

**PERSONAL BRANDING DALAM AKTIVITAS DAKWAH
HANAN ATTAHI DI MEDIA INSTAGRAM
SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos) dalam bidang
Sosiologi



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Mohammad Bagus Bukhori

NIM 10010321019

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Februari 2025

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Mohammad Bagus Bukhori
NIM	: 10010321019
Program Studi	: Sosiologi
Judul Skripsi	: Personal Branding Dalam Aktivitas Dakwah Hanan Attaki di Media Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 27 Februari 2025
Yang menyatakan


Mohammad Bagus Bukhori
NIM: 10010321019

PERSetujuan DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi yang ditulis oleh:

Nama: Mohammad Bagas Bukhori

Nim : 10010321019

Prodi : Sosiologi

Skripsi yang berjudul *Analisis Personal Branding Di Media Sosial: Studi Personal Branding Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Instagram* saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Dwi Setianingsih, M.Pd.I

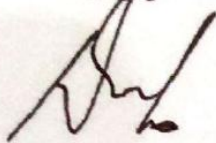
NIP: 197212221999032004

PENGESAHAN

Skripsi oleh Mohammad Bagas Bukhori dengan judul : **“Personal Branding Dalam Aktivitas Dakwah Hanan Attaki di Media Instagram”** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal

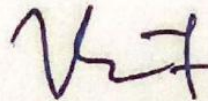
TIM PENGUJI

Penguji I



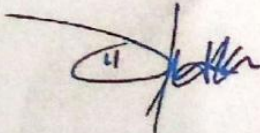
Dr. Dwi Setianingsih, M. Pd.I
NIP. 197212221999032004

Penguji II



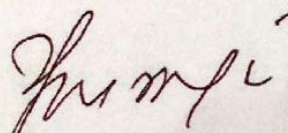
Dr. Iva Yulianti Umdatul Izza, S. Sos, M. Si
NIP. 197607182008012022

Penguji III



Masitah Effendi, M. Sosio
NIP. 199105172020122027

Penguji IV



Husnul Muttaqin, S. Sos, M.S.I
NIP. 197801202006041003

Surabaya, 9 April 2025

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan



Prof. Dr. H. Abd Chalik, M. Ag
NIP. 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mohammad Bagus Bukhori
NIM : 10010321019
Fakultas/Jurusan : Fisip / Sosiologi
E-mail address : bukhoribagas01@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Branding Dalam Aktivitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram

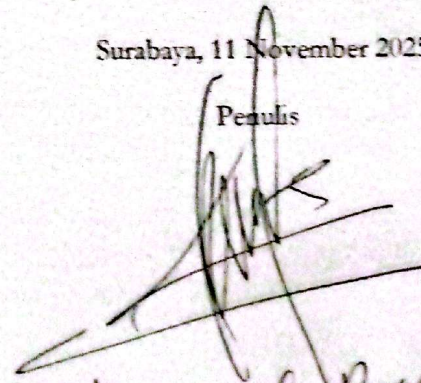
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 November 2025

Penulis


Mohammad Bagus Bukhori

ABSTRAK

Mohammad Bagas Bukhori, 2025, *Personal Branding Dalam Aktivitas Dakwah Hanan Attaki di Media Instagram*, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini membahas tentang branding dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi personal branding yang dibangun oleh Ustadz Hanan Attaki melalui konten-konten dakwahnya di Instagram. Metode yang digunakan adalah netnografi dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan menganalisis aktivitas, interaksi, dan konten dalam akun Instagram @hanan_attaki. Penelitian ini menggunakan teori modal kapital Pierre Bourdieu yang mencakup modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki berhasil membangun citra diri sebagai pendakwah muda yang dekat dengan generasi milenial dan Gen Z. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, gaya berpakaian santai, dan pendekatan yang tidak menggurui. Konsistensi dalam penyajian konten, pemilihan hashtag, serta interaksi yang intens dengan audiens juga menjadi kunci keberhasilan personal branding yang dilakukan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa personal branding yang kuat di media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam menyampaikan pesan dakwah secara luas. Ustadz Hanan Attaki mampu memanfaatkan media sosial bukan hanya sebagai sarana berdakwah, tetapi juga sebagai media membangun kepercayaan dan pengaruh positif di tengah masyarakat digital.

