

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam

IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>

Vol. 8 No. 1, 2021

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

## Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru

Dwy Rahmawati, Ahmad Zaini

*IAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia*

*[dwyrahma3399@gmail.com](mailto:dwyrahma3399@gmail.com) [zaini78@iainkudus.ac.id](mailto:zaini78@iainkudus.ac.id)*

### Abstrak

Sesungguhnya dakwah merupakan tanggung jawab setiap orang, apapun itu pekerjaannya harus bisa menyampaikan pesan dakwah agar bisa diterima oleh khalayak atau masyarakat. Tentu dalam menyampaikan pesan dakwah harus ada cara yang efektif. Efektivitas dakwah melalui media sosial saat ini menjadi penelitian utama yang banyak dipelajari oleh para kalangan karena hal tersebut sangat penting untuk diketahui, supaya kita dapat mengukur sejauh mana tingkat keberhasilan kegiatan dakwah melalui media sosial. Penggunaan media sosial sebagai media atau sarana dakwah di era baru saat ini memang menjadi alternatif bagi para penceramah/dai/ustadz dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya. Berbagai platform media baru pun digunakan untuk mendukung proses dakwah, menjadi sebuah bukti bahwa internet berperan penting dalam proses kegiatan dakwah. Oleh karena itu, peluang dakwah menjadi besar karena IPTEK saat ini berkembang pesat. Dakwah melalui internet akan menjadi alat yang akan berperan penting dalam proses meningkatkan, menyeimbangkan, dan memberikan arah hidup yang lebih baik. Maka dari itu dalam jural artikel ini penulis mencoba mengkaji tentang bagaimana tingkat efektivitas dakwah yang dilakukan melalui media sosial di era baru saat ini.

Kata Kunci: Efektivitas, Dakwah, Media Sosial, Era Media Baru

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi saat ini memang cukup pesat, hal tersebut dapat kita lihat pada sistem dan pola komunikasi manusia saat ini. Di era sekarang ini, sekalipun tidak ada komunikasi tatap muka sangat mudah bagi manusia untuk berkomunikasi, hal tersebut berbanding terbalik dengan zaman dahulu. Kenyamanan komunikasi kita saat ini tidak terlepas dari perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, serta penggunaan dan penemuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin kompleks.

Keberadaan dan pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi kini telah menjadi kebutuhan pokok (primer) untuk manusia. Hal ini dikarenakan tuntutan informasi tentang segala aspek kehidupan dapat dengan mudah diakses melalui internet atau teknologi informasi. Kita dapat memperoleh informasi tentang masyarakat, budaya, pendidikan, ekonomi, dan lain-lain melalui media yang dapat membuktikan banyaknya informasi dan pengetahuan yang diberikan oleh teknologi informasi atau media internet.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan media baru yang dimiliki umat manusia juga muncul, disebut media interaktif atau lebih kita kenal dengan istilah internet (jaringan koneksi internasional). Internet sendiri merupakan sistem jaringan komputer yang terhubung ke seluruh penjuru dunia, hingga saat itu media sosial juga muncul sebagai media baru dan menjadi bagian dari internet. Media sosial saat ini menarik minat yang besar orang-orang dari semua lapisan masyarakat, baik anak-anak maupun orang dewasa, karena media sosial itu praktis dan mudah digunakan. Selain itu, keberadaan media sosial juga dapat mendorong komunikasi manusia dalam bentuk lisan, tulisan, audio dan visual.

Di era globalisasi pada abad informasi sekarang ini, dakwah harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern semisal surat kabar, televisi, radio, film, internet, dan sebagainya (Aziz, 2004). Pemanfaatan media massa sebagai penyampai pesan, sebab media massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bersifat kelembagaan, artinya pihak pengelola media terdiri dari banyak orang, mulai dari pengumpulan dan pengelolaan hingga penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah, yang berarti bahwa komunikasi tidak memungkinkan terjadinya percakapan antara pengirim dan penerima. Jika ada reaksi atau umpan balik, biasanya butuh waktu dan akan tertunda.
3. Bersifat luas, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena kecepatannya. Bergerak secara luas pada waktu yang bersamaan tempat dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang bersamaan.
4. Menggunakan peralatan teknologi atau mekanik, seperti radio, televisi, koran, film, dan internet.
5. Terbuka, artinya siapapun dan dimana saja dapat menerima pesan tanpa memandang usia, jenis kelamin dan ras (Cangara, 2012).

