

Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0

Muhammad Rizqy¹, Nur Salsa Auliya Zachani², Saniyatul Fajri³,
Meity Suryandari⁴

Institut Agama Islam Az Zaytun Indonesia

E-mail: muhammadrizqyproperty@gmail.com¹, nurauliyasalsa@gmail.com², sanifari9@gmail.com³,
meity@iai-alzaytun.ac.id⁴

Abstract

The rapid development in the Industrial Revolution 4.0 era has spawned many inventions related to communication media, such as electronic media such as mobile phones, television, radio and so on which have managed to penetrate geographical, social and political boundaries intensively. The use of the internet as da'wah is very possible and urgent and strategic in society in the information technology era. The fundamentally changing internet of communication requires a lot of interaction between media and users. With the development of this technology affecting access to electronic media as an effective means of conveying messages, audiences receive da'wah in the global era, as recently, television stations have been very effective as a medium of communication conveying religious messages to recipients of da'wah. As the era develops with the power of global information technology in this era, the Industrial Revolution 4.0 has many opportunities in the delivery and development of da'wah communications. Da'wah of Islam in modern times is no longer the authority of the clergy. Wherever, whenever and in any way, people can preach.

Keywords: Da'wah, Technology, Information, Industrial Revolution 4.0

Abstrak

Perkembangan pesat di era Revolusi Industri 4.0 telah melahirkan banyak penemuan yang berhubungan dengan media komunikasi, seperti media elektronik seperti handphone, televisi, radio dan sebagainya yang berhasil menembus batas-batas geografis, sosial dan politik secara intensif. Penggunaan internet sebagai dakwah sangat memungkinkan dan mendesak dan strategis dalam masyarakat di era teknologi informasi. Internet komunikasi yang berubah secara mendasar membutuhkan banyak interaksi antara media dan pengguna. Dengan berkembangnya teknologi ini mempengaruhi akses media elektronik sebagai alat penyampaian pesan yang efektif khalayak menerima dakwah di era global seperti baru-baru ini stasiun televisi sangat efektif sebagai media komunikasi menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penerima dakwah. Saat era berkembang dengan kekuatan teknologi informasi global di Era ini Revolusi Industri 4.0 banyak peluang dalam penyampaian dan pengembangan komunikasi dakwah. Dakwah Islam di zaman modern, bukan lagi kewenangan ulama. Dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun, orang bisa berdakwah.

Kata kunci: Dakwah, Teknologi, Informasi, Revolusi Industri 4.0

I. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi, Teknologi berasal dari bahasa Inggris (texare): untuk membangun artinya membangun. Ini adalah teknologi dalam arti sebenarnya dari kata tersebut berdasarkan pengelolaan berkelanjutan, berdasarkan pada juga dengan gerakan perangkat (tindakan instrumental). Dengan Oleh karena itu, pentingnya teknologi informasi adalah: Kegiatan mengumpulkan, menyempurnakan, memproduksi dan penyebaran informasi melalui mikroelektronika. Ada juga yang berarti bahwa teknologi informasi adalah: teknologi elektronik yang dapat mendukung akselerasi dan meningkatkan kualitas informasi.

Definisi lain dari Teknologi Informasi yaitu, sebagai perangkat untuk kepentingan individu Selesaikan tugas (Topeng, 2014; Angraeni, 2020). Teknologi informasi merupakan salah satu ciri kemajuan modern. Dengan teknologi informasi, segalanya menjadi mudah. Melalui menawarkan proses adaptasi Jaminan Kepatuhan teknologi dan pengguna dengan demikian lebih mudah diakses tujuan mereka (Zamani et al.,2020). Berbagai penelitian telah dilakukan Pengakuan Hubungan Teknologi dengan model bisnisnya sedang dalam pengembangan dan berbicara dengan pembangunan Teknologi dapat membantu konsep bisnis baru (Aloini et al., 2021). Perspektif yang terbangun menunjukkan bahwa Industri 4.0 dianggap sebagai fase industri integrasi baru Teknologi sebagai solusi bisnis tradisional Ditambah teknologi menjadi solusi multidisiplin paling efektif didukung dengan akumulasi modal (Nakano& Washizu, 2018). Zhang dkk. (2020); Santos dan Santos (2017) menjelaskan bahwa biaya sebagai insentif investasi teknologi informasi dan menjadi bagian dari strategi organisasi.

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media Penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai sebuah industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dimulai dengan ditemukannya radio, oleh Insinyur di Eropa dan Amerika. Jadi mempelajari sejarah media penyiaran di dunia, penemuan teknologi dan industri hampir sama mengeksplorasi sejarah penyiaran di Amerika. Televisi dan radio dapat diklasifikasikan sebagai media yang mendominasi ruang, tetapi sebenarnya tidak mengontrol waktu, sedangkan media cetak mengontrol waktu tetapi bukan ruang. Media penyiaran yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk komunikasi massa menjangkau audiens yang besar secara efektif.

Oleh karena itu media penyiaran memegang peranan penting dalam penelitian komunikasi, khususnya penelitian komunikasi massa. Kemampuan media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas melakukan hal tersebut Media penyiaran sebagai obyek penelitian penting dalam komunikasi massa ilmu komunikasi lainnya. Media penyiaran adalah organisasi yang menyebarkan informasi yang merupakan produk budaya atau pesan yang mempengaruhi atau mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karena itu, seperti halnya politik atau bisnis, media, khususnya media massa penyiaran layanan publik merupakan sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem sosial lebih luas (Morrison, 2008:13-14).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak ke dunia penyiaran, termasuk penyiaran Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan peran mereka dalam membentuk opini publik menjadi semakin strategis, terutama dalam pekerjaan pembangunan kehidupan demokrasi Penyiaran tentu saja tidak terlepas dari aturan fungsi telekomunikasi umum dari aplikasi umum. Penyiaran punya kaitan erat dengan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit sumber daya alam yang terbatas, sehingga pemanfaatannya harus diatur secara efektif dan efisien. (Morrison, 2008: 31).

Kata "siaran" sesuai dengan kata bahasa Inggris "broadcast". Konstitusi transmisi memberikan gambaran tentang nasehat sebagai pesan atau rangkaian pesan berupa suara, Gambar berupa grafik, karakter dan gambar interaktif. Mengirim sinonim dengan kata broadcast, yang artinya: siaran- Mengirim atau mentransmisikan melalui darat, laut atau luar angkasa menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) dalam bentuk gelombang gelombang elektromagnetik merambat melalui udara, kabel dan media penerima komunitas sekaligus dan serentak dengan klasifikasi penerima siaran. (Morrison, 2008:31).

