

PENGARUH MANAJEMEN DAKWAH TERHADAP PERKEMBANGAN ERA 5.0

Rendi Sugito

sugitorendi@gmail.com

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SOEKARNO

Abstract: *This article discusses the management of da'wah in the era of digital technology 5.0. So far, the development of information technology has had a significant impact on the sustainability of da'wah management. In this context, da'wah management not only gives meaning to every existing element but also serves as a motivator and a good audience in providing information in line with technological advancements in the 5.0 era. The 5.0 era has an extraordinary impact on everything without spatial and temporal boundaries. The article outlines media related to da'wah management that is appropriate for the 5.0 era. The questions to be answered in this research are, first, what is the understanding of technology 5.0, and second, how is da'wah management in the current digital 5.0 era? This article is a comparative study between theoretical studies and netnography. The data obtained in this article comes from theoretical discussions and also through various media currently in development. The results of this research indicate that technology 5.0 has a significant influence on the current changes and developments in da'wah. Therefore, elaborating on the utilization of technology 5.0 in da'wah management is crucial and beneficial for the sustainability of da'wah.*

Keywords : *Dakwah Management, digital, Media, 5.0 Era.*

Abstrak: Artikel ini membicarakan tentang manajemen dakwah di era teknologi digital 5.0 sejauh ini, perkembangan teknologi informasi memberi dampak yang besar terhadap keberlangsungan manajemen dakwah. Dalam hal ini, manajemen dakwah bukan hanya saja memberikan makna kepada setiap elemen yang ada tapi juga sebagai motivator dan audiens yang baik dalam memberikan informasi sesuai dengan perkembangan teknologi di era 5.0 memberikan dampak yang luar biasa terhadap segala hal tanpa adanya batas ruang dan waktu. Artikel ini menjabarkan media yang berkaitan dengan manajemen dakwah yang sesuai dengan era 5.0 pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah pertama apa pengertian teknologi 5.0. bagaimana manajemen dakwah di era digital 5.0 saat ini?. Artikel ini adalah studi komparasi antara studi teoritis dan netnografi. Data-data yang diperoleh dalam artikel ini berasal dari diskusi teoritis dan juga melalui beberapa media yang berkembang saat ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi 5.0 sangat berpengaruh besar terhadap perubahan dan perkembangan dakwah saat ini. Oleh karena itu, elaborasi pemanfaatan teknologi 5.0. dalam manajemen dakwah sangatlah penting dan berguna dalam keberlanjutan dakwah.

Kata Kunci : *Manajemen dakwah, Media, Era 5.0.*

A. Pendahuluan

Pada era 5.0 seperti sekarang ini, manusia dihadapkan berbagai macam pilihan. Hal ini pun dapat dilihat dari maraknya perkembangan baik dari segi informasi, kesehatan maupun pendidikan. Tentunya hal itu akan berdampak positif ataupun negatif tergantung bagaimana individu bisa menempatkan dirinya dengan baik. Pada dasarnya dakwah adalah suatu hal yang sangat berkaitan erat dengan ajaran islam dan juga manusia sebagai makhluk ALLAH SWT dalam fitrah beragama. Tidak semua manusia yang ada dimuka bumi mempunyai rasa keingintahuan tentang agama. Sehingga tidak semua manusia yang ada dalam muka bumi ini dapat menjadi sasaran untuk dakwah. Pada saat ini, semua umat manusia telah berada di era 5.0 dimana telah terjadi perkembangan yang sangat pesat hampir di seluruh penjuru dunia. Oleh karena itu orang terdekat terkhusus orang tua dapat mengawasi setiap langkah anaknya agar tidak terjerumus ke lembah hitam.

