
ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING KH. AMIN NOER DALAM MENSYIARKAN ISLAM DI YAYASAN AT-TAQWA BEKASI

Hj. Miftahussa'adah Wardi, M.Irkh¹⁾ Tiara Hana Kamilah, S.Sos²⁾

¹⁾Sekolah Tinggi Agama Islam At-Taqwa Bekasi, Indonesia

²⁾Sekolah Tinggi Agama Islam At-Taqwa Bekasi, Indonesia

Keywords

KH. Amin Noer, Strategi
Personal Branding, Peter
Montoya.

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana KH. Amin Noer *membranding* dirinya agar dapat menyiarkan Islam di lingkungan Yayasan At-Taqwa dan institusi lain . Dengan menggunakan teori *personal branding* Peter Montoya mencoba menganalisis strategi yang dilakukan KH. Amin Noer dalam melakukan *personal branding*.

Untuk menjawab masalah diatas, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan mengamati sebuah fakta, mencari data-data lapangan yang dikumpulkan dengan metode wawancara, menanyakan 8 konsep *personal branding* menurut Peter Montoya yang dilakukan KH Amin Noer.

Hasil penelitian *personal branding* yang dilakukan oleh KH Amin Noer, memiliki keistimewaan:

1. keahlian di bidang seni suara dan konsisten dalam mengoptimalkan potensi minat dan bakat nya,.
2. Kepemimpinan: menjaga persatuan dan membuka diri menerima masukan
3. Kepribadian: memiliki personaliti yang kuat dalam memimpin, supel, mudah akrab, sopan dan menghargai orang lain.
4. Style KH Amin Noer, di kenal banyak orang dan

terus memperluas relasinya, beliau sangat detail dalam menjaga penampilan nya memiliki ciri khas berpakaian yang rapih.

5. Keagamaan dan Kesatuan: konsisten dalam menjalankan fungsi nya sebagai pembimbing masyarakat dan penasehat masalah keagamaan. menjaga keseimbangan dengan menerapkan keadilan, baik terhadap keluarga maupun masyarakat.
6. Komitmen : menjaga persatuan umat, Nama baik, memiliki reputasi dan kepribadian yang baik serta luwes dalam bergaul.

Pendahuluan

Individu sebagai *brand* memiliki keunikan pada identitas *personal*. Baik karakter, nama, sifat dan bakat yang menjadi identitasnya. Ciri khusus yang menonjol pada individu merupakan bagian kecil dari brand identitas. Apabila dianalogikan secara sederhana, maka nama adalah merek, wajah adalah logo simbol, aksesoris adalah desain, perkataan adalah marketing dan *Public relation* bagi identitas. Inilah yang disebut atribut *branding* pada individu. Ciri seorang yang membedakan dirinya dengan orang lain disebut *personal branding* (merk individu).

Peter Montoya dalam bukunya *The Brand Called You* mendefinisikan *personal branding* sebagai suatu proses komunikasi yang memerlukan kemampuan, karakter, serta ciri unik yang dikemas dalam suatu identitas yang kokoh yang sanggup menegaskan seorang di tengah publik serta pesaing yang lain. *Brand* tidak hanya dikaji dalam kaitan ilmu pemasaran ekonomi, ilmu komunikasi akan tetapi *Brand* juga dikaji dalam menguasai identitas seseorang dalam urusan agama. Nabi Muhammad SAW merupakan contoh terbaik *brand* dalam Islam sebab mempunyai *thariqoh* (metode dakwah) serta *maddah* (materi dakwah) yang kokoh.

Branding bukan lah hal baru didalam Islam, istilah yang digunakan bukan branding, tetapi gagasan mengenai branding yaitu membuat sesuatu menjadi sangat berpengaruh bisa ditemukan dalam Islam. Dakwah Islam tidak dapat dilepaskan dari pengaruh Nabi Muhammad SAW sendiri yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam, yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat, “*branding*” karena mempunyai sifat terpuji *fatimah*, *amanah*, *siddiq*, serta *tabligh*. Dalam Al-Qur’an surah *al ahzab*: 21 disebutkan

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”

Ayat diatas bisa dipahami bahwa Nabi Muhammad sebagai contoh identitas terbaik, Nabi Muhammad memiliki *branding al-amin* yang berarti orang yang dapat dipercaya. sebagaimana dicatat dalam sejarah memiliki *brand equity* (aset popularitas diri) yaitu sebagai orang yang memiliki ucapan, sikap dan perbuatan, dengan identitas yang melekat pada dirinya, *Personal branding* merupakan suatu proses membentuk persepsi positif masyarakat terhadap seseorang melalui aspek kepribadian, nilai, visi misi, kemampuan serta keunikan yang dimiliki oleh orang tersebut. Menurut William Arruda dalam bukunya berjudul *Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand* (2007:29), *personal branding* berarti mengidentifikasikan dan mengkomunikasikan apa

yang membuat anda unik, relevan dan menarik sehingga dapat membedakan diri dari orang lain dan meningkatkan karir atau bisnis.

