

Strategi Kreatif Akun Instagram Ruang Nderes dalam Menjangkau Generasi Z dan Milenial

Adinda Shofa Walmarwa¹, Moh. Ahsan Shohifur Rizal²

^{1,2}Institut Agama Islam Al-Qolam Malang

^{1,2}Jl Raya Putatlor Gongdanglegi kab. Malang

¹ Adindashofawalmarwa22@alqolam.ac.id, ²ahsan@alqolam.ac.id

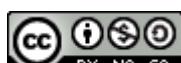
Abstract

This journal discusses the creative strategies used by the @ruangnderes Instagram account to reach Generation Z and millennials. In a digital age filled with a variety of content, this Instagram account has managed to create an approach that is engaging and relevant to Generation Z and millennials, especially those interested in Qur'anic memorization. This study analyzes the various strategies used by the @ruangnderes account, including the use of strong visualization, interaction with followers, utilization of Instagram features, and inspirational and motivational content. This research uses descriptive qualitative research with data collection techniques by explaining phenomena through data collection, which in this case is a description of the analysis of cyber media Instagram ruang nderes starting from media space, media documents, media objects, and media experience. The results showed that the Instagram account @ruangnderes has succeeded in building an active and committed community, as well as having a positive impact on the interest in muroja'ah Al-Qur'an among Generation Z and millennials. This research also underscores the importance of developing creative strategies in using social media for da'wah and delivering positive messages to the younger generation. Through a relevant and inspiring approach, the @ruangnderes Instagram account has proven that social media can be an effective tool in reaching a wider audience and motivate them to maintain religious values in their daily lives.

Keywords: Instagram, Creative Strategy, Generation Z, Millennials.

Abstrak

Jurnal ini membahas strategi kreatif yang digunakan oleh akun Instagram @ruangnderes dalam upaya menjangkau generasi Z dan milenial. Dalam era digital yang dipenuhi dengan berbagai konten, akun Instagram ini berhasil menciptakan pendekatan yang menarik dan relevan bagi generasi Z dan milenial, terutama mereka yang tertarik dalam penghafalan Al-Qur'an. Penelitian ini menganalisis berbagai strategi yang digunakan oleh akun @ruangnderes, termasuk penggunaan visualisasi yang kuat, interaksi dengan pengikut, pemanfaatan fitur-fitur Instagram, serta konten yang memberikan inspirasi dan motivasi. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data yang dalam hal ini ialah pendeskripsi mengenai analisis media siber instagram ruang nderes mulai dari ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @ruangnderes telah berhasil membangun komunitas yang aktif dan berkomitmen, serta memberikan dampak positif terhadap minat muroja'ah Al-Qur'an di kalangan generasi Z dan milenial. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya pengembangan strategi kreatif dalam menggunakan media sosial untuk dakwah dan penyampaian pesan positif kepada generasi muda. Melalui pendekatan yang relevan dan inspiratif, akun Instagram @ruangnderes telah membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memotivasi mereka untuk menjaga nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.



Kata Kunci: Instagram, Strategi Kreatif, Generasi Z, Milenial

Pendahuluan

Setiap insan pasti tidak luput dengan memberikan informasi meski itu secara lisan ataupun tertulis. Hadirnya media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan masih banyak lainnya yang di manfaatkan untuk menyampaikan gagasan, opini, ide-ide, serta sikap yang ditunjukkan pada fenomena yang ada, sebagai trobosan baru di lingkungan masyarakat untuk berinteraksi secara sosial. Jejaring sosial menjadi semakin populer di kalangan berbagai komunitas. Generasi Z umumnya menggunakan berbagai situs media sosial seperti WhatsApp, Facebook , Instagram, Twitter, dan lainnya (Pujiono, 2021). Strategi kreatif akun Instagram dalam mencapai Generasi Z bervariasi berdasarkan tujuan akun. Salah satu strategi adalah dengan hati-hati memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram untuk menciptakan kesadaran merek untuk Generasi Z (Tinezia Alvi Putri & Wirda Yulita Putri, 2022). Strategi lain adalah menyediakan konten yang mempromosikan moderasi agama dan toleransi, yang beresonansi dengan nilai-nilai Generasi Z (Kertamukti, 2022). Selain itu, Instagram dapat digunakan sebagai platform untuk mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengguna Generasi Z (Sa'diya, 2017). Selain itu, promosi digital dan strategi pemasaran di Instagram dapat secara efektif mendapatkan perhatian dan meningkatkan penjualan produk di antara Generasi Z (Syakuntala & Nurusholih, 2022). Terakhir, pengaruh influencer Instagram secara signifikan mempengaruhi niat pembelian Generasi Z, sehingga penting bagi pemasar untuk terlibat dengan influencer untuk menargetkan demografi ini (Ghalib & Ardiansyah, 2023).

Kemajuan teknologi, terutama internet, telah secara signifikan mempermudah masyarakat dalam mencari berbagai informasi yang mereka inginkan. Hal ini telah mengubah masyarakat menjadi pengguna aktif internet, dengan penggunaan yang bervariasi sesuai kebutuhan dan minat masing-masing individu. Beberapa orang memanfaatkan internet untuk tujuan edukatif, sementara yang lain menggunakan sebagai sumber hiburan. Selain itu, internet juga dimanfaatkan sebagai platform untuk aktivitas jual beli dan berbagai tujuan lain yang bermanfaat, semuanya dapat diakses melalui internet (Triyono & Marhuda, 2020). Teknologi telah melewati batasan sebagai sekadar opsi gaya hidup, dan kini telah menjadi kebutuhan esensial bagi banyak individu. Perubahan ini terutama disebabkan oleh kenyataan bahwa teknologi telah merasuki segala aspek kehidupan manusia. Fenomena ini telah merangkum serta memberikan akses tak terbatas ke berbagai pengetahuan dan informasi melalui sumber daya yang sangat luas (Alamsyah, 2018).