II. METODE PENELITIAN

Metode pada penulisan jurnal ini menggunakan metode studi kepustakaan, dan Pendekatan kualitatif. Metode studi kepustakaan Menurut Mardelis penelitian kepustakaan atau library research merupakan penelitian yang menggunakan telaah dan kajian kepustakaan atau konsep-konsep teoritis. Ini dilakukan dengan cara menganalisis konsep-konsep, referensi atau sumber yang berkaitan dengan gagasan dan permasalahan yang diangkat dalam tulisan. Pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati untuk diarahkan ada latar belakang dan secara komprehensif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu da'a-yad'u-da'watan, yang diartikan sebagai seruan/mohon, ajakan atau panggilan. Pada tataran dakwah, amalan itu harus mencakup tiga unsur, yaitu: pengirim pesan, informasi yang dikirimkan dan penerima pesan. Namun, dakwah memiliki arti yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut karena istilah dakwah berarti menyampaikan ajaran Islam, memaksa berbuat baik dan melarang perbuatan buruk, serta membawa kabar gembira dan peringatan kepada manusia (Munir dan Ilaihi, 2006:17). Dakwah Islam di zaman modern, bukan lagi kewenangan ulama. Dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun, orang bisa berdakwah.

Namun, dakwah merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap muslim dengan penuh tanggung jawab dan sepenuh hati sehingga menjadi kebiasaan yang terus dilakukan dari waktu ke waktu. Dalam prakteknya dakwah adalah kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang nilai-nilai agama yang bermanfaat untuk bekal dalam menjalani suatu kehidupan yang lebih baik dan sesuai dengan perintah Allah SWT.

Dakwah Islam

Dakwah Islam telah didefinisikan secara luas oleh para ulama salah satunya adalah Sayyid Qutb yang menetapkan batas mengajak atau mengundang orang lain untuk bergabung masuk Sabil Allah. Juga Ahmad Guzzali menekankan bahwa dakwah adalah perbuatan atau ungkapan yang untuk mendorong orang untuk mengikuti ajaran Islam. Abdul Al Badi membagi dakwah menjadi dua dimensi, yaitu dakwah Fardiyah dan dakwah ummat. Tokoh lainnya adalah Abu Zahron jelaskan bahwa dakwah dapat dibagi menjadi dua hal, pelaksanaan dakwah, individu dan organisasi. Di samping itu Ismail Al-Faruqi mengungkapkan bahwa kebebasan, universal, dan masuk akal adalah intinya. Hak kebebasan ini bisa dilihat bahwa dakwah bersifat universal (Wahyu Allah 2013, 14-15).

Dalam sejarahnya dapat dilihat proses Islamiyah terjadi di Nusantara akibat kegiatan dakwah tanpa usaha pengenalan Da'i tidak mungkin Komunitas Muslim terbesar di Indonesia seperti yang kita ketahui. Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus, yaitu yang pertama adalah tantangan dakwah ilmiah, yang tiba. Sejauh ini, tidak ada kemajuan signifikan yang terlihat. Kedua masalah atau tantangan praktis dalam bidang dakwah. Dakwah islami mengambil pendekatan modern, menggunakan media terbaru. Dakwah sudah bisa ditemukan di halaman surat kabar, juga dakwah telah ditampilkan di beberapa acara televisi, oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif hari ini da'i harus orang yang berpengetahuan luas.

Dakwah Industri

Perkembangan modern di media seperti sekarang juga mempromosikan teknologi komunikasi dan informasi. Tahun 1970-an adalah era industri bantuan dalam pengembangan publikasi surat kabar, radio dan televisi, internet dan teknologi lainnya. media seperti surat, koran, radio, televisi, internet memiliki sifat massa. Artinya, tidak semua berita disajikan di media pribadi, lebih berorientasi umum. Memperkenalkan instalasi di beberapa perusahaan. Gerakan di media massa cenderung ke arah pemasaran produksi. Banjir teknologi karena banyak hal terbuka sekarang di era data satelit seperti internet yang sangat berpengaruh media massa, termasuk televisi, radio, dll. Aplikasi internet untuk surat kabar seperti percetakan dari jauh aplikasi komunikasi radio interaktif, televisi dapat menghubungkan data untuk menggunakan TV interaktif, hubungan komunikasi memiliki dua arah kehidupan.

Internet berkembang pesat, tidak lebih buruk dari media massa yang muncul lebih dulu. Internet menyebar dengan berita yang benar-benar terbaru dan terlengkap. Pengembangan teknis mendukung media yang memiliki dampak positif dan negatif. Di era globalisasi, media dan informasi menjadi saksi peran telekomunikasi dan media elektronik sangat penting luar biasa dunia kosmopolitan memengaruhi perilaku tentu harus sendiri tapi berubah persaingan global (Hengky Jana 1999,2). media elektronik dakwah saat ini mempengaruhi akses media elektronik sebagai alat penyampaian pesan yang efektif khalayak menerima dakwah di era global seperti baru-baru ini stasiun televisi sangat efektif sebagai media komunikasi menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penerima dakwah.

Media massa elektronik merupakan media kesamaan (stimulus). elektronik sebagai media khalayak bersama dalam peraturan komunikasi penyiar. Karakteristik media elektronik dengan media lainnya fungsi yang berbeda. Komunikasi sebagai sarana komunikasi di media massa. Media massa sebagai alat dakwah, da'i yang menjadi basis utama media massa, dalam komunikasi terorganisir dalam manajemen pengiriman yang kompleks menyangkut pembagian ekspansi profesional menjadi yang berbeda kemampuan pertama, publik sebagai komunikasi di media massa. Komunikasi media massa menunjukkan masyarakat yang heterogen dan anonim, yang lebih komprehensif daripada komunikasi tatap muka kompleks kelompok yang lebih besar.

Komunikasi disampaikan untuk audiens yang beragam dengan tingkat pendidikan yang berbeda, status sosial ekonomi dan tempat tinggal. Kedua, pesan dakwah di media massa. Berkhotbah siapa yang mau ditransmisikan melalui media seperti elektronik kebanyakan bersifat umum dan jelas, karena masyarakat itu heterogen perhatian harus diberikan pada penerimaan pendengar audiensnya. Sekilas pesannya, artinya dikeluarkan satu kali. Da'I dapat menyampaikan pokok bahasan secara mendalam sehingga pendengar dapat menangkap dan mencerna sesuai dengan sifat komunikasi satu arah.