Kata kunci: *personal branding, dakwah digital, media sosial, modal kapital,*

ABSTRACT

Mohammad Bagas Bukhori, 2025, *Analysis of Personal Branding on Social Media: Study of Personal Branding of Ustadz Hanan Attaki's Da'wah on Instagram*, Thesis of Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Sunan Ampel State Islamic University, Surabaya.

This research discusses the concept of branding in the preaching activities of Ustadz Hanan Attaki on Instagram. The aim of this study is to analyze the personal branding strategies built by Ustadz Hanan Attaki through his preaching content on Instagram. This study uses a qualitative descriptive method with a netnographic approach to observe activities, interactions, and content on the Instagram account @hanan_attaki.

The research applies Pierre Bourdieu's theory of capital, which includes social capital, cultural capital, and symbolic capital, as the analytical framework. The findings show that Ustadz Hanan Attaki has successfully built a personal brand as a young preacher who is relatable to millennials and Generation Z. This is reflected through his use of simple language, engaging visuals, casual clothing style, and a friendly, non-patronizing approach. Consistency in content presentation, strategic use of hashtags, and strong engagement with his audience have also contributed to the success of his personal branding.

The conclusion of this study is that strong personal branding on social media can be an effective strategy for spreading religious messages widely. Ustadz Hanan Attaki has successfully utilized social media not only as a platform for preaching but also as a means to build trust and exert positive influence in the digital society.

Keywords: *personal branding, digital preaching, social media, capital theory*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI....	vi
ABSTRAK	1
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	7
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Definisi Konsep.....	Error! Bookmark not defined.
F. Sistematika Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	Error! Bookmark not defined.
A. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
G. Keabsahan dan Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.

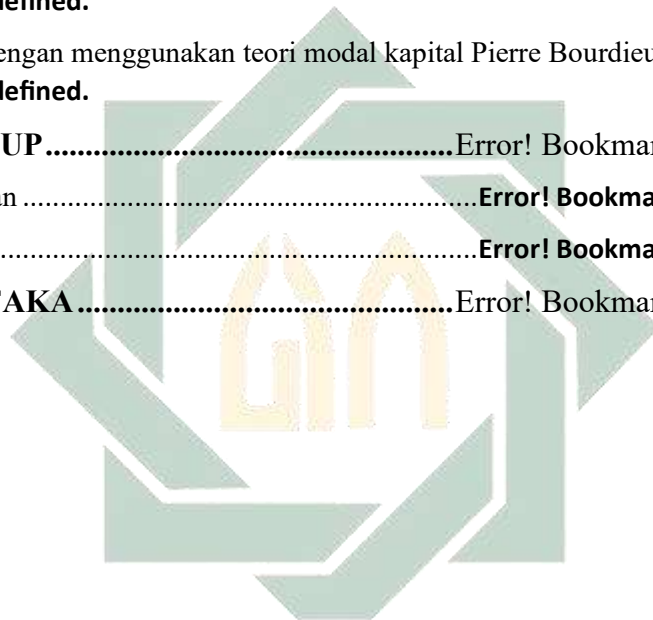
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.

- A. Biografi Ustadz Hanan Attaki**Error! Bookmark not defined.**
- B. Profil Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki.....**Error! Bookmark not defined.**
- C. Bentuk Personal Branding Ustadz Hanan Attaki di Instagram **Error! Bookmark not defined.**
- D. Pandangan Audiens terhadap Personal Branding Ustadz Hanan Attaki di Instagram**Error! Bookmark not defined.**
- E. Makna Personal Branding Yang Diperlihatkan Melalui Konten Instagram... **Error! Bookmark not defined.**
- F. Ditinjau dengan menggunakan teori modal kapital Pierre Bourdieu **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP.....Error! Bookmark not defined.

- A. Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.**
- B. Saran**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. MODEL POCL.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 2 AKUN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 3 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
(GAMBAR 4 SCREENSHOT HASIL WAWANCARA PENGIKUT USTADZ HANAN ATTAKI PADA TANGGAL 23 JANUARI 2025)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 5 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 6 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 7 SCREENSHOT HASIL WAWANCARA PENGIKUT USTADZ HANAN ATTAKI...	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 8 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI...	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 9 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 10 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 11 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 12 POSTINGAN USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 13 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 14 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 15 UNGGAHAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 16 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 17 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 18 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 19 KOMENTAR INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBAR 20 POSTINGAN INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI ..	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

GAMBAR 21 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI**ERROR!**

BOOKMARK NOT DEFINED.

