

BAB III

LANDASAN TEORITIS

A. DAKWAH

1. Konsep Dakwah

Mengutip dari Toha Yahya Oemar, dakwah adalah upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.¹

Dakwah merupakan proses kegiatan mengajak kepada jalan Allah. Aktivitas mengajak tersebut bisa berbentuk *tabligh* (penyampaian), *taghyir* (perubahan, internalisasi dan pengembangan), dan *uswah* (keteladanan). Dakwah juga merupakan proses persuasi (memengaruhi). Memengaruhi tidak hanya sekedar mengajak, melainkan membujuk agar objek yang dipengaruhi itu mau ikut dengan orang yang memengaruhi.²

Hukum berdakwah adalah *fardhu 'ain* dan *kifayah*, pendapat ini dipelopori oleh Muhammad Abu Zahrah. Menurut

¹Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), Cetakan Ke-1, h. 1

²Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), Cetakan Ke-1, h. 45

Abu Zahrah, *fardhu 'ain* melakukan dakwah secara individual (*Al-Ahad*) dan *fardhu kifayah* melakukan dalam dakwah kolektif (*Al-Jama'at*). Setiap orang berkewajiban untuk melakukan dakwah individual.³

Dalam berdakwah *da'i* harus membuat persiapan dan perencanaan yang matang baik dari segi materi maupun metodologinya, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat dicerna, dipahami, dan diyakini oleh para *mad'u* (penerima dakwah).

Metode berasal dari bahasa Latin *methodus* yang berarti cara. Dalam bahasa Yunani, *methodus* berarti cara atau jalan. Sedangkan dalam bahasa Inggris *method* dijelaskan dengan metode atau cara. Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian “*Suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia*”.⁴

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenandamedia Grup, 2016), Cetakan Ke-5, h. 153

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), Cetakan Ke-1, h. 121-122

Metode dakwah, adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Dalam “Ilmu Komunikasi” ada jargon “*the methode is message.*” Maka dari itu kejelian dan kebijakan juru dakwah dalam memilih dalam memakai metode sangat memengaruhi kelancaran dan keberhasilan dakwah. Ketika membahas tentang metode dakwah pada umumnya merujuk pada Al-Qur’an surat An-Nahl (QS.16: 125).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang

lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”⁵

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

1) Al-Hikmah

Hikmah dalam dunia dakwah mempunyai posisi yang sangat penting, yaitu dapat menentukan sukses tidaknya dakwah. Dalam menghadapi *mad'u* yang beragam tingkat pendidikan, strata sosial, dan latar belakang budaya, para *da'i* memerlukan hikmah, sehingga ajaran Islam mampu memasuki ruang hati para *mad'u* dengan tepat. Oleh karena itu, para *da'i* dituntut untuk mampu mengerti dan memahami sekaligus memanfaatkan latar belakangnya, sehingga ide-ide yang diterima dirasakan sebagai sesuatu yang menyentuh dan menyejukkan kalbunya.⁶

2) Al-Mau'idza Al-Hasanah

Secara bahasa, *Mau'izhah Hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *Mau'izhah* dan *Hasanah*. Kata *Mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-'idzatan* yang berarti nasihat,

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu...*, h. 123

⁶ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), Cetakan Ke-3, h. 11

bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan.⁷

3) Al-Mujadalah Bi Al-Lati Hiya Ahsan

Al-mujadalah (al-hiwar) berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan di antara keduanya. Sedangkan menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi ialah, suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat.⁸

2. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridhai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat. Tujuan umum tersebut perlu di tindaklanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat.

⁷ M. Munir, *Metode...*, h. 15

⁸ M. Munir, *Metode...*, h. 17-18

Pada level individu tujuan dakwah adalah mengubah paradigma berfikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sesungguhnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak dipengaruhi oleh paradigma berfikirnya. Oleh karena itu, kegiatan dakwah pada level individu ini diharapkan mampu merubah pandangan negatif seseorang tentang hidup menjadi berpandangan positif sesuai dengan ajaran tuhan.