Pendapat tersebut tentunya juga menunjukkan, bahwa seseorang yang ingin membangun *personal branding* haruslah menemukan hal unik atau daya tarik dalam dirinya yang dapat dikembangkan dan ditunjukkan kepada orang lain dengan tujuan untuk memperoleh persepsi sesuai dari apa yang diharapkan. Melalui *personal branding*, individu dapat mengambil kendali terhadap bagaimana orang lain mempersepsikan individu tersebut. Sayangnya, tidak semua orang melihat peluang dari pemanfaatan *personal branding*. Bahkan, sebagian orang juga tidak menyadari bahwa, dirinya telah memiliki sebuah *personal brand* di kalangan rekan kerja dan lingkungannya, *Personal brand* tersebut misalnya, “si pengacara sukses” atau “si ahli matematika”. Hal ini lebih jelas dipahami melalui argumen McNally bahwa brand dari tiap orang merupakan refleksi dari apa yang orang tersebut lakukan dan apa yang menjadi kepercayaan orang tersebut yang direalisasikan melalui apa yang dilakukan dan bagaimana orang itu melakukannya. Dengan adanya kontak yang berulang dengan orang lain, brand tersebut akan menjadi lebih kuat dan terbentuk dalam persepsi orang lain. Oleh karena itu pentingnya bagi seorang tokoh agama untuk memiliki *personal branding* dalam memudahkan nya mendapat *trust* umat, sehingga lebih optimal dalam menyampaikan ajaran Islam.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi berasal dari bahasa Yunani, “*strategos*” yang artinya tentara. Definisi klasik tentang strategi berasal dari kalangan militer, bahwa strategi adalah cara yang terbaik untuk menggunakan dana, daya, dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu pertempuran.

Jika dikaitkan dengan proses dakwah, strategi mempunyai peranan yang sangat penting bagi tercapainya pergerakan dakwah. Yakni sebagai proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Rasulullah saw. bersabda:

Artinya: “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari).

Jika strategi dalam berdakwah mempunyai tujuan dan nilai yang baik, maka pelaku dakwah mesti melaksanakan dakwah secara sistematis dan teratur. Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan bagaimana pelaku dakwah menyusun materi dakwah yang menarik, sesuai dengan objek dakwah yang dituju karena gaya berdakwah juga menentukan kesuksesan pelaku dakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Allah swt. berfirman:

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

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Qs. An-Nahl: 125)

Oleh karena itu, perlunya membangun citra diri yang positif bagi tokoh agama atau pelaku dakwah agar memaksimalkan kegiatan dakwah yang dilaksanakan. Berangkat dari permasalahan itu, strategi personal branding yang dilakukan oleh KH Amin Noer menarik perhatian untuk meneliti strategi *personal branding* seperti apa yang dilakukan nya agar mampu membranding dirinya dan mensyiarkan ajaran Islam.

Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *Personal Branding* menggunakan teori 8 konsep membentuk *personal brand*, menurut Peter Montoya. Konsep membangun *Personal Brand* yang kuat menurut Peter Montoya ada delapan konsep yaitu: Spesialisasi (*The Law of personality*), kepemimpinan (*The Law of Leadership*), kepribadian (*The Law of Personality*), perbedaan (*The Law of Distincviness*), Terlihat

(*The Law Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), keteguhan (*The Law of Persistence*), Nama baik (*The Law of Goodwill*).

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif menurut Nazir disebutkan bahwa: “Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu situasi dan kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki”. Dari kutipan ini dipahami bahwa pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menuliskan kejadian-kejadian pada saat penelitian dilaksanakan kemudian dianalisa dan diinterpretasikan.

