

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL

Adi Wibowo

Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nawawi Purworejo
adiwibowo@staiannawawi.ac.id

Abstract :

This paper seeks to explain the trend of da'wah in the digital age with the use of social media, this media makes many preachers intrigued to channel their da'wah by utilizing the internet facilities of millennial preachers to create Islamic content that is casually packaged in everyday life stories and spiced with things the funny thing, this strategy attracts millions of viewers proven in the description of the number of viewers on YouTube. Da'wah is one of the activities aimed at inviting others in kindness, reminding someone of the end of the day, while preaching media is a tool for inviting others to better paths. An-nawawi boarding school playing purworejo is one of the halls that implement the preaching strategy by utilizing social media such as: Instagram and Youtube which are packaged with the latest trends in the form of images and videos that target millennials, this is done because of the increasingly widespread social media accounts which tends to be radical even contaminated by Isis which easily punishes haram without first reviewing the determination of the correct fiqh rules. This study uses a case study of the responses of students who are in the boarding boarding an-nawawi boarding school purworejo to preaching messages contained in social media content Instagram, facebook, twitter and Youtube Pondok An Nawawi boarding school in Purworejo.

Key words : Social Media, Dakwah, Digital Era

Abstrak :

Tulisan ini berupaya menjelaskan trend dakwah di era digital dengan penggunaan media sosial, media ini membuat banyak pendakwah tergelitik untuk menyalurkan dakwah mereka dengan memanfaatkan fasilitas internet para pendakwah milenial membuat konten-konten keIslaman yang dikemas dengan santai dalam cerita kehidupan sehari-hari serta dibumbui hal-hal lucu, strategi ini banyak menjangkit jutaan penonton terbukti dalam keterangan jumlah penonton diyoutube. Dakwah adalah salah satu kegiatan yang bertujuan untuk mengajak orang lain dalam kebaikan, mengingatkan seseorang akan hari akhir, sedangkan media dakwah adalah alat untuk mengajak orang lain kejalan yang lebih baik. Pondok pesantren an-nawawi berjan purworejo merupakan salah satu pondok yang menerapkan strategi dakwah dengan memanfaatkan media sosial seperti: Instagram dan Youtube yang dikemas dengan trend terbaru berupa gambar maupun video yang sasarannya adalah kaum milenial, hal tersebut dilakukan karena semakin maraknya akun-akun media sosial yang cenderung radikal bahkan terkontaminasi Isis yang dengan mudahnya menghukumi haram tanpa meninjau terlebih dahulu penetapan kaidah fiqh yang benar. Penelitian ini menggunakan studi kasus terhadap respon mahasiswa-mahasiswi, yang nyantri dipondok pesantren an-nawawi berjan purworejo terhadap pesan dakwah yang terkandung didalam konten-konten media sosial Instagram facebook, twitter maupun Youtube Pondok pesantren An Nawawi berjan Purworejo.

Kata Kunci : KH. Hasyim Asy'ari, Kebangsaan, Kolonial



Pendahuluan

Era digital adalah era dimana semua akses dapat secara cepat terjangkau oleh para pengguna media sosial akses cepat tersebut disebut dengan *Viral*, faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, dimana penggunaan media ini lebih *up to date* dan lebih *efektif* dari media dakwah lain (Faisol, 2017). Mereka akan sangat cepat terkenal dikhalayak masyarakat contohnya seperti: gus miftah, gus baha dan sebagainya mereka mempunyai chanel-chanel media sosial yang pengikutnya ribuan bahkan jutaan. Pemanfaatan platfon-platfon media sosial seperti; facebook, twitter, Instagram dan youtube nyatanya memberikan dampak yang signifikan terhadap keterkenalan seorang tokoh pendakwah media sosial.

Kendati demikian media sosial mempunyai kelas-kelas tertentu berdasarkan; usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang seseorang. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (*Followers*) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam *Komentar* dengan cara tersebut Mereka selalu menunjukkan eksistensinya, karena begitu besar nya dampak dakwah di media sosial ini memicu beberapa faktor positif dan negatif, salah satu faktor positif dari dakwah menggunakan media sosial ini adalah mempermudah seorang followers dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun, sedangkan faktor negatifnya yaitu media dakwah ini sering dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan permusuhan, kekerasan dan pesan negatif lainnya (Eko Sumadi, 2016).

