



AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies

Journal website: <https://al-afkar.com>

P-ISSN : 2614-4883; E-ISSN : 2614-4905
<https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i1.901>

Vol. 7 No. 1 (2024).
pp. 894-903

Research Article

Urgensitas Berdakwah Pada Media Massa

Mujiati

Institut Islam Mamba'ul Ulum, Surakarta; Email: mujiyatiwijaya17@gmail.com



Copyright © 2024 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : October 12, 2023

Revised : November 26, 2023

Accepted : December 17, 2023

Available online : January 23, 2024

How To Cite: Mujiati (2024) "The Urgency Of Da'wah Activities In Mass Media", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 7(1), pp. 894-903. doi: 10.31943/afkarjournal.v7i1.901.

The Urgency Of Da'wah Activities In Mass Media

Abstract. The development of technological progress currently being experienced has brought changes in various aspects of human life, especially in terms of access to information. Today's modern society tends to rely on mass media as the main source to meet their information needs. Mass media is considered more practical, fast and efficient, including in providing information about their religion. People only need to sit in front of various types of media such as the internet, radio, newspapers and television, and all their information needs can be met. The aim of this research is none other than to find out the urgency of preaching in the mass media, which is caused by the power of the mass media. The method used in this research uses research that focuses on reviewing literature/research libraries, using two data which includes primary data and secondary data. The results of this research show that da'wah activities carried out in the mass media are very important. This is because mass media has an important role in life. This important role includes a wide reach, being able to provide a broader understanding of religion, empowering the community, responding quickly, forming opinions. So that

the da'wah messages conveyed by the preachers will be much more effective than traditional da'wah delivery such as pulpits, majlis ta'lim, and so on.

Keywords: Urgency, preaching, media, masses

Abstrak. Perkembangan atas adanya kemajuan teknologi, yang dialami pada saat ini telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam hal akses informasi. Masyarakat modern saat ini cenderung mengandalkan media massa sebagai sumber utama untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Media massa dianggap lebih praktis, cepat, dan efisien, termasuk dalam pemenuhan informasi seputar agama mereka. Masyarakat hanya perlu duduk di depan berbagai jenis media seperti internet, radio, koran, dan televisi, dan semua kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi. Tujuan dari penelitian ini, tidak lain hanyalah untuk mengetahui pada urgensitas berdakwah pada media massa, yang disebabkan oleh kekuatan yang dimiliki oleh media massa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan penelitian yang terfokus pada kajian literatur/ library riset, dengan menggunakan dua data yang meliputi pada data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, kegiatan dakwah yang dilakukan di media massa itu sangatlah penting. Hal tersebut dikarenakan media massa memiliki peranan yang penting dalam kehidupan. Peranan penting tersebut meliputi pada jangkauan yang luas, dapat memberikan pemahaman agama yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat, respons cepat, membentuk opini. Sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh para pendakwah, itu akan jauh lebih efektif dari pada penyampaian dakwah yang dilakukan secara tradisional seperti mimbar, majlis ta'lim, dan lain-lainnya.

Kata Kunci: Urgensitas, dakwah, media, massa

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu teknologi dari hari kehari, itu terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan yang tidak dapat disangkal.(Khaer et al., 2021) Sehingga hal tersebut dapat memberikan banyak bantuan kepada manusia dalam mengatasi berbagai kendala dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bisa dibuktikan pada era sekarang, dimana masyarakat bisa mendapatkan informasi tentang peristiwa-peristiwa global dengan lebih cepat, bahkan seringkali lebih awal daripada informasi yang tersedia di dalam negeri.(Khanifah & Fauzi, 2022) Hampir tidak ada lagi tempat atau wilayah di seluruh dunia yang tidak terjangkau oleh kemajuan teknologi ini. Oleh karena itu, munculnya konsep *global village* atau desa global telah menjadi sesuatu yang tak terhindarkan.(Khaer et al., 2021)

Adanya proses kemajuan teknologi, ini hampir tidak memberikan opsi kepada negara-negara di seluruh dunia untuk menolaknya.(Pemesanan et al., 2020) Hal ini bisa dibuktikan dengan tidak adanya negara-negara di dunia ini yang memiliki alternatif selain harus menerima komputer, televisi, videotext, teletext, telepon global, sistem komunikasi interaktif, internet, dan komunikasi digital. Semua orang pasti akan menjawab tidak. Dengan kata lain, semua negara dan penduduknya secara universal menerima perkembangan alat-alat modern tersebut.(ANDI SUBANDI, 2021)