GAMBAR 22 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI**ERROR!**

BOOKMARK NOT DEFINED.

GAMBAR 23 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI**ERROR!**

BOOKMARK NOT DEFINED.

GAMBAR 24 KOMENTAR PENGIKUT INSTAGRAM USTADZ HANAN ATTAKI**ERROR!**

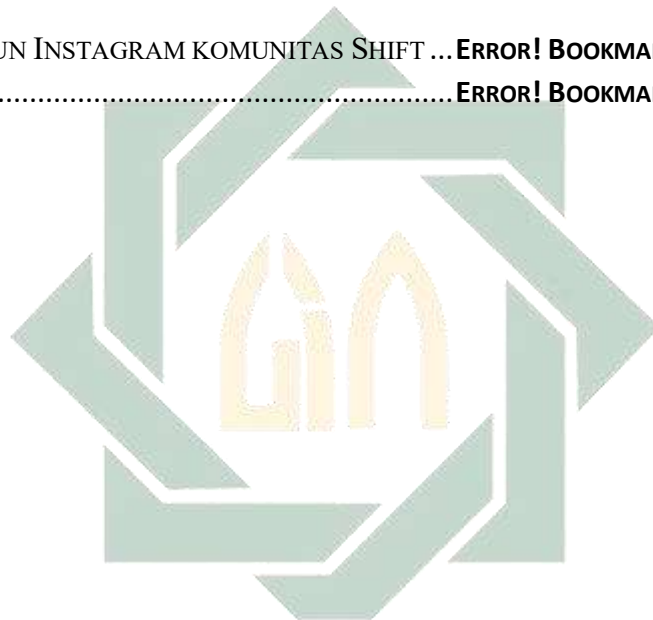
BOOKMARK NOT DEFINED.

GAMBAR 25 AKUN MEDIA SOSIAL USTADZ HANAN ATTAKI **ERROR! BOOKMARK NOT**

DEFINED.

GAMBAR 26. AKUN INSTAGRAM KOMUNITAS SHIFT ...**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

GAMBAR 27.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. Dinar Annisa. "PERAN HANAN ATTAKI DALAM MEMBANGUN PERSEPSI GENERASI MILENIAL TENTANG TUHAN (ANALISIS ISI ATAS VIDEO " KANGEN" DI YOUTUBE)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr* 7, no. 1 (2018): 65–74.
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. "Personal branding remaja di era digital." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 20–30.
- Aini, Nurul. "Konstruksi Perempuan dalam Kumpulan Cerpen Yang Liu Karya Lan Fang (Kajian Feminis)," 2016. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/78951>.
- Alimuddin, Nurwahidah. "KONSEP DAKWAH DALAM ISLAM." *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 4, no. 1 (15 April 2007): 73–78. <https://doi.org/10.24239/jsi.Vol4.Iss1.195>.
- Amadevi, Septi. "Metode Dakwah 'PERJALANAN DAKWAH DI DUNIA TEKNOLOGI DIGITAL.'" OSF, 24 Juli 2020. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ystmu>.
- Anggarini, Desy Tri. "Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial." *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* 3, no. 4 (20 Desember 2021): 259–68. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>.
- Ashari, Prasetyo Reza. "LKP: Perancangan Konten Media Promosi Raja Duren pada Sosial Media Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recall." PhD Thesis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2018. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3549/>.
- "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia." Diakses 9 September 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Ayuningthyas, Prita. "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PANGGUNG PERSENTASI DIRI PADA SISWA SMA NEGERI 2 KARANGANYAR." *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant* 5, no. 2 (2017). <https://core.ac.uk/download/pdf/289786807.pdf>.
- Basit, Abdul. "Dakwah Cerdas Di Era Modern." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (1 Juni 2013): 76–94. <https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.1.76-94>.
- Bastomi, Hasan. "Dakwah Bi Al-Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat." *Jurnal Ilmu Dakwah* 36, no. 2 (2016). <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1776>.
- BIOGRAFI TOKOH TERNAMA. "Biografi Ustadz Hanan Attaki, Lc. - Founder Pemuda Hijrah." Diakses 20 Februari 2025. <https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.com/2017/08/biografi-ustadz-hanan-attaki-lc-founder-pemuda-hijrah.html>.
- Bukhori, Baidi. "Dakwah melalui bimbingan dan konseling islam." *Jurnal Konseling Religi* 5, no. 1 (2014): 1–18.
- Damayanti, Rini. "DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.," 2018. <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>.
- Fatihah, Siti Rohmatul. "Konsep Etika Dalam Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 2 (2018): 241–49.
- Fauzi. "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (12 Juni 2023): 35–55. <https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433>.