Dakwah Melalui Televisi

Perkembangan dan perubahan media televisi serta di dalam programnya dan pembaruan teknologi baru menawarkan kepada masyarakat cara baru dalam menggunakan fasilitas televisi. Televisi adalah media yang memiliki pengaruh komunikasi pesan yang cukup efektif kepada masyarakat umum, lahirnya televisi adalah sebuah media memiliki efek positif dan negatif tergantung pada interiornya penggunaan media-media tersebut. Televisi adalah media audio-visual, dengan media audio-visual menjadi media yang bisa dilihat atau didengar. produksi media televisi jauh lebih besar. Televisi sebagai media massa merupakan jenis keempat di dunia setelah kehadiran pers, film dan radio. Gambar TV realistik yang nyata. televisi saat mengemudi baik menggali di ladang, atau bekerja dan tinggal menulis di kantor.

Perkembangan dan perubahan media televisi serta di dalam programnya dan pembaruan teknologi baru menawarkan kepada masyarakat cara baru dalam menggunakan fasilitas televisi masa depan di sisi lain, sangat mungkin kebiasaan belanja itu pengetahuan baru ini juga mengarah pada pembentukan gaya hidup pemilik dan pemirsa TV (Muhtadi, 2012: 88). Jadi bisa dibayangkan jika seorang pengusaha kalangan

Muslim yang kaya berkumpul untuk mendapatkan TV mereka sendiri program acara bertema keagamaan akan diperluas banyak tentunya. Walaupun tidak selalu harus disebut televisi Islam, yang terpenting adalah isi acara yang ditayangkan. Mulai saat ini televisi akan menjadi media dakwah yang sangat penting, karena pada umumnya saluran TV Indonesia sekarang banyak yang sudah menayangkan tayangan, seperti adzan, siraman rohani, acara-acara khusus Bulan Ramadhan dan Idul Fitri dan Idul Adha, dll.

Keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

Pertama sebagai keunggulan dalam media audiovisual (listening). Televisi memiliki daya persuasif yang sangat tinggi terhadap khalayaknya dengan melihat gambar langsung dan suara secara bersamaan. Bahkan suara dan gambar penonton dapat menerima kehidupan selama acara berlangsung atau khotbah yang berlangsung melalui siaran langsung. Dengan begitu televisi memiliki kecepatan dan realitas yang luar biasa persuasif yang tinggi. Siaran TV saat ini tersedia untuk ditonton di mobil yang bergerak dan bahkan dapat dilihat di telepon ada, sehingga kendalanya bersifat teknis dan geografis dapat diselesaikan. Kedua, televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sebarakan pesan dengan cepat dan berdampak penuh terhadap kehidupan individu dan masyarakat. Inilah yang bisa anda pahami saat McLuhan mengatakan bahwa berkat televisi dunia telah menjadi "desa universal" pengalaman yang langsung ditransmisikan dan dibagikan. Tatanan sosial muncul dari makna transendental yang berasal dari kebudayaan media elektronik yang sama (Arifin, 2011:112-114)

Dakwah Melalui Radio

Radio merupakan media yang sangat penting digunakan sebagai sarana dakwah, karena lingkungan ini memiliki beberapa sifat dan kekuatan. Radio dapat digunakan untuk media dalam berdakwah. Hampir semua siaran radio memuat informasi, pendidikan dan hiburan sebagai media berisi informasi yang ditujukan untuk masyarakat Indonesia, contoh dakwah kita bisa lihat dari RRI Jakarta kebangkitan orde baru. Media massa dikenal di pengiriman dibawakan acara seperti "Kuliah Subuh". Oleh imahrum buya hamka liputan kuliah RRI kini lebih cepat oleh siaran radio swasta, diikuti oleh berbagai stasiun televisi swasta seperti dikuasai oleh pemilik modal atau partai politik. Ini da'i sebagai sarana komunikasi saat melakukan aktivitas melalui dakwah untuk menyampaikan pesan ajaran agama. Hal ini kita juga harus memperhatikan karakteristik radio yang bersangkutan media menyampaikan pesannya melalui pemberitaan.

Tanda siaran sebagai berikut:

1. Radio hanya bisa didengar (audible)
2. Bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan
3. Pendengar dapat bersantai saat mengemudi, saat tidur, bisa juga saat bekerja.
4. Siaran radio dapat mengembangkan kemampuan berpikir.
5. Transmisi radio adalah komunikasi satu arah (Robert KApril 1974, 1)

Yang penting ciri-ciri radio sebagai media adalah sebagai berikut:

Pertama, radio ada di mana-mana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar setengah miliar perangkat radio yang ada adalah 73 persen termasuk berada di rumah, toko, penata rambut dan di kantor serta disekitar 100 juta mobil dan truk. Di sisi lain radio portabel, berjumlah jutaan, ada di mana-mana, bahkan di dalam ruangan acara olahraga disiarkan langsung. Jika anda dalam jangkauan radio yang berfungsi, untuk mendengarkan apakah anda suka atau tidak. Kedua, radio itu ekonomis. Selama seminggu radio bisa mencapai sembilan dari sepuluh pendengar berusia 12 tahun ke atas. Hampir yang berusia 18 tahun ke atas mendengarkan radio tiga setengah jam sehari. Pengiklan biasanya percaya kombinasi yang efektif dengan harga terjangkau relatif rendah untuk seribu pendengar. Ini digunakan sebagai alat dakwah tentu saja memudahkan berjalannya lembaga dakwah kerjasama dengan radio untuk menyiarkan ajaran Islam. Ketiga, radio mentransmisikan informasi dengan cepat. jika radio digunakan sebagai sarana dakwah, tentu memudahkan para da'i untuk menyampaikan pesan. Keempat, Radio membutuhkan imajinasi dalam bentuk "cerita" komersial yang tidak terbatas waktu dan tempat. Efek suara dan musik segera mengatur suasana hati. Deskripsi dan dialog bisa menarik jika karakternya memiliki selera yang baik dimainkan dengan baik dan mudah. (Prayudha, 2006: 13-15).

