIDA, keputusan pembelian suatu produk sangat tergantung pada bagaimana konten promosi dibuat dan disajikan kepada calon pembeli. Pembeli kemudian mengambil keputusan untuk membeli atau tidak berdasarkan daya tarik, minat, keinginan, dan tindakan yang dihasilkan oleh konten tersebut (Afiffah et al.

2022). Ketika diterapkan dalam konteks dakwah, model ini dapat diartikan sebagai berikut: Perhatian pertama kali tertuju pada dakwah ketika pesan atau konten dakwah mampu menarik perhatian audiens. Selanjutnya, audiens mulai tertarik dan terlibat dengan konten dakwah yang disajikan. Proses ini diikuti oleh munculnya keinginan atau dorongan untuk lebih memahami nilai-nilai agama yang dijelaskan dalam dakwah. Akhirnya, model AIDA dalam konteks dakwah mencakup tindakan, di mana audiens merespon dengan mengambil tindakan konkret, seperti menyebarkan pesan dakwah, mempraktikkan ajaran agama, atau terlibat dalam aktivitas keagamaan.
Contoh Konten yang mengandung Attention dan Interest :



Sumber: <https://www.instagram.com/ruangnderes/> diakses tanggal 20 Desember 2023
Gambar 2. Postingan Instagram @ruangnderes

Postingan @ruangnderes Postingan ini menunjukkan untuk menarik perhatian dengan pesan atau tindakan yang mencolok.
Contoh konten yang mengandung Desire dan Action :



Sumber: <https://www.instagram.com/ruangnderes/> diakses tanggal 20 Desember 2023
Gambar 3. Postingan Instagram @ruangnderes



Sumber: <https://www.instagram.com/ruangnderes/> diakses tanggal 20 Desember 2023
Gambar 4. Postingan Instagram @ruangnderes

Dengan memerhatikan akun @ruangnderes, dapat disimpulkan bahwa mereka berhasil mengemas konten-kontennya dengan cermat menggunakan strategi model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Akun tersebut mampu menarik perhatian pengikutnya melalui konten yang menonjol dan mencolok, membangun minat dengan informasi yang menarik, serta menghasilkan keinginan melalui penekanan pada manfaat unik yang ditampilkan. Terlebih lagi, akun ini berhasil mengarahkan pengikutnya untuk mengambil tindakan dengan panggilan konkret untuk bertindak, seperti berpartisipasi dalam diskusi, membagikan konten, atau terlibat dalam aktivitas lainnya. Melalui penerapan strategi AIDA secara konsisten, @ruangnderes menciptakan keterlibatan yang kuat dan membangun hubungan positif dengan audiensnya, membuktikan bahwa pendekatan ini dapat menjadi kunci sukses dalam berdakwah melalui konten di platform media sosial khususnya Instagram.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa akun Instagram @ruangnderes telah berhasil mengoptimalkan motivasi menghafal Al-Qur'an melalui penerapan strategi dakwah yang kreatif. Dalam konteks strategi AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action), akun tersebut berhasil menarik perhatian (Attention) melalui konten-konten yang menarik, membangkitkan minat (Interest) dengan menyajikan informasi yang bermakna dan inspiratif, menciptakan keinginan (Desire) untuk lebih mendalami nilai-nilai agama, dan mendorong tindakan (Action) positif, seperti partisipasi aktif dan pembagian konten dakwah. Pentingnya kreativitas dalam dakwah online di @ruangnderes sejalan dengan konsep dakwah bittadwin, yang menekankan adaptabilitas dan responsivitas terhadap perubahan zaman. Akun ini berhasil menciptakan konten yang tidak hanya relevan dengan nilai-nilai agama, tetapi juga sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens di era digital. Dengan demikian, akun @ruangnderes berhasil mengoptimalkan motivasi menghafal Al-Qur'an melalui penerapan strategi dakwah yang kreatif di akun Instagram, dengan respon positif dari pengguna, menekankan pentingnya kreativitas dalam konteks dakwah online, dan merangkul kontribusi signifikan penelitian ini dalam memperkaya pemahaman tentang pemanfaatan media sosial untuk tujuan keagamaan melalui strategi AIDA dan dakwah bittadwin menjadi saling melengkapi dalam membentuk pendekatan yang holistik untuk memotivasi pengguna Instagram dalam menghafal Al-Qur'an.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah, Shofi Rahma, Octaviani Dewi Fortuna, Tony Mulya Kusumah, and Ahmad Fauzi. 2022. "Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2(2):623–30. doi: 10.54082/jamsi.286.
- Ag, Aslati M. 2013. "RELEVANSI AYAT-AYAT AL-QURAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI MULTIMEDIA DALAM DAKWAH MULTIKULTURAL." *Jurnal Dakwah Risalah* 23(1):34–45.
- Antasari, Citra, and Renystiyah Dwi Pratiwi. 2022. "Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu." *Kinesik* 9(2):176–82. doi: 10.22487/ejk.v9i2.327.
- Anwar, Khoirul, and Mufti Hafiyana. 2018. "Implementasi Metode ODOA (One Day One Ayat) Dalam Meningkatkan Kemampuan Menghafal Al-Quran." *Jurnal*