Jadi dalam pemanfaatan media sosial itu juga tergantung pada seorang penggunanya yang bisa dimanfaatkan untuk hal positif atau negatif, seperti memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Instagram merupakan salah satu bentuk media sosial yang berkembang pesat. Instagram adalah platform media sosial yang populer di Indonesia, dan karena fiturnya yang banyak serta menarik pengguna dari berbagai kelompok pengguna dan profesi. Hal ini terlihat

dari semakin banyaknya pengguna media sosial. Instagram adalah salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat. Pengguna siswa merupakan bagian besar dari Instagram pengguna (Pujiono, 2021).

Meski demikian pastinya ada dampak negatif dan positifnya terkait media sosial yang hadir saat ini. Dampak positifnya dapat kita ambil dari contoh akun dalam Instagram @ruangnderes sebagai informasi terkait tentang dakwah yang digambarkan dengan santri Tahfidzul Qur'an. Yang berisi tentang dakwah, motivasi-motivasi bagi santri penghafal Al-Quran @ruangnderes merupakan salah satu akun yang memposting pesan-pesan dakwah untuk mendorong hafalan Al-Qur'an. Perkembangan teknologi saat ini, terutama dalam bidang teknologi informasi, telah mengubah cara berpikir manusia yang ingin mendapatkan dan mengakses informasi dengan lebih cepat. Salah satu bukti nyata kemajuan ini adalah adanya internet. Internet telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat. Selain itu, internet juga telah menjadi solusi untuk mengatasi hambatan dalam komunikasi jarak jauh. Saat ini, jaringan internet telah merata di berbagai wilayah (Fatmasari et al., 2021).

Dengan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, Penggunaan media sosial sebagai ruang dakwah, terutama untuk menghafal Al-Qur'an, memiliki beberapa kepentingan. Di antaranya ialah, yang pertama efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, di mana media-media dakwah yang disampaikan ke media sosial memungkinkan pesan dakwah akan tersampaikan secara luas, sehingga banyak orang dapat menyaksikannya sekaligus. Yang kedua inovasi dalam berdakwah, karena dengan berdakwah melalui media sosial merupakan inovasi dalam mengajak dan mengingatkan untuk taat pada perintah Allah SWT, tetap berlandaskan Al-Qur'an dan hadis, yang ketiga tren media dakwah penggunaan media sosial merupakan tren dalam media dakwah, memudahkan para pendakwah untuk berdakwah tanpa memikirkan batasan tempat dan waktu karena canggihnya teknologi pada generasi Z sekarang, yang keempat mempermudah interaksi dan publikasi pada media sosial memungkinkan interaksi antara pendakwah dan pengikutnya, serta mempermudah publikasi Islam dengan semangat idealisme. Akan tetapi perlu digaris bawahi meski berdakwah melalui media sosial harus tetap memperhatikan etika dalam penggunaan media sosial dalam berdakwah serta memastikan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan secara persuasif dan positif.

Selain itu distingsi yang didapatkan dari akun instagram @Ruangnderes jika menerapkan *one day one juz'* dapat mengefisiensi waktu dengan konsep OD1J, jika diimplementasikan melalui media sosial, dapat meningkatkan efisiensi waktu. Peserta dapat mengakses materi penghafalan, bimbingan, atau motivasi langsung melalui platform sosial, tanpa harus menghadiri pertemuan fisik. Serta dapat menginspirasi dan motivasi melalui media sosial, yakni pedakwah atau mentor dapat memberikan inspirasi dan motivasi secara rutin, bahkan dalam format yang kreatif seperti video, gambar, atau cerita singkat. Ini dapat membantu menjaga semangat peserta OD1J. maka akan menimbulkan pencapaian bersama melalui media sosial, peserta OD1J dapat berbagi pencapaian mereka secara cepat dan langsung dengan komunitas. Hal ini dapat memotivasi peserta lainnya dan memperkuat rasa kebersamaan dalam mencapai tujuan menghafal Al-Qur'an.

Seperti yang terterah di atas maka muncullah beberapa akun yang menyebarkan konten

dakwah melalui media sosial Instagram dan salah satunya adalah akun @ruangnderes. @ruangnderes menggunakan media, meme Islami untuk menggambarkan hal-hal yang berkaitan dengan agama Islam, tentang motivasi untuk penghafal Al-Qur'an mulai dari gambar maupun tulisan-tulisan yang dibuat ringan dan mudah dipahami para followers. Meski digunakan kata yang padat tapi terdapat banyak makna di dalam kata yang singkat pada tersebut.

Dalam konteks artikel yang dibahas, berfokus pada akun Instagram @ruangnderes, terlihat beberapa unsur yang menguntungkan. Selain sebagai sumber motivasi untuk menghafal Al-Qur'an, akun tersebut juga memberikan nasehat-nasehat yang mencerahkan dari seorang pengajar yang berafiliasi dengan pondok pesantren Tahfidzul Qur'an. Misalnya, pernyataan motivasi berbunyi, "Tugas seorang siswa adalah rajin belajar. Tidak perlu ragu-ragu; mencari ilmu tidak boleh terhalang oleh rasa malu. Orang yang ragu-ragu tidak akan memperoleh ilmu. Peluklah Al-Qur'an sebagai milikmu." latihan sehari-hari." (KH. Diyavihaq Shodiq Suhaimi PPTQ Al Hikmah 1 Brebes).

Contoh ini menampilkan motivasi yang dibuat dengan indah, ditambah dengan ayat-ayat fasih dari akun Instagram @ruangnderes, yang menawarkan kegunaan yang substansial. Selain itu, motivasi mencakup beragam sudut, termasuk sentuhan kasih sayang, memastikan bahwa pengikut tetap terlibat dan antusias, mencegah rasa monoton. Salah satu contohnya adalah sentimen yang disampaikan melalui sebuah puisi, "Ketika cinta hancur dan harapan memudar, ingatlah, cinta Al-Qur'an yang tak tergoyahkan bertahan. siang dan malam. Itu tidak akan meninggalkan Anda; sebaliknya, itu melindungi Anda. Jadi, jika aspirasi romantis Anda goyah, kembalilah ke tempat perlindungan yang tenang di 'nderes' dapatkan kembali keharmonisan hidup Anda."