Sementara pada level kelompok dan masyarakat, tujuan dakwah secara khusus yaitu meningkatkan persaudaraan dan persatuan dikalangan muslim dan non-muslim. Perbedaan dikalangan masyarakat merupakan *sunnatullah* yang tidak bisa dibantah. Kita bisa melihat perbedaan pada warna kulit, tinggi badan, budaya, sikap, perilaku dan sebagainya. Perbedaan-perbedaan tersebut tidak untuk dipertentangkan, tetapi dijadikan sebagai kekuatan dan saling membantu antar sesama sehingga kelemahan dan ada pada satu orang ditutupi oleh kekuatan pada orang lain.⁹

⁹Abdul Basit, *Filsafat...*, h. 51-53

Setelah memahami tujuan dakwah, selanjutnya perlu memahami fungsi dakwah agar dakwah dapat dijalankan sesuai dengan petunjuk Allah dan mencontoh praktik dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah sebagai teladan dalam menjalankan ajaran islam.

Fungsi utama dari dakwah Islam adalah memberikan penjelasan dan pemahaman kepada umat Islam agar menyembah kepada Allah SWT. Dan menolak berbagai ideologi, paham dan keyakinan hidup yang lainnya. Penjelasan dan pemahaman yang komprehensif tentang tuhan bersumber dari kitab suci yang diturunkan kepada para nabi. Melalui ayat-ayat yang terdapat dalam kitab suci, tuhan memperkenalkan dirinya dan sekaligus mengajarkan bagaimana manusia dapat berbakti dan menyembah tuhan.¹⁰

3. Media Dakwah

Media bila dilihat dari asal katanya (etimologi) berasal dari bahasa latin yaitu *median*, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak dari pada kata *median*

¹⁰Abdul Basit, *Filsafat...*, h. 55

tersebut. Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹¹

Wilbur Schramm (1977) mendefinisikan media merupakan salah satu teknologi informasi yang dapat digunakan dalam melakukan pengajaran. Secara khususnya, media merupakan alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku-buku, film, video, kaset, slide dan lain sebagainya. Secara umum dapat dipahami bahwa istilah media mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*), dan sinema.¹²

Seorang *da'i* atau juru dakwah dalam menyampaikan ajaran (Islam) kepada umat manusia tidak akan lepas dari sarana atau media. Karena di era modern ini dakwah tidak hanya cukup disampaikan melalui lisan tanpa melalui bantuan alat-alat komunikasi modern. Kata-kata yang diucapkan seorang *da'i* sangatlah terbatas oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu,

¹¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Usana Offset Printing), h. 163.

¹² Irzum Fariyah, 'Media Dakwah Pop' (*Jurnal Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus*), <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php>, diunduh pada 28 Agustus 2019.

kepandaian untuk memilih media atau sarana yang tepat merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah.

Hamzah Ya'qub membagi sarana dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, audio, visual dan akhlak (Amal Fathullah Zarkasyi, 1998:154). Dari lima macam pembagian tersebut, secara umum dapat disempitkan menjadi tiga media, yaitu:

- a. *Spoken words*, media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan indra telinga, seperti radio, telepon, dan lain-lain.
- b. *Printed writings*, berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat di tangkap dengan mata.
- c. *The Audio Visual*, berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dilihat, seperti televisi, video, film, dan sebagainya.¹³

Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu diantaranya adalah melalui media

¹³ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat: Antara Muslim dan Non Muslim*, (Purwokerto: STAIN Purwokerto Press, 2007), Cetakan Ke-1, h. 36-37 .

sosial. Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Seperti diketahui bersama, bahwa aplikasi-aplikasi media sosial sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari alat komunikasi yang “dibenamkan” di dalam *smartphone*, *tablet*, *laptop*, dan *PC*. Kini, dengan semakin luas, cepat dan lebarnya koneksi internet, konsumen semakin dimudahkan dalam mengakses aplikasi media sosial.