Dimasa era modern seperti sekarang ini, adanya proses komunikasi telah mencapai tingkat yang paling tinggi. Hal ini dapat terlihat dari adanya individu-individu yang dapat berbicara dengan jutaan orang secara bersamaan dan seketika. Dan hal ini dapat dilakukan tanpa terkendala oleh jarak geografis yang jauh dan

perbedaan zona waktu di berbagai lokasi.(SARI, 2019) Dengan kemajuan ilmu teknologi, terutama dalam bidang media massa, kita sadari atau tidak, telah menyebabkan perubahan besar dalam masyarakat modern. Bahkan dalam tradisi keilmuan pun, pengaruh kemajuan media massa sangat signifikan. Sebagai contoh, untuk memperoleh pengetahuan tentang subjek ilmiah tertentu, masyarakat modern tidak perlu lagi mencari buku atau mencari guru yang ahli dalam bidang tersebut. Cukup dengan mengakses internet, semua informasi tersebut sudah tersedia secara lengkap dan dapat diakses dengan mudah.(Pratiwi et al., 2019)

Berbagai peninggalan ilmu klasik sekarang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Sehingga media telah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat modern, di mana mereka praktis tidak dapat terpisah darinya.(ANDI SUBANDI, 2021) Media massa memengaruhi dan membentuk seluruh aspek kehidupan masyarakat modern, mulai dari kebiasaan makan, gaya berpakaian, perilaku, hingga pola pikir. Bahkan dapat dikatakan bahwa kehidupan manusia modern sangat tergantung pada media massa, dari saat mereka bangun hingga tidur lagi.(Setiawan, 2017) Media massa telah menjadi faktor penentu dalam kehidupan manusia modern. Meskipun kita menyadari bahwa itu tergantung pada pilihan individu apakah mereka akan mengikuti atau tidak, namun pilihan tersebut akan membawa konsekuensi positif atau negatif dalam kehidupan mereka.(Pimay & Savitri, 2021)

Dalam menghadapi kenyataan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memengaruhi dan membentuk seluruh aspek kehidupan masyarakat modern, maka sebaiknya kegiatan dakwah yang bertujuan untuk mengajak dan memengaruhi individu menuju kebaikan dapat diselenggarakan dan disampaikan melalui media massa. Terutama karena kita sadar bahwa sebagian besar aktor dalam media massa saat ini berasal dari luar komunitas Muslim, mereka pasti akan menggunakan media massa yang mereka kuasai untuk menyosialisasikan keyakinan mereka. Oleh karena itu, di tengah dominasi media massa oleh non-Muslim, sangat penting bagi kaum Muslim, terutama mereka yang aktif di bidang media, untuk mengembangkan strategi dakwah yang dapat diterima oleh masyarakat modern melalui media massa. Artinya, dakwah melalui media massa harus menjadi prioritas.

Dengan adanya kemajuan teknologi, terutama dalam media massa, dampaknya menjadi lebih seimbang. Tidak hanya berdampak pada kepentingan kelompok non-Muslim, tetapi juga memberikan kesempatan bagi kaum Muslim untuk berperan aktif dan memberikan kontribusi dalam membentuk masyarakat modern saat ini. Setidaknya, kebutuhan individu Muslim atau mereka yang ingin memahami Islam dapat dipenuhi melalui pesan-pesan, acara, dan kegiatan dakwah yang disiarkan atau dimuat oleh media massa. Oleh karena itu, aktivitas dakwah perlu disesuaikan dan disinkronkan dengan kemajuan teknologi, khususnya dalam media massa. Saat ini, menurut pandangan penulis, dakwah melalui media massa adalah suatu keharusan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada Masyarakat.

Hal tersebut dikarenakan berdakwah dengan menggunakan media, itu akan jauh lebih efektif dibandingkan berdakwah yang hanya terpaku dimimbar ataupun podium semata. Karena jika berdakwah menggunakan media massa maka ada mad'unya tidak akan terbatas oleh ruang dan waktu, jangkauan mad'unya juga akan lebih

luas, serta materi dakwah yang disampaikannya akan tetap tersimpan rapi, sehingga sewaktu-waktu jika mad'unya lupa akan materi dakwah yang disampaikannya, ia dapat memutar pada dakwah yang disampaikan oleh da'inya. Dari latar belakang masalah tersebutlah, maka penulis tertarik untuk melakukan mini riset dengan mengagkat judul dakwah Islam dan media.