Penelitian yang dilakukan peneliti sekarang adalah "Strategi Kreatif Akun Instagram Ruang Nderes dalam Menjangkau Generasi Z dan Milenial". Penelitian terdahulu yang peneliti ambil adalah penelitian yang dilakukan oleh Hanifatul Azizah (2023) dengan judul penelitian "pengaruh terpaan media pada akun instagram @ruangnderes terhadap minat muroja'ah al-qur'an Santri pondok pesantren tahfidzul qur'an al-hasan Ponorogo". Penelitian yang dilakukan oleh Hanifatul Azizah ini meneliti tentang pengaruh terpaan media pada akun instagram @ruangnderes terhadap minat muroja'ah al-qur'an.

Maka penulis tertarik untuk mengambil judul ini karena Judul ini relevan dengan fenomena kekinian, yaitu penggunaan media sosial untuk dakwah dan edukasi. Hal ini menarik perhatian Generasi Z yang aktif di media sosial selain itu penelitian ini dapat membantu meningkatkan motivasi dan semangat masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk menghafal Al-Qur'an. Dengan mempelajari bagaimana @ruangnderes berhasil memotivasi pengikutnya, penelitian ini dapat memberikan inspirasi bagi pengembangan program Tahfidz Al-Qur'an yang lebih efektif. Dan juga perlu diketahui penelitian tentang akun Instagram @ruangnderes sangat penting bagi masyarakat karena dapat memberikan manfaat edukatif, inspiratif, dan religius. Konten yang kreatif dan mudah dipahami dapat membantu meningkatkan motivasi dan

pemahaman masyarakat tentang Al-Qur'an, serta mendorong mereka untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan memahami secara mendalam pengalaman dan perspektif pengikut Ruang Nderes terkait strategi kreatifnya. Pengumpulan data yang Dilakukan kepada 15 pengikut Ruang Nderes dari kalangan Generasi Z dan Milenial yang aktif berinteraksi dengan kontennya. Wawancara akan menggali pengalaman mereka terkait: Faktor yang membuat mereka mengikuti Ruang Nderes, Jenis konten Ruang Nderes yang mereka anggap menarik dan memotivasi, serta dampak konten Ruang Nderes terhadap motivasi mereka dalam menghafal Al-Qur'an. Analisis yang dilakukan saya berupa analisis dokumen yang dilakukan terhadap konten-konten Ruang Nderes di instagram, termasuk postingan, *stories*, video, dan *caption*. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi strategi kreatif yang digunakan Ruang Nderes dan kesesuaianya dengan karakteristik generasi Z dan milenial. Kebaikan dari metode kualitatif memungkinkan penggalian mendalam mengenai pengalaman dan perspektif penghafal Al-Qur'an. Dan Studi kasus memberikan gambaran detail mengenai strategi kreatif Ruang Nderes dan dampaknya dalam konteks tertentu. Namun juga terdapat keterbatasan karena Temuan penelitian tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi penghafal Al-Qur'an dan data wawancara dapat dipengaruhi oleh bias subjektif responden.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami strategi kreatif Ruang Nderes dalam memotivasi para penghafal Al-Qur'an. Upaya mitigasi terhadap keterbatasan metode akan dilakukan untuk meningkatkan keabsahan dan keandalan penelitian. Penjelasan rinci pada metode penelitian ini memungkinkan pembaca untuk mengevaluasi ketepatan metodologi serta menilai reliabilitas dan validitas temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Akun Instagram @Ruangnderes sebagai media dakwah

Indonesia memang dikenal sebagai salah satu negara yang subur dalam penghafal Al-Qur'an, dan fenomena menghafal Al-Qur'an telah merajalela di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk anak-anak, remaja, orang tua, dan bahkan lansia (lanjut usia). Setiap tahun, pertumbuhan penghafal Al-Qur'an terus meningkat, menurut Komjen Pol Syafruddin, wakil ketua Dewan Masjid Indonesia masa jabatan 2017-2022. Ia menyatakan bahwa jumlah penghafal Al-Qur'an di Indonesia semakin bertambah, dan hal ini terbukti dengan banyaknya *buffadz* (orang yang menghafal Al-Qur'an) yang diwisuda berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Tidak hanya sekadar menyelesaikan hafalan 30 juz Al-Qur'an, banyak dari mereka juga telah mencapai prestasi tinggi dalam berbagai perlombaan tingkat nasional maupun internasional. Ini menunjukkan komitmen dan dedikasi yang tinggi dalam memahami dan menghafal Al-Qur'an di Indonesia. Fenomena ini juga mencerminkan pentingnya agama Islam dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan upaya untuk mempertahankan warisan budaya dan spiritual. Selain

itu, masyarakat Indonesia juga memiliki tradisi yang kuat dalam mendukung pendidikan agama Islam, termasuk pendidikan Al-Qur'an. Perguruan Al-Qur'an dan pesantren adalah lembaga-lembaga yang berperan penting dalam mengajar dan menghafal Al-Qur'an. Hal ini juga mencerminkan keragaman budaya dan keberagaman agama di Indonesia, di mana Islam merupakan agama mayoritas. Secara keseluruhan, fenomena menghafal Al-Qur'an di Indonesia mencerminkan rasa hormat dan komitmen masyarakat terhadap agama dan nilai-nilai spiritual, serta upaya untuk menjaga dan melestarikan warisan budaya yang berharga ini (Wajdi et al., 2020).

