

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Femmy Putri Nursyifa & Bannan Naelin Najihah.

IAI PERSIS Bandung-Jawa Barat- Indonesia.

Email: femmyputri23@gmail.com, Bannan@iaipibandung.ac.id

Abstrak

Lebih dari setengah penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial secara aktif pada kala dua tahun terakhir. Seiring dengan kemudahan teknologi yang ditawarkan para penyedia aplikasi, media sosial juga memiliki dampak buruk seperti mendorong arus cyberbullying, penyebaran hoax, ujaran kebencian, konten pornografi dan *scamming*. Di tengah hiruk pikuk pengaruh buruk media sosial berdasar kebebasan aturan aplikasi bagi para pengguna, peranan agama sangat dibutuhkan sebagai alat kontrol sosial. Sebuah aplikasi baru bernama Mosfeed hadir menyediakan berbagai kebutuhan sosial berbasis agama. Penelitian ini menjelaskan tentang seluk beluk aplikasi Mosfeed dengan pendekatan teori komunikasi digital menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan jenis penelitian lapangan. Pada penelitian ini ditemukan bahwa aplikasi Mosfeed telah mencakup tiga metode dakwah antara lain dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qalam* dan dakwah *bil hal*. Dari aspek komunikasi aplikasi Mosfeed menggunakan pendekatan komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi massa (*mass communication*) dan komunikasi organisasi (*organization communication*).

Kata Kunci: Mosfeed, Dakwah, Komunikasi.

Abstract

More than half of Indonesia's population is an active social media user in the last two years. Along with the technological conveniences offered by application providers, social media also has negative impacts such as

encouraging cyberbullying, spreading hoaxes, hate speech, pornographic content and scamming. In the midst of the hustle and bustle of the bad influence of social media based on the freedom of application rules for users, the role of religion is needed as a tool of social control. A new application called Mosfeed is here to provide a variety of religion-based social needs. This study describes the ins and outs of the Mosfeed application with a digital communication theory approach using descriptive qualitative research methods and field research. In this study it was found that the Mosfeed application included three da'wah methods including da'wah bil oral, dakwah bil qalam and dakwah bil hal. From the communication aspect, the Mosfeed application uses group communication, mass communication and organizational communication approaches.

Keyword: Mosfeed, Dakwah, Communication.

Pendahuluan

Pada tahun 2021 Indonesia memiliki pengguna media sosial terbanyak dengan jumlah 170 juta atau sekitar 61,8 % dari total penduduknya. Menurut hasil laporan *Digital 2021: The Latest Insights into The State of Digital*, terdapat peningkatan sebesar 6,3 % dari total pengguna media sosial pada tahun 2020.

Aplikasi-aplikasi digital yang tinggi diminati oleh masyarakat Indonesia antara lain yaitu aplikasi Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Facebook Messenger, Line, LinkedIn, Tiktok dan Pinterest.¹

Kehadiran media-media sosial di ranah digital membantu masyarakat dalam berinteraksi dalam berbagai ranah dan lini kehidupan. Media sosial membangun lingkup sosialnya berdasar latar belakang dan ketertarikan para penggunanya.

Selain bergantung para pengguna, konstruksi sosial yang dibangun oleh media dunia maya dikontrol oleh aturan dan kebijakan masing-masing penyedia aplikasi. Sebagaimana media elektronik lainnya, media sosial memiliki dua sisi mata uang. Baik menghasilkan manfaat maupun destruksi bagi masyarakat.

Setidaknya terdapat lima perilaku buruk para pengguna media sosial yang masif terjadi di jagat maya antara lain perundungan berbasis siber (*cyberbullying*),

¹Mariana Politton, "Daftar 10 Media Sosial yang Paling diminati di Indonesia," popbela.com, (<https://www.popbela.com/career/inspiration/mariana-politton/daftar-media-sosial-yang-paling-diminati-di-indonesia/3>.)

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

penyebaran hoax, ujaran kebencian (*hate speech*) pengunggahan konten-konten pornografi dan penipuan dengan tujuan uang (*scamming*).

Dalam merespon perilaku buruk di jagat maya, beberapa aplikasi populer seperti Youtube, Facebook dan Tiktok memiliki kebijakan peninjauan pengguna dan konten atas dasar laporan pengguna lain. Termasuk pada perilaku-perilaku buruk dalam bermedia sosial.

Pada tahun 2019, sebuah akun Instagram *Alpantuni* dilaporkan memuat konten-konten pornografi. Seluruh konten yang dimuat dalam akun tersebut telah memenuhi unsur Pasal 27 ayat 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengenai larangan distribusi konten pornografi. Publik ikut melaporkan akun ini melalui fitur ‘report’ di Instagram sehingga mempercepat proses *takedown* pada laman tersebut.²

Aplikasi lain yang memiliki kebijakan terhadap konten-konten negatif adalah Youtube. Kanal *Kimi Hime* mengalami pemblokiran tiga konten video. Isi kontennya dianggap menyalahi kesusilaan, yaitu pengguna channel itu nampak menaruh minuman di atas dadanya dan mengenai pakaian yang digunakan. Pihak Kominfo melaporkan bahwa konten tersebut perlu dihentikan dan diblokir sehingga hal tersebut dikabulkan oleh pihak Google.³

Namun begitu terdapat beberapa aplikasi yang menolerir sebagian pelanggaran-pelanggaran konten. Salah satu media sosial tersebut adalah Twitter. Twitter sendiri menduduki posisi kelima dari sejumlah media sosial dan penggunaannya mencapai 63,6 % dari total pengguna media sosial di Indonesia. Aplikasi Twitter merupakan *platform* opini atau cuitan dengan batasan 280 karakter.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Cicilia Afrilia dan Chontina Siahaan menunjukkan bahwa twitter memiliki pengaruh negatif yang cukup signifikan bagi perilaku remaja. Beberapa sebabnya antara lain munculnya konten-konten

² Antara. “Kominfo: Instagram Blokir Akun Berkonten Pornografi, Alpantuni.” Jakarta, 13 Februari 2019. (<https://bisnis.tempo.co/read/1175173/kominfo-instagram-blokir-akun-berkonten-pornografi-alpantuni>)

³ Fajar Pebrianto. “3 Kontennya di Youtube Diblokir, Kimi Hime: Aku Buat Salah Apa?” Jakarta, 3 Agustus 2019. (<https://bisnis.tempo.com/amp/1231701/3-kontennya-di-youtube-diblokir-kimi-hime-aku-buat-salah-apa>)