METODE PENELITIAN

Dalam tulisan ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif studi pustaka, untuk membahas pada pentingnya berdakwah melalui media massa. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menerangkan dengan cermat suatu fenomena, peristiwa, atau interaksi sosial yang terkait dengan berdakwah melalui media massa. Pendekatan ini fokus pada pemahaman mendalam dan analisis kritis terhadap konteks sosial dan makna yang terkandung dalam praktik berdakwah melalui media massa. Dalam penelitian kualitatif seperti ini, data yang dikumpulkan adalah "soft data," yang tidak akan diolah menggunakan metode statistik, tetapi lebih berorientasi pada pemahaman dan interpretasi. (Khamim, 2022)

Dalam rangka penelitian ini, data penelitian diperoleh melalui dua metode, yakni penelitian kepustakaan (*library research*) dan observasi. Abdul Rahman Sholeh menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan fasilitas yang ada di perpustakaan, seperti buku, majalah, dokumen, catatan sejarah, dan berbagai sumber informasi lainnya sebagai sumber data. (Suryana et al., 2022) Tujuan utama dari pembahasan dalam tulisan ini adalah untuk menggambarkan dan memahami urgensi berdakwah melalui media massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah

Agama Islam sebagai agama yang memberikan pedoman-pedoman untuk membentuk manusia yang baik dan beradab, sehingga mereka mampu membangun masyarakat yang beretika dan mulia. (Riansyah Atmana Ruhuputty, Ibnu Jazari, 2020) Untuk mencapai tujuan mulia ini, penting untuk menyebarkan informasi tentang inti ajaran Islam itu sendiri. Penyebaran informasi tentang Islam ini disebut dakwah Islam. Dengan adanya dakwah Islam, diharapkan penyebaran pengetahuan tentang agama Islam dapat berkembang dengan cepat dan tepat.

Pentingnya dakwah Islam dalam menyebarkan Islam di dalam sebuah masyarakat tidak bisa disangkal. Ini dapat dilihat dari pertumbuhan agama Islam di seluruh dunia. Sebagaimana diketahui, Islam adalah agama yang lebih baru dibandingkan dengan agama-agama lain seperti Kristen, Hindu, dan Budha. Islam adalah agama dakwah, yang berarti bahwa Islam disebarkan dengan cara damai, tanpa adanya unsur pemaksaan bahkan ancaman. Kemudian, bagaimana bisa terjadi pertempuran pada awal penyebaran Islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW? Ini tidak termasuk dalam konteks dakwah Islam karena pertempuran yang dijalankan oleh Nabi Muhammad SAW adalah bagian dari usaha untuk mempertahankan eksistensi Islam. Jika pada saat itu Nabi Muhammad tidak melakukan pertempuran, maka dapat dipastikan bahwa perkembangan Islam akan terhambat.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sulit untuk memisahkan dakwah dari Islam karena perkembangan Islam sangat bergantung pada kesuksesan misi dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dan diteruskan oleh para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in, hingga para da'i di Indonesia. Hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad dalam Surat Asy-Syu'ara ayat 214 (Juz 26) yang menginstruksikan untuk memberikan petunjuk kepada kerabat terdekat. Sebenarnya, konsep dakwah memiliki makna yang lebih luas. Namun, saat ini istilah dakwah seringkali diartikan secara sempit oleh sebagian orang, sering dikaitkan dengan ceramah, pengajian, khutbah, dan sejenisnya. Oleh karena itu, perlu mengkaji kembali definisi istilah dakwah agar lebih tegas dan komprehensif.

Dilihat dari segi etimologi, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni dari kata dasar (دعا) yad'u (يدعو) da'watan (دعوة). Dimana kata ini memiliki arti panggilan, ajakan, atau seruan. Dalam konteks terminologi, dakwah bisa diinterpretasikan sebagai ajakan atau seruan untuk mencapai keselamatan di dunia dan akhirat. Menurut pandangan Syekh Ali Makhfudz dalam bukunya yang berjudul *Hidayatul Mustarsyidin*, dakwah adalah tindakan mendorong manusia untuk melakukan perbuatan baik dan mengikuti ajaran agama, serta mengajak mereka menuju kebaikan serta mencegah mereka dari perbuatan yang mungkar, dengan tujuan agar mereka dapat mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Kemudian makna dakwah menurut Toha Yahya Oemar, adalah upaya mengajak manusia dengan cara yang bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, dengan tujuan untuk memberikan kebaikan dan kebahagiaan kepada mereka, baik di dunia maupun di akhirat.¹