Melihat perkembangan sosial media saat ini, banyak orang memanfaatkannya untuk berbagai hal, termasuk sebagai media kegiatan dakwah. Aktivitas penyebaran Islam melalui media sosial diawali dengan penggunaan jejaring sosial *Friendster* dan *MySpace*. Di era baru ini, penggunaan media sosial atau teknologi lain dalam penyebaran dakwah merupakan cara yang inovatif dan efektif. Teknologi yang ada saat ini menarik minat mad'u atau jamaah karena mampu menarik khalayak luas.

Namun bukan berarti ketika kita melakukan kegiatan dakwah melalui media sosial kita tidak akan menemui tantangan, tentunya akan menghadapi tantangan tersendiri, atau juga akan berkreasi dalam upaya meningkatkan kualitas dan efektifitas dakwah yang dilakukan.

## Pembahasan

### *Efektivitas*

Dari segi bahasa Inggris efektivitas berasal dari kata *effectif* yang artinya dilakukan dengan baik atau sukses. Efektivitas merupakan komunikasi sesuai dengan sistem yang direncanakan sebelumnya, proses pencapaian tujuan yang direncanakan melalui beberapa istilah yang telah ditentukan sebelumnya seperti anggaran, waktu dan tenaga. Efektivitas adalah kemampuan daya pesan untuk mempengaruhi kemampuan pesan-pesan kepada khalayak (Susanto, 2005). Selain itu, menurut Kurniawan, efektivitas adalah kemampuan untuk menjalankan tugas dan fungsi lembaga, organisasi,

dan instansi lain tanpa ada tekanan. Di Kamus Bahasa Indonesia efektivitas merupakan keterangan yang berarti tolak ukur suatu keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu (Rianto, 1995).

Berdasarkan beberapa poin di atas, penulis mencoba memberikan kesimpulan bahwa efektivitas, yaitu sejauh mana tingkat keberhasilan atau kesuksesan itu merupakan sebelumnya sudah ditargetkan sasarannya. Efektivitas merupakan elemen terpenting dalam rencana awal untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi, lembaga dan tujuan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran secara efektif tingkat keberhasilan kegiatan yang dilakukan atau dilaksanakan.

### *Dakwah di Era Media Baru*

Ada perubahan terminologi mengenai media. Perubahan tersebut meliputi perkembangan teknologi, cakupan, produksi massal, *distribusi batch*, hingga pengaruh yang berbeda dari media massa. Keberadaan media baru seperti internet dapat melampaui model pesan media tradisional sifat interaktif dari internet mengaburkan batas-batas geografis dan meningkatkan kemampuan interaksi dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Jaringan, interaktivitas, informasi, antarmuka, pengarsipan dan motivasi. Artinya di media audiens baru tidak hanya ditempatkan sebagai objek dan jadilah target email. Perubahan audiens dan teknologi media, serta makna media, telah mengubah kembali peran audiens dan membuatnya lebih interaktif dengan informasi (Nasrullah, 2014).

Hasil utama dari peralihan menuju masyarakat informasi atau masyarakat terpelajar adalah perbedaan antara kedua generasi tersebut terus meluas dari waktu ke waktu. Perusahaan komputer mempekerjakan orang-orang jenius yang berbakat untuk menguasai komputer dan membangun jaringan mereka itu telah melepaskan diri dari level generasi yang lebih tua saat ini. Budaya-budaya komputer atau *cyberculture* semakin jelas berada di ambang perkembangan teknologi yang pesat. Bagi mereka yang berpartisipasi dalam dunia budaya online, ia dibebaskan dari segala bidang konformal atau fisik dengan ilusi di luar metafisika (Holmes, 2012).

Dalam hal media, era media baru ditandai dengan istilah konvergensi media. Secara struktural, konvergensi media berarti integrasi tiga aspek, yakni telekomunikasi, komunikasi data dan komunikasi massa dalam satu media. Pada tataran praktis,

integrasi media dapat terjadi melalui beberapa tingkatan, yaitu: Pertama, tataran struktural, misalnya transmisi data atau kombinasi peralatan antara telepon dan komputer. Kedua, tingkat transportasi, seperti web TV yang menggunakan satelit atau kabel. Ketiga, manajemen seperti perusahaan telepon, yang juga menggunakan jaringan telepon untuk membayar TV. Keempat, tingkat layanan (*service*), seperti integrasi layanan informasi dan komunikasi pada internet. Kelima, tipe data level, seperti penggabungan data, teks, suara, dan gambar.