Catatan kominfo di tahun 2019 menyebutkan bahwa kominfo menerima aduan konten negatif di media sosial sebanyak 500.000, catatan kominfo ditahun 2018 menyebutkan secara rinci media sosial berupa facebook dan Instagram paling banyak berisi konten-konten negatif dengan jumlah 8.903 dan twitter sejumlah 4.985 laporan dan google serta youtube sejumlah 1.683. bahkan perkembangan Instagram disebut mengalahkan facebook dan snapgram diangka 1 miliar pengguna per juni 2018 (Romadlony, 2019). Hal tersebut menunjukkan betapa bahayanya media sosial bila secara terbuka diakses oleh anak-anak tanpa pendampingan orang tua, tentu faktor inilah yang memicu para pendakwah milenial pesantren membuat akun-akun media sosial guna menangkal perkembangan konten negatif yang jutaan tersebar dalam platfon-platfon media sosial.

Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah media sosial, mereka tidak hanya berdakwah *bil-kitabah* ataupun *bil-kalam* tapi juga menggunakan metode audiovisual gambar, suara ataupun ceramah hal ini tergantung pada *Passion* atau *trend* masa kini. Konsep inilah yang menarik sehingga membuat jumlah followers dari hari kehari semakin bertambah dan tersebar luas dari seluruh penjuru baik kalangan anak-anak, remaja sampai kalangan dewasa dan orang tua.

Pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo berupaya mengaktualisasi pesan-pesan diatas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui media sosial facebook dengan jumlah *penggemar* sebanyak 26.186, pengasuh pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo KH. Achmad Chalwani Nawawi yang juga menjabat sebagai Rois Syuriah

PBNU Jawa Tengah dalam dakwahnya dari kota ke kota kampung ke kampung selalu mengunggah video dakwahnya melalui facebook, belum lagi akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi yang terdiri dari akun medsos per 26 Desember 2019 berupa facebook dengan jumlah *penggemar* 14.066, twitter dengan jumlah *pengikut* 660, Instagram dengan jumlah *pengikut* 36.500 dan youtube dengan jumlah *subscribe* 28.000, dengan demikian tidak diragukan lagi bagaimana media sosial memberikan ruang publik yang sangat besar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, *kualitatif* dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek dari penelitian ini adalah akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo. Pendekatan penelitian ini dinamakan pendekatan *Deskriptif Kualitatif*. Alasan peneliti menggunakan pendekatan metode *kualitatif* diantaranya adalah peneliti sebelumnya sudah mengetahui kondisi yang ada di lokasi penelitian. Dan ini menambah kemantapan peneliti untuk mempermudah melakukan penelitian dengan jenis penelitian *kualitatif* atau penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk *pendeskripsian* secara analisis sesuatu peristiwa atau proses sebagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakekat proses tersebut. (Subaidi, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan realitas empiris sesuai fenomena secara rinci dan tuntas. Serta untuk mengungkapkan gejala secara utuh, *kontekstual*, melalui pengumpulan data dari latar alami dengan

memanfaatkan diri peneliti dalam penelitian ini. Adapun jenis penelitian dalam hal ini adalah penelitian lapangan (Field research). Maksud dari penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu (Usman, 2016).

Pembahasan

Islam adalah agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajarkan agama melalui nilai-nilai pendidikan yang kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisaberkembang, besar, dan menjadi jaya (Arikunto, 2002).

Perjalanan panjang Islam bisa dilihat melalui rekaman peristiwa sejarah. Para tokoh Islam telah menunjukkan kegigihannya dalam menapaki perjalanan dakwah. Sebuah perjalanan panjang yang enak dikenang tapi berat dijalani. Dakwah merupakan kata kunci kebesaran Islam (Suwardan, 2017), sebagaimana yang difirmankan Allah SWT dalam QS. Ali Imran yang artinya: "*dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung*" Generasi muslim pada periode pertama di zaman Rasulullah saw, pada saat itu mereka mengetahui

agama, dididik, dibentuk serta dikader di madrasah Rasulullah saw. mereka pun bangun dan bangkit untuk mendukung dakwah dengan baik dan cemerlang.