Media Massa

Seiring dengan perkembangan zaman, media massa juga mengalami perkembangan dan kemajuan yang signifikan. Perkembangan media massa terus berlangsung dari tahun ke tahun. Sebagai alat komunikasi massa, media massa memiliki peran penting sebagai agen perubahan dalam masyarakat. Media massa juga berperan sebagai sarana membentuk opini masyarakat. Dengan kemajuan dan perkembangan media massa, perannya tidak hanya terbatas sebagai pengantar hiburan seperti musik dan film. (Nur, 2021) Media massa juga digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah. Saat ini, media massa mulai memberikan informasi tentang Islam melalui berbagai program televisi, radio, dan publikasi media cetak. Dengan demikian, media massa kini dijadikan oleh pendakwah sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dakwah. (Saputra, 2011)

Media massa sebagai alat dakwah memiliki beragam cara penyampaian. Misalnya, melalui televisi, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan melalui program-program seperti ceramah dan siraman rohani. (Tabroni et al., 2023) Banyak stasiun televisi nasional memanfaatkan ini, sehingga kita sering melihat tayangan-tayangan televisi yang berfokus pada pengajian setiap harinya. Selain televisi, media massa cetak seperti koran juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah. (Rakhmawati, 2016)

¹ M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm, 56.

Media cetak koran dapat digunakan untuk menulis artikel-artikel yang berkaitan dengan Islam. Dengan demikian, media massa dapat efektif digunakan sebagai alat untuk menyampaikan dan mengedarkan ajaran-ajaran Allah dan sunnah Nabi. (Ansori et al., 2021)

Manusia sekarang memiliki kemampuan untuk menyaksikan siaran langsung dari berbagai bagian dunia, mengakses beragam informasi, dan berkomunikasi dengan individu dari seluruh penjuru dunia. (Wibawa, 2021) Perkembangan ini, baik yang memiliki dampak positif maupun negatif, kadang-kadang membawa manusia ke dalam sebuah dunia yang sepertinya dikendalikan oleh media itu sendiri. Sebelum kita merinci apa yang dimaksud dengan media massa, mari kita bahas terlebih dahulu konsep komunikasi massa. Karena media massa dan komunikasi massa merupakan dua hal yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari koin yang selalu ada bersamaan.

Banyak ahli komunikasi yang telah berupaya untuk memberikan definisi komunikasi massa. Mereka mengemukakan berbagai pandangan dan aspek yang berbeda. Salah satunya, seperti yang disampaikan oleh Nabel Jurdi dalam bukunya yang berjudul *Readings in Mass Communication*, ia menyatakan bahwa dalam komunikasi massa, tidak terdapat kontak tatap muka antara penerima pesan. (Puspianto, 2017) Menurut Alexis S. Tan, komunikasi massa melibatkan organisasi sosial yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan pesan dan mengirimkannya secara serentak kepada sejumlah orang yang berbeda-beda. (Puspianto, 2017)

Lumrahnya, komunikator dalam konteks komunikasi massa adalah media massa seperti surat kabar, majalah, penerbit buku, stasiun televisi, atau jaringan televisi. Ini berarti bahwa komunikatornya bukanlah individu per individu, seperti seorang wartawan misalnya. Pada hakikatnya, komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media massa, baik itu media cetak maupun media elektronik. Awalnya, istilah komunikasi massa sendiri berasal dari perkembangan kata *media of mass communication* / media komunikasi massa. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan yang diungkapkan oleh Burhan Bungin dalam bidang sosiologi komunikasi, yang mengatakan bahwa komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi, termasuk untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media massa ini dapat mencakup berbagai jenis, seperti televisi, koran, majalah, radio, dan yang sedang populer saat ini, yakni media internet.

Setelah memahami konsep komunikasi massa, kita bisa menyimpulkan bahwa komunikasi massa tidak dapat terjadi tanpa adanya media sebagai saluran penyampaian informasi. Media massa dapat berupa majalah, koran, televisi, atau internet. Oleh karena itu, media massa dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi dan sumber informasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi secara luas dan bisa diakses oleh masyarakat secara kolektif. Dalam konteks ini, informasi yang disampaikan oleh media massa disebut sebagai informasi massa, yaitu informasi yang ditujukan kepada masyarakat secara bersamaan, bukan hanya untuk konsumsi individu.