Dari sinilah media jaringan muncul dan berkembang sebagai bentuk komunikasi baru. Komunikasi dalam media jaringan pada dasarnya karena adanya hubungan antara satu perangkat komputer dengan komputer lainnya, yang disebut dengan komputer terhubung dengan internet, yaitu menghubungkan (interkoneksi) komputer dalam skala global. Konteks kata global tidak akan pernah muncul di sini terjemahan dari perspektif lintas batas atau regional, tetapi lebih menunjukkan bahwa metode koneksi kerja di jaringan (*online*) terjadi tanpa mempertimbangkan batasan lokasi, program atau perangkat keras yang digunakan. Terkait dengan internet, kata portal dan website merupakan kata penting untuk memahami cara kerja internet sekaligus memahami perkembangan teknologi jaringan global ini. Portal adalah pintu gerbang ke dunia maya, dan itu juga berarti bahwa portal dapat memberi pengguna pintu gerbang untuk berselancar lebih lanjut. Sedangkan web adalah server komputer yang terhubung melalui internet, dan data dapat dipertukarkan dan dibentuk secara formal dengan bahasa pemrograman seperti HTML, Flash atau Java (Nasrullah, 2014).

Internet sekarang ini dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai macam media baik cetak, siaran, film dan rekaman yang menggunakan sistem tanpa batas. Kita dapat menerima beragam jenis media di manapun kita berada. Internet menyebabkan timbulnya produk media baru dan persaingan baru terhadap bisnis media. Sesuatu hal yang tidak mungkin dapat diramalkan ketika internet awal kali muncul puluhan tahun yang lalu dirancang oleh kelompok ilmuwan yang hanya berharap untuk digunakan berbagi informasi. Internet sejatinya merupakan kombinasi yang berasal dari ribuan jaringan komputer yang mengirim dan menerima data dari seluruh dunia untuk kepentingan bersaing dan bergabung bersama-sama dengan tujuan yang sama, namun tidak ada yang memiliki secara umum (Biagi, 2010).

Dakwah pada era media baru maka harus menggunakan segala potensi yang ada termasuk internet yang didalamnya banyak aplikasi yang dapat mendukung aktivitas

dakwah. Penyampaian pesan-pesan dakwah melalui internet merupakan keniscayaan yang tidak bisa dielakkan lagi. Sehingga, pemanfaatan media baru sebagai penyampai nilai-nilai luhur ajaran Islam merupakan suatu keharusan. Dibutuhkan pemikiran yang segar, inovatif dan kreatif agar konten dakwah dapat diterima dengan baik oleh para mad'u.

### *Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial*

Hakikat dari dakwah adalah mempengaruhi mad'u untuk mengikuti ajaran yang baik. Mengenai penggunaan media sosial dalam melakukan kegiatan dakwah, efektivitas dakwah yang dilaksanakan tergantung pada isi informasi yang kita sampaikan, dan bagaimana seorang da'i menyampaikan pesan dakwah serta memiliki konsep yang menarik bagi khalayak, sehingga membuat pengaruh mad'unya agar selalu di jalan kebaikan.

Ketika da'i mampu memberikan metode, kreasi, dan hal-hal baru dalam ceramah atau berdakwah, maka ukuran efektivitas dakwahnya dapat terlihat. Misalnya ketika ingin menyampaikan konten dakwah melalui media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan media lainnya, kemas dengan cara ini melalui dakwah yaitu tambahkan instrumen menarik, musik dan musik latar, maka pesan yang tersampaikan pasti akan memberikan efek yang baik untuk orang yang melihat konten tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, ceramah atau dakwah yang kita sampaikan akan efektif ketika penerima atau pendengar menanggapi dan membuat perubahan mereka sendiri, dan akan lebih memilih konten dakwah yang disediakan oleh da'i.

### *Strategi Dakwah melalui Media Sosial*

Media dakwah atau *wasail ad-dakwah* adalah alat yang digunakan sebagai perantara kegiatan dakwah. Sanwar membagi media dakwah menjadi enam jenis:

1. Dakwah secara lisan, merupakan dakwah mengkomunikasikan ajarannya kepada mad'u. Peralatan yang digunakan melalui dakwah lisan adalah radio, televisi, dll.