Telah menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Setiap saat dan setiap waktu orang bisa mengakses media sosial. Selain untuk berkomunikasi, segala hal mulai dari informasi positif hingga yang paling buruk sekalipun bisa diakses melalui media sosial. Dengan semakin masifnya pengguna media sosial, kiranya akan sangat disayangkan jika hal tersebut hanya digunakan untuk sebatas komunikasi dan mengakses informasi-informasi yang kadang kala tidak penting dan tidak bermanfaat. Lebih dari itu,

media sosial bisa kita manfaatkan untuk sarana berdakwah, menebar kebaikan, dan mengajak orang lain berbuat baik.¹⁴

Sebenarnya media dakwah ini bukan saja berperan sebagai alat bantu dakwah, namun bila ditinjau dakwah sebagai suatu sistem, yang mana sistem ini terdiri dari beberapa komponen (unsur) yang komponen satu dengan lainnya saling kait mengait, bantu membantu dalam mencapai tujuan. Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibanding dengan komponen yang lain, seperti metode dakwah, objek dakwah dan sebagainya. Apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, dan peranan media dakwah menjadi tampak jelas peranannya.¹⁵

Sementara masyarakat sekarang ini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi tidak bisa dinafikan dapat membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu.

¹⁴ Eko Sumadi, 'Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi' dalam Jurnal *At-Tabsyir (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam)* Vol. 4, No. 1 (2016), <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2912/2083>, diunduh pada 04 September 2019.

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar...*, h. 164

Memilih dan menggunakan media yang tepat sudah menjadi suatu keharusan dan tuntutan zaman apabila menginginkan tujuan dakwah untuk memengaruhi bisa tercapai. Dengan demikian, media sebagai sarana dakwah yang merupakan suatu *wasilah* dakwah haruslah sesuai dengan situasi dan kondisi pada masyarakat kontemporer.¹⁶

4. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah (dai) untuk menyebarkan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, kepada jemaah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat. Komunikasi dakwah sangat memerhatikan tatanan komunikasinya sehingga lebih lembut, komunikatif, dan dapat mengatasi berbagai perbedaan kultur.

Paradigma komunikasi dakwah berperan untuk memberikan arah dengan lebih jelas dan fokus pada suatu sasaran objek yang terdapat dalam komunikasi dakwah. Aktivitas dakwah

¹⁶ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah...*, h. 38

dapat berjalan dengan baik dan konstan apabila semua komponen terpenuhi. Suatu aktivitas dakwah dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan. Namun dalam konteks komunikasi dakwah, yang paling menonjol harus memiliki komponen inti dan komponen penunjang. Komponen inti meliputi *da'i* (komunikator dakwah), *mad'u* (komunikan), pesan, sasaran (tujuan), dan metode. Sedangkan komponen penunjang meliputi meliputi organisasi, ekonomi, sosial dan budaya, yang terkait dengan kebijakan pihak lain, seperti pemerintah dan kelompok pendukung dakwah.¹⁷

Pada komunikasi dakwah terdapat faktor teknologi komunikasi dan informasi, seperti media massa (televisi, film, novel) dan media sosial. Dengan masuknya teknologi komunikasi, dakwah menjadi sangat fleksibel dan memiliki mobilitas tinggi. Komunikasi dakwah dapat mengantarkan pesan secara cepat dan mendalam. Masing-masing dapat mengisi kelemahan yang lain. Dikarenakan media membutuhkan kapital yang cukup besar untuk modal pendirian dan operasionalnya,

¹⁷ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), Cetakan Ke-1, h. 34-35

komunikasi dakwah dikemas dengan baik agar menarik sehingga membawa citra yang positif. Komunikasi dakwah dapat membawa pencitraan yang baik dan popularitas, sedangkan dakwah membawa pengamalan Islam secara langsung sehingga terasa hangat dan manfaat.¹⁸