Di era 5.0 seperti sekarang ini diharuskan melakukan dakwah dengan cerdas, kreatif dan inovatif. Maksudnya adalah melakukan dakwah dengan menggunakan media – media yang kreatif sesuai dengan perkembangan era 5.0. Sehingga penyampaian dakwah dalam islam dapat mengikuti perkembangan. Era 5.0, yang merupakan fase baru dalam evolusi teknologi dan informasi, menuntut perubahan dalam pendekatan dakwah di kalangan umat Islam. Dakwah yang cerdas, kreatif, dan inovatif adalah kunci untuk menghubungkan pesan Islam dengan masyarakat yang semakin terhubung dan canggih. Dalam tulisan ini, kita akan menjelajahi konsep dakwah di era 5.0, mengapa pendekatan ini penting, dan bagaimana media-media kreatif dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif.

Perkembangan Teknologi dan Informasi Era 5.0 ditandai oleh integrasi teknologi yang lebih lanjut, seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan big data. Masyarakat modern memiliki akses ke informasi dengan cepat dan mudah. Oleh karena itu, dakwah juga harus beradaptasi dengan perkembangan ini agar tetap relevan dan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Globalisasi dan Interkonektivitas Masyarakat saat ini tidak terbatas oleh batas geografis. Dakwah di era 5.0 perlu memanfaatkan interkonektivitas global untuk menyebarkan pesan Islam ke seluruh dunia. Media kreatif dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens internasional dengan bahasa dan konten yang dapat dipahami oleh berbagai budaya.¹

Namun demikian, Era 5.0 juga membawa tantangan baru, seperti polarisasi sosial, isu-isu keberlanjutan, dan perubahan nilai-nilai masyarakat. Dakwah yang cerdas harus mampu menyentuh isu-isu ini dan memberikan pandangan Islam yang relevan dan bijak dalam menghadapinya. Sejauh pembacaan penulis ada beberapa Media Kreatif yang bisa digunakan dalam Dakwah di Era 5.0, yaitu, sebagai berikut;

Pertama, platform digital dan Media Sosial: Platform digital seperti YouTube, Instagram, dan Twitter dapat digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah secara visual dan interaktif. Video ceramah, animasi, dan infografis dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan konsep-konsep keislaman dengan cara yang menarik dan mudah dicerna.

1 Fukuyama, *Society 5.0: Aiming For a New Human-Centered Society* 2017, dalam https://www.hitachi.com/rev/archive/2017/r2017_06/trends/index.html diakses pada tanggal 11, 10, 2023 pada jam 14:00.

Kedua, podcast dan streaming audio Dakwah tidak hanya terbatas pada format visual. Podcast dan layanan streaming audio memberikan kesempatan untuk menyampaikan pesan melalui percakapan, wawancara, dan ceramah audio. Hal ini memungkinkan umat Islam untuk mendengarkan dan memahami ajaran agama dalam berbagai situasi, seperti saat bepergian atau beraktivitas.

Ketiga, aplikasi pendidikan dan interaktif melalui aplikasi ponsel pintar dapat meningkatkan pemahaman keislaman. Aplikasi ini dapat mencakup berbagai topik, mulai dari tafsir Al-Quran hingga praktek ibadah sehari-hari. Pendekatan ini memanfaatkan teknologi untuk memfasilitasi pembelajaran pribadi dan berbasis pengalaman.

Keempat, Teknologi virtual dan *augmented reality* dapat menciptakan pengalaman dakwah yang lebih mendalam. Misalnya, tur virtual ke tempat-tempat bersejarah Islam atau simulasi interaktif mengenai nilai-nilai agama dapat memberikan pengalaman yang mendalam bagi penerima dakwah.