2. Dakwah menggunakan saluran tertulis. Dakwah melalui saluran tertulis adalah kegiatan Dakwah melalui tulisan. Kegiatan dakwah tertulis ini bisa dilakukan melalui koran, majalah, buku, brosur, leaflet, pengumuman, spanduk, dll.
3. Dakwah menggunakan saluran visual. Kegiatan dakwah yang dilakukan melalui saluran visual merupakan salah satu jenis kegiatan dakwah yang dilakukan sedemikian rupa sehingga mata manusia dapat melihat atau memandang. Alat visual tersebut dapat berupa kegiatan pertunjukan pantomim, lukisan, seni pahat, kaligrafi, dll.
4. Dakwah melalui saluran audio. Dakwah yang menggunakan media audio adalah dakwah yang diwujudkan dan digunakan melalui pendengaran. Media audio antara lain radio, pita audio (rekaman), dll.
5. Dakwah melalui saluran audio-visual. Dakwah merupakan gabungan media audio dan visual melalui media ini. Melalui media ini, anda bisa menikmati dakwah dengan mendengarkan dan melihat secara langsung. Peralatan audiovisual ini termasuk televisi, drama, wayang kulit, video, dll.
6. Dakwah dengan keteladanan. Dakwah melalui keteladanan merupakan munculnya konsekuensi dakwah antara pernyataan dan realisasinya. Hal ini memungkinkan mad'u dengan mudah meniru tindakan yang dilakukan da'i. Jadiapa maksud dari media dakwah ini adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke mad'u (Sanwar, 1986).

Jika kita melihat media dakwah yang sebenarnya, sangat bervariasi sesuai dengan situasi dan kondisi yang kita hadapi sebagai seorang da'i dan situasi serta kondisi yang dialami oleh mad'u. Namun, karena teknologi adalah pengaruh besar media massa terhadap perilaku dan pandangan sosial kita, kemajuan teknologi mau tidak mau harus memasuki bidang kehidupan dakwah, karena teknologi adalah bagian dari satu atau lebih media yang tidak dapat diabaikan.

Kemunculan media saat ini memudahkan untuk menjangkau lebih banyak khalayak saat berkomunikasi dan melaksanakan proses dakwah, proses dakwah melalui media sosial juga akan lebih cepat, sederhana, singkat dan fleksibel. Mengingat masyarakat saat ini lebih menyukai hal-hal tersebut, tentunya ini angin segar mudah dan menghabiskan lebih banyak waktu luang melalui interaksi dengan media sosial. Melihat keadaan tersebut maka perlu dikembangkan suatu strategi pelaksanaan dakwah,

dimana strategi yang dilaksanakan merupakan bagian dari cara berkomunikasi dan berinteraksi dengan khalayak (mad'u).

Ada beberapa hal yang bisa membuat dakwah melalui media sosial menarik perhatian publik. Yaitu, menyisipkan argumentasi pada setiap topik yang ingin disampaikan, dan menyesuaikan dengan kondisi trend sosial saat ini. Selain membuat lelucon dan mengedukasi masyarakat, topik yang diajukan juga harus terkait dengan permasalahan yang ada berdasarkan perkembangan dan informasi terbaru.

Selain itu juga perlu diperhatikan kualitas dan kuantitas dakwah yang akan disampaikan, misalnya bila isi dakwah yang disampaikan juga menarik dan bertanggung jawab maka kualitas dakwahya akan menarik. Kuantitas terletak pada kandungan materi yang ingin disampaikan dan perlu up to date. Materi yang bagus dan menarik pasti akan menjadi rujukan dan akan selalu diperhatikan oleh mad'u.

Dalam merumuskan strategi komunikasi dakwah, dakwah atau komunikator harus memperhatikan beberapa hal, antara lain sikap, kognisi, emosi, dan gagasan komunikator dakwah yang memiliki jiwa komunikator dakwah dan nilai-nilai kemanusiaan. Kognisi adalah proses pemahaman yang berkaitan dengan pemikiran, emosi adalah perasaan yang disebabkan oleh rangsangan eksternal, dan konasi adalah aspek psikologis yang berkaitan dengan kerja keras dan perjuangan.

Strategi merupakan kunci sukses dari misi tersebut, namun apabila strategi yang kita terapkan tidak efektif maka hasilnya tidak sesuai dengan harapan kita. Begitu pula ketika kita menggunakan strategi yang baik maka hasil proses dakwah kita akan efektif dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat.

### *Peluang dan Tantangan Dakwah Media Sosial*

Mungkin hampir setiap hari kita akan melakukan kegiatan dakwah secara langsung (tatap muka) atau melalui media sosial kita. Muhammad Abu Alfath albayanuni menyatakan bahwa sebenarnya dakwah adalah kewajiban umat manusia kepada setiap manusia di muka bumi, dan hampir setiap kehidupan manusia tidak akan lepas dari kegiatan dakwah. Dakwah adalah kegiatan menyebarkan dan mengajarkan ajaran Islam kepada Islam. Semua manusia mempraktikkannya dalam kehidupan nyata. Kewajiban untuk dakwah ini memang menjadi keniscayaan karena setiap orang diberi tanggung jawab ini terkait dengan kegiatan dakwah (Aziz, 2017).



Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Imran ayat ke 104 : "Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeruh kepada kebajikan, menyeruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung."

Menurut arti sebenarnya dari dakwah artinya "mengajak" seseorang untuk beraktivitas di jalan Allah SWT. Dengan menjalankan semua perintah dan menjauhi larangannya, ini adalah tujuan misi yang utama dan terpenting. Dengan perkembangan teknologi informasi, banyak orang menggunakan teknologi ini untuk kegiatan berdakwah di media sosial baik kalangan ustadz dan pemuda milenial.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi (khususnya media sosial), kami juga menemukan banyak fasilitas atau platform media baru yang dapat digunakan untuk kegiatan publisitas, sehingga ketika informasi tersebut dimusnahkan di kemudian hari maka konten di media tersebut dapat digunakan secara tepat untuk pembangunan dakwah. Nurchalis Majid meyakini bahwa penggunaan internet atau media sosial berperan penting dalam perkembangan dakwah, sehingga umat Islam tidak perlu hindari internet karena jika internet digunakan secara tidak benar maka kita informasi dan data yang memfasilitasi pekerjaan orang-orang.

Akan tetapi, kemajuan teknologi dan informasi yang dimiliki oleh umat manusia saat ini tidak selalu membantu kita menjadi lebih bahagia, tetapi kita harus menghadapi banyak tantangan dan kerugian. Salah satunya adalah, pertama, karena semua aspek kehidupan sosial. Spiritisasi yang disebabkan oleh budaya materialis yang dominan di Tiongkok; kedua, penghilangan nilai. Moralitas agama digantikan oleh nilai-nilai moral baru yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri; ketiga, alkoholisme dan narkoba merajalela, menggelapkan kehidupan generasi masyarakat masa depan; keempat, pelecehan dan kejahatan tidak hanya melanda kota-kota besar, tetapi juga menyebar ke pedesaan. Tetapi hari ini dalam perkembangan dan perkembangan teknologi informasi, masih banyak tantangan lainnya (Sirajuddin, 2014).

Dakwah melalui media sosial atau platform lain, menjadi tantangan misi dakwah masa depan yaitu mempertanyakan bagaimana seorang da'i itu sendiri memodifikasi dan menyusun pesan-pesan dakwah, sehingga pesan yang disampaikan menarik perhatian khalayak atau mad'u-nya. Selain itu, dalam hal media itu sendiri akan menjadi tantangan, karena memang media yang tidak bisa kita gunakan dengan benar, karena kita tidak bisa menguasai media, ini menjadi tantangan tersendiri. Bayangkan

ketika orang buta akan melakukannya, penggunaan media atau literasi teknis terbukti menjadi salah satu tantangan dakwah melalui media sosial. Oleh karena itu, da'i-da'i atau pegiat media sosial yang melakukan proses dakwah harus mampu menguasai teknologi Informasi.

## Simpulan

Pada era perkembangan teknologi saat ini, berdakwah melalui media menjadi sangat penting, karena situasi dan kondisi masyarakat saat ini jelas sudah terintegrasi dengan pertumbuhan media sosial di segala aspek kehidupan. Mulai dari bidang politik, ekonomi dan agama. Derasnya arus informasi yang sangat cepat melalui media sosial, tampaknya telah merubah dunia menjadi sangat sempit karena dunia tidak lagi ada ruang dan waktu. Hal sepihak semacam ini tentu saja bisa sangat sangat bagus, tapi di sisi lain ini merupakan tantangan yang sulit untuk masa depan dakwah Islam.

Teknologi dan informasi dewasa ini berkembang sangat pesat, keberadaan teknologi informasi mendorong berbagai bentuk kegiatan, salah satunya dakwah. Saat ini, menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan dakwah adalah cara yang sangat efektif dan kreatif. Dakwah di media sosial tidak hanya dilakukan oleh seorang da'i, orang awam pun bisa melakukannya, karena itu adalah tugas setiap orang untuk berdakwah. Metode pengukuran efektivitas misi dakwah bergantung pada bagaimana informasi yang disampaikan memengaruhi audiens dan membuahkan hasil yang baik.

## Daftar Pustaka

- Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Biagi, Shirley. *Media/Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Holmes, David. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, Dan Masyarakat*. Vol. 33. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

- Nasrullah, Rulli. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia): Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Media Group, 2014.
- Rianto, Suhartato Tahta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Surabaya: Surabaya Indah, 1995.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Sanwar, M. Aminuddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1986.
- Sirajuddin, Murniaty. “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan).” *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2014): 11–23.
- Susanto, Azhar. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Ghaila Indonesia, 2005.