- Febriani, Suci Ramadhanti, dan Ayu Desrani. "PEMETAAN TREN BELAJAR AGAMA MELALUI MEDIA SOSIAL." *Jurnal Perspektif* 14, no. 2 (26 Juli 2021): 339–56. <https://doi.org/10.53746/perspektif.v14i2.49>.
- Franzia, Elda. "Pengaruh Sinergi Foto Profil Media Jejaring Sosial dalam Meningkatkan Personal Branding." *Panggung* 28, no. 1 (13 April 2018). <https://doi.org/10.26742/panggung.v28i1.232>.
- . "PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL." *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15 Maret 2018, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>.
- Haroen, Dewi. *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama, 2014. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=iKBLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=definisi+personal+branding+menurut+para+ahli&ots=tBgfgaz72Z&sig=hnWoYnJzDT5oXbeW13eiBex_ny4.
- . *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama, 2014. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=iKBLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=personal+branding+adalah&ots=tBfc99D272&sig=N78kZCfKYS4o13Hnd7m0epco8RU>.
- Hatta, M. "Media Sosial, Sumber keberagamaan Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2 Oktober 2019): 1–30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>.
- Hendra, Tomi, Siti Amalia Nur Adzani, dan Kori Lilie Muslim. "Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal: Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam." *Journal of Da'wah* 2, no. 1 (2023): 65–82.
- Hendra, Tomi, dan Siti Saputri. "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 2020, 50–60.
- Hidayat, Muh Taufik. "BERDAKWAH DI MEDIA SOSIAL." OSF, 24 Juli 2020. <https://doi.org/10.31219/osf.io/sp25v>.
- "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital." Diakses 10 September 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.
- levansyah, levansyah, dan Teguh Priyo Sadono. "PERSONAL BRANDING DALAM KOMUNIKASI SELEBRITIS (STUDI KASUS PERSONAL BRANDING ALUMNI ABANG NONE JAKARTA DI MEDIA SOSIAL 'INSTAGRAM')." *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 4, no. 02 (20 September 2018): 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>.
- "Indonesia Jadi Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Ke-4 Di Dunia | Databoks." Diakses 10 Februari 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/16d2a8a4aaa0bc2/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>.
- "KONSEP DAKWAH DALAM ISLAM | Hunafa: Jurnal Studia Islamika." Diakses 11 September 2024. <https://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/195/0>.
- Kurniawati, Merlyn, Yonas Ferdinand Riwu, Paulina Yuritha Amtiran, dan Yuri Sandra Fa'ah. "PELATIHAN PERSONAL BRANDING DAN DIGITAL LITERACY BAGI PELAKU UMKM DI KOTA KUPANG." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat*

- Berkemajuan* 7, no. 2 (20 Juni 2023): 1399.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.14270>.
- Lestari, Puput Puji. "Dakwah digital untuk generasi milenial." *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 41–58.
- Lois, Debora, dan Diah Ayu Candraningrum. "Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram." *Koneksi* 5, no. 2 (29 September 2021): 329.
<https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10331>.
- Lugastiro, Tori Andilo. "ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PUTRI CANDRAWATHI DALAM KASUS PEMBUNUHAN BRIGADIR J DI MEDIA ONLINE= Framing Analysis of Putri Candrawathi's News Coverage in the Brigadir J Murder Case on Online Media." PhD Thesis, Universitas Hasanuddin, 2024.
<http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/33824/>.
- Mauludin, Haris. "Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram." B.S. thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2019. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/48037>.
- "Media Sosial Favorit Gen Z Dan Milenial Indonesia | Databoks." Diakses 21 Februari 2025. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>.
- "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media | Jurnal Komunikasi Islam." Diakses 12 September 2024. <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/jki/article/view/12>.
- Mokhtar, Mohd Mokhtarishah Bin Mohamed, dan Hasmadi bin Hassan. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM DAKWAH ISLAM DALAM KALANGAN PENDUDUK KAMPUNG BESERAH, KUANTAN, PAHANG: The Use of Social Media as a Medium of Islamic Preaching Among the Residents of Beserah Village, Kuantan, Pahang." *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 2021, 41–48.
- Muhaemin, Enjang. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (30 Desember 2017): 341–56.
<https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>.
- Nasrullah, Nasrullah, Tawakkal Tawakkal, dan Miftahul Jannah. "Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba." *Jurnal Ilmu Perpustakaan (Jiper)* 4, no. 1 (2022). <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JIPER/article/view/7813>.
- Nurdyansa. "Profil Dan Biografi Ustadz Hanan Attaki - Pendiri Pemuda Hijrah," 18 Januari 2018. <https://www.biografiku.com/biografi-dan-profil-lengkap-ustadz-hanan-attaki-pendiri-pemuda-hijrah/>.
- NURJAMAN, TEGUH, dan RITA HERLINA. "Personal branding Ustad Hanan Attaki di media sosial." *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 8, no. 1 (2021): 22–29.
- Pahlupy, Astrid Novia. "Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Youtube." *Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang*, 2019.
<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/11002/>.
- Permana, Renaldi. "Pemanfaatan Media Sosial Pada MA Nurul Iman Bandung," t.t.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017): 51–65.