Terakhir, yaitu kelima, game edukatif dapat menjadi cara yang inovatif untuk menyampaikan pesan keislaman. Dengan menggabungkan hiburan dan pendidikan, game dapat menarik perhatian khususnya generasi muda dan membantu mereka memahami nilai-nilai agama dengan cara yang menyenangkan.²

Penting untuk memahami audiens secara mendalam. Analisis data dan pemahaman psikologi audiens dapat membantu menyusun konten yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Selain itu, Kolaborasi dengan para ahli di bidang teknologi, seni, dan pendidikan dapat menghasilkan inovasi yang lebih baik. Kemitraan strategis dapat memperluas jangkauan dakwah dan memberikan dampak yang lebih besar. Media kreatif dalam dakwah perlu dievaluasi secara terus-menerus. Analisis kinerja dan umpan balik dari audiens dapat membantu mengidentifikasi keberhasilan dan area perbaikan untuk terus beradaptasi dengan perubahan zaman. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam dakwah perlu relevan dengan konteks dan pemahaman audiens. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan sesuai dengan situasi dapat meningkatkan daya serap pesan. Dalam penggunaan teknologi, perlu ada pengawasan terhadap etika dan keberlanjutan pesan dakwah. Pesan yang disampaikan harus sesuai dengan nilai-nilai Islam dan tidak merugikan masyarakat.³

Oleh karena itu, dakwah di era 5.0 membutuhkan adaptasi yang cerdas, kreatif, dan inovatif terhadap perkembangan teknologi dan informasi. Dengan memanfaatkan media-media kreatif, umat Islam dapat mencapai audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang hidup di tengah arus informasi digital. Pentingnya pendekatan ini terletak pada kemampuan untuk tetap relevan dalam menghadapi tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh zaman yang terus berubah. Dengan terus mengembangkan strategi dakwah yang sesuai dengan era 5.0, umat Islam dapat memastikan bahwa pesan keislaman tetap bersinar di tengah kompleksitas dunia modern

B. Metode

Penelitian ini didasarkan pada penggunaan metode studi literatur sebagai pendekatan utama untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik manajemen dakwah di era 5.0. Metode

² Ibid,

³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Rajawali Pers: Jakarta 2012), h. 65

studi literatur memainkan peran kunci dalam memahami perkembangan terkini dalam bidang ini, dengan fokus pada artikel dan jurnal terakreditasi yang memberikan wawasan mendalam mengenai konsep dan implementasi manajemen dakwah dalam konteks era 5.0.⁴ Metode studi literatur memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mensintesis temuan-temuan kunci dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini dapat membangun dasar yang kuat untuk memahami bagaimana manajemen dakwah dapat disesuaikan dengan dinamika era 5.0. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang isu-isu terkini yang dihadapi dalam upaya menyebarkan dakwah dalam masyarakat yang semakin terkoneksi dan canggih.

Studi literatur mengacu pada referensi dan literatur yang diakui dan dihormati dalam bidang manajemen dakwah dan era 5.0. Artikel dan jurnal yang diambil sebagai sumber data utama dalam penelitian ini merupakan karya-karya yang telah melalui proses akreditasi dan memiliki reputasi yang baik di kalangan akademisi dan praktisi. Dengan demikian, data yang dihimpun dapat dianggap sebagai representasi yang andal dari pengetahuan dan pemahaman saat ini dalam domain ini.

Sepanjang pembacaan penulis bahwa keuntungan utama dari menggunakan metode studi literatur adalah kemampuannya untuk menyajikan tinjauan komprehensif tentang topik yang diteliti. Dengan melibatkan literatur yang telah diakui secara ilmiah, penelitian ini dapat menyelidiki dimensi-dimensi berbeda dari manajemen dakwah di era 5.0, mulai dari aspek teknologi hingga tantangan sosial dan budaya. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang bagaimana prinsip-prinsip manajemen dakwah dapat beradaptasi dengan tuntutan era modern yang cepat berubah.

Selain itu, metode studi literatur memungkinkan peneliti untuk melihat perkembangan dan tren seiring waktu. Dengan mengeksplorasi literatur dari masa lalu hingga saat ini, penelitian ini dapat menggambarkan evolusi pemikiran dan praktik manajemen dakwah sejalan dengan kemajuan teknologi dan perubahan sosial. Ini memberikan konteks yang diperlukan untuk memahami bagaimana dakwah dapat tetap relevan dan efektif dalam menghadapi dinamika era 5.0.