Perkembangan teknologi informasi telah menghasilkan berbagai jenis media komunikasi massa, yang meliputi koran, radio, televisi, dan yang paling baru adalah internet. Kemunculan media massa melalui internet tidak hanya menciptakan masyarakat global yang terhubung, tetapi juga membuka peluang baru dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, yang pada akhirnya mengakibatkan masyarakat secara tidak sadar hidup dalam dua dunia, yakni kehidupan fisik di dunia nyata dan kehidupan virtual (*cybercommunity*).

Urgensitas Berdakwah Pada Media Massa

Berdakwah adalah suatu upaya untuk menyebarkan ajaran agama atau nilai-nilai moral kepada orang lain. (Sarkawi, 2021) Ketika berdakwah melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, internet, atau media sosial, urgensi dari kegiatan ini dapat dilihat dari beberapa aspek yang meliputi pada media massa lima hal, yang meliputi memiliki jangkauan luas, dapat memberikan pemahaman agama yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat, respons cepat, membentuk opini lima aspek ini akan penulis jabarkan sebagai berikut ini. (Manaf, 2019)

Pertama jangkauan luas: Media massa memiliki jangkauan yang sangat luas dan dapat mencapai audiens yang sangat besar dalam waktu singkat. Hal ini memungkinkan pesan dakwah untuk sampai kepada banyak orang secara efektif. (Puspianto, 2022) Kedua memiliki pengaruh besar. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk opini dan pandangan masyarakat. Dengan berdakwah pada media massa, maka para da'i dapat memengaruhi cara orang memandang agama atau nilai-nilai tertentu. (Matin & Rosmalina, 2020)

Ketiga pemberdayaan Masyarakat. Dakwah melalui media massa juga dapat memberdayakan masyarakat dengan pengetahuan dan informasi yang berguna untuk kehidupan sehari-hari mereka. Ini dapat mencakup nasihat tentang kesehatan, pendidikan, dan aspek-aspek lain dari kehidupan. (Anwas, 2015) Keempat respons cepat: Media massa memungkinkan para pendakwah untuk merespons isu-isu terkini dan kebutuhan masyarakat dengan cepat. Mereka dapat memberikan pandangan agama terhadap masalah-masalah yang muncul, memberikan bimbingan moral, dan memberikan solusi dalam waktu yang singkat. (Rustandi, 2020)

Kelima membentuk opini: Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini masyarakat. Dengan berdakwah melalui media massa, pendakwah dapat membantu membentuk sikap dan nilai-nilai yang lebih sesuai dengan ajaran agama. (Suradika, 2022) Namun, penting untuk diingat bahwa berdakwah melalui media massa juga memerlukan tanggung jawab. Pesan dakwah harus disampaikan dengan cara yang bijaksana, menghormati kebebasan beragama, dan tidak memprovokasi konflik. Selain itu, pesan dakwah harus disusun dengan baik agar mudah dimengerti oleh audiens yang beragam. Dalam melakukan dakwah melalui media massa, penting untuk menjaga kesopanan, integritas, dan akurasi dalam menyampaikan pesan-pesan agama atau moral. (Ridho & Hariyadi, 2021)

KESIMPULAN

Dari penjabaran yang sudah dipaparkan oleh penulis diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan dakwah pada media massa, itu jauh lebih

efektif dari pada berdakwah yang masih menggunakan alat tradisional. Hal tersebut dikarenakan media massa memiliki peranan penting dalam aspek kehidupan. Dimana aspek tersebut meliputi pada jangkauan yang luas, dapat memberikan pemahaman agama yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat, respons cepat, membentuk opini. Namun, ada permasalahan dalam penyampaian pesan agama melalui media massa ketika masyarakat umum menganggapnya sebagaimana acara hiburan biasa yang disiarkan oleh media massa. Hal yang perlu dianalisis adalah sejauh mana masyarakat benar-benar mengambil manfaat dari pesan agama yang disampaikan melalui media massa.