- "Profil dan Biografi Ustadz Hanan Attaki – Anak Pesantren Pendiri Pemuda Hijrah | PORTAL ISLAM." Diakses 20 Februari 2025. <https://www.portal-islam.id/2019/07/profil-dan-biografi-ustadz-hanan-attaki.html>.
- Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI." *Jurnal Common* 3, no. 1 (7 Agustus 2019): 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- Putri, Anggia Bahana, Dean Pahrevi, Risdo Saragih, dan Frengki Napitupulu. "Konstruksi Sosial Kampanye# IndonesiaBicaraBaik Monday Inspiration di Instagram@perhumas_indonesia Perspektif Peter L Berger." *Kompetensi* 16, no. 1 (2023): 7–17.
- Putri, Hanifah Hertanti, dan Aziz Muslim. "Internalisasi Sifat Wara'dalam Konsumsi Makanan Halal (Telaah Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger)." *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (2023): 209–22.
- Rampersad, Hubert K. *Authentic Personal Brand Coaching: Entrepreneurial Leadership Brand Coaching for Sustainable High Performance*. IAP, 2015.
- Salam, Abdul, Muliaty Amin, dan Kamaluddin Tajibu. "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 3 (2020). <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.
- Santoso, Bobby Rachman. "Revitalisasi Metode Dakwah Anakronistis Dai Generasi Milenial." *Tasâmuh* 17, no. 1 (2019): 133–54.
- Santoso, Puji. "[HAKI] KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA," 2021. <https://publication.umsu.ac.id/index.php/ht/article/download/1609/1514>.
- Saputra, Dino, dan Dyah Kusumawati. "Penggambaran Peran Ayah dalam Film Sejuta Sayang Untuknya." *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi* 8, no. 3 (2022): 2961–72.
- Setiawan, Daryanto. "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (9 April 2018): 62. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1474>.
- Sidiq, Anwar. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun@fuadbakh)." PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2017. <http://repository.radenintan.ac.id/2201/>.
- Silaban, Sarah Isabella, Susanne Dida, dan Susie Perbawasari. "Personal branding yulia baltschun sebagai diet influencer melalui youtube." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 5, no. 2 (2019): 357–71.
- Srisadono, Wahyu. "Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 213–27.
- Stevani, Stevani, dan Widayatmoko Widayatmoko. "Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (9 Agustus 2017): 65. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.225>.
- . "Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (9 Agustus 2017): 65. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.225>.
- Sukardi, Akhmad. "Metode dakwah dalam mengatasi problematika remaja." *Al-Munzir* 9, no. 1 (2018): 13–28.

- Sulaiman, Aimie. "Memahami teori konstruksi sosial Peter L. Berger." *Society* 4, no. 1 (2016): 15–22.
- Wahyuni, Mega Nur. "Pengaruh Modernitas Media Sosial Terhadap Penyebaran Dakwah," 2023. <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/handle/123456789/2043>.
- Wibowo, Adi. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL." *JURNAL ISLAM NUSANTARA* 3, no. 2 (10 Desember 2019): 339–56. <https://doi.org/10.33852/jurnaln.v3i2.141>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A