Namun, seperti setiap metode penelitian, metode studi literatur juga memiliki beberapa batasan. Keterbatasan utama termasuk ketergantungan pada literatur yang tersedia, yang mungkin tidak mencakup semua dimensi dari topik yang diteliti. Selain itu, ada potensi bias dalam pemilihan literatur yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti harus bersikap kritis terhadap literatur yang digunakan dan berusaha untuk mencakup sebanyak mungkin sudut pandang.

Dengan mengadopsi metode studi literatur, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang manajemen dakwah di era 5.0. Dengan merinci temuan-temuan kunci dari literatur yang diakui, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan pemikiran dan praktik dalam bidang ini. Selain itu, dengan memahami perkembangan sejarah dan tren masa kini, penelitian ini dapat memberikan dasar

4 H. Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 65.

yang kokoh untuk membentuk arah masa depan manajemen dakwah yang sesuai dengan tantangan dan peluang di era 5.0 yang terus berubah.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengertian Era 5.0

Era 5.0, sebagai konsep masyarakat yang berfokus pada peran sentral manusia, menandakan pergeseran paradigma dalam menyelesaikan tantangan sosial dan mendorong kemajuan ekonomi. Pada intinya, era ini menekankan integrasi harmonis antara dunia maya dan fisik sebagai sarana untuk mencapai solusi holistik terhadap berbagai permasalahan. Pentingnya memahami bahwa perkembangan teknologi bukan hanya sebagai elemen tambahan dalam kehidupan, melainkan sebagai bagian integral dari kepentingan manusia itu sendiri. Dalam era 5.0, teknologi dianggap sebagai alat yang efektif untuk memberdayakan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari dan menghadapi kompleksitas masalah sosial yang dihadapi saat ini.

Dengan memanfaatkan teknologi, manusia dapat lebih cerdas dan efisien dalam menemukan solusi untuk permasalahan sosial. Dari permasalahan ketidaksetaraan hingga tantangan lingkungan, teknologi memiliki potensi untuk menciptakan solusi yang inovatif dan berkelanjutan. Ini tidak hanya relevan untuk saat ini, tetapi juga memberikan dampak positif yang signifikan pada masa depan. Integrasi antara dunia maya dan fisik menjadi kunci utama dalam memahami dinamika era 5.0. Penggunaan teknologi digital, kecerdasan buatan, dan konektivitas yang semakin meningkat memungkinkan terbentuknya ekosistem yang menyeluruh. Manusia dapat berinteraksi dengan dunia fisiknya dengan bantuan teknologi, memberikan solusi yang lebih baik dan terukur untuk permasalahan sehari-hari.⁵

Melalui pendekatan ini, era 5.0 mengajak manusia untuk melihat teknologi sebagai mitra dalam membangun masyarakat yang lebih baik. Kesadaran akan potensi positif teknologi dalam menyelesaikan masalah sosial tidak hanya relevan secara kontemporer, tetapi juga memberikan landasan yang kokoh untuk pembangunan yang berkelanjutan di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi dengan bijak, memastikan bahwa setiap perkembangan teknologi memberikan manfaat yang signifikan bagi kesejahteraan manusia dan pembangunan masyarakat secara keseluruhan.

2. Pengertian Manajemen

Manajemen, berasal dari Bahasa Latin yang terdiri dari kata “*manus*” yang artinya tangan dan “*agere*” yang artinya melakukan, memiliki akar makna yang mengacu pada tindakan atau kegiatan yang dilakukan dengan tangan. Dalam Bahasa Inggris, kata ini diterjemahkan menjadi “*management*” yang mengandung konsep keterlaksanaan dan pengelolaan. Definisi ini menggambarkan manajemen sebagai suatu proses yang melibatkan tindakan atau upaya individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sementara dalam Bahasa Arab, istilah manajemen dinyatakan sebagai “*an-nizām*” atau “*at-tanzīm*” yang memiliki makna sebagai suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa manajemen