Hasil dan Bahasan

Menurut Peter Montoya, dalam membangun *personal branding* dibutuhkan delapan konsep. Dari delapan konsep tersebut dapat dilihat bagaimana seseorang membangun citra dirinya di hadapan publik sehingga mendapat penerimaan yang baik di masyarakat. Berikut akan dijelaskan konsep membangun *personal branding* KH Amin Noer. berdasarkan delapan konsep tersebut:

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Spesialisasi dapat dilakukan dengan tujuh cara: *ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession, dan service*. Berikut adalah bentuk-bentuk *the law of specialization* dari KH. Amin Noer yang diambil dari hasil metode penelitian yang digunakan:

a) *Ability* (Kemampuan)

Sejak di usia muda KH Amin Noer sudah terlihat kemampuannya di bidang seni suara. Dari beberapa narasumber diketahui bahwa KH Amin Noer memiliki suara yang cukup bagus. Hal itu yang menjadikan beliau menjadi imam shalat iedul fitri dan iedul adha setiap tahun, juga mengisi doa saat acara

acara maulid nabi dan haul yang diadakan oleh yayasan Attaqwa. Behaviour (perilaku)

Hasil wawancara dengan putra pertama yaitu H. Nurru Rohman diketahui bahwa KH Amin Noer memiliki kebiasaan makan malam dan mengajak anak anaknya untuk makan malam bersama, hal ini dapat dianalisa bahwa KH Amin merupakan pribadi yang hangat terhadap keluarga dan ingin menciptakan momen kebersamaan.

b) *Lifestyle* (gaya hidup)

KH Amin dikenal memiliki style taste dalam berpakaian. Bahkan dikatakan dari anak pertama beliau yaitu H. Nurrur Rohman, dari 11 anaknya tidak ada yang bisa meniru kerapian beliau dalam berpakaian .

c) *Mission* (misi)

Misi dari KH Amin Noer adalah meneruskan cita-cita orang tuanya dan tetap berpegang teguh pada visi misi yayasan Attaqwa. Beliau juga memegang visi kesatuan. Karena KH Amin Noer adalah tokoh agama dan Attaqwa merupakan institusi yang bukan hanya bergerak di bidang pendidikan tapi juga di bidang sosial keagamaan. Maka visi kesatuannya itu sangat terlihat dari relasi KH Amin Noer yang heterogen dan lintas mazhab baik Muhammadiyah, Nahdatul Ulama dan lainnya. Karena menjunjung persatuan Islam. Hal ini persis mengikuti jejak orangtua beliau yaitu KH Noer Alie.

d) *Product* (Produk)

produk dari hasil penelitian tidak disebutkan beliau menjual suatu produk. Tetapi beliau termasuk tokoh agama yang dikenal dengan kewibawaanya dan toleransinya dalam mengambil keputusan serta luwesnya beliau dalam bergaul. Hasil penelitian, KH Amin Noer lebih mengenalkan kepada kualitas dirinya dengan memfokuskan diri menjalankan tugas sebagaimana jabatan yang ia emban.

e) *Profession* (Profesi)

Spesialisasi KH Amin Noer berprofesi sebagai pengajar sekaligus pemimpin yayasan Attaqwa. Selain itu di luar yayasan Attaqwa. Beliau juga menjabat sebagai Ketua MUI Kabupaten Bekasi selama 3 periode. Detailnya 2 periode KH Amin Noer menjabat, lalu Beliau mengundurkan diri dan digantikan oleh KH Nurul Anwar, saat KH Nurul Anwar sakit lalu digantikan lagi oleh KH Amin Noer sehingga KH Amin Noer memimpin sebagai Ketua MUI kabupaten Bekasi selama 3 periode, beliau juga menjabat sebagai Wakil Ketua Pembina Yayasan Nurul Islam Bekasi (Islamic Centre Bekasi).

F. Service (pelayan)

Dalam hal memberi pelayanan kepada masyarakat KH Amin Noer juga berperan dalam membantu sesama. Hal ini beliau lakukan karena merupakan dasar berdirinya yayasan attaqwa yang berhubungan dengan sosial, pendidikan, dan keumatan.

2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

KH Amin Noer memiliki jiwa kepemimpinan yang cukup bagus. Ketika diminta oleh Pendiri Yayasan Attaqwa untuk mengisi posisi sebagai pemimpin Yayasan Attaqwa. Saat menjabat sebagai Pimpinan Yayasan Attaqwa, KH Noer Alie masih hidup sehingga KH Amin Noer mendapat arahan dan dibina langsung oleh ayahnya sendiri KH Noer Alie. Dengan meminta KH Amin Noer mengisi posisi sebagai Pimpinan Yayasan Attaqwa, menggantikan posisinya saat masih hidup, hal ini dapat dianalisa KH Noer Alie mempersiapkan anak nya menjadi penerusnya yang bertujuan untuk mewujudkan cita-cita nya membangun wilayah Ujung Harapan sebagai pusat pendidikan, ekonomi. Sebagai kader yang di siapkan untuk meneruskan estafeta kepemimpinan, KH Amin Noer di latih dari hasil tempaan ayahnya sendiri, yaitu KH Noer Alie. Oleh karena itu KH Amin Noer memilki jiwa dan sosok kepemimpinan yang cukup bagus hasil binaan tersebut. Selain itu ciri khas dari kepemimpinan KH Amin Noer adalah menjaga persatuan umat islam.