B. HUMOR

1. Pengertian Humor

Humor dikenal sebagai hal yang membuat orang menjadi tertawa dan gembira. Humor dapat menjadi sisipan dalam berbicara agar komunikasi tidak monoton dan kaku. Humor merupakan subjek yang mengandung perhatian dan ketertarikan.¹⁹

Berdasarkan telaah teoritis mengenai humor, ada beberapa definisi humor diantaranya adalah humor sebagai stimulus (*humor stimulus*). Humor sebagai stimulus dapat diartikan bahwa humor objek (kata-kata/prilaku dalam bentuk

¹⁸ Bambang S. Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Cetakan Ke-1, h. 128-129

¹⁹ Lisa Amelia Anggelina Hartono, 'Teknik Humor Dalam Film Warkop DKI' dalam Jurnal *E-Komunikasi (Jurnal Ilmu Komunikasi)* Vol. 3, No. 1, (2015), <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3821/3550>, diunduh pada 29 Agustus 2019.

audio dan visual), baik dalam bentuk kongkret maupun imajinasi yang berpotensi menimbulkan perilaku tersenyum atau tertawa.

Humor banyak dianalisis melalui teori-teori psikologi. Dalam hal ini ada beberapa teori yang berpengaruh dalam humor, salah satunya teori ketidakselarasan. Menurut Wilson (1979), teori ketidakselarasan (*cognitive perceptual*) merujuk pada penjelasan kognitif, yaitu dua makna atau interpretasi yang tidak sama digabungkan dalam satu makna gabungan yang kompleks. Dalam pikiran orang ditanya sekaligus masuk dua makna yang berlawanan, tetapi mengacu pada satu hal yang sama.²⁰

2. Humor Dalam Dakwah

Dakwah hakikatnya merupakan hubungan antar manusia yang memiliki tujuan. Pendakwah berupaya memengaruhi objek yang didakwahi dengan nilai-nilai dan konsepsi hidup Islami. Objek yang didakwahi adalah manusia, makhluk berperasaan. perasaannya sangat peka terhadap setiap stimulus (dakwah) yang dijumpainya. Bukan hanya cara pandang yang

²⁰ Iwan Marwan, 'Rasa Humor Dalam Perspektif Agama' dalam Jurnal *Al-Turas* Vol. 19, No. 1, (2013), <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/al-turats/article/download/3720/2729>. diunduh pada 29 Oktober 2019.

dapat menghalangi seseorang menerima dakwah, misalnya cara pandang yang penuh curiga dan kebencian atau fobia terhadap seruan Islam, tetapi juga karena cara pandang yang *under estimate* terhadap pelaku dakwahnya. Faktor perasaan juga akan menentukan sikap seseorang terhadap dakwah. Perasaan erat hubungannya dengan keindahan, kesucian, dan kelembutan. Dari sinilah keberadaan seni, termasuk humor turut ambil bagian dalam mengendalikan perasaan seseorang.

Seni dan humor merupakan bagian dari ikhtiar dakwah agar manusia, sebagai penerima dakwah atau yang akan didakwahi tidak merasa tegang, terganggu, marah, dan sebagainya. Seni kadang diartikan sebagai cara yang sangat mempertimbangkan sisi terdalam kemanusiaan seseorang. Dengan bakat atau keunggulan pendakwah, tampilan dakwah dikemas sedemikian rupa, seperti menyisipkan humor, syair, pantun, dan mungkin juga lagu-lagu yang bersifat menghibur serta menggembirakan.²¹

²¹ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Cetakan Ke-1, h. 115-117.