Oleh karena itu, setiap orang yang tampil kemuka untuk melancarkan dan mewujudkan cita-cita dakwah harus mengerti dan memahami dasar-dasar dakwah dengan pemahaman yang benar dan baik (Masyhur, 2012). Praktik dakwah dilakukan atas landasan-landasan tertentu, seperti adanya kegelisahan melihat fenomena kontradiktif dalam masyarakat antara nilai agama dengan praktik keseharian, keyakinan pada nilai agama serta adanya semangat religius untuk disebarkan kepada orang lain, publikasi Islam dengan spirit idealisme membumikan Islam (Sumadi, 2016). Dalam kaitan tersebut maka dakwah dapat dilaksanakan dimanapun, kapanpun sesuai dengan proporsinya masing-masing sebagaimana dakwah yang dilakukan melalui media sosial.

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan, Seiring dengan perkembangan zaman media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang bisa diakses secara mudah melalui smartphome, dari maraknya penggunaan telepon pintar atau smartphome sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon genggam tidak hanya sebatas sms dan berbicara melalui telepon tetapi juga fasilitas-fasilitas lainnya.

Yahoo messenger (YM) yang dahulu merupakan satu-satunya sarana chatting di internet, sekarang fasilitas tersebut sudah berpindah ke dalam genggam dan tidak

harus berhadapan dengan layar komputer di rumah.

Contoh lain penggunaan media online adalah penggunaan media sosial seperti facebook. Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tidak hanya tulisan, facebook juga menawarkan fitur-fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fitur friend requests (ajakan pertemanan), notification (pemberitahuan), messages (pesan tertulis langsung kepada pemilik akun), recommended pages (merekomendasikan halaman), notes (catatan), photo album (album foto), status, comment (komentar) dan sebagainya. Semuanya merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, khususnya mengaplikasikan sebagai sarana syiar dakwah Islam (Usman, 2016).

Pendidikan Islam dalam penyampaianya perlu dikemas dengan trend yang sedang berkembang, alhasil diperlukan metode-metode khusus agar dakwah tersebut bisa diakses oleh semua kalangan, dimanapun dan kapanpun, internet bisa dikatakan akses yang cukup praktis dimana hampir semua kalangan masyarakat menggunakannya, maka internet bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang lebih luas agar misi pendidikan yang dikemas melalui dakwah tersampaikan kepada khalayak umum. Merujuk hasil penelitian dari McKinsey pada 2016 bahwa dampak dari digital technology menuju revolusi industri 4.0 dalam lima (5) tahun kedepan akan ada 52,6 juta jenis pekerjaan akan mengalami pergeseran atau hilang dari muka bumi. Hasil penelitian ini memberikan pesan bahwa setiap diri yang masih ingin mempunyai eksistensi diri dalam kompetisi global

harus mempersiapkan mental dan skill yang mempunyai keunggulan persaingan (competitive advantage) dari lainnya. Jalan utama mempersiapkan skill yang paling mudah ditempuh adalah mempunyai perilaku yang baik (behavioral attitude), menaikan kompetensi diri dan memiliki semangat literasi. Bekal persiapan diri tersebut dapat dilalui dengan jalur pendidikan (long life education) dan konsep diri melalui pengalaman bekerjasama lintas generasi/lintas disiplin ilmu (*experience is the best teacher*) (Syaleh, 1997).

Berdasarkan pernyataan tersebut maka diperlukan arah baru model dakwah atau reformasi dakwah yang berdasar pada era revolusi 4.0 (Arif & Pratama, 2019), sehingga nilai-nilai pendidikan Islam akan mudah diterima dan diserap oleh seluruh aspek masyarakat yang tak terbatas (Rozana, Wahid, & Muali, 2017), seperti halnya filosofi teknologi yaitu memangkas ruang dan waktu hal serupa perlu juga diadopsi oleh para pendakwah untuk mengaktualisasikan dakwahnya menggunakan teknologi yang tertuang dalam media sosial terkini.

Penggunaan media sosial seperti Instagram dan facebook mampu menampilkan video maupun foto secara jelas ditambah mampu menyimpan sampai kapanpun, maka penggunaan media facebook maupun Instagram sebagai media dakwah dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam dipandang sangat efektif. Video pendek dengan durasi tidak lebih dari 1 menit tanpa melepas nilai-nilai dakwah menjadikan media sosial Instagram paling diminati karena tidak menimbulkan kebosanan para penggunanya.