Pendidikan Islam Indonesia 2(2):181–98. doi: 10.35316/jpii.v2i2.71.

- Arifin, Anwar. 2011. “Dakwah Kontemporer. ‘Sebuah Studi Komunikasi.’” *Yogyakarta: Graha Ilmu* 227.
- Ayu Nurrohmah, Aliffiani, and Ahmad Nurcholis. 2021. “Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @Pemudahijrah).” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 4(1):49–62. doi: 10.37567/syiar.v4i1.741.
- Azizah, Hanifatul. 2023. *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram@ Ruangnderes Terhadap Minat Muroja’ah Al-Qur’an Santri Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Al-Hasan Ponorogo*. Skripsi. IAIN Ponorogo.
- Faridah, Faridah. 2016. “Urgensi Implementasi Strategi Dakwah Di Era Kontemporer.” *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani* 2(1):42–54. doi: 10.47435/mimbar.v2i1.273.
- Farihah, Irzum. 2013. “Media Dakwah Pop.” *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1(2):25–45.
- Fitriana Padang, and Kamalia Kamalia. 2023. “EFEKTIVITAS INSTAGRAM @ngajilagi.Id DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MENGAJI PADA FOLLOWERS.” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 8(2):330–41. doi: 10.52423/jikuho.v8i2.41.
- Hidayat, Ansori. 2019. “Dakwah Pada Masyarakat Pedesaan Dalam Bingkai Psikologi Dan Strategi Dakwah.” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1(2):175. doi: 10.32332/jbpi.v1i2.1716.
- Oktapiani, Marliza. 2020. “Tingkat Kecerdasan Spiritual Dan Kemampuan Menghafal Al-Qur’an.” *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam* 3(1):95–108. doi: 10.34005/tahdzib.v3i1.861.
- Pohan, Adinda Dwi Cahya. 2023. “Pengaruh Dukungan Sosial Dan Optimisme Terhadap Self Efficacy Siswa Dalam Menghafal Al-Qur’an Di SMPIT Al-Fakhri Sunggal.”
- Qalban, Anas Azhimi, Gina Farhanah Jauza, and Iif Alfiatul Mukaromah. 2022. “Literasi Digital Dan Gen-Z: Prototipe Konsep Literasi Moderat Sebagai Media Smart Dakwah.” *Jurnal Ilmiah Komunikasi Da Penyiaran Islam* 6(1):23. doi: 10.21608/pshj.2022.250026.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Agama : Sebuah Pengantar*. Mizan Pustaka.
- Sirajudin, Murniaty. 2014. “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan).” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* Vol.1(No.1):11–23.
- Strauss, Anselm, and Juliet Corbin. 2003. “Penelitian Kualitatif.” *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* 158–65.
- <https://www.instagram.com/ruangnderes/> diakses tanggal 20 Desember 2023