

DAFTAR PUSTAKA

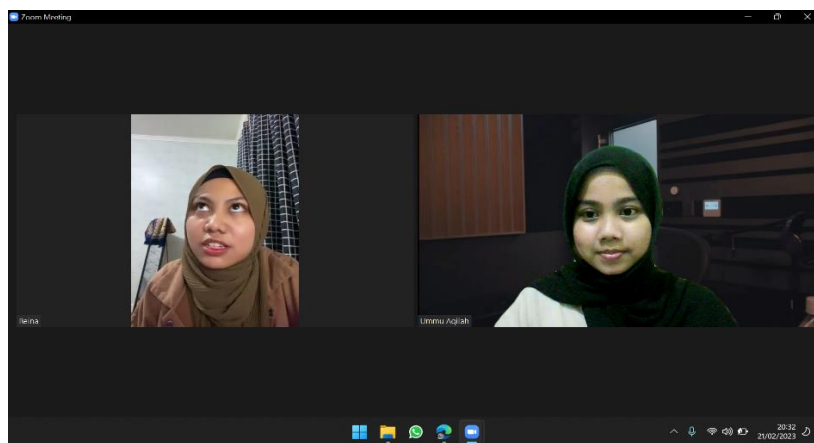
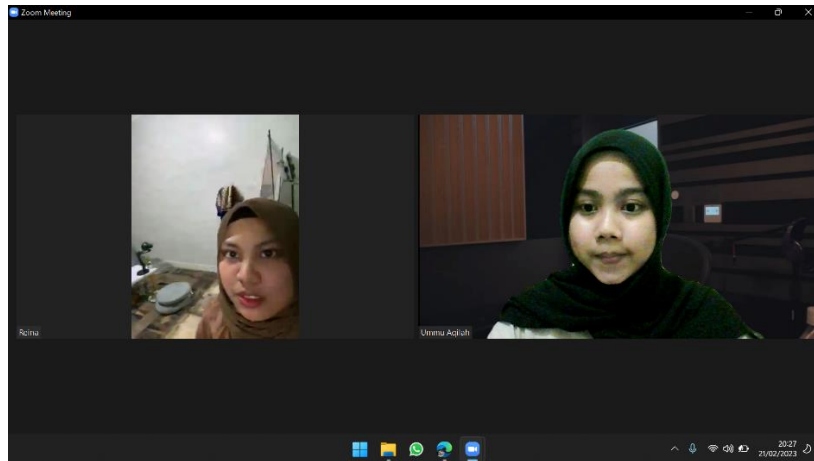
- Abbas, M. I., & Darajat, D. M. (2022). Dakwah dalam Perspektif Organisasi Produksi. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Amalia, N. (2021). *Strategi Kreatif Kreator Konten dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Instagram@ Bagussuhar*. Repository.Uin-Suska.Ac.Id.
- Arifin, B. (2015). Dakwah Cybermedia. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*.
- Arkananta, R. (2022). *Strategi Kreatif Kreator Konten Channel Youtube Kutufilm dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penonton*. Repository.Unas.Ac.Id.
- Aske Cecariyani, S., & Genep Sukendro, G. (2018). *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*.
- Asyari, M. A., & Primasari, I. (2023). *Analisis Konten Youtube PT. Pos Indonesia (Persero) dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen di Bidang Pengiriman Jasa* (Vol. 10, Nomor 1).
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah:(Studi Kasus Ustad Syam, di Akun@ Syam_Elmarusy). *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*.
- Fitriah, R. (2022). *Strategi Konten Dakwah Melalui Akun Tiktok: Studi Deskriptif pada Konten Tiktok@ Yudhidarmawan*. Etheses.Uinsgd.Ac.Id.
- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11.
- Hootsuite. (2023, Januari). *Platform Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023*. Hootsuite (We Are Social). (<https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2023/>, Diakses 4 Juni 2023 pukul 09.00 WITA).
- Latief, M. N. (2018). Dakwah dalam Perspektif Media Sosial. *Jurnal Jurnalisa*, 4(1).