⁴ Mariana Politton, “Daftar 10 Media Sosial yang Paling diminati di Indonesia,” *popbela.com*, (<https://www.popbela.com/career/inspiration/mariana-politton/daftar-media-sosial-yang-paling-diminati-di-indonesia/3>.)

pornografi atau video dewasa yang dapat diakses secara bebas tanpa batas usia. Penggunaan Twitter dengan baik tidak menjamin tampilnya konten-konten berkualitas secara konsisten pada laman beranda pengguna. Konten-konten negatif dapat muncul tanpa disengaja sehingga pengguna dapat melihatnya secara tidak sengaja.⁵

Pada 8 Maret 2018, Pemerintah Indonesia sendiri mengatakan bahwa aplikasi Twitter beserta kebebasan aturannya tidak dapat diblokir. Pihak Pemerintah hanya dapat mengendalikan konten-konten negatif namun tidak bisa langsung menghapusnya.⁶

Di tengah hiruk pikuk pengaruh buruk media sosial berdasar kebebasan aturan aplikasi bagi para pengguna, peranan agama sangat dibutuhkan sebagai alat kontrol sosial. Sebuah aplikasi baru bernama Mosfeed hadir menyediakan berbagai kebutuhan sosial berbasis agama.

Mosfeed merupakan aplikasi islami yang muncul pada tahun 2021 dengan menyediakan berbagai fitur konten-konten keislaman yang sesuai dengan norma-norma Islam dan norma-norma Sosial. Aplikasi ini bertujuan mengumpulkan komunitas muslim yang ada di Indonesia dan menghadirkan konten-konten Islami. Selain itu Mosfeed menyediakan informasi-informasi acara-acara kajian keagamaan baik yang dapat dihadiri secara langsung maupun virtual. Selain itu Mosfeed juga menjadi tempat jual beli (*marketplace*) bagi para penggunanya baik secara individu maupun komunitas.

Penelitian ini hendak membahas bagaimana aplikasi Mosfeed melakukan aktivitas dakwah Islam melalui berbagai fitur-fitur teknologi aplikasi digital yang disediakan.

Belum didapati penelitian khusus mengenai aplikasi Mosfeed. Namun begitu telah terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang aplikasi atau media digital yang sedang banyak digunakan masyarakat dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai keislaman. Salah satunya yaitu "*Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis*" karya Dinda Rizky Hayati. Penelitian ini menjelaskan

⁵ Cicilia Afrilia dan Chontina Siahaan, "Penggunaan Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor", *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 10 No. 3 (2021)

⁶ Chitra Paramaesti, "Ada Konten Pornografi, Pemerintah Tak Blokir Twitter Karena Ini", *Tempo.co*, <https://bisnis.tempo.co/amp/1067607/ada-konten-pornografi-pemerintah-tak-blokir-twitter-karena-ini>

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

bagaimana seorang selebriti Tiktok bernama Ikhwan Mukhlis menggunakan media sosial Tiktok untuk menyebarkan ajaran Islam.⁷

Penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang pemanfaatan aplikasi digital sebagai media penyebaran nilai-nilai keislaman adalah "*Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*" karya Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, dan Asep Shodiqin membahas tentang media Instagram sebagai media sosial yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada banyak pengguna secara serentak dan efisien. Hal ini didukung dengan pengunggahan konten-konten yang bersifat islami seperti *quotes* "Berhijrah untuk Berbenah" dan "Wanita Shalihah senantiasa Taat kepada Allah".⁸

Terakhir, penelitian yang digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman melalui aplikasi digital berjudul "*Aplikasi Umma sebagai Media Dakwah dan Efeknya terhadap Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*". Aplikasi ini disimpulkan membawa pengaruh besar terhadap pengetahuan sebagian mahasiswa karena menyediakan beragam informasi tentang ilmu-ilmu dakwah Islam sehingga sebagian mahasiswa memanfaatkannya sebagai referensi pendukung dalam aktivitas perkuliahan.⁹

Penelitian mengenai aplikasi Mosfeed dalam dakwah digital menjadi krusial karena secara teoritis dapat menjadi pengetahuan dan wawasan mengenai bidang teknologi digital sebagai media dakwah nilai-nilai Islam. Selain itu secara praktis penelitian dapat menjadi jalan keluar masyarakat dalam menghadapi dinamika-dinamika interaksi sosial pada jagat maya baik dari segi perilaku maupun dari aspek kualitas konten-konten unggahan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan karena hasil penelitiannya berupa narasi non angka. Jenis kajian penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (*library research*) dikarenakan rujukan datanya berupa literatur seperti buku, jurnal penelitian, dan artikel-artikel.

⁷ Rizy Hayati Dinda, "Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis" (Skripsi Thesis, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. 2021) 1-98, 7.

⁸ Ulfa Fauzia, et.al."Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah" *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no.2 (2016), <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/26/24>.

⁹ Adeliha Cahayu, "Aplikasi Umma sebagai Media Dakwah dan Efeknya terhadap Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung" (Undergraduate Thesis, UIN Raden Intan Lampung. 2021)1-41, 30.

Metode Penelitian

Penelitian tentang aplikasi Mosfeed dan penyebaran dakwah Islam ini menggunakan metode kualitatif mengingat hasil penelitian merupakan kesimpulan non angka dengan peneliti sebagai instrumen kunci penelitian. Jenis teknik yang digunakan adalah teknik analisis observatif mengingat objek penelitian adalah perangkat lunak dan hasil penelitian dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan.

Dakwah Digital

Dakwah merupakan bagian dari informasi sebagai suatu sistem yang penting dalam gerakan-gerakan Islam. Dakwah dapat dipandang sebagai proses perubahan yang diarahkan dan direncanakan dengan harapan terciptanya individu, keluarga dan masyarakat serta peradaban dunia yang diridhai Allah swt.¹⁰

Dapat kita lihat kata dakwah dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi saw., salah satunya pada QS. Al-Baqarah : 186.

"Dan apabila hamba-hambaKu bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku kabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila dia berdo'a kepadaKu. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepadaKu agar mereka memperoleh kebenaran".