Film sebagai Sarana Dakwah

Menurut Cangara (2012:150) Film dengan fitur canggih visual didukung oleh suara yang khas, yang merupakan alat yang sangat efektif sebagai hiburan, tetapi juga sebagai lingkungan pendidikan dan media. film bisa dimainkan beberapa kali di lokasi dan pengaturan yang berbeda. Film didefinisikan dari perspektif komunikasi massa pesan yang disampaikan dalam komunikasi sinematik yang dipahami, esensi, fungsi dan efek. Perspektif ini membutuhkan pendekatan yang berbeda, karena lebih fokus pada film sebagai proses komunikasi. Juga dengan klasifikasi film dalam proses konteks sosial,

politik dan budaya komunikasi terjadi, sama pentingnya untuk memahami preferensi audiens (kecenderungan, preferensi) - yang pada gilirannya menciptakan gambar seorang penonton bioskop. Singkatnya, esensinya lebih mudah dipahami tentang proses menonton dan bagaimana film berfungsi sebagai sistem komunikasi simbolik (Irawanto, 1999: 11-12).

Namun, bukan berarti harus ada film dakwah dengan ikon "konversi" seperti yang disebutkan di atas. Sebenarnya banyak film yang bertema religi dan nilai dakwah seperti Al- Kautsar, Titian Serambut membagikan tujuh film yang disutradarai oleh Asrul Sani. Bahkan lebih ketika dakwah dipahami secara lebih luas sebagai upaya konstruktif seseorang, mengubah situasi ke yang lebih baru. Banyak film yang menggunakan cara pemahaman dakwah seperti ini tergolong film propaganda (Muhtadi, 2012:116)

Keuntungan film sebagai dakwah adalah anda mengalami sesuatu ketika anda melihatnya, atau lebih tepatnya, mengalaminya film ini menunjukkan gejala identifikasi psikologis, demikian sebutannya dalam psikologi sosial intinya adalah saat anda memiliki film, penonton sering kali keliru menyamakan (mengidentifikasi) seluruh pribadinya. aktor/aktris dalam film. Dia tidak bisa "mengerti" atau "merasakan" apa yang dipikirkan atau dirasakan oleh aktor film memenuhi misinya, tetapi lebih dari itu: antara pemain dan penonton tidak jauh berbeda. Penonton begitu bersemangat mengikuti peristiwa film tersebut sehingga mereka merasa seperti aktor dalam film tersebut. Film bukan hanya sarana komunikasi massa yang sangat efektif untuk hiburan, tetapi juga untuk informasi dan pendidikan. Film sering digunakan sebagai bantuan dalam presentasi informatif atau alat pembantu memberi penjelasan (Effendy, 2003:207-209).

Internet sebagai Media Dakwah

Internet sebagai media yang mudah diakses luas dan global dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan cepat dan efektif, termasuk pesan dakwah. Menurut Othman Omar Shihab, penggunaan internet juga ada. Tidak ada larangan dalam Islam sebagai sarana dakwah. Jadi bukan Islam tidak pernah ada teknik tabu, termasuk yang digunakan dalam dakwah Islam. Karena pada dasarnya semua sumber daya memiliki efek positif atau sebaliknya, tergantung penggunaannya. Bahkan dirinya sendiri mengumumkan bahwa mereka memiliki Q&A melalui internet bahkan puluhan ribu, tetapi karena terburu-buru tidak ada waktu jawab pertanyaan yang diajukan kepadanya (REPUBLIK, 25 Februari 2011:3).

Penggunaan internet sebagai dakwah sangat memungkinkan dan mendesak dan strategis dalam masyarakat di era teknologi informasi. Internet komunikasi yang berubah secara mendasar membutuhkan banyak interaksi antara media dan pengguna. Kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui internet, diantaranya jutaan orang di seluruh dunia tanpa kontak pribadi. Jika internet digunakan untuk dakwah, maka itu adalah objek dakwah (mad'u). Kemunculan internet sangat unik yaitu jutaan individu terhubung ke jaringan komputer yang disebut dunia maya (Arfin, 2011:92-93).

Keunggulan Internet sebagai Alat Dakwah Bambang S. Ma'arif adalah sebagai berikut:

1. Bisa mendobrak batas ruang dan waktu dalam sekejap mata berhadiah dan energi yang relatif murah.
2. Pengguna layanan online tumbuh secara dramatis setiap tahun, yang berarti juga mempengaruhi jumlah orang yang berpartisipasi dalam misi.
3. Para ahli dan ulama dibalik media dakwah Internet dapat fokus untuk menanggapi setiap percakapan dan acara yang mensyaratkan status hukum Syar'i.
4. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah apa saja yang diinginkan. Dengan demikian pemaksaan kehendak dapat dihindari.
5. Beragam cara penyampaian dakwah Islam yang tercipta Segmen yang luas dapat diakses melalui Internet. Sebenarnya tidak hanya konsep dakwah tradisional yang dapat ditawarkan melalui internet. Muslim dapat menggunakan teknologi ini untuk tujuan komersial Islam, perhotelan dan lain-lain (Ma'arif, 2010:172).

Tantangan dan Peluang Dakwah

Di era digital saat ini, integrasi teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu tantangan dakwah. Dakwah yang sebelumnya hanya dilakukan dengan pendekatan tekstual, harus menyesuaikan dengan konteks yang dihadapi masyarakat saat ini. Akhid Widi Rahmanto mengungkapkan bahwa teks dakwah hanya berfokus pada pengajaran Al-Qur'an dan Hadits, tetapi tidak membahas bagaimana implementasinya secara kontekstual di lapangan. Oleh karena itu, dakwah kontekstual lebih sulit daripada dakwah tekstual. Dakwah kontekstual di milenium ini membutuhkan contoh dan solusi nyata (Sigit, 2019). Strategi dakwah dan globalisasi saling berhubungan dan saling mempengaruhi (Rakhmawati, 2014). Tantangan dakwah bagi generasi milenial yang

dihadapi para da'i semakin sulit. Partisipasi pemuda dan strategi khusus yang sesuai dengan karakteristik generasi milenial sangat diperlukan. Azahrul Husaini (komunikasi pribadi, 7 September 2019) mengungkapkan bahwa tantangan dakwah bagi generasi milenial adalah menumbuhkan kecintaan terhadap ilmu, yakni ilmu yang bersumber dari ulama yang kredibel. Hal ini menunjukkan bahwa di era informasi, kesadaran informasi milenial dan sumber informasi itu sendiri sangatlah penting. Generasi muda adalah tonggak pembangunan peradaban masa depan (Khoiri, 2014).