5 Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (PT RajaGrafindo Persada 2013), h. 87

dalam konteks Bahasa Arab menggambarkan suatu usaha atau kemampuan individu atau kelompok dalam merencanakan, mengatur, dan mengelola kegiatan dengan tujuan mencapai hasil yang optimal.⁶

Dalam pengertian umum, manajemen mencakup serangkaian tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Proses ini diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu, baik itu dalam konteks individu, organisasi, atau proyek. Melalui manajemen, seseorang atau kelompok dapat mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pentingnya manajemen terletak pada perannya dalam memberikan kerangka kerja yang terstruktur dan terorganisir untuk mencapai tujuan. Dengan merencanakan langkah-langkah, mengorganisir sumber daya, mengelola aktivitas, dan melakukan pengawasan, manajemen membantu memastikan bahwa setiap usaha menuju pencapaian tujuan dilakukan dengan efektif dan efisien.

Selain itu, manajemen juga mencerminkan kemampuan seseorang atau kelompok dalam menangani perubahan dan tantangan yang mungkin muncul selama pelaksanaan suatu tugas atau proyek. Keberhasilan manajemen dapat diukur dari sejauh mana suatu tujuan tercapai dengan tepat waktu dan dengan penggunaan sumber daya yang efisien.

Secara keseluruhan, konsep manajemen mencakup berbagai aspek, mulai dari keterlaksanaan tindakan dengan tujuan tertentu hingga pengelolaan sumber daya secara efektif. Sebagai suatu kemampuan atau keterampilan, manajemen merupakan unsur kunci dalam mencapai kesuksesan dalam berbagai konteks kehidupan.

3. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari Bahasa Arab *da'a* dan *yad'u* yang berarti mengajak atau menyeru. Menurut Ilaihi, dakwah adalah ajak Allah SWT, kemudian dilaksanakan secara berorganisasi, kegiatan untuk masuk ke jalan Allah SWT, sasaran bisa secara *jama'a*. Secara terminologis dakwah diartikan sebagai ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Nasarudin Latif mengemukakan bahwasanya dakwah adalah setiap usaha aktivitas baik dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru dan mengajak manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT. Adapun menurut Quraish Shihab mendefinisikan bahwasanya dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah terhadap pribadi maupun masyarakat.⁷

Secara terminologis dakwah diartikan sebagai ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Selain itu, dakwah adalah setiap usaha aktivitas baik dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru dan mengajak manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwasanya dakwah adalah aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia baik secara individu maupun kelompok dari hal yang tidak baik menjadi baik. Adapun tujuan dari dakwah itu sendiri adalah untuk mengubah pandangan hidup manusia dan menyadarkan kepada manusia arti hidup yang sebenarnya

6 Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2015), h. 76

7 Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). h. 20

4. Metode Dakwah

Metode berasal dari Bahasa Yunani yaitu "*methodos*". kata tersebut berarti cara atau jalan yang ditempuh. Pada dasarnya metode berhubungan dengan cara kerja atau prosedur agar dapat memahami objek yang menjadi sasaran suatu ilmu. Metode berfungsi sebagai cara atau langkah yang digunakan dalam menyampaikan gagasan, pikiran atau wawasan yang sudah disusun secara terencana dan sistematis serta didasari oleh teori dan konsep.⁸Metode juga dapat didefinisikan sebagai praktik yang mapan, kebiasaan dan logis dalam mencapai tujuan tertentu dengan memperhatikan akurasi dan efisiensi. Biasanya metode yang telah mapan dan menjadi kebiasaan akan menjadi tindakan yang logis dan menjadikannya sebuah proses yang tersistematis agar tujuan yang tercapai dengan memperhatikan akurasi dan efisiensinya.

5. Media Dakwah

Media dakwah adalah suatu sarana yang menjadi penunjang keberhasilan dakwah. Serta menjadi media untuk mempermudah dalam mengakses informasi mengenai seputar dakwah yang telah dijalankan. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mempermudah menyampaikan materi dakwah. Dengan banyaknya media yang ada akan mempermudah seseorang untuk mencapai tujuan dakwahnya. Media pada dasarnya teknologi informasi yang digunakan di dalam pengajaran.