Muhammad al-Khaydar Husayn dalam kitabnya *ad-Dawat ila al-Ishlah* mengemukakan bahwa dakwah adalah aktivitas mengajak kepada kebaikan dan melarang kepada kemungkaran agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat¹¹ Tujuan dari dakwah sendiri adalah mengubah pandangan atas hidup dan menyadarkan manusia dalam memahami arti hidup¹²

Dakwah dibagi menjadi beberapa jenis. Dari segi objek, dakwah dibagi menjadi dua yaitu dakwah *fardhiyah* dan dakwah *'aamah*. Dakwah *fardhiyah* merupakan dakwah yang dilakukan seorang *da'i* (penyeru) kepada *mad'u* (orang yang diseru) yang bersifat perseorangan. Sebaliknya dakwah *'aamah* menargetkan orang banyak sebagai *mad'u* dalam aktivitas dakwah.

¹⁰ Abdul Pirol, Komunikasi dan Dakwah Islam (Yogyakarta : Deepublish, 2018) 2-3

¹¹ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah (Jakarta: Prenadamedia, Mei 2018), 6.

¹² Hamka. " Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam". Jakarta: Gema Insani, 2018.

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Dari segi metode dakwah dibagi menjadi tiga jenis yaitu dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qalam* dan dakwah *bil hal*. Dakwah *bil lisan* adalah penyampaian informasi nilai-nilai dakwah melalui lisan. Dakwah *bil qalam* merupakan penyampaian informasi nilai-nilai dakwah melalui tulisan di berbagai media. Baik media cetak maupun media elektronik. Sedangkan dakwah *bil hal* merupakan seruan dakwah melalui perbuatan nyata secara aplikatif.¹³

Dalam penyampaiannya, komunikasi dakwah merupakan komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Toto Tasmara berpendapat bahwa komunikasi dakwah ialah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Hadits dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Proses komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.¹⁴

Unsur-unsur untuk terpenuhinya suatu komunikasi menurut Laswell terdapat lima prinsip, yaitu: *who* (siapa), *says what* (apa yang dibicarakan), *to whom* (untuk siapa), *in what channel* (dengan media apa), *with what effect* (dengan tujuan dampak apa).¹⁵

Pada zaman Nabi Muhammad saw., dakwah Islam dilakukan pada tahap awal dengan sembunyi-sembunyi atau sekarang disebut dengan pendekatan komunikasi antar pribadi (*inter personal*). Hal ini yang menjadi target penerima dakwahnya adalah lingkup keluarga saja. Pada tahap kedua, Nabi saw menyampaikan wahyu Allah swt secara terbuka mulai kepada sahabat-sahabatnya atau sekarang dapat disebut dengan pendekatan komunikasi kelompok (*group communication*).

Selanjutnya tahap yang dilakukan adalah dakwah dengan pendekatan komunikasi massa (*mass communication*) atau dengan terang-terangan, seperti lewat khutbah-khutbah di tempat umum. Tahap terakhir, saat Nabi telah hijrah ke Madinah dan membangun sebuah pemerintahan, dakwah dilakukan dengan pendekatan komunikasi

¹³ Mohammad Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Penerbit Kencana, 2019), 15.

¹⁴ Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987), 32

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT. Aditya Bakti, 2000), 72.

organisasi (*organization communication*). Nabi Muhammad saw. sendiri yang memimpin pemerintahan di kota Madinah (organisasi yang dibangun).

Melihat penjelasan di atas, dakwah dilakukan sesuai dengan kondisi sekitar, terutama *mad'u (receiver)*. Jika hal ini tidak dilakukan, maka dakwah tidak menjamin akan berhasil. Karena, jika Nabi Muhammad saw. melakukan tahap awal dalam dakwahnya langsung secara terang-terangan atau dengan pendekatan komunikasi massa, besar kemungkinan Nabi akan dibunuh oleh orang-orang Arab saat itu.

Komunikasi massa ini dilakukan jika seorang *da'i* menyampaikan dakwahnya pada masyarakat kelas menengah ke atas dan pada masyarakat modern atau berintelektual dengan ciri utamanya adalah mengedepankan aspek rasionalitas, yang paling efektif dalam melakukan komunikasi dakwahnya yaitu dengan mengadakan "*pengajian*" berbentuk diskusi, seminar, semiloka, dan sejenisnya, sehingga di dalamnya ada ruang untuk mendalaminya dengan berdialog.

Tetapi jika kondisi masyarakatnya dari kelas menengah ke bawah atau masyarakat tradisional, komunikasi dakwah yang paling efektif adalah mengadakan "*pengajian*" dengan mengumpulkan massa dan *monologist* atau meniadakan dialog. Karena mereka hanya mampu mendengarkan apa yang disampaikan dan tidak akan mampu diajak berdialog atau berpikir kritis.

Salah satu pendekatan yang dilakukan seorang *da'i* adalah pendekatan *tabligh* (monolog). Hal ini menuntut seorang komunikator untuk menyampaikan ilmu keagamaan yang bersifat terperinci atau detail agar mudah dipahami masyarakat inti dari ajaran Islam tersebut. Akan tetapi, ada keterbatasan dari masyarakat juga komunikatornya. Masyarakat memiliki keterbatasan dalam memahami apa yang disampaikan yang sifatnya detail dan komunikator juga memiliki keterbatasan waktu dalam menjelaskan isi dakwahnya.

Dengan demikian, proses dalam mengimplementasikan teori-teori komunikasi dalam dakwah dilakukan secara terencana, sistematis, dan berkesinambungan. Hal ini menjadikan dakwah tidak akan berhenti dilakukan sampai kapan pun, terutama untuk masa sekarang dan yang akan datang. Maka dakwah Islam perlu dilakukan dengan lebih profesional yaitu dengan ditingkatkan, direncanakan dan diorganisir pesan dakwahnya agar permasalahan yang dihadapi umat dapat diselesaikan.