a) **Peluang Dakwah**

Islam jaya dan maju dalam berbagai dinamika global maupun dalam berbagai dinamika perkembangan di berbagai belahan dunia termasuk islam di berbagai belahan dunia pembangunan di seluruh dunia. peradaban pada saat itu globalisasi dakwah islam semakin berkembang saat menyebar damai dengan waktu. Intinya Nabi dakwah dalam islam telah maju bahkan dalam peradaban manusia saat ini memasuki babak baru. Fase ini dikenal dengan revolusi industri 4.0, yang mencapai puncak baru. Menurut dialektika waktu oleh karena itu, titik awalnya adalah pengetahuan dasar tentang islam menganjurkan untuk tidak mematikan kebaikan dan cahaya batin untuk memimpin kehidupan seseorang. Di era revolusi industri 4.0, umat islam khususnya bereaksi terhadap hal ini pemuda muslim karena pemuda muslim salah satunya ujung tombak prinsip islam atau islam yang beradab sebuah konsep yang menggabungkan teknologi dan internet revolusi industri 4.0. Sehingga terjamin di era globalisasi peluang atau tantangan bagi pemuda muslim dan umat islam yang harus disucikan oleh islam (Cawidu Harifuddin 2016, 45-47).

Di era globalisasi, umat islam membawanya sendiri harapan dan tantangan itu sendiri, keduanya berkelanjutan teknologi komunikasi dan teknologi informasinya seperti di bidang bisnis, budaya, pendidikan dan bahkan gaya hidup di daerah lain. Di era globalisasi itupun apalagi, usia ini adalah salah satu usia kebangkitan untuk agama, karena agama itu sendiri adalah tiang agama seluruh umat manusia untuk menjaga integritas antaragama. Para peneliti telah membuat hubungan dengan agama dalam menghadapi masalah sosial baik secara kelompok maupun individu. Di era informasi yang mendominasi memerintah dunia modern saat ini, berkembang efek positif. Efek positifnya adalah kesempatan untuk berdakwah yang dapat digunakan untuk mendukung

perkembangan agama masyarakat, juga bagi mereka yang tertarik pada institusi dari atau berkaitan dengan ajaran dinamis.

Menurut uraian di atas, peradaban adalah pengetahuan tentang membuat agama lebih transparan. Misalnya dari aspek ajarannya serta aktivitasnya yang selalu kreatif agama yang berbeda, bukan hanya islam. Itu transparan agama menyebabkan perselisihan agama masyarakat, terutama bagi masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kebebasan. Dari abad yang semakin maju, seperti teknologi orang modern diharapkan berpikir lebih kreatif bagaimana memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya teknologi komunikasi yang lebih maju tersebut tidak pernah dihentikan. Dakwah kini menjadi fokus perhatian masyarakat islam, sehingga bagus dalam konsep pemikiran dakwah. Kejengkelan menjadikan dakwah sebagai salah satu kepedulian utama sebagai pemikiran dakwah yang berhubungan dengan kelahiran alat teknologi. Berhadapan dengan nilai yang berbeda hidup sangat membutuhkan kerangka kerja yang sesuai dengannya perbaikan konstruktif sumber daya, yang salah salah satu agenda terpenting dalam melakukan dakwah islam sebagai punggung peradaban kuno (Cawidu Harifuddin 2016, 60-65).

Saat ini di era globalisasi, orang hidup di era ini, masyarakat saat ini perlu lebih kreatif dalam memanfaatkan informasi pengetahuan dan teknologi. Sebuah khotbah juga harus memanfaatkan media massa seperti televisi, film, internet dan lain-lain agar mencapai hasil maksimal. Internet sebagai salah satu alat yang selalu memainkan peran penting dengan umat islam. Selain itu, banyak orang menggunakan internet untuk hal-hal buruk. Tapi internet memiliki banyak keuntungannya, salah satunya adalah karena berdakwah di internet juga dapat menyediakan berbagai data dan informasi yang akurat. Sehingga akan digunakan orang untuk mendapatkan informasi. Menurut teori Nurchalis menggunakan internet sangat penting bagi seorang da'i, kata kami kita tidak perlu takut dengan internet jika kita bisa menggunakan internet dengan baik dan benar. Dan internet juga bisa seperti perluasan jaringan informasi tentang dakwah atau milik agama islam atau cyber-islam. Dalam hal ini, kemungkinan dakwah terlibat agenda seputar agama islam dan dengan strategi yang tepat dan memang demikian. Media online di internet juga menawarkan informasi tentang pendidikan, budaya, bahkan bisnis.

Teknologi informasi dan internet menjadi lebih populer setiap hari di antara warga di seluruh dunia. Meski ada kesan di suatu tempat sebuah produk teknologi tergantung bagaimana kita menggunakannya teknologi ini. Tantangan dalam menggunakan media dakwah tidak semua kalangan praktisi dakwah dan masyarakat dapat menggunakan internet. Namun, bukan itu masalahnya yang menjadi kendala pemerintah swasta bekerja sama di berbagai bidang pelatihan dan peralatan sarana dan prasarana. berdasarkan penjelasan di atas, efeknya diproduksi oleh media massa, khususnya internet kalau kita salah digunakan, namun masih rendah di kalangan umat islam kesadaran untuk memiliki dan bahkan menggunakannya media ini. Meskipun umat islam tidak tahu caranya menggunakan media dengan baik dan benar, dakwah islam Indonesia khususnya bersaing dengan umat islam lainnya (Hengky Jana 1999, 2).

b) Tantangan Dakwah

Seiring kemajuan teknologi, ia akan menyediakan fasilitas itu sendiri dan kenyamanan untuk ruang komersial menjadi lebih sempit karena semuanya dikendalikan oleh alat mesin, seperti dikendalikan misalnya, hanya duduk di kamar, kita bisa nikmati camilan, jelajahi informasi dari seluruh dunia hanya dengan menggunakan internet atau televisi. oleh karena itu kita bisa cari tahu tentang pembagian dan pengembangan dunia tanpa kita harus pergi ke sana. Komunikasi Internasional adalah hal yang sangat mudah, email memungkinkan kita untuk berkomunikasi secara langsung. Pada dasarnya manusia diuji dengan berbagai kemudahan, terutama bagi orang yang dapat menggunakannya secara teratur. banyak efek positif menawarkan sesuatu yang baik (Cawidu Harifuddin 2016, 40).