3. Kepribadian (*The Law of Personality*)

KH Amin Noer diketahui memiliki kemandirian dan kepribadian yang kuat karena sudah dididik mandiri sejak remaja merantau bersama kakaknya, yaitu H. Sholihah. KH Amin Noer belajar di *Muallimin Muhammadiyah* Yogyakarta sedangkan kakaknya di *Muallimat Muhammadiyah* Yogyakarta. Karena sebagai perantau biasa menderita, kehabisan uang jajan beras, makanan dan lain sebagainya. Selain itu setelah beliau merantau di Yogyakarta dari tingkat SMP-SMA, KH Amin Noer juga merantau ke Mesir untuk melanjutkan pendidikannya di Universitas Al-Azhar Mesir. Hal itu membuat KH Amin Noer memiliki daya tahan yang bagus dalam memimpin. Selain itu KH Amin Noer juga memiliki kepribadian yang supel, mudah akrab dan sangat menghargai orang lain. Hal ini disetujui oleh semua narasumber yang peneliti wawancarai. Karena hal itu beliau memiliki banyak relasi, seperti dengan KH Syukri Zarkasih, putra dari pendiri Gontor. Beliau juga santun, ramah dan juga menjaga kewibawaan nya dengan sangat beretika terhadap perempuan, Hal ini dirasakan juga oleh peneliti karena peneliti merupakan alumni santriwati pondok pesantren Attaqwa Putri yang pernah diajarkan oleh KH Amin Noer.

4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Perbedaan dalam membangun *personal branding* yang dimaksud adalah keunikan. Artinya citra diri yang membedakan diri dengan yang lain. Keunikan dari KH Amin Noer adalah pada gaya kepemimpinan nya yaitu menjaga persatuan umat Islam, bahkan KH Amin Noer lebih rela mengalah daripada terjadi perpecahan. Beliau juga memiliki toleransi yang tinggi ditandai dengan membuka dirinya untuk menerima masukan demi kebaikan bersama.

5. Terlihat (*The Law of Visibility*)

Personal Branding harus dilakukan berulang kali agar menjadi ciri khas orang tersebut. Agar terlihat, seseorang yang membangun *personal branding* harus dapat mempromosikan dirinya kapan saja dan dimana saja. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan KH Amin Noer dengan memperluas relasi nya untuk memperkuat eksistensi (keberadaan) KH Amin Noer sehingga dikenal masyarakat.

Menjaga konsistensi di bidang nya yaitu dalam bidang seni suara dan penasehat keagamaan. Pakaian juga menjadi faktor yang penting dalam *the law of visibility*. Cara berpakaian yang paling menonjol adalah mengenakan sarung kemeja dimasukin nampak sangat rapih dan pandai mencocokkan pakaian apa saja.

6. Kesatuan (*The Law of Unity*)

Kesatuan dalam *personal branding* yang dimaksud adalah bagaimana pribadi tersebut menunjukkan kepribadiannya yang sama, baik di publik maupun internal. Citra yang ditanam harus sejalan dengan apa yang diajarkan dan diperlihatkan kepada masyarakat dengan yang dilaksanakan dalam kehidupan sehari-harinya. Kesatuan yang dijaga KH Amin Noer yaitu menyamaratakan keadilan masyarakat dengan keluarganya... Dan keinginan beliau terhadap masyarakat dan terhadap keluarganya sama yaitu ingin bisa pandai AlQuran. Jadi beliau menyamaratakan semuanya karena acuan nya yaitu apa yang baik untuk masyarakat baik juga untuk keluarga.

7. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Keteguhan dalam membangun *personal branding* sangat dibutuhkan agar citra diri tersebut berkembang seiring berjalannya waktu dan membutuhkan waktu yang panjang untuk mengembangkan citra diri yang baik. Keteguhan KH Amin dalam membangun citra diri dengan konsisten menjaga persatuan umat dan terbuka menerima pendapat sehingga yayasan Attaqwa dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman.