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Media memiliki manfaat yang sangat besar, apalagi untuk masa kini. Tetapi tidak kalah besarnya dengan potensi *madharat* (kerusakan) yang dimiliki media ini bagi masyarakat apabila tidak dikelola dengan baik. Budaya dan perilaku masyarakat mulai dikenal melalui media, seperti lewat gambar-gambar berbau film-film yang menampilkan adegan kekerasan, seks, dan sebagainya. Semua hal ini diperlihatkan di hampir semua media masa tanpa terkecuali, media cetak maupun media sosial. Media diibaratkan pisau, apabila dikelola dengan baik maka masyarakat akan merasakan manfaatnya. Sebaliknya, media ini akan menjadi buruk dan menjadi pemusnah masalah paling ampuh dalam nilai-nilai kemanusiaan.¹⁶

Digital berasal dari bahasa Yunani *digitus* yang berarti jari jemari. Apabila jemari orang dewasa dihitung, maka berjumlah sepuluh (10). Nilai sepuluh tersebut terdiri dari 2 radix, yaitu 1 dan 0. Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Dapat disebut juga dengan istilah bit (*binary digit*). Digital adalah penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (pada bilangan biner).¹⁷

Munculnya teknologi digital saat ini membuat hal yang awalnya terbatas menjadi tidak terbatas. Contohnya dahulu setiap dokumen hanya berbentuk *hardfile* atau buku fisik sehingga ketika seseorang membutuhkan buku tersebut, harus mencari atau membelinya. Namun, sejak dokumen ini berbentuk file, seseorang yang membutuhkan ini menjadi mudah mendapatkannya dengan melakukan transfer file.¹⁸ Begitupun dengan yang berbentuk suara atau gambar, sudah bisa didapatkan dalam aplikasi-aplikasi yang ada saat ini.

Begitupun dengan dakwah pada zaman sekarang, sudah hampir semua orang memakai teknologi atau digital. Di Indonesia, dakwah digital mulai berkembang pada tahun 1994. Mulai dari penggunaan media televisi, radio, bahkan awal mula eksistensi internet di Indonesia.

Penggunaan aplikasi berbasis internet saat ini menjadi sebuah kebutuhan. Media berbasis internet seperti facebook, instagram, twitter, youtube, blogger, dan lain-lain dapat memperlihatkan konten-konten baik secara langsung maupun tidak langsung

¹⁶ Ibnu Fikri, "Implementasi Teori Komunikasi dalam Dakwah" Jurnal *at-Taqaddum*, Vol. 3 No. 1 (2011).

¹⁷ Hadion Wijoyo, et.al, Transformasi Digital dalam Berbagai Aspek, (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 91.

¹⁸ Noralia Purwa Yunita dan Richardus Eko Indrajit. "Digital Mindset" (Yogyakarta: Andi, 2020)

aktivitas yang dilakukan oleh seseorang. Dengannya masyarakat dapat dengan mudah dapat berinteraksi dengan orang lain.¹⁹ Begitupula dalam dunia dakwah. Dengan internet, dakwah menjadi semakin lebih mudah disampaikan dan diterima oleh masyarakat.

Wabah covid 19 memberi pengaruh pesat pada perubahan pada seorang muslim dalam menjalani hidup. Yuswohady mengungkapkan bahwa perubahan ini disebut sebagai Muslim 4.0.

Ia membagi perubahan konsumen digital dalam kehidupan muslim menjadi 5 bagian. Bagian pertama *ngaji-gital* yaitu kajian keagamaan berbasis digital. Bagian kedua *muslim-commerce* yaitu pasar jual beli secara online yang membidik pasar muslim.

Bagian ketiga yaitu *muslim-friendly digital content* atau konten-konten bernafas Islami melalui berbagai kanal di media sosial. Bagian keempat adalah *Muslizen*. *Muslizen* yaitu perubahan gaya hidup konvensional menjadi serba digital di berbagai lini kehidupan bahkan dalam upaya pencarian jodoh metode *ta'aruf* tersedia secara daring. Bagian kelima adalah *Sharia blockchain*. Teknologi *blockchain* dimanfaatkan sebagai media sertifikasi halal dan zakat.²⁰

Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Keislaman

Aplikasi Mosfeed merupakan aplikasi berbasis digital dengan konten-konten dakwah yang dilansir oleh Pixel Nine Indonesia. Mosfeed sendiri secara spesifik adalah sebuah aplikasi muslim dari berbagai komunitas muslim yang bergabung dengan menghadirkan kajian-kajian agama dari berbagai ustadz/ustadzah.

Aplikasi Mosfeed direkomendasikan bagi komunitas Muslim untuk meningkatkan komunitas mereka ke jenjang yang lebih tinggi. Mosfeed juga merupakan platform bagi tiap individu untuk dapat melihat serta mengenal Islam lebih dalam.

Peningkatan komunitas Muslim kepada jenjang yang lebih tinggi dimaksudkan agar penggunaan Mosfeed beserta fitur-fitur digitalnya dapat menjadi media dakwah dengan ekosistem berbasis digital madani (*digital madani ecosystem*).

¹⁹ Athik Hidayatullah Ummah., "Dakwah Digital dan Generasi Milenial", Vol.18 No.1 (2020)

²⁰ Bernadinus Ardi Pramudita, "Inovasi Digital Muslim 4.0", Warta Ekonomi. 04 Mei 2020. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read284059/inovasi-digital-dalam-muslim-40>)

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Aplikasi yang diluncurkan pada tahun 2020 ini tercatat telah lebih dari 10.000 kali diunduh oleh para pengguna. Mosfeed sendiri memiliki motto memahami Islam secara mendalam (*Understanding Islam from Inside*).

Motto Mosfeed *Understanding Islam from Inside* juga difahami sebagai cara baru berbasis digital untuk dapat memahami Islam dari dalam (dari akarnya). Sejauh ini aplikasi Mosfeed mendapat nilai rating 4,7 dari 166 review pengguna.

Kehadiran aplikasi Mosfeed dengan visi *Dakwah 4.0 We're Ready* bertujuan menciptakan inovasi yang mengintegrasikan konsep dakwah berbasis penelitian, teknologi dan multimedia dalam satu platform.²¹

Pada implementasi pengejawantahan visinya, Mosfeed menyediakan berbagai fitur-fitur digital inovatif antara lain *Mosfeed Event, Mosfeed Market, Community Insight, Mosfeed My Activity, Entertain Engage and Interact, Replay Your Video and Podcast, waktu shalat, Dzikir and Du'a, Match* (ta'aruf), donasi dan Al-Qur'an.

Mosfeed Event merupakan sebuah inovasi pendaftaran kajian-kajian keagamaan berbasis digital. Pada fitur ini pengguna maupun komunitas dapat menghadiri kajian dengan sistem *smart hybrid ticketing*. Para pengguna dan komunitas juga dapat menginformasikan acara-acara kajian yang akan mereka selenggarakan dan melakukan pendataan jama'ah. Acara kajian-kajian keislaman pada aplikasi dibagi menjadi tiga bagian yaitu kajian berbayar, kajian gratis dan kajian berbasis komunitas. Kajian-kajian keagamaan dalam fitur Mosfeed menyediakan sistem kajian baik secara daring maupun luring.