Kecanggihan ilmu teknologi yang dimiliki tidak semua umat manusia akan menjadikan manusia selamanya senang karena memiliki banyak efek negatif seperti berkaitan dengan ilmu dan pengetahuan yaitu munculnya adiksi mengikuti budaya dan nilai-nilai dari berbagai negara moralitas agama digantikan oleh nilai-nilai moral buatan masyarakat, narkoba merajalela yang membentuk generasi muda destruktif, terjadinya tindak pidana yang tidak terjadi begitu saja tersebar luas, dan bahkan di kota-kota besar di desa-desa merendahkan moral di kalangan remaja, orang tua dan bahkan anak-anak. Salah satu tantangan dakwah di era globalisasi adalah dampak sosialnya budaya menciptakan kepadatan manusia di dunia industri dan informasi. Masyarakat seperti itu akan menjadi biasanya ditangkap dalam sistem budaya dia bergantung pada sistem.

Efek seperti itu akan membuat seseorang kecenderungan untuk mempromosikan pemahaman melalui pikiran seseorang materialisme dan rasionalitas. Konsep materialisme yang sebenarnya adalah arus yang pemikirannya hanya mempercayai segalanya berhubungan dengan hal-hal materi. Semuanya akan datang dalam hal untung dan rugi pada dasarnya. Pemahaman ini berkembang dalam kehidupan manusia sehari-hari, yang ilmu pengetahuan dan teknologinya maju, tetapi tidak menurut keyakinannya. Pada saat yang sama, konsep akal gagasan bahwa satu-satunya cara untuk mengetahui kebenaran adalah melaluinya menggunakan rasio. (Sardar 1991, 14-17).

Berbagai tantangan teknologi informasi yang ada:

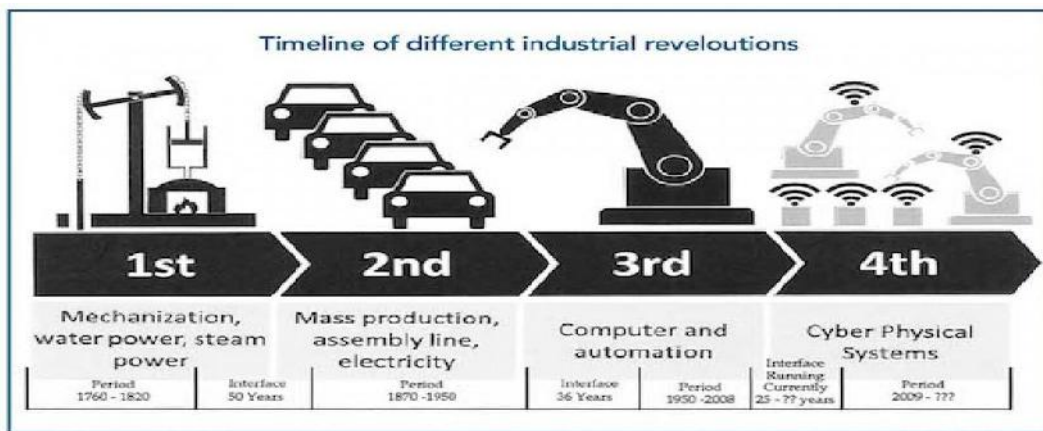
- a) Faktor pendidikan dan fasilitas merupakan salah satu faktornya keterbatasan sumber daya manusia.
- b) Prioritas teknologi informasi, yaitu internet, masih rendah masyarakat di beberapa bagian dunia.
- c) Masih banyak mesjid, pesantren atau tempat lainnya dalam ibadah yang tidak banyak menggunakan akses teknologi informasi seperti internet.
- d) Infrastruktur yang terbatas untuk komunikasi masyarakat bahkan interaksi antar kelompok muslim lainnya.
- e) Semua informasi tentang Islam tersebar melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Seperti internet, tetapi kurang terkontrol dan terkoordinasi untuk kecenderungan seperti itu terjadi.
- f) Warga negara muslim yang tertarik menggunakan teknologi informasi masih sangat terbatas.
- g) Pemanfaatan dakwah dalam industri internet masih belum lengkap dan membutuhkan perhatian dari organisasi profesi di berbagai bidang dan mengikuti berdasarkan hasil penjelasan pada paragraf di atas, ternyata banyak sekali tantangan yang dihadapi umat Islam di era globalisasi saat ini, karena saat ini masih banyak negara penguasaan teknologi informasi, lalu siapa yang menguasai apa saja informasi, mereka adalah penguasa tertinggi (A. Rosyad 1997, 10).

Era Revolusi Industri 4.0

Merujuk beberapa literatur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Revolusi Industri terdiri dari dua kata: revolusi dan industri. Revolusi berarti perubahan yang sangat cepat, sedangkan pengertian industri adalah usaha untuk melaksanakan suatu

proses produksi. Ketika benang merah ditarik, maka konsep revolusi industri adalah perubahan yang terjadi secara cepat dalam pelaksanaan proses produksi, dimana sebelumnya pekerjaan proses produksi dilakukan oleh manusia. digantikan oleh mesin sedangkan produk yang dibuat memiliki nilai tambah (added value) periklanan. Dalam konteks Revolusi Industri, yang dapat diterjemahkan adalah bahwa proses yang berlangsung sebenarnya merupakan perubahan sosial dan budaya yang terjadi secara cepat dan mencakup kebutuhan dan keinginan dasar masyarakat. Perjalanan perubahan dalam revolusi yang berlangsung dapat direncanakan atau tidak direncanakan dan dilakukan tanpa kekerasan atau dengan kekerasan. Pada pertengahan abad ke-19, Friedrich Engels dan Louis-Auguste Blanqui menciptakan istilah "Revolusi Industri". Revolusi industri ini juga terjadi dari waktu ke waktu. dalam dekade terakhir ini sudah bisa diajak pindah ke fase keempat (4.0). Perubahan yang terjadi dari satu tahap ke tahap lainnya mengakibatkan perbedaan artikulatoris sesuai dengan kegunaannya. Fase pertama (1.0) berfokus pada penemuan mesin yang menekankan mekanisasi produksi. Fase kedua (2.0) memasuki fase produksi integrasi besar-besaran dalam kontrol kualitas dan standarisasi. Fase ketiga (3.0) bergerak ke fase keseragaman massa berdasarkan integrasi komputersasi. Tingkat keempat (4.0) membawa digitalisasi dan otomatisasi ke Internet of Manufacturing.