Dengan demikian, memiliki selera humor yang tinggi sangat berperan penting dalam menunjang kegiatan dakwah. Dan selera humor pun dapat dipelajari dan ditumbuhkan. Adapun manfaat lainnya dari humor ialah menghilangkan kegundahan hati. Oleh karena itu, pendakwah perlu belajar untuk bisa menghadirkan humor di tengah-tengah dakwahnya.²²

C. INSTAGRAM

1. Fitur Video *Instagram* (Vidgram)

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh semua kalangan, terutama kalangan anak muda. Melalui *Instagram*, seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, dan terpampang pada *feed* pengguna yang lain. Sistem pertemanan yang ada di *Instagram* menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti). Terdapat fitur *like* dan *comment* sehingga orang dapat leluasa memberikan apresiasi berupa tanda suka atau komentar pada foto yang diunggah. Manfaat dari penggunaan *Instagram* adalah

²² Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah Dengan Cerdas*, (Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 166

sebagai media promosi, informasi, dan menyalurkan ide kreatif melalui foto dan video.

Instagram juga merupakan media jejaring sosial yang memberikan layanan aplikasi berbagi foto yang pertama kali muncul melalui aplikasi *store* pada produk elektronik *apple* pada tahun 2010 dengan berdirinya *burbn.inc*. *Instagram* memungkinkan bagi penggunanya untuk mengambil foto dan video, mengedit, menerapkan filter digital, dan membagi ke situs jejaring sosial. *Instagram* sama seperti jejaring sosial lainnya, namun lebih fokus kepada foto atau pengeditan foto. *Instagram* adalah jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai salah satu wadah penyaluran bagi orang-orang yang memiliki minat dibidang fotografi.

Instagram saat ini merupakan media yang unik karna di dalam media ini tidak hanya dapat berkomunikasi dengan berbagi foto saja, namun sudah merambah ke video yang memungkinkan setiap orang dapat membagi berbagai video yang menghibur

menginformasi berbagai *event*, pariwisata, dan sebagai ajang aktualisasi diri.²³

Vidgram atau Video *Instagram* merupakan video kreatif yang diunggah ke *instagram* dari hasil *shooting* dan *editing* yang berisikan berbagai macam konten seperti genre komedi, romantic, horror, parody, *art*, *travelling*, music, makanan dan yang lainnya. Biasanya tokoh dalam video tersebut diperankan oleh diri sendiri ataupun dengan orang lain.²⁴

Awal kemunculan fitur video ini jarang diminati oleh sebagian besar pengguna *instagram* dikarenakan durasi waktu yang ditawarkan hanya 15 detik saja. Kemudian pada bulan April tahun 2016 *instagram* merilis fitur video dengan versi terbarunya, yaitu dengan menambahkan durasi yang awalnya 15 detik menjadi 60 detik, dengan tujuan bertambahnya pengguna

²³ Muhammad Rahim dkk, 'Motif Penggunaan *Instagram Story*: Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di SMK Negeri 1 Samarinda' dalam *Jurnal e-journal (Jurnal Ilmu Komunikasi)* Vol. 6, No. 3 (2018), [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20\(08-03-18-02-23-32\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20(08-03-18-02-23-32).pdf), Di akses pada 29 Agustus 2019

²⁴ Annisa Fitriani, 'Fenomena Komunikasi Vidgram Pada Komunitas @PKUVIDGRAM' dalam *Jurnal Komunikasi* Vol. 04, No. 02 (2017), <https://media.neliti.com/media/publications/185834-ID-fenomena-komunikasi-vidgram-pada-komunit.pdf>, Diunduh Pada 17 September 2019.

instagram. Pada fitur ini juga terdapat beberapa filter dan setelan sebelum video diunggah ke *instagram*. Para pengguna dapat memilih bagian awal video sesuai dengan yang diinginkan sebelum video diputar. Fitur video dengan durasi waktu 60 detik ini akhirnya menjadi fitur favorit bagi para peminat video pendek, video lucu, video dakwah dan lain-lain.²⁵

²⁵ Audah Mannan & Akhmad Fachri, 'Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @yufid.tv di *Instagram* Sebagai Tren Media Dakwah' dalam *Jurnal Tabligh* Vol. 19, No. 2 (2018), <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/7476/6114>, Diunduh Pada 17 September 2019.