Fitur *Mosfeed Event* memiliki beberapa tombol pilihan untuk pengguna antara lain *Join Group, Question, Live Streaming/QR Code, Quiz, Media, Invoice, Chat Admin* dan e-Certificate.

Tombol *Join group* merupakan tombol untuk mengikuti grup dengan jama'ah lain pada aplikasi telegram. Tombol *Question* untuk ajukan pertanyaan seputar acara kajian yang akan diselenggarakan, *Live Streaming/QR Code* untuk akses kajian keagamaan yang bersifat online dan mendapatkan kode QR untuk kajian keagamaan yang bersifat luring. Selain itu terdapat tombol *Quiz* untuk dapat berpartisipasi pada kuis seputar acara kajian yang disediakan oleh komunitas penyelenggara. Pada tombol *Media*,

²¹Mosfeed Indonesia, "Introducing Mosfeed", Pixel Nine Indonesia, <https://www.youtube.com/watch?v=29wGgWfVGw>.

pengguna dapat mengakses materi acara kajian keagamaan mulai dari materi dalam bentuk *portable document format* (pdf), siniar sampai bentuk video. Tombol *invoice* adalah resi pembayaran kajian keagamaan berbasis digital. Tombol *Chat Admin* adalah ruang interaksi dengan admin komunitas. Sedangkan tombol *e-Certificate* adalah ruang mengunduh sertifikat kajian sebagai bukti sanad keilmuan.²²

Mosfeed Market merupakan fitur digital Mosfeed yang menyediakan lapak jual beli antara penjual dengan pembeli-pembeli muslim lainnya. Setidaknya ada tiga jenis produk yang tersedia dalam fitur ini antara lain makanan dan minuman (*food and beverage*), *merchandise* komunitas dan buku. Terdapat 113 toko yang telah bergabung dan melakukan transaksi jual belinya dalam fitur ini. Terdapat beberapa kriteria dan ketentuan penjual dalam fitur *Mosfeed Market* antara lain penjual harus merupakan jama'ah komunitas yang terdaftar pada laman *Community Insight*, bertanggungjawab menyediakan produk berkualitas halal dan *thayyib*, bertanggungjawab atas proses pengiriman barang dan memastikan barang sampai di tangan pembeli, setiap transaksi dan pengiriman telah selesai penjual melakukan update ketersediaan produk di fitur Mosfeed Market dan bertanggungjawab penyelesaian masalah apabila didapati komplain dari pembeli.²³

Produk pangan yang dijual dalam *Mosfeed Market* secara umum merupakan hasil pangan rumahan (*home made*) usaha mikro kecil dan menengah dari berbagai daerah. Produk *Marchandise* komunitas yang dijual secara umum merupakan produk sandang, parfum dan stiker. Adapun produk buku yang dijual pada fitur ini merupakan buku-buku keislaman dengan genre motivasi dan edukasi.

Community Insight dalam fitur Mosfeed adalah fitur bagi komunitas muslim untuk memberikan informasi kegiatan komunitas, informasi mengenai dunia dakwah agar dapat melakukan perencanaan dakwah yang lebih luas (*dakwah planning*) berdasar strategi karakter jama'ah masing-masing. Pada bulan juni 2022 tercatat 58 komunitas muslim telah bergabung dalam aplikasi Mosfeed ini. Komunitas-komunitas tersebut antara lain komunitas *Akhwat Bergerak*, *Aksi Cepat Tanggap (ACT)*, *Bayyinah Qur'an Indonesia*, *Cinta Qur'an Indonesia*, *DC Sharia & Co*, *Fitrah Play*, *Fitya Hamasa*, *Kajian Khadijah*, *Madrasatun Nisa*, *Yayasan Pembinaan Masjid Salman ITB*, *Ngefiqh*,

²² Mosfeed_id, "Just Single Click", <https://www.instagram.com/p/CeycVySvSh0/>.

²³ Mosfeed_id, "Syarat Market", <https://www.instagram.com/stories/highlights/17907105073443361/>.

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Niqab Squad Foundation, Prisma At-Tin, Sahabat Muslimah Tangerang dan lain-lain.

Fitur *Mosfeed My Activity* merupakan jurnalisisasi personal pengguna Mosfeed dalam partisipasi kajian, aktivitas jual beli, sedekah donasi hingga dukungan bagi komunitas-komunitas muslim yang ada. Para pengguna dapat merencanakan aktivitas-aktivitas keagamaan pada laman ini seperti target total kajian yang akan dihadiri, target total donasi yang akan dilakukan dan target penggunaan fitur-fitur premium Mosfeed. Selain itu pengguna dapat memilih konten yang direkomendasikan sesuai minat masing-masing seperti tema hijrah, sejarah/*sirah*, bisnis/*mu'amalah*, kiamat, shalat, kalbu, fiqih, tafsir, kajian kitab, ruqyah, aqidah, family, adab, sedekah, fitrah, jodoh, riba, haji, manhaj, konten anak-anak (*for kids*), ramadhan dan tauhid.

Selanjutnya pada fitur *Engange, Entertain and Interact* merupakan fitur yang tersedia agar para pengguna dapat berinteraksi antar individu maupun komunitas dengan metode permainan edukatif dan islami.

Pada fitur *Replay Your Video and Podcast*, individu pengguna maupun komunitas-komunitas yang terdaftar dapat mengunggah maupun menikmati berbagai siniar serta kajian-kajian agama. Kategorisasi pada fitur *Replay Your Video and Podcast* terbagi menjadi delapan kategori antara lain video maupun siniar yang baru rilis, kesimpulan kajian (*summary*), *Mosfeed Marvelous* yang berisi kajian-kajian motivasi dan bisnis, *For Kids* yang berisi kajian video maupun siniar untuk anak-anak, *Stories of the Sirah* yang berisi kajian dan siniar sejarah Islam, *Watch for Free* yang berisi konten-konten kajian video dan siniar gratis, *The Series* yang berisi kajian keagamaan yang menekankan pada kontinuitas dan *Kitab* yang merupakan kajian video dan siniar mengenai buku-buku Islami. Pada fitur ini, Mosfeed membagi lagi jenis video maupun siniar menjadi tiga yaitu premium, gratis dan kesimpulan kajian (*summary*).