Media sosial aplikasi Instagram yang masih berumur sekitar lima tahun, sudah memiliki pengguna sudah

mencapai 400 juta pengguna aktif. Pencapaian angka ini adalah sebuah prestasi bagi Instagram. Karena sebelumnya pada tahun 2014 pencapaiannya hanya berkisar 300 juta orang (Masyhur, 2012).

Melihat begitu padatnya pemanfaatan internet dan jejaring sosial, maka, penyebaran kebaikan (berdakwah) sangatlah efektif jika menjadikan internet sebagai sarana atau mediana dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak. Karena dengan jejaring sosial, khalayak bisa dengan mudah mendapatkan nasihat-nasihat harian selain pendakwah atau para ustadz tanpa jejaring (Acep Aripudin, 2013). Maka, dengan begitu para pendakwah dan ustadz akan sangat mudah untuk menyalurkan dakwah atau pemikirannya. Melihat jejaring sosial sudah menjadi aplikasi yang sangat di minati oleh khalayak.

Media Sosial Dakwah Pesantren An-Nawawi Purworejo

Pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo berupaya mengaktualisasi pesan-pesan diatas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui berbagai platfon media sosial yang ada seperti facebook, Instagram, Twitter dan Youtube menurut mereka para pengikut akun media sosial Pondok An Nawawi merasa tepat dengan adanya medsos tersebut pasalnya dapat memberikan informasi - informasi keagamaan terlebih tentang perkembangan pesantren dan kegiatan-kegiatan pesantren.

Media sosial pondok pesantren An Nawawi purworejo tidak hanya dalam dakwahnya menggunakan akun resmi milik pondok semata melainkan juga akaun

Journal homepage: www.jurnalnu.com

media sosial pengasuh pesantren seperti akun facebook KH. Chalwani Nawawi dengan jumlah *penggemar* sebanyak 26.186



Gambar 1 : Akun Facebook KH. Achmad Chalwani Nawawi

Sebagai media dakwah akun facebook KH. Achmad Chalwani Nawawi mampu membuat para penggemarnya lebih mudah dalam mengakses ceramah beliau dalam postingan ceramah beliau banyak mendapat respon positif bahkan dalam komentarnya sampai diakses di beberapa negara seperti Malaysia dan Thailand hal tersebut dikarenakan tersebarnya alumni-alumni pondok pesantren An Nawawi Purworejo alumni yang jauh merasa terbantu dengan adanya media sosial tersebut.

Journal homepage: www.jurnalnu.com



Gambar 2 : Akun Facebook Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo

Pada gambar tersebut akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi per 26 desember 2019 dengan jumlah *penggemar* 14.066 dan gambar sampingnya adalah salah satu postingan dengan penyampaian pesan memperingati hari Ibu.

Journal homepage: www.jurnalnu.com



Gambar 3 : Akun Instagram Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo

Akun Instagram pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo dengan jumlah *pengikut* 36.500 dan 748 Postingan dengan salah satu postingan berupa gambar doa agar dimudahkan membayar hutang menjadi postingan yang menggambarkan informasi keagamaan yang sering dialami dalam kehidupan sehari-hari sehingga mudah diterima oleh para pengikut medsos tersebut.



Gambar 4: Akun Youtube An Nawawi

Menurut hasil penelitian akun youtube menjadi akun media sosial yang paling diminati oleh para masyarakat karena lebih banyak menampilkan video-video keagamaan, motivasi, acara-acara pondok pesantren, tausyiah pengasuh dan juga lagu-lagu sholawat, bahkan mencapai 1,4jt. Penonton.

Respon pengguna media sosial terhadap nilai-nilai pendidikan yang disampaikan kedalam dakwah melalui medsos pondok pesantren An-Nawawi Purworejo secara umum mengatakan positif hal tersebut dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah pengikut dari hari kehari, akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi Purworejo sebagai bentuk hiburan, perenungan, motivasi, dan media belajar agama yang tersampaikan melalui sholawat, pesan-pesan pengasuh, doa sehari-hari serta mauidhoh dari pengasuh.

Menurut muhlil musholin (2019) terdapat banyak pesan yang ada disetiap postingan-postingan media sosial pondok pesantren An-Nawawi Purworejo baik itu media facebook, Instagram, youtube, dan twitter seperti pesan perdamaian, pesan-pesan dari pengasuh serta pesan dakwah yang dikemas dengan kreatif.