8. Nama baik (*The Law of Goodwill*)

Jika tujuh konsep dalam membangun *personal branding* sebelumnya telah dilakukan, seseorang akan mulai dikenal dan terangkat nama baiknya jika semakin dipercaya dan dianggap mempunyai nilai-nilai dan tujuan yang baik. Dalam hal ini, nama KH Amin Noer cukup terkenal di Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi Desa Bahagia, terutama di Yayasan Attaqwa itu sendiri. Karena selain beliau sebagai anak pertama seorang pahlawan nasional dan pendiri yayasan Attaqwa, KH Amin Noer juga dipercaya menjabat sebagai pimpinan yayasan Attaqwa dan

mengajar di Pondok Pesantren Attaqwa putri, termasuk pernah mengajar peneliti saat peneliti duduk di bangku tingkat aliyah. Selain itu di Luar Yayasan Attaqwa, KH Amin Noer juga dipercaya menjabat sebagai Ketua MUI wilayah kabupaten Bekasi selama 3 periode. Oleh karena itu, KH Amin Noer cukup dikenal oleh banyak orang. Selain karena profesi KH Amin Noer yang diperankan dengan baik, KH Amin Noer juga memiliki kepribadian yang baik dan luwes dalam bergaul hal ini diakui oleh banyak orang. KH Amin Noer telah menjalankan delapan konsep dalam membangun *personal branding* dengan sangat baik untuk membangun citra dirinya sebagai sosok tokoh agama dan juga tokoh masyarakat dilingkungan Yayasan Attaqwa, Ujung Harapan, Kec. Babelan, Kab. Bekasi. dari delapan konsep tersebut, Spesialisasi (*The Law of Specialization*) dan Terlihat (*The Law of Visibility*) adalah konsep yang paling berpengaruh besar dalam membangun citra diri KH Amin Noer di Yayasan Attaqwa, Ujung Haraapan, Kec. Babelan, Kab. Bekasi.

Kesimpulan

Berdasarkan data dan temuan penelitian yang telah dianalisis oleh peneliti di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan tentang Strategi *personal branding* KH Amin Noer dalam mensyiarkan Islam di Yayasan Attaqwa sebagai berikut:

1. Strategi *Personal Branding* KH Amin Noer di Yayasan Attaqwa dibangun dalam waktu yang cukup panjang. Citra diri KH Amin Noer sudah baik dan dihormati sebagai anak Pendi Yayasan Attaqwa. Tetapi Beliau juga berhasil menjaga nama baiknya dan mengembangkan kualitas dirinya dengan menekuni potensi di bidang yang ia minati dan mampu meneruskan upaya ayahnya untuk meneruskan estafeta kepemimpinan di Yayasan Attaqwa serta menjaga visi misi Yayasan Attaqwa agar tetap terlaksana dan mampu mengikuti perkembangan zaman tanpa keluar dari prinsip dasar Yayasan Attaqwa.

2. Syiar Islam yang dilakukan KH Amin Noer di Yayasan Attaqwa dengan menerapkan delapan konsep *personal branding* menurut Peter Montoya tercermin nilai-nilai Islam yang mulia yang dapat diteladani. Jadi, Syiar Islam (dakwah) yang dilakukan KH Amin di Yayasan Attaqwa, Ujung Harapan, Kec. Babelan, Kab. Bekasi yaitu dengan menerapkan metode *bil hikmah* yaitu memiliki akhlak yang mulia dan dapat mengelola kecerdasan emosional dengan baik. juga dengan metode *Mau'izhah hasanah* yaitu pengajaran (nasihat) yang baik dengan memberikan ilmu kepada santrinya tentang ajaran Islam yang benar sesuai Al- Qur'an dan As-Sunnah, seperti yang Peneliti dapatkan secara langsung diajarkan oleh KH Amin Noer saat masih duduk di bangku tingkat aliyah.

Referensi

- Hatta, Ahmad. 2009. *Tafsir Quran Per Kata Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul & Terjemah*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Amelia, Tuti. 2021. *Personal Branding Dakwah Gus Baha*. Jakarta: Institut Ilmu Al-Qur'an.
- Wardah, Murul. 2021. *Personal Branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui media sosial Instagram*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Satya, Ascharisa Metta. 2018. *Personal Branding Remaja di Era Digital*. Vol 11(1). Magelang : Universitas Tidar Magelang

- Purnawati, Ida. 2019. *Peran Anregurutta (AG) H. Abdurrahman Ambo Dalle dalam mengembangkan Syiar Islam*. Pinrang: Institut Agama Islam Negeri Pare pare
- Jempa, Nurul. 2018. *Nilai-nilai Agama Islam*. Aceh: Universitas Muhammadiyah Aceh