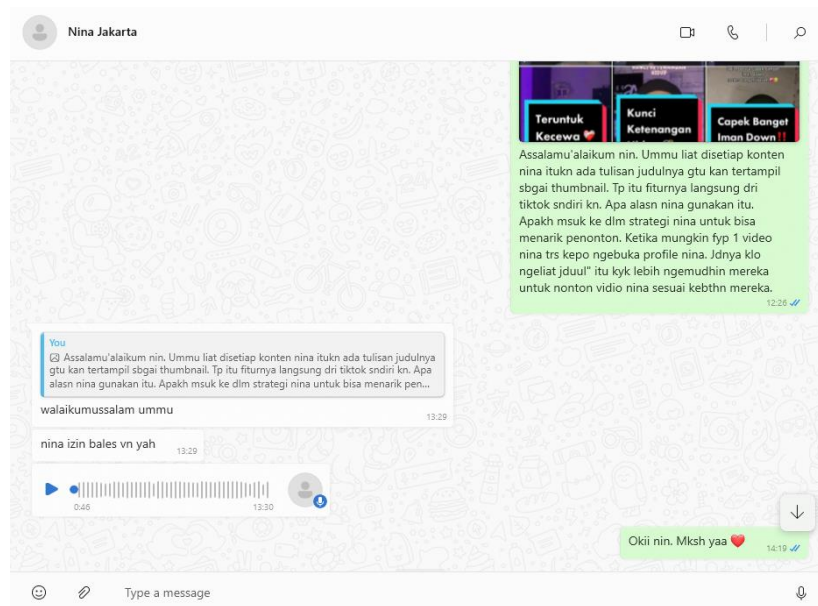
- Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12, 176–195. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Mutiah, T., & Albar, I. (2019). *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial* (Vol. 1, Nomor 1).
- Nabila, A. P. (2022). *Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok@ Kak. Jefri*. Repository.Radenintan.Ac.Id.
- Norhabiba, F. (2015). *Akses Media Baru oleh Remaja SMA Kota Semarang dan Hubungannya dengan Interaksi dengan Lingkungan Sekitar pada Siswa Kelas X SMA 5 Kota Semarang*.
- Purwaningsih, S. C. P. (2018). *Strategi Kreatif Produser Program Acara Wedang Ronde Sebagai Program Unggulan di Aditya Yogyakarta*. Repository.Isi-Ska.Ac.Id.
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 587–601. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan*, 13(2), 299535.
- Rosariana, B. (2021, September 28). *Generasi “Milenial” dan Generasi “Kolonial.”* (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/generasi-milenial-dan-generasi-kolonial.html>, Diakses 23 Mei 2023 pukul 10.49 WITA).
- Rusdi, F., & Genep Sukendro, G. (2018). *Analisis Industri Kreatif dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru*.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban dan*
- Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ Baysasman00). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2(1), 31–43.
- Septiani, E. A. (2022). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi pada Akun@ Basyaman00)*. Repository.Uinbanten.Ac.Id.

- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Shabrina, F. N., Abdurrazaq, M. N., & Satria, A. (2023). Penggunaan Akun Tiktok @Husainbasyasman Sebagai Media Dakwah Terhadap Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Iai-Alazis dalam Pembuatan Konten Dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (Jkomdis)*, 3(1), 742900. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.606>
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube dalam Bidang Dakwah oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 173–190.
- Sya'bania Feroza, C., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. dalam *Jurnal Inovasi* (Vol. 15, Nomor 1).
- Terok, M. S. (2023). *Akibat Hukum Bagi Konten Kreator yang Melanggar Copyright Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta: Vol. XI* (Nomor 4).
- Wahab, N. A., Muhamad, N., & Ismail, M. S. (2019). Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini [Social Media As A Medium Dakwah Nowadays]. *Al-Qiyam International Social Science and Humanities Journal*, 2(1), 14–23.
- Wordpress. (2013). *Analisis Data Kualitatif*. (<https://insanajisubekti.wordpress.com/2013/03/30/analisis-data-kualitatif/>, Diakses 24 Mei 2023 pukul 13.00 WITA).