Fitur pengingat waktu shalat dalam aplikasi Mosfeed merujuk pada lokasi dan waktu pengguna tinggal. Fitur ini mengakumulasi jam serta menit menuju ibadah shalat yang akan datang. Misalnya bila pengguna membuka aplikasi pada pukul 15.00 maka fitur ini mengingatkan bahwa 15 menit lagi datang waktu shalat ashar. Pengguna juga dapat mengatur pengingat shalat sesuai waktu shalat yang diinginkan.

Femmy Putri Nursyifa & Bannan Naelin Najihah.

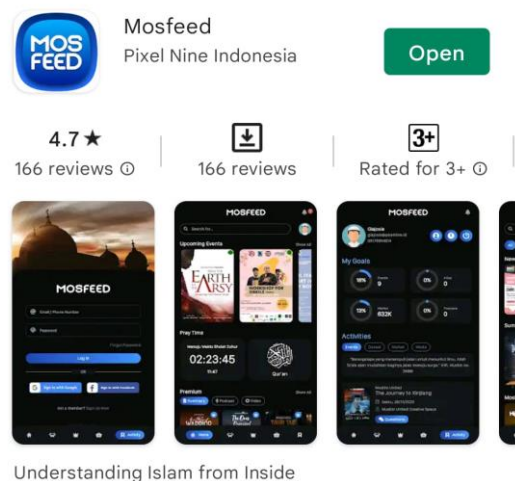
Fitur Al-Qur'an juga disediakan aplikasi digital Mosfeed bertujuan agar para pengguna dapat membacanya secara praktis dan ergonomis. Fitur Al-Qur'an memuat pencarian ayat Al-Qur'an berdasarkan surat yang dikehendaki pengguna.

Dzikir and Du'a merupakan fitur konten dzikir dan do'a-do'a antara lain dzikir pagi, dzikir petang, shalawat, 40 do'a dengan lafaz *Rabbana* dalam Al-Qur'an serta do'a rukyah dan kesembuhan dari penyakit.

Fitur ta'aruf dalam aplikasi digital Mosfeed bertujuan agar para pengguna dalam melakukan interaksi mengenal satu sama lain dengan tujuan pernikahan. Namun pada saat penelitian ini dilakukan, fitur *match* sedang dalam kondisi pemeliharaan (*maintanance*).

Sebagaimana aplikasi digital lainnya, aplikasi digital Mosfeed memiliki beberapa ketentuan dan kebijakan penggunaan antara lain pendaftaran akun, ketentuan penggunaan web aplikasi, data dan kerahasiaan beserta ketentuan tanggung jawab pengguna. Aplikasi digital Mosfeed dapat direkomendasikan kepada segala usia baik anak-anak, kalangan remaja, hingga orang dewasa.

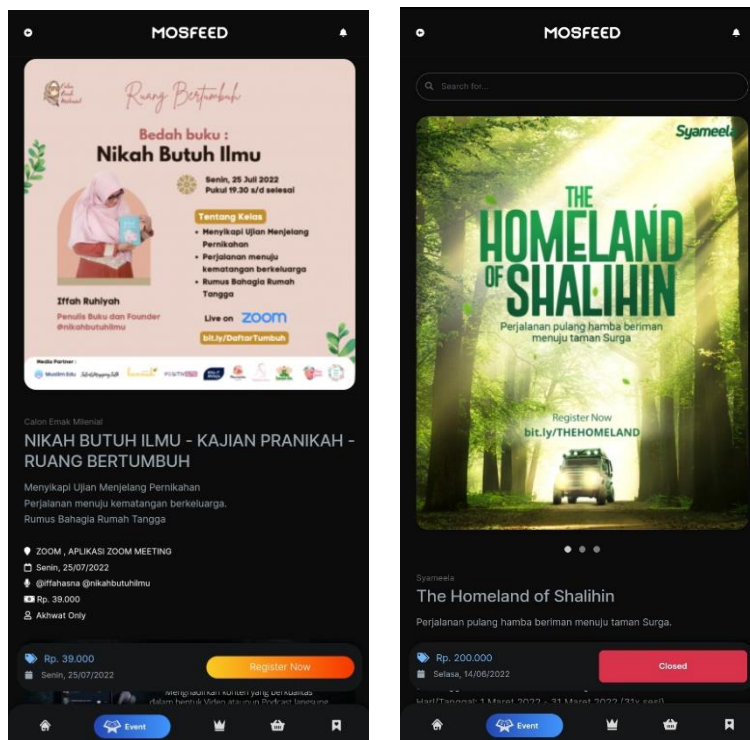
Dari aspek objek dakwah, aplikasi digital Mosfeed menargetkan masyarakat muslim dengan skala besar sebagai *mad'u* atau yang disebut dengan dakwah '*aamah*. Publikasi dakwah yang dilakukan penyedia aplikasi Mosfeed membuat aplikasi digital ini dapat diunduh secara gratis dan bebas di laman google playstore bagi tiap kalangan usia.



Gambar I. Aplikasi Digital Mosfeed pada Google Playstore

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

Dari aspek metode, aplikasi digital Mosfeed mencakup 3 metode dakwah yaitu dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qalam* dan dakwah *bil hal*. Pada aspek dakwah *bil lisan*, aplikasi Mosfeed pada penyampaian informasi nilai-nilai dakwah menyediakan fitur dengan menyediakan kajian-kajian interaktif berbasis daring contohnya, “*The Homeland of Shalihin*” yang membahas tentang perjalanan pulang seorang hamba beriman menuju taman surga. Lalu kajian daring bertema “*Bedah Buku : Nikah Butuh Ilmu*” yang membahas tentang cara menyikapi ujian menjelang pernikahan, perjalanan menuju kematangan berkeluarga, dan rumus bahagia rumah tangga.²⁴



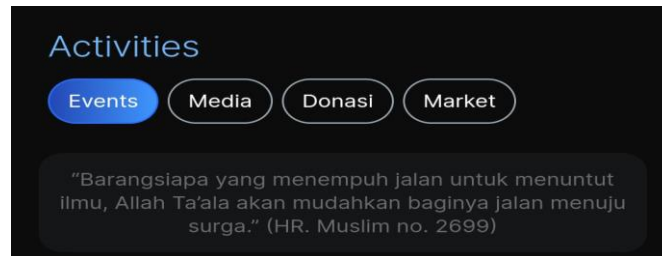
Gambar II. Kajian Virtual pada Aplikasi Mosfeed

Berbagai siniar dan maupun video kajian-kajian keagamaan yang disediakan aplikasi Mosfeed merupakan bagian dari dakwah *bil lisan* dengan para Ustadz dan Ustadzah sebagai da'i utama dan pengguna sebagai *mad'u* (orang yang diseru).