Instagram memang telah menjadi salah satu platform media sosial yang efektif dalam menyampaikan dakwah, terutama dalam lingkup generasi milenial yang aktif menggunakan media sosial. Platform Instagram efektif dalam menyampaikan proklamasi dengan menyediakan ruang untuk interaksi dengan publik dan memfasilitasi berbagi informasi (Divita, 2023). Hal ini disebabkan oleh berbagai fitur menarik yang ditawarkan oleh Instagram yang membuatnya populer dan banyak digunakan. Kata "Instagram" sendiri terdiri dari dua suku kata: "insta" yang diambil dari kata "instant," yang mengacu pada gambar-gambar instan seperti foto polaroid yang memiliki bentuk persegi, dan "gram" yang diadopsi dari kata "telegram," yang mengartikan pengiriman informasi dengan cepat dan mudah. Secara istilah, Instagram dapat diartikan sebagai media yang digunakan untuk mengirim foto dan informasi dengan mudah dan cepat. Instagram merupakan produk dari kemajuan teknologi internet dan termasuk dalam kategori media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat modern.

Dalam konteks dakwah, Instagram memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya efektif: Visualisasi yang Kuat Instagram, fokus pada gambar dan video, sehingga memungkinkan penyampaian pesan dakwah dengan cara yang menarik dan kuat secara visual. Hal ini bisa sangat efektif dalam menarik perhatian generasi milenial. Fitur-fitur interaktif Instagram, memiliki berbagai fitur interaktif seperti *stories*, *live*, *polls*, dan *questions* yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan pemateri dakwah. Ini menciptakan keterlibatan yang lebih besar. Jangkauan yang luas, Instagram memiliki jutaan pengguna di seluruh dunia, sehingga pesan dakwah dapat dengan cepat menyebar dan mencapai audiens yang lebih luas. *Hashtag*, Penggunaan *hashtag* di Instagram memungkinkan pesan dakwah untuk ditemukan oleh orang-orang yang tertarik dengan topik tertentu. Ini memudahkan orang untuk menemukan konten dakwah yang relevan. Kreativitas, Instagram memberi ruang bagi kreativitas dalam penyampaian pesan dakwah. Pengguna dapat menggunakan berbagai filter, teks, dan desain yang menarik untuk menyampaikan pesan dengan cara yang unik.

Secara keseluruhan, Instagram merupakan alat yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada generasi milenial yang aktif menggunakan platform ini. Dengan menggabungkan visualisasi yang kuat, fitur interaktif, dan jangkauan yang luas, Instagram menjadi salah satu alat yang berharga dalam upaya menyebarluaskan nilai-nilai agama dan pendidikan kepada audiens yang lebih luas. (Fatmasari et al., 2021). Akun Instagram @ruangnderes dengan 120 ribu pengikut dan 457 postingan hingga Agustus 2023 adalah salah satu contoh bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat dakwah untuk memotivasi

para penghafal Al-Qur'an. Akun ini berfungsi sebagai sarana untuk mengajak para penghafal Al-Qur'an untuk lebih fokus pada *muroja'ah* (peninjauan kembali) dalam kesibukan sehari-hari mereka. Melalui pengalaman yang dibagikan oleh para *followers*, akun ini dapat memberikan semangat dan motivasi kepada mereka untuk tetap kuat dan tekun dalam menghadapi ujian dan kesulitan saat meluangkan waktu untuk menghafal Al-Qur'an. Postingan yang menghadirkan kisah santri dari berbagai penjuru, *qolam* (tulisan), serta nasehat dari para ulama Al-Qur'an, semuanya dapat memberikan inspirasi kepada pengikut akun @ruangnderes.

Dengan cara ini, pengikut akun @ruangnderes akan merasa terhubung dengan pengalaman orang lain yang memiliki perjalanan dalam menghafal Al-Qur'an. Mereka akan merasa termotivasi dan didorong untuk menjaga Al-Qur'an dalam hidup mereka, bahkan di tengah-tengah kesibukan sehari-hari. Akun @ruangnderes merupakan contoh bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat digunakan sebagai alat dakwah yang efektif untuk memberikan pesan positif, memotivasi, dan membangun komunitas yang memiliki tujuan yang sama dalam menjaga dan menghafal Al-Qur'an. Dengan pendekatan yang relevan dan inspiratif, akun ini mampu mempengaruhi pengikutnya secara positif dalam perjalanan mereka sebagai penghafal Al-Qur'an.

Isi dalam akun @ruangnderes berbagai banyak macam bahasa: Pertama, ditemui dalam model Bahasa percintaan Contoh: Langkahmu menuju tempat ngaji mempercepatmu menuju rabi, ada slogan yang sering diagungkan para santri, "Ngaji-ngopi-ngabdi-rabi, ngaji sembari ngopi, ngamdi sampai rabi, Iyo pooo?, lah kok gak mari-mari ngajine, kae loh jodohmu wes ngeteni pengen rabi. Hahaha gayon wes, annikahu santai, eh sunnati, Satu langkahmu menuju ngaji, satu langkah pula kamu menuju rabi. Gasss nooo. Tapi kalau malas, malah gak rabi-rabi donk? Atau malah mending rabi wae?. Semangat teruntuk pejuang kalam ilahi, yang diuru-buru niikah atau nek gak kesampaian akhire dikon nikah. Apapun keadaanya tetep ngaji,tetep nderes ya, stay focus stay istiqomah. Salam ngaji tekan rabi.