Hal serupa juga disampaikan oleh beberapa mahasiswa STAI An-Nawawi Purworejo Evita (2019) mengatakan bahwa dakwah dengan menggunakan media sosial banyak memberi manfaat dan memberikan kemudahan dalam mengaksesnya karena terkadang bila disuruh membaca cenderung malas dan bosan.

Agus masykur (2019) salah satu admin akun media sosial Stai An Nawawi menyampaikan bahwa keberadaan akun medsos selain menjadi media dakwah juga sebagai

pelayanan informasi kepada wali santri, karena juga banyak sekali wali santri - wali santri mengirimkan *Direct Massage* (DM) sekedar menanyakan kabar anaknya.

Informasi tersebut menjelaskan bahwa baik dari alumni maupun santri mahasiswa memberikan tanggapan yang positif terkait media dakwah menggunakan media sosial di pondok pesantren An-Nawawi Purworejo, indikasi trend media sosial sebagai media dakwah menunjukkan perkembangan dakwah yang semakin fleksibel dan dinamis dan diyakini trend dakwah ini akan terus berkembang pada masyarakat modern mengikuti trend media-media baru yang kemudian akan dijadikan media dakwah yang relevan.

Kesimpulan

Dapat penulis simpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam media dakwah terhadap para santri, mahasiswa maupun alumni mempunyai respon positif, serta menyampaikan pesan yang bisa diterima oleh semua khalayak umum baik anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua karena konten yang disajikan mengandung nilai-nilai pendidikan Islam yang berhaluan *ahlusunnah wal Jama'ah* sehingga dapat dijadikan pedoman, motivasi serta informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Dan juga alumni pondok pesantren An-Nawawi Purworejo cenderung mengikuti media dakwah ini dikarenakan ingin mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren agar tetap *taaluq* kepada almamater.

Pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo berupaya mengaktualisasi pesan-pesan diatas guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui media sosial facebook dengan

jumlah *penggemar* sebanyak 26.186, pengasuh pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo KH. Achmad Chalwani Nawawi yang juga menjabat sebagai Rois Syuriah PBNU jawa tengah dalam dakwahnya dari kota kekota kampung ke kampung selalu mengunggah video dakwahnya melalui facebook, belum lagi akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi yang terdiri dari akun medsos per 26 desember 2019 berupa facebook dengan jumlah *penggemar* 14.066, twitter dengan jumlah *pengikut* 660, Instagram dengan jumlah *pengikut* 36.500 dan youtube dengan jumlah *subscribe* 28.000, dengan demikian tidak diragukan lagi bagaimana media sosial memberikan ruang publik yang sangat besar

Penggunaan media sosial pondok pesantren An Nawawi purworejo juga sebagai media informasi yang dimanfaatkan oleh para wali santri yang memondokkan anaknya di pondok pesantren An Nawawi berjan Purworejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Acep Aripudin. (2013). *Sosiologi Dakwah, Cet. I*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alam, L. (2016). Internalisasi nilai-nilai pendidikan islam dalam perguruan tinggi umum melalui lembaga dakwah kampus. *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam, Vol.1(2)*, 101-119.
- Arif, D., & Pratama, N. (2019). Tantangan Karakter Di Era Revolusi Industri dalam Membentuk Kepribadian Muslim. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(1)*, 198-226.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian dan Pendekatan Praktek: Edisi Revisi V*. jakarta: Rineka Cipta.
- Eko Sumadi. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 01(1)*, 173-190.
- Faisol, M. (2017). Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagaman Santri. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 1(2)*, 37-51. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Masyhur, M. (2012). *Fiqh Dakwah, terj. Abu Ridho et.al, Cet.ke-12*. jakarta: Al-I'tishom.
- Rozana, A. A., Wahid, A. H., & Muali, C. (2017). Smart Parenting Demokratis Dalam Membangun Karakter Anak. *Al-Athfal Jurnal Pendidikan Anak, 4(1)*, 1-16.
- Subaidi. (2019). Manajemen Biaya dan Sarana Prasarana di SMA N 3 Pati dan Silahul Ulum Asempapan Trangkil Pati. *Jurnal At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 02(1)*, 71-72.

Journal homepage: www.jurnalnu.com

- Suwardan, H. (2017). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK, Vol. 01(2)*, 102-110.
- Syaleh, A. R. (1997). *Management Da`wah Islam*. jakarta: Bulan Bintang.
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1), 1-8.