Dari aspek metode dakwah *bil qalam* atau penyampaian nilai-nilai dakwah melalui tulisan, aplikasi digital Mosfeed menyematkan berbagai hadits-hadits Rasulullah saw mengenai motivasi menuntut ilmu pada laman *activities* pengguna. Selain itu fitur AI-

²⁴ Mosfeed, “The Homeland of Shalihin”, <https://mosfeed.id/event/1203-the-homeland-of-shalihin>.

Qur'an, *Dzikr and Du'a* juga merupakan dakwah pengkajian agama melalui pesan-pesan teks berbasis elektronik.



Gambar III. Dakwah *bil Qalam* melalui Pesan-Pesan Hadits Nabi

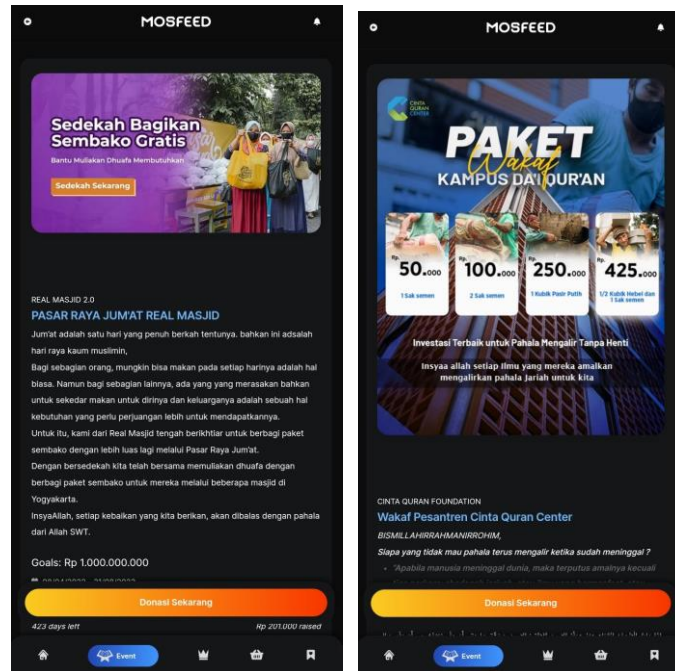
Dalam menyebarkan dakwah Islam *bil qalam* aplikasi Mosfeed beserta komunitas muslim yang juga menjadi pengguna tidak hanya menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam secara langsung, tetapi juga melalui pesan sublim (*subliminal message*) pada penjualan barang-barang berupa pakaian atau makanan. Contohnya produk-produk baju yang dijual komunitas yang disediakan oleh fitur *Mosfeed Market* bagian *marchandise* bertuliskan kutipan-kutipan (*quotes*) yang membangun semangat masyarakat dalam beramal shaleh atau tulisan tema kajian yang sedang dilakukan. Selain itu aplikasi Mosfeed beserta komunitas yang terdaftar di dalamnya melakukan *dakwah bil qalam* dengan menjual buku-buku islami, seperti yang berjudul “Keluarga bervisi Surga” dan yang sejenisnya.

Pada metode dakwah melalui implementasi perbuatan (*dakwah bil hal*) aplikasi digital Mosfeed menyediakan fitur donasi yang dimotivasi oleh QS. Al-Hadid : 18 yang artinya, “*Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah dengan pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) bagi mereka; dan mereka akan mendapat pahala yang mulia.*”

Ajakan donasi yang disediakan aplikasi Mosfeed berupa gambar disertakan nama donasi dan tujuan donasi. Contohnya “*Sedekah Bagikan Sembako Gratis*” dengan tujuan donasi untuk kaum dhuafa yang membutuhkan.²⁵ Contoh yang lain yaitu “*Paket Wakaf Kampus Da'i Qur'an*” yang memiliki tujuan untuk pembangunan pesantren dan fasilitasi *da'i Qur'an* disertakan jumlah nilai rupiah yang dibutuhkan.

²⁵ Mosfeed, “Sedekah Bagikan Sembako Gratis: Pasar Raya Jum'at Real Masjid”, <https://mosfeed.id/donasi/63>.

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam



Gambar IV. Contoh fitur donasi pada aplikasi digital Mosfeed

Inovasi-inovasi yang dihadirkan oleh berbagai fitur aplikasi digital Mosfeed secara keseluruhan merupakan bagian dari dakwah *bil hal*. Segala fitur yang dihadirkan melengkapi kebutuhan masyarakat dalam beramal sholeh, mulai dari memahami ajaran Islam lewat materi kajian-kajian keagamaan, jual beli barang dagangan yang halal dan *thayyib* serta penyusunan strategi dakwah antar komunitas muslim.

Pada proses komunikasi dakwah, unsur-unsur komunikasi yang dibangun oleh aplikasi digital Mosfeed telah terpenuhi. Penyedia aplikasi digital Mosfeed memenuhi unsur *who* (siapa pelaku komunikasi). Nilai-nilai keislaman pada konten-konten video dan siniar memenuhi unsur *says what* (apa yang dibicarakan dalam aktivitas komunikasi). Individu masyarakat dan berbagai komunitas-komunitas muslim memenuhi unsur *to whom* (untuk siapa komunikasi dakwah ini dituju). Aplikasi Mosfeed sendiri berdiri sebagai media komunikasi (*channel*) dengan tujuan dampak agar menciptakan masyarakat yang dapat mempelajari Islam secara mendalam.

Pada prosesi dakwah, aplikasi digital Mosfeed menggunakan pendekatan komunikasi kelompok (*group communication*) dengan menyediakan fitur komunitas-komunitas muslim dalam upaya informasi kajian-kajian keagamaan. Selain itu aplikasi Mosfeed juga menggunakan pendekatan komunikasi massa (*mass communication*)

dengan menyediakan akses unduh secara bebas untuk segala usia. Komunikasi organisasi (*organization communication*) terbangun melalui fitur *Community Insight* di mana komunitas muslim saling hadir untuk memberikan informasi kegiatan komunitas, informasi mengenai dunia dakwah agar dapat melakukan perencanaan dakwah yang lebih luas.