Figure 1 Revolusi Industri sumber Arief Septian Nurhada (medium)



Buah dari Revolusi Industri 4.0 adalah fenomena disruptive innovation. Efek dari fenomena ini menyebar ke semua bidang kehidupan. Mulai dari industri, ekonomi, pendidikan, politik dll. Fenomena ini juga berhasil mengubah gaya hidup dan cara berpikir masyarakat dunia. Disruptive Innovation secara sederhana dapat diartikan

sebagai fenomena dimana pemain baru dalam suatu industri mengganggu pemain lama (mapan) karena kemudahan teknologi informasi.

Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0

Perkembangan pesat di era Revolusi Industri 4.0 telah melahirkan banyak penemuan yang berhubungan dengan media komunikasi, seperti media elektronik seperti handphone, televisi, radio dan sebagainya yang berhasil menembus batas-batas geografis, sosial dan politik secara intensif. Kecanggihan alat-alat teknis merupakan ciri era Revolusi Industri 4.0. Revolusi industri mengacu pada proses perubahan yang cepat dalam proses produksi. Perkembangan Era Revolusi Industri 4.0 menjadi dorongan bagi media dakwah untuk meningkatkan kualitas komunikasi dakwah. Menggunakan teknologi berupa alat canggih saat ini diimbangi dengan kemampuan melakukan komunikasi dakwah secara efektif dan terorganisir dengan baik untuk menyampaikan pesan dakwah kepada medianya.

Mengingat arus teknologi yang berkembang sangat pesat pada masa ini, komunikasi dakwah ketika mampu berperan sebagai filter bagi masyarakat dalam memperoleh ilmu. Era Revolusi Industri 4.0 tidak hanya mengubah tatanan budaya dan cara hidup masyarakat, tetapi juga untuk mendorong munculnya berbagai gagasan baru yang berkaitan dengan agama (religiusitas), spiritualitas dan nilai-nilai sosial kehidupan. Islam sebagai agama Rahmatan lil alamin (keberagamaan) merupakan persoalan penting yang memerlukan perhatian untuk mengikuti perkembangan zaman. Realitanya, komunikasi dakwah yang mendakwahkan ajaran Islam harus bisa merespon apapun. menghadapi tantangan perubahan zaman karena petunjuknya yang jelas yaitu Al-Qur'an yang melengkapi pedoman hidup manusia.

Saat era berkembang dengan kekuatan teknologi informasi global di Era ini Revolusi Industri 4.0 banyak peluang dalam penyampaian dan pengembangan komunikasi dakwah. Eksistensi Islam menjadi tonggak penting dalam dunia komunikasi dakwah dan dalam Islam itu sendiri dapat menjangkau semua bidang perkembangan dunia. Islam dapat muncul sebagai aset di tengah keragaman global, termasuk dalam dunia komunikasi. Media massa dan teknologi informasi merupakan sarana untuk berbagi informasi yang baik dan bermanfaat. Ketika sisi agama tidak seimbang, seringkali pengetahuan nilai sirkulasinya lebih rendah. Hal itu terlihat dari konten-konten yang disebarkan oleh media yang kini lebih banyak menampilkan hal-hal negatif dalam iklan,

film, dan produk hiburan. lain Dalam hal ini, penting untuk mengembangkan budaya kritis dan pemahaman komunikasi dakwah Islam yang masih dapat memenuhi kebutuhan hiburan dan preferensi estetika dalam perkembangan media saat ini.

Gambaran sejarah Rasulullah SAW yang membawa risalah dakwah Islam tergambar bagaimana proses perkembangan komunikasi dakwah melalui Islam. dimulai dari proses komunikasi dakwah yang terjadi hanya melalui tradisi lisan dan hafalan. Kemudian berkembang komunikasi dakwah islami yang diajarkan dengan metode rahasia Sahabat Rasul yang mendukung dakwahnya hingga akhirnya lahirnya Khilafah. Kemudian penyebaran Islam melalui komunikasi dakwah dengan menggunakan media temporer seperti surat dan buku. Barulah dunia memasuki era teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 sehingga penyebaran komunikasi dakwah dapat dicapai melalui teknologi terkini.

Strategi Demi Menunjang Keberhasilan Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0

Strategi dakwah adalah metode, siasat yang digunakan dalam kegiatan dakwah atau kegiatan yang sangat berperan dalam prosesnya mencapai tujuan. Seiring dengan perkembangan zaman, globalisasi sebagai fenomena ruang dan waktu bukan hanya kepentingan yang tidak dapat disangkal, tetapi juga menguntungkan interaksi peradaban semua bangsa manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai ideologi masyarakat saat ini, yang juga disebut masyarakat informasi, jadi pilihlah dan menggunakan media dakwah yang tepat adalah kebutuhan saat ini.

Pada saat ini, Da'i tidak lagi hanya bertumpu pada kemampuan berbicara atau berpidato ceramah dari mimbar, tetapi pengkhotbah hari ini adalah kekuatan pendorongnya pemecahan masalah praktis yang menempatkan anda pada posisi strategis mengintegrasikan teknologi informasi sebagai mitra dakwah "Amar ma'ruf nahi munkar". Keberadaan internet sebagai alat dakwah tidak lagi pada tataran wacana. Dakwah sebagai kebutuhan kemanusiaan bersumber dari nilai-nilai Islam. Dakwah harus mampu mengisi kekeringan rohani dengan kesejukan akhlak, agama rakyat, ilmu pengetahuan dan teknologi dikembangkan dengan mempertimbangkan nilai-nilai akhlak manusia dan nilai-nilai agama, serta mampu mendorong dan mengantisipasi perkembangan ke depan, agar umat Islam tidak ketinggalan zaman dari segi keilmuan.