6. Jenis Media Dakwah

Adapun jenis-jenis media dakwah diantaranya sebagai berikut;

a. E-Dakwah

E-Dakwah adalah salah satu jenis media dakwah yang menggunakan media elektronik. Dimana dengan adanya E-Dakwah tersebut akan mempermudah seseorang dalam menyampaikan dakwahnya kepada khalayak ramai melalui jejaring media sosial. Dengan adanya perkembangan tersebut akan mempermudah setiap langkah perjalanan dakwah tanpa adanya batasan ruang dan waktu.⁹

b. Dakwah tulisan

Dakwah tulisan diartikan sebagai dakwah yang dilakukan seseorang melalui tulisan. Dimana dakwah berbentuk tulisan tersebut dapat disebarkan melalui media cetak (koran), elektronik maupun media internet. Selain yang disebutkan sebelumnya dakwah bisa juga disebarkan melalui karya ilmiah, artikel maupun jurnal. Dengan adanya perkembangan teknologi secara pesat akan mempermudah dakwah tulisan tersebut menyebar luas. Sehingga penyebaran dakwah islam akan terus maju dan berkembang.

c. Dakwah melalui media Internet

Internet diartikan sebagai jaringan internasional atau jaringan yang mendunia. Dengan adanya kemajuan dibidang jaringan tersebut akan memudahkan seseorang

8 Apriadi Tamburaka, *Literasi Media*, h. 34

9 Saputra Akmal, "Skripsi Media Dakwah di Era Globalisasi dan Tantangannya" (Skripsi UIN Ar-Raniry: Banda Aceh, 2017); Zuhdi, Ahmad. . *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan* (Jakarta: Perpunas, 2016), h. 33

dalam menyebarkan dakwah. Keuntungan dengan adanya perkembangan internet tersebut ada¹⁰lah dakwah yang disampaikan akan dengan mudah tersebar ke orang lain. Tantangan dakwah tampaknya akan semakin berat seiring dengan berjalannya waktu. Walaupun dibalik tantangan tersebut sebenarnya terdapat peluang-peluang yang harus dimanfaatkan. Semua tantangan yang ada seharusnya dapat menjadi acuan buat para pendakwah untuk dapat terus semangat dalam menghadapi segala rintangan yang ada dalam perjalanan dakwahnya.

D. Kesimpulan

Pada dasarnya dakwah adalah tugas mulia. Tapi dalam pelaksanaannya masih terdapat hal-hal yang menjadi penghambat. Tapi dengan adanya perkembangan di era 5.0 ini akan menjadi jalan pembuka untuk para pendakwah dalam mempermudah kegiatannya dalam memberikan dakwah kepada khalayak banyak. Dan dengan adanya kemudahan tersebut akan memperluas penyebaran agama islam secara lebih cepat. Sehingga ajaran Islam akan semakin menyebar luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal. Saputra. 2017. Media Dakwah di Era Globalisasi dan Tantangannya. Skripsi UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Aziz, Moh. Ali. 2015. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Abdullah, AH. 2018. Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah. Depok: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Eureka Pendidikan. 2015. Pengertian Dakwah Di dalam Pandangan Hukum, Islam, Budaya dan Al-Qur'an dalam <https://eurekapedidikan.com/pengertian-dakwah-dalam-pandangan-hukum/>
- Fukuyama. 2017. *Society 5.0: Aiming For a New Human-Centered Society*. Dalam https://www.hitachi.com/rev/archive/2017/r2017_06/trends/index.html
- Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. Komunikasi Dakwah : Paradigma untuk Aksi. Bandung : Simbiosis Rekatama media.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. PT RajaGrafindo Persada.
- Zuhdi, Ahmad. 2016. Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depannya. Perpusna.