Kesenjangan juga dapat dirasakan dalam hubungan antara penyampaian pesan agama melalui media massa dan terbentuknya keluarga yang bahagia. Pertanyaannya adalah apakah penyampaian pesan agama melalui media massa memiliki pengaruh terhadap kebahagiaan keluarga? Meskipun secara umum intensitas masyarakat dalam menikmati pesan agama melalui media massa dianggap merata di semua lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, M. (2014). *Ilmu Dakwah*. Kencana.
- ANDI SUBANDI. (2021). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Guru Dan Budaya Kerja Terhadap [Institut PTIQ Jakarta]. In *Tesis Pascasarjana Institut PTIQ Jakarta*. [https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/603/1/2021-ANDI SUBANDI-2018.pdf](https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/603/1/2021-ANDI%20SUBANDI-2018.pdf)
- Ansori, M. Z. Al, Yopiangga, A. P., Santosa, D. R., & Arifin, I. (2021). Khatamin Aplikasi Al-Qur'an Dan Tuntunan Agama Islam Berbasis Aplikasi Website. *SINASIS (Seminar Nasional Sains)*, 2(1), 403-416. <https://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/sinasis/article/view/5371/1170>
- Anwas, O. M. (2015). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pesantren Rakyat Sumber Pucung Malang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3), 207-220. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187>
- Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(3), 324-331. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i3.3080>
- Khamim, M. (2022). Transformasi Dakwah: Urgensi Dakwah Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 14(1), 25-43. <https://doi.org/10.37252/annur.v14i1.230>
- Khanifah, A., & Fauzi, A. M. (2022). Dampak Berita Hoax Tentang Covid-19 Terhadap Pelaksanaan Protokol Kesehatan Oleh Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(2), 250-267. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i2.3485>
- Manaf, A. (2019). Peran Media Dakwah Dalam Pembangunan Manusia. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(2), 190. <https://doi.org/10.21580/jid.v38.2.3870>
- Matin, N. A., & Rosmalina, A. (2020). Orientasi Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi (Media Massa). *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i1.6436>

- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Pemesanan, S., Di, M., Resto, M., & Fried, A. A. (2020). *Journal of Scientech Research and Development Volume 2, Issue 1, June 2020*. 2(1), 43-57. <https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR/article/view/154>
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43-55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Pratiwi, S. N., Cari, C., & Aminah, N. S. (2019). Pembelajaran IPA Abad 21 dengan Literasi Sains Siswa. *Jurnal Materi Dan Pembelajaran Fisika*, 9, 34-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jmpf.v9i1.31612>
- Puspianto, A. (2017). Tantangan Dakwah antar Budaya di Media Massa. *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 25-46. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Puspianto, A. (2022). PELUANG DAN TANTANGAN MEDIA MASSA DI ERA CYBER (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory). *An-Nida': Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 22-45. <http://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/400>
- Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 49-70. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2906/207>
- Riansyah Atmana Ruhuputty, Ibnu Jazari, D. F. (2020). Implementasi Pendidikan Aqidah Akhlak Menurut Prespektif Imam Al- Ghazai Dalam Mencari Ilmu Agama. *Pendidikan Islam*, 5(2), 17-23. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/fai/article/view/11697/9026>
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). REFORMULASI ETIKA DAKWAH BERBASIS KOMUNIKASI PROFETIK DALAM AL-QUR'AN. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, XIII(1), 53-78. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>
- Rustandi, L. R. (2020). Disrupsi Nilai Keagamaan dalam Dakwah Virtual di Media Sosial Sebagai Komodifikasi Agama di Era Digital. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3(1), 23-34. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v3i1.1036>
- Saputra. (2011). Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *IAIN Kudus : At-Tabsyir*, 4(1, Juni), 157-172. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2911/2082>
- SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30-42. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>
- Sarkawi. (2021). NILAI-NILAI DAKWAH DALAM SYAIR RAPA'I DEBUS. *Al-Ilmu Jurnal Keagamaan Dan Lmu Sosial*, 06, 74-95. <https://jurnal.kopertais5aceh.or.id/index.php/AJKIS/article/view/165>
- Setiawan, daryanto. (2017). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195-211.

- <https://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/1474>
- Suradika, A. A. A. (2022). Peluang dan Tantangan Dakwah bil Lisan melalui Youtube sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Perspektif*, 2(1), 12–21. <https://jurnal.jkp-bali.com/perspektif/article/view/197>
- Suryana, E., Lestari, A., & Harto, K. (2022). Teori Pemrosesan Informasi Dan Implikasi Dalam Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3), 1853–1862. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i3.3498>
- Tabroni, R., Rifai, A., Wibawa, A. T., Malik, D. A., & Hunafa, Z. D. (2023). Mengkaji Pesan Dakwah Dalam Program Religi Di Televisi Digital. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 17(1), 12–32. <https://doi.org/10.38075/tp.v17i1.294>
- Wibawa, A. T. (2021). FENOMENA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE. *Jurnal Rasi*, 01, 1–19. <https://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/sinasis/article/view/5371/1170>