Kedua, dengan Bahasa nasehat, con"oh: "Inget loh hafalanmu baru sembuh, kalau gak bener-bener dijaga penyakitnya bisa kambuh. Jika kamu pernah kehilangan hafalanmu, berantakan, bolong-bolong, loncat-loncat, dan sekarang sudah sehat hafalannya, bisa kebaca bisa kebayang, maka tolong terus dijaga ya, jangan lemah, jangan menyerah. Ges sakit itu gak enak banget rasanya. Apalagi sakitnya penghafal qur'an yaitu kehilangan hafalan".

ketiga, bisa berupa *dawuh-dawuh* guru besar, contoh: Seperti contoh dawuh KH Ahmad Badawi Yahya pengasuh pp. Hidayatul Mubtada'in) yakni ora ono wong sing nyekel Qur'an uripe gak ketoto. Missal e ono, berarti masalah *karo Qur'ane*. keempat, bisa berupa video-video motivasi, contoh: dalam video yang diungah kali ini menyeritakan sosok habib umar bin hafidz, dimana beliau adalah seorang tahniz Qur'an, namun beliau tetap membaca Al -Qur'an *binnadhor* (dengan melihat). Ketika Habibana Munzir menanyakan pada beliau, " kenapa masih membaca Al-Qur'an dalam sholat dan juga sering diluar sholat padahal sudah hafal Al-Qur'an?" beliau menjawab, "jikaaku memakai hafalanku saja, maka kedua mataku tak terlibat pahalanya, juga kedua tanganku". Selain itu akun @ruangnderes juga di akui sangat- sangat bermanfaat bagi para santri penghafal Qur'an meski hanya dakwah lewat media social oleh Habib Husein Ja'far Al Hadear dimana pesan beliau "Buat temen-temen ruang nderes yang fokus ngaji dan menghafal Al-Qur'an, bahwa masa depan yang akan datang akan berubah apa yang dilakukan ssekarang,

jika kita sedang menghafal Al-Qur'an, mengajar Al-Qur'an. Tentu itu upaya untuk memastikan masa depan kita baik-baik saja dan ngaji itu kelakuan yang baik di masa sekarang agar bukan hanya masa depan hidup kita tapi juga masa depan mati kita untyuk baik-baik saja". Beliau juga menyampaikan bahwasannya bukan tidak ada ruang untuk buat kita nderes melainkan kalian tidak mencari ruangnderes kalian. Juga dalam akun @ruangnderes ini juga terdapat Answer dari following akun @ruangnderes guna untuk sharing pengalaman serta perjuangan yang ada dari penghafal qur'an

Contoh: "*Apa masalah di tahlidz yang menurutmu salah?, Gengsi juz nya masih sedikit, soalnya muroja'ah daripada nambah hafalan, min punya contoh, seseorang yang disusul oleh adik angkatannya, banyak angkatan baru di bawahnya yang menyusul jumlah juznya. Saat min tanya, sekarang kamu juz berapa? Sebut saja juz 14. Lalu kemudian dia bilang bahwa dia menghetikan ziyadahnya untuk melancarkan hafalan belakangnya. Karena dia merasa malu ketika sudah dapat 10 juz, yang bisa dia baca hanya 3-5 juz. Tapi yang luar biasaanya itu, ketika missal dia diajak sema'an entah itu di dalam pondok atau di luar pondok, dia berani, dia bisa bunyi, dia bisa baca. Karena dia bisa mempertanggungjawabkan sudah dapat berapaa, ya dia bisa baca segitu. Sedangkan banyak (maaf) yang jumlah juznya sudah banyak, tapi mereka tidak bisa bunyi, dengan berbagai alas an. Disitu dia sudah mengorbankan gengsi atau rela, gak papa disusul oleh yang lain, karena memang dia kemampuannya segitu. Tapi disisi lain, dia bisa membaca apa yang sudah dapat. Walaupun memang prosesnya tidak sebentar. Semua pilihan punya resiko masing-masing, jadi silahkan pilihan dengan bijak. Salam nderes*".

Pada pembahasan ini penulis menggunakan teori difusi inovasi dimana Teori difusi inovasi karya Everett Rogers merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi atau gagasan baru dikomunikasikan, diterima, dan menyebar dalam masyarakat. Terdapat empat elemen penting dalam teori ini, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Inovasi merujuk pada gagasan, ide, atau produk baru yang dianggap baru oleh seseorang. Saluran komunikasi mengacu pada cara inovasi tersebut dikomunikasikan ke individu atau kelompok. Waktu merujuk pada periode waktu yang diperlukan untuk adopsi inovasi, sedangkan sistem sosial mencakup struktur dan budaya masyarakat yang memengaruhi adopsi inovasi.

Jadi akun Instagram @ruangnderes adalah contoh inovatif dakwah di era digital yang menggunakan media sosial untuk memotivasi penghafal Al-Qur'an. Dengan berbagai konten menarik seperti bahasa percintaan, nasehat, dawuh ulama, video motivasi, dan sharing pengalaman, akun ini berhasil menjangkau pengikutnya. Melalui pendekatan ini, akun @ruangnderes mengilustrasikan bagaimana inovasi dakwah melalui media sosial dapat dikomunikasikan dan diterima oleh masyarakat, sesuai dengan teori difusi inovasi karya Everett Rogers.

Pengaruh Penyampaian Dakwah Konten Ruang Nderes Pada Generasi Z Dan Milenial

Media sosial adalah platform daring di mana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi konten, dan berkontribusi dalam berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan jenis media sosial yang paling umum digunakan oleh individu di berbagai belahan dunia. Ada pandangan lain yang

menggambarkan media sosial sebagai media daring yang memfasilitasi interaksi sosial, serta menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray et al., 2023). Sejalan dengan perkembangan zaman, upaya dakwah telah mengalami perubahan yang signifikan dalam aspek jumlah pengikut, metode, dan sarana yang digunakan oleh para pelaku dakwah. Perkembangan ini sangat terpengaruh oleh era modern saat ini, di mana dakwah dapat dilakukan melalui berbagai jenis media yang efektif dan praktis. Salah satu faktor utama adalah munculnya internet, yang diikuti oleh kehadiran berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Line, Path, Instagram, dan lainnya. Keberadaan media sosial ini mempermudah komunikasi antar individu, mirip dengan fungsi pesan singkat (SMS) atau panggilan telepon. Instagram, sebagai contoh, dapat berperan sebagai alat dakwah. Ini adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya melalui berbagai jejaring sosial, termasuk platform Instagram itu sendiri. Salah satu fitur unik di Instagram adalah memotong foto menjadi format persegi, menciptakan tampilan yang mirip dengan hasil jepretan kamera Kodak Instamatic dan kamera polaroid(Zahra et al., 2016).