Dalam fitur dan kualitas-kualitas konten yang disajikan, aplikasi digital Mosfeed secara umum bermuatan positif dan bersifat mashlahat bagi masyarakat secara umum, khususnya masyarakat muslim Indonesia.

Kesimpulan

Aplikasi Mosfeed merupakan sebuah aplikasi *digital* muslim dari berbagai komunitas muslim yang bergabung dengan menghadirkan kajian-kajian keagamaan dari berbagai ustadz/ustadzah. Aplikasi digital Mosfeed bertujuan menjadi media dakwah dengan ekosistem berbasis digital madani (*digital madani ecosystem*). Mosfeed sendiri memiliki motto memahami Islam secara mendalam/ dari dalam (*Understanding Islam from Inside*).

Fitur-fitur dakwah yang disediakan aplikasi digital Mosfeed antara lain *Mosfeed Event, Mosfeed Market, Community Insight, Mosfeed My Activity, Entertain Engage and Interact* dan *Replay Your Video and Podcast, Dzikir and Du'a, Match* (ta'aruf), waktu shalat, donasi dan Al-Qur'an.

Dari aspek objek dakwah, aplikasi digital Mosfeed menargetkan masyarakat muslim dengan skala besar sebagai *mad'u* atau yang disebut dengan dakwah 'aamah. Sedangkan dari aspek metode, aplikasi digital Mosfeed telah mencakup tiga metode dakwah antara lain dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qalam* dan dakwah *bil hal*.

Pada unsur-unsur komunikasi dakwah, penyedia aplikasi digital Mosfeed memenuhi unsur *who* (siapa). Nilai-nilai keislaman memenuhi unsur *says what* (apa yang dibicarakan). Individu masyarakat dan berbagai komunitas-komunitas muslim memenuhi unsur *to whom* (untuk siapa). Aplikasi Mosfeed sendiri berdiri sebagai media (*channel*) dengan tujuan dampak agar masyarakat dapat mempelajari Islam secara mendalam.

Aplikasi digital Mosfeed menggunakan pendekatan komunikasi kelompok (*group communication*) dengan menyediakan fitur komunitas-komunitas muslim. Selain itu aplikasi Mosfeed juga menggunakan pendekatan komunikasi massa (*mass*

DAKWAH DIGITAL : Aplikasi Mosfeed dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam

communication) dengan menyediakan akses unduh secara bebas untuk segala usia. Komunikasi organisasi (*organization communication*) terbangun melalui fitur *Community Insight* di mana komunitas muslim saling hadir untuk memberikan informasi kegiatan komunitas, informasi mengenai dunia dakwah agar dapat melakukan perencanaan dakwah yang lebih luas sesuai dengan karakter jama'ah.

Referensi

- Afrilia, Cicilia., dan Chontina Siahaan. "Penggunaan Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor" *JISIP: Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 no. 3 (2021).
- Antara. "Kominfo: Instagram Blokir Akun Berkonten Pornografi, Alpantuni." Jakarta: 13 Februari 2019. (<https://bisnis.tempo.co/amp/1175173/kominfo-instagram-blokir-akun-berkonten-pornografi-alpantuni>)
- Aziz, Moh.Ali. Ilmu Dakwah. Jakarta: Penerbit Kencana, 2019.
- Cahayu, Adeliha. "Aplikasi Umma sebagai Media Dakwah dan Efeknya terhadap Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung" (Undergraduate Thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2021)1-41.
- Dinda, Hayati Rizky. "Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis" (Skripsi Thesis, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021) 1-98.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Aditya Bakti, 2000.
- Faizah dan Lalu Muchsin Effendi. Psikologi Dakwah. Jakarta: Prenadamedia, Mei 2018.
- Fauzia, Ulfa, dkk. ."Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah". *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no.2 (2016), <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/26/24>.
- Fikri, Ibnu. "Implementasi Teori Komunikasi dalam Dakwah" *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 3 No. 1 (2011).
- Hamka. Prinsip dan Kebijakan Dakwah Islam. Jakarta: Gema Insani, 2018.
- Mosfeed, Indonesia. "Introducing Mosfeed". Pixel Nine Indonesia (<https://www.youtube.com/watch?v=29wGgWGfVGw>)
- Paramaesti, Citra. "Ada Konten Pornografi, Pemerintah Tak Blokir Twitter Karena Ini." Jakarta, 8 Maret 2018. (<https://bisnis.tempo.co/amp/1067607/ada-konten-pornografi-pemerintah-tak-blokir-twitter-karena-ini>)
- Pebrianto, Fajar. "3 Kontennya di Youtube Diblokir, Kimi Hime: Aku Buat Salah Apa?" Jakarta, 3 Agustus 2019. (<https://www.google.com/amp/s/bisnis.tempo.com/amp/1231701/3-kntennya-di-youtube-diblokir-kimi-hime-aku-buat-salah-apa>)
- Pirol, Abdul. Komunikasi dan Dakwah Islam. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Politton, Mariana. "Daftar 10 Media Sosial yang Paling diminati di Indonesia" 3 November 2021. (<https://popbela.com/career/inspiration/amp/mariana-politton/daftar-media-sosial-yang-paling-diminati-di-indonesia>).
- Pramudita, Bernadinus Ardi. "Inovasi Digital Muslim 4.0", *Warta Ekonomi*. 04 Mei 2020. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read284059/inovasi-digital-dalam-muslim-40>)

Femmy Putri Nursyifa & Bannan Naelin Najihah.

- Samuel. “Media Sosial, Bagai Pedang Bermata Dua” kompasiana.com, 23 Juni 2022
([https://
kompasiana.com/amp/samuelsaeres7851/62b471e179016967b97f7f62/media-
sosial-bagai-pedang/bermata-dua](https://kompasiana.com/amp/samuelsaeres7851/62b471e179016967b97f7f62/media-sosial-bagai-pedang/bermata-dua))
- Tasmara, Toto. Komunikasi Dakwah. Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987.
- Ummah, Athik Hidayatullah. “Dakwah Digital dan Generasi Milenial.” Vol. 18 no. 1,
Juni 2020.
- Wijoyo, Hadion. Transformasi Digital dalam Berbagai Aspek. Solok: Insan Cendekia
Mandiri, 2021.
- Yunita, Noralia Purwa., dan Richardus Eko Indrajit. Digital Mindset. Yogyakarta:
Andi, 2020.