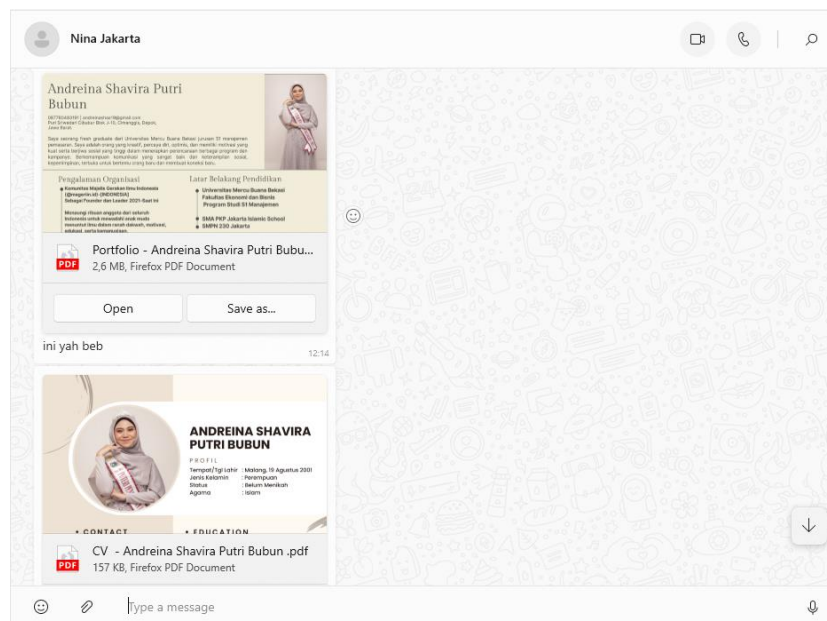
LAMPIRAN

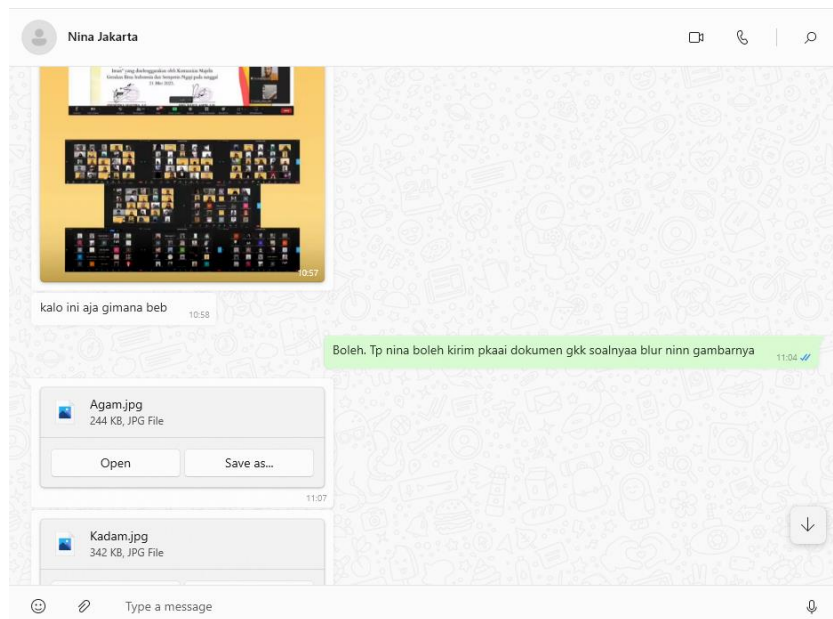
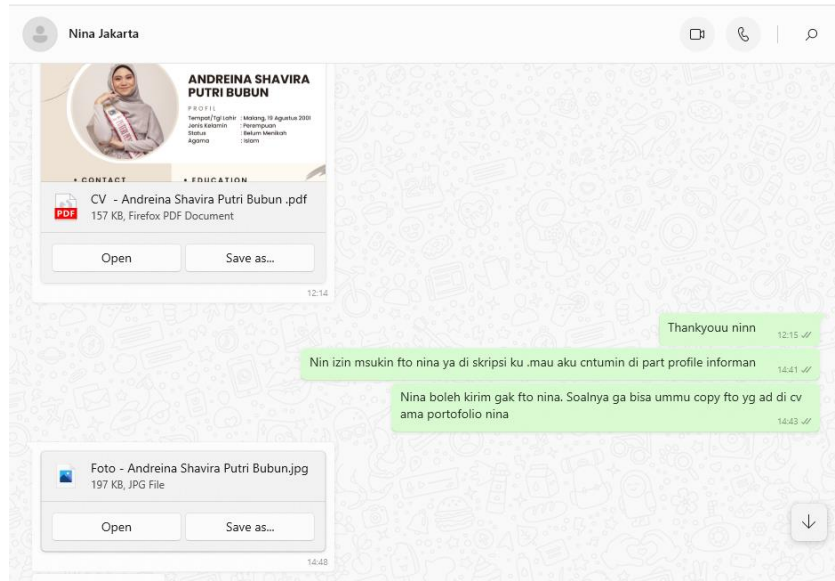
Dokumentasi proses wawancara *via zoom meeting* dan *WhatsApp*





Dokumentasi pengiriman data dari informan melalui *WhatsApp*





PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa yang melatar belakangi anda untuk menjadi seorang *content creator* dakwah?
2. Apa tujuan anda memproduksi video dakwah?
3. Siapa segmentasi sasaran anda terhadap *content* yang anda buat?
4. Bagaimana persiapan anda sebelum memproduksi video?
5. Bagaimana anda menemukan ide dalam memproduksi video dakwah?
6. Apa strategi kreatif anda dalam memproduksi video dakwah?
7. Apakah anda memproduksi video secara individu atau ada tim yang membantu anda?
8. Apakah anda memiliki ruangan khusus untuk *take* video
9. Dalam sehari berapa video yang anda *upload* di *tiktok*?
10. Apakah anda memiliki waktu khusus untuk meng*upload* video di *tiktok*?
11. Apa kendala yang biasa anda alami dalam memproduksi video dakwah?
12. Bagaimana solusi terhadap kendala yang anda alami dalam memproduksi video dakwah?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ummu Aqilah, lahir di Barru pada tanggal 25 April 2001. Merupakan anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Ishak Kadir dan Ibu Asmawati Aqsa. Jenjang pendidikan yang telah ditempuh yaitu mulai dari SDN 012 Bontang Selatan, kemudian berlanjut pada jenjang sekolah menengah pertama di MTS Al-Ikhlash Bontang dan melanjutkan jenjang sekolah menengah atas di SMAN 1 Bontang.

Peneliti diterima sebagai mahasiswi Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin pada tahun 2019. Aktivitas peneliti selama menjadi mahasiswi yaitu aktif dalam mengikuti proses perkuliahan baik yang diadakan secara *offline* maupun *online*, aktif mengikuti kuliah umum dan seminar umum yang diadakan oleh Fakultas, *Career Development Center* Universitas Hasanuddin maupun Kampus Universitas Hasanuddin, serta pernah terlibat dalam keanggotaan UKM LDF Ibnu Khaldun pada tahun 2020.