Salah satu media social yang dimanfaatkan ialah Instagram sebagai wadah untuk berbagi pesan keagaaman terutama tentang Al-Qur'an, motivasi dan lainnya. Mereka menjadikan media sosialnya sebagai dakwah terutama pada Instagram yakni pada akun Instagram akun @ruangnderes. Yang ada sejak tahun Mei 2021 diinstagram dengan jumlah 120 ribu pengikut pada tahun 2023 saat ini. Peneliti menduga akun tersebut merupakan akun dimana banyaknya postingan yang membahas tentang Al-Qur'an dan juga kebanyakan dari postingan akun tersebut *dawuh-dawuh* seorang guru dari kalangan kyai, nyai dan lain sebagainya dalam lingkungan pesantren. Dalam postingan akun instagram @ruangnderes terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca. Seta bisa mengembalikan semangat pada seorang penghafal Al-Qur'an, anggap saja sebagai motivasi.

Konten dakwah yang dihadirkan melalui platform media sosial Instagram memiliki beberapa bentuk yang beragam. Pertama, konten bisa berupa tulisan atau keterangan (*caption*). Yang menarik, tidak ada batasan jumlah kata pada keterangan yang dapat dituliskan. Ini memberikan kebebasan kepada dai untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih luas. Kedua, konten dapat berupa gambar atau foto. Seorang dai diberikan kemampuan untuk mengunggah hingga 10 gambar dalam satu postingan, dan jika ingin membagikan lebih banyak gambar, dapat dilakukan melalui beberapa postingan terpisah. Ketiga, konten juga bisa berbentuk video. Namun, terdapat aturan yang perlu diperhatikan untuk memposting video ini. Durasi video maksimal 60 menit jika diunggah melalui versi web dan 15 menit jika diunggah melalui perangkat seluler. Selain itu, perbedaan rasio juga perlu diingat, dengan rasio aspek 16:9 untuk video horizontal dan rasio aspek 9:16 untuk video vertikal.

'Kalan bukan jatuh yang mengajarimu tentang rasa sakit, lantas dari mana kamu belajar untuk bangkit._Kalan saja hafalanmu tidak pernah hilang, berantakan, mbulet, ucul-uculan, mungkin saja kamu akan menjadi karakter sombong dengan ingatanmu yang tajam. Hilang 1 juz? 5 juz? 10 juz? Atau babkan

30 juz? Adakalanya kita belajar menjadi karakter yang lebih baik setelah dibajar oleh suatu hal yang terburuk, seperti halnya hilang hafalan. Jadi jatuh tidak selamanya gagal kawan, jatuh atau hilang hafalannya, namun seberapa banyak kamu bangkit, benahi lagi dan belajar lagi dari kegagalan agar tidak mengulang kesalahan tersebut. Yuk bangun, benahi hafalan pelan-pelan, rikit semangatmu, bangkit berjalan dan kita sambut mentari kesuksesan yang ada didepan sana. Bismillah.”

Nah, dalam kutipan tersebut banyak faedah-faedah yang didapatkan oleh sang pembaca khususnya pada santri tahlidzul Qur'an agar mereka tidak pantang menyerah dalam menjaga hafalannya (Fatmasari et al., 2021). Maka, penting untuk memahami bahwa dakwah harus dimulai dari diri sendiri sebelum menyampaikannya kepada orang lain. Karena itu, berdakwah secara berkelanjutan bukanlah tugas yang sederhana. Berdakwah tidak hanya melibatkan komunikasi lisan, tetapi juga memerlukan tindakan konkret. Berdakwah memiliki arti yang signifikan untuk mencapai tujuan dakwah Islam. Dalam kaitannya ini, seorang da'i harus memiliki perilaku yang terpuji sehingga bisa menjadi teladan bagi mereka yang diajak berdakwah. Untuk kesuksesan dakwah, terdapat sejumlah elemen yang saling terkait di dalamnya, termasuk unsur-unsur yang merupakan konsep yang utuh dalam dakwah. Berdasarkan konteks ini, dalam tulisan ini, penulis akan menguraikan tentang konsep dakwah dalam Islam beserta elemen-elemen yang terkait dengannya. Ini mencakup subjek dakwah, materi yang disampaikan dalam dakwah, metode yang digunakan, media yang dipilih, dan juga objek atau sasaran dari dakwah tersebut(Adi, 2022).

Pada sub pembahasan ini penulis menggunakan teori media sosial dan interaksi, teori media baru adalah konsep yang diperkenalkan oleh Pierre Levy dan memberikan pemahaman tentang perkembangan media. Dalam teori ini, terdapat perspektif pandangan interaksi sosial yang mengklasifikasikan media berdasarkan sejauh mana media tersebut mendukung interaksi langsung antar individu (Feroza & Misnawati, 2020). Teori interaksi simbolik merupakan pengembangan dari konsep interaksionisme simbolik yang pertama kali dikemukakan oleh George Herbert Mead. Ini adalah suatu sudut pandang dalam bidang sosiologi. George Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia ter dorong untuk bertindak berdasarkan interpretasi atau makna yang mereka berikan terhadap orang lain, objek, dan peristiwa (Zanki, 2020).

Jadi pada cara kreatif yang digunakan konten Ruang Nderes untuk menjangkau Generasi Z dan Milenial dengan sukses itu bisa dilihat dari gaya bahasanya yang santai dalam penggunaan bahasa yang santai, slang, dan frasa yang populer di kalangan Generasi Z dan Milenial membuat konten mereka lebih relevan dan mudah dipahami selain itu topiknya juga Relevansi Ruang Nderes selalu memilih topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, isu-isu yang penting bagi generasi tersebut, dan pesan dakwah yang disampaikan secara kreatif. Akun tersebut juga menggunakan pertanyaan dan Interaksi seperti pertanyaan, *polling*, atau tantangan dari vitur instagram untuk mendorong interaksi langsung dengan audiens mereka, menciptakan keterlibatan yang lebih besar.