Strategi pengembangan dakwah harus sesuai dengan misi Islam sebagai rahmat bagi umat seluruh alam semesta. Dibutuhkan kemampuan mengakses pesan-pesan dakwah yang mampu bersaing dengan paket-paket maksiat yang semakin menarik. Dakwah harus memberi makna dan bertindak dalam tindakan untuk masa depan. Dakwah melalui internet dapat dilakukan dengan membuat jejaring tentang Islam antara lain: Cyber-Muslim atau Cyberdakwah, situs Dakwah Islam, situs web, blog, dan jejaring sosial seperti: Facebook dan Twitter. Masing-masing siber ini menyajikan dan menawarkan ilmu Islam melalui cara dan metode yang berbeda. Memiliki koneksi internet merupakan sarana yang tidak dapat dihindari karena sudah menjadi peradaban baru dalam dunia informasi dan komunikasi di seluruh dunia. Strategi dakwah melalui internet bisa lebih efektif dengan memanfaatkan teknologi, untuk penyebarannya yang meluas dan cepat.

Azahrul Husaini mengungkapkan, strategi yang dapat ditempuh untuk menghadapi tantangan mendesak tersebut adalah mensosialisasikan dan menerapkan logika pengetahuan. Menurutnya, kajian agama harus dilakukan dengan penelitian terhadap tradisi keilmuan yang jelas, tidak asal-asalan, karena nantinya akan memberikan efek yang besar (wawancara 7 September 2019).

Masalah dalam dakwah pasti ada, dan kompleksitasnya akan selalu bertambah seiring berjalannya waktu, mulai dari penolakan, hinaan, teror, hingga fitnah (Ahmad, 2014). Tantangan dakwah Islam sangat sulit dibandingkan dengan masa lalu. Terutama dalam pendidikan perilaku atau akhlak sesuai dengan syarat Al-Qur'an dan Hadits. Itu karena ada dua hal, pertama adalah pesatnya perkembangan teknologi. Alasan lainnya adalah pesatnya perkembangan kendaraan transportasi. Perkembangan teknologi semakin mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi melalui media sosial. Karena perkembangan media sosial yang sangat pesat, mudah bagi seseorang untuk bergosip, menghina dan merendahkan orang lain melalui media sosial. Meskipun ini sangat didorong oleh agama. Oleh karena itu, dakwah harus didorong untuk membimbing umat Islam agar menggunakan media sosial dengan cara- cara yang positif, seperti tidak mengumbar atau memublikasikan aib orang lain di media sosial atau lainnya. Kedua, perkembangan teknologi transportasi memudahkan pergerakan dakwah ke berbagai daerah, bahkan pelosok. Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi dan transportasi dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah, agar dakwah lebih efektif,

cepat, dan akurat, sehingga nilai dakwah yang terkandung di dalamnya adalah seruan untuk taat kepada Allah SWT. Terutama mengikuti apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam Al Quran dan Hadits Nabi Mumamad SAW.

IV. KESIMPULAN

Perkembangan era Revolusi Industri 4.0 menjadi dorongan bagi media dakwah untuk meningkatkan kualitas komunikasi dakwah. Pemanfaatan teknologi berupa alat-alat canggih saat ini diimbangi dengan kemampuan implementasi komunikasi dakwah yang efisien dan tertata dengan baik untuk menyampaikan pesan dakwah kepada medianya. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat pada masa ini, komunikasi dakwah diyakini dapat menjadi filter masyarakat untuk perolehan informasi. Dakwah yang memiliki tujuan untuk mengajak masyarakat kepada perbuatan amar ma'ruf nahi munkar, sekarang tidak lagi bentuk kegiatan ini hanya dilakukan secara konvensional saja akan tetapi juga bisa dilakukan secara kontemporer. Media teknologi informasi modern sangat berperan penting dalam mendukung para da'i untuk berdakwah. Akan tetapi demi menunjang keberhasilan suatu dakwah tersebut, seorang da'i juga harus mampu mengetahui situasi dan kondisi masyarakat secara tidak langsung dengan menganalisis suatu kebutuhan dan lingkungannya. Munculnya suatu teknologi informasi modern ini akan sangat berbahaya jika dalam penggunaannya melenceng, alias suka menyebarkan berita hoax, soalnya tidak hanya 1 atau 2 orang saja yang menerima pesan tersebut akan tetapi hampir seluruh umat manusia dapat menerimanya. Maka tidak heran jika banyak masyarakat yang terjadi perselisihan, perdebatan bahkan perpecahan hanya karena salah menyikapi suatu pesan yang diterima dari oknum yang tidak bertanggung jawab. Oleh sebab itu, kita semua sebagai umat muslim harus bisa memanfaatkan suatu teknologi informasi modern kepada hal yang baik dan bermanfaat untuk orang banyak.

V. SARAN

Melihat pesatnya perkembangan teknologi semakin mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi melalui media sosial. Karena perkembangan media sosial yang sangat pesat, mudah bagi seseorang untuk bergosip, menghina dan merendahkan orang lain melalui media sosial. Oleh sebab itu, kegiatan dakwah jika kita lakukan di media sosial berarti secara tidak langsung kita dapat menghindari dari perbuatan yang buruk

tersebut. Dan untuk para khayalak tentunya agar lebih luas lagi memilah informasi seputar dakwah yang sesuai dengan yang di ajarkan syariat Islam dan lebih cerdas serta berhati-hati dalam menggunakan teknologi informasi agar tidak termakan oleh isu2 & hoax seputar informasi apa lagi informasi seputar dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin Pimay 1), F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Volume 4 No 1 (2021).
- Ahmad, N. (2013). TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 1, Nomor 1, Januari – Juni 2013.
- Anton Widodo, F. (2019). DAKWAH ISLAM DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)*, Vol. 1, No. 01. Desember 2019.
- Zaini, A. (2014). MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI MODERN SEBAGAI WASILAH DAKWAH. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 2, Nomor 1, Januari – Juni 2014.
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Jurnal Gema Eksos*, Vol 5, No. 2.
- Hasan, Y. (2009). TEKNOLOGI INFORMASI, MEDIA DAN DAKWAH. *Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi*, Vol I, No. 1.
- Yedi Purwanto, M. T. (2017). PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PERKEMBANGAN DAKWAH MAHASISWA. *Jurnal Sositologi*, Vol 16, No. 1.
- Rini Fitria, R. A. (2020). Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Dawuh*, Vol. 1 | No. 1 | Maret 2020 | Hal. 1-8.
- Nikmah, F. (2020). DIGITALISASI DAN TANTANGAN DAKWAH DI ERA MILENIAL. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 2 No. 1 2020 pp: 45-52.
- Sirajuddin, M. (2014). PENGEMBANGAN STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA INTERNET. *Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Volume 1, Nomor 1 Desember 2014 : 1-97.