Strategi Konten Ruang Nderes untuk Generasi Z dan Milenial

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang telah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir. Pengasuhan mereka telah sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi dan internet. Kelompok ini lahir antara tahun 1995 hingga 2012 dan tidak pernah mengalami masa kehidupan tanpa adanya teknologi dan internet. Dalam kehidupan sehari-hari mereka, teknologi dan internet telah menjadi unsur yang sangat esensial. Generasi Z melihat teknologi dan internet sebagai sesuatu yang wajar dan tidak lagi dianggap sebagai inovasi seperti yang mungkin dilihat oleh generasi sebelumnya. Kemajuan teknologi dan kecepatan aliran informasi melalui internet telah berdampak besar pada kehidupan Generasi Z. Mereka terbiasa berkomunikasi dengan menggunakan berbagai jenis gadget yang mereka miliki, mengakses beragam informasi dari seluruh dunia melalui internet, bermain *game*, dan bahkan melakukan berbelanja melalui *smartphone* (gadget) yang selalu ada dalam genggaman mereka(Generasi et al., 2020). Kehadiran media sosial saat ini telah menyatukan batasan antara ruang pribadi dan publik seseorang. Aktivitas masyarakat kini secara signifikan terpaut dengan penggunaan media sosial, dengan Instagram menjadi salah satu platform yang sangat diminati. Diluncurkan pada 6 Oktober 2010, Instagram menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memainkan peran besar dalam cara orang berinteraksi dan berbagi dalam ranah digital.

Generasi Z memang sangat terampil dalam menggunakan media sosial. Penggunaan teknologi dan internet dalam kehidupan sehari-hari telah melatih mereka untuk melakukan beberapa tugas atau fokus pada beberapa masalah secara bersamaan. Kemampuan *multitasking* ini mungkin terkait dengan tingginya keterampilan motorik, terutama dalam penggunaan mata, tangan, dan telinga, yang dimiliki oleh Generasi Z dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. (Firamadhina & Krisnani, 2021). Generasi Z dan Milenial memiliki preferensi yang unik dalam konsumsi konten digital. Untuk menarik perhatian mereka, Ruang Nderes menggunakan strategi konten yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan minat mereka.

Pertama, Ruang Nderes fokus pada konten yang relevan dengan topik-topik yang sedang tren dan isu-isu yang penting bagi kedua generasi ini. Hal ini memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Kemudian, Ruang Nderes mengadopsi gaya visual yang menarik dan modern untuk menarik perhatian Generasi Z dan Milenial. Desain yang atraktif, pemilihan warna yang cerah, dan penggunaan elemen-elemen visual yang menarik membuat konten mereka lebih menonjol di antara berbagai macam informasi yang bersaing di platform digital. Selain itu, Ruang Nderes menggunakan bahasa yang santai dan akrab dengan gaya komunikasi yang umum digunakan oleh kedua generasi tersebut. Penggunaan slang, meme, dan bahasa sehari-hari membuat konten mereka lebih mudah dipahami dan diidentifikasi oleh audiens target. Ruang Nderes juga aktif berinteraksi dengan audiensnya, baik melalui fitur-fitur seperti polling, pertanyaan, atau tantangan, maupun melalui tanggapan langsung terhadap komentar dan pesan dari para pengikutnya. Ini menciptakan rasa keterlibatan yang kuat dan memperkuat hubungan antara merek dan audiens. Terakhir, Ruang Nderes memanfaatkan kekuatan media sosial dengan mempromosikan konten mereka melalui berbagai platform yang populer di kalangan Generasi Z dan Milenial. Mereka menggunakan fitur-fitur seperti *story*, *reel*, atau *live streaming* untuk meningkatkan eksposur konten mereka dan memperluas jangkauan mereka di antara audiens

yang lebih luas. Dengan kombinasi strategi konten yang relevan, visual menarik, bahasa yang santai, interaksi aktif, dan promosi melalui media sosial, Ruang Nderes berhasil menarik perhatian Generasi Z dan Milenial serta membangun hubungan yang kuat dengan mereka melalui konten digital mereka.

Jadi pada pembahasan ini menggunakan teori framing dimana gagasan tentang framing pertama kali diungkapkan oleh Beterson pada tahun 1995 (Sudibyo, 1999:23). Awalnya, "frame diinterpretasikan sebagai struktur konseptual atau sistem kepercayaan yang mengatur pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori standar untuk menginterpretasikan realitas." Konsep ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Goffman pada tahun 1974, yang menggambarkan frame sebagai "potongan perilaku" yang memandu individu dalam menafsirkan realitas. Teori Framing menjelaskan bagaimana cara penyampaian informasi konten Ruang Nderes dapat memengaruhi bagaimana orang menafsirkan informasi tersebut. Teori ini dapat membantu memahami Bagaimana Ruang Nderes membingkai kontennya agar menarik bagi Generasi Z dan Milenial. Bagaimana cara penyampaian konten Ruang Nderes dapat memengaruhi pemahaman Generasi Z dan Milenial tentang pesan dakwah. Bagaimana cara penyampaian konten Ruang Nderes dapat memengaruhi motivasi Generasi Z dan Milenial untuk menghafal Al-Qur'an

Teori Framing dapat membantu Ruang Nderes dalam mengembangkan strategi kreatif untuk menjangkau Generasi Z dan Milenial. Dengan membingkai kontennya dengan cara yang menarik dan sesuai dengan target audience, Ruang Nderes dapat meningkatkan pemahaman Generasi Z dan Milenial tentang pesan dakwah dan memotivasi mereka untuk menghafal Al-Qur'an.

Kesimpulan

Akun Instagram @ruangnderes dengan 106 ribu pengikut dan 405 postingan hingga Agustus 2023 adalah salah satu contoh bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat dakwah untuk memotivasi para penghafal Al-Qur'an. Akun ini berfungsi sebagai sarana untuk mengajak para penghafal Al-Qur'an untuk lebih fokus pada *muroja'ah* (peninjauan kembali) dalam kesibukan sehari-hari mereka. Melalui pengalaman yang dibagikan oleh para *followers*, akun ini dapat memberikan semangat dan motivasi kepada mereka untuk tetap kuat dan tekun dalam menghadapi ujian dan kesulitan saat meluangkan waktu untuk menghafal Al-Qur'an. Postingan yang menghadirkan kisah santri dari berbagai penjuru, *qolam* (tulisan), serta nasehat dari para ulama Al-Qur'an, semuanya dapat memberikan inspirasi kepada pengikut akun @ruangnderes.

Dengan cara ini, pengikut akun @ruangnderes akan merasa terhubung dengan pengalaman orang lain yang memiliki perjalanan dalam menghafal Al-Qur'an. Mereka akan merasa termotivasi dan didorong untuk menjaga Al-Qur'an dalam hidup mereka, bahkan di tengah-tengah kesibukan sehari-hari. Akun @ruangnderes merupakan contoh bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat digunakan sebagai alat dakwah yang efektif untuk memberikan pesan positif, memotivasi, dan membangun komunitas yang memiliki tujuan yang sama dalam menjaga dan menghafal Al-Qur'an. Dengan pendekatan yang relevan dan inspiratif,

akun ini mampu mempengaruhi pengikutnya secara positif dalam perjalanan mereka sebagai penghafal Al-Qur'an.

Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun media sosial @ruangnderes memiliki pengaruh positif terhadap minat muroja'ah Al-Qur'an bagi para penghafal Al-Qur'an. Saran penulis dalam penulisan jurnal ini adalah pentingnya pengembangan media sosial dalam bidang dakwah dan gerakan sosial. Meskipun telah ada banyak media sosial yang digunakan untuk menyebarkan pesan positif, jika ada pengembangan model yang lebih sistematik dan dapat diaplikasikan secara menyeluruh, hal ini akan memberikan manfaat yang lebih besar baik bagi individu maupun komunitas. Selain itu, penulis juga memberikan saran kepada penghafal Al-Qur'an untuk tetap semangat dalam proses menghafal dan jangan melupakan praktik *muroja'ah*. *Muroja'ah* adalah langkah penting dalam mempertahankan hafalan Al-Qur'an dan memastikan bahwa hafalan tersebut tetap kuat dan akurat.

Dengan demikian, melalui penelitian ini, kita dapat melihat bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung dakwah dan penyebaran pesan positif. Namun, pengembangan yang lebih sistematis dan terstruktur akan meningkatkan dampak positifnya, sementara penghafal Al-Qur'an perlu terus menjaga semangat dan komitmen dalam perjalanan mereka menuju penghafalan dan pemahaman yang lebih dalam terhadap Al-Qur'an.

Referensi

- Adi, L. (2022). Konsep Dakwah dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Ar-Rashid*, 7(3), 1–23.
- Alamsyah, R. (2018). Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram memecomic. Islam. In *Universitas Islam Negeri Syarief Hidayatullah Jakarta*.
- Divita, D. (2023). The gendered semiotics of far-right populism on Instagram: A case from Spain. *Discourse and Society*, 34(1). <https://doi.org/10.1177/09579265221100486>
- Fatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. (2021). Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @Nuonline_Id. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 88–114.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Generasi, L. B., Karakter, M., Baru, G., Mengubah, A., Kerja, D., & Tools, G. (2020). 16.L1.0029 - Louis Presiden Sanjaya_Bab 1. *Gen Z*, 1–12.
- Ghalib, A. S., & Ardiansyah, M. (2023). The Role of Instagram Influencers in Affecting Purchase Decision of Generation Z. *Journal of Business, Management, and Social Studies*, 2(3). <https://doi.org/10.53748/jbms.v2i3.44>

- Kertamukti, R. (2022). Instagram Religious Moderation Dialogue Space for Generation Z. *Nyimak: Journal of Communication*, 6(2). <https://doi.org/10.31000/nyimak.v6i2.6670>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (n.d.). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Prayogi, A. (2021). Pendekatan Kualitatif dalam Ilmu Sejarah: Sebuah Telaah Konseptual. *Historia Madania: Jurnal Ilmu Sejarah*, 5(2), 240–254. <https://doi.org/10.15575/hm.v5i2.15050>
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Sa'diya, L. (2017). Strategi Promosi di Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek di Era Generasi Z. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Syakuntala, W. D., & Nurusholih, S. (2022). Culinary industry digital promotion strategy for generation Z on the Instagram platform. In *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era*. <https://doi.org/10.1201/9781003263135-46>
- Tinezia Alvi Putri, & Wirda Yulita Putri. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram @Mami.Sneakers Untuk Menciptakan Brand Awareness Bagi Generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1078>
- Triyono, A., & Marhuda, N. K. (2020). Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid. *Jurnal Interaksi b c bvv : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 50–67. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.3944>
- Wajdi, F., Fauzia, S., & Hakam, A. (2020). Evaluasi Program Tahfidz Melalui Media Sosial di Yayasan Indonesia Berkah. *Jurnal Online Studi Al-Qur An*, 16(1), 69–88. <https://doi.org/10.21009/jsq.016.1.05>
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiarian Islam*, 1(2), 60–88. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>
- Zanki, H. A. (2020). TEORI PSIKOLOGI DAN SOSIAL PENDIDIKAN (TEORI INTERAKSI SIMBOLIK). *Scolae: Journal of Pedagogy*, 3(2). <https://doi.org/10.56488/scolae.v3i2.82>