



## Peran Aplikasi Dialog Islam Pada Dakwah di Era Digital

Novaldy Akbar<sup>1\*</sup>, Tata Sukayat<sup>1</sup>, Dede Sutisna<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [novaldy2001@gmail.com](mailto:novaldy2001@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pelaksanaan dakwah, tantangan dan hambatan saat mengimplementasikan aplikasi Dialog Islam sebagai sarana dakwah digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam menggali informasi melihat kondisi faktual. Teori dalam penelitian ini adalah teori TAM & teori Logic Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Dialog Islam berhasil melaksanakan dakwah digital sesuai dengan teori Logic Model dengan menerapkan konsep *input, process & output*. Serta dapat mengatasi tantangan dan hambatan sesuai dengan teori TAM dengan menghadirkan kenyamanan dan meningkatkan segi manfaat bagi pengguna aplikasi Dialog Islam, sesuai dengan prinsip *Perceived Ease of Use & Perceived Usefulness*.

**Kata Kunci :** Peran; Aplikasi Dialog Islam; Dakwah di Era Digital

### ABSTRACT

*The aim of this research is to find out the process of implementing da'wah, challenges and obstacles when implementing the Islamic Dialog application as a means of digital da'wah. This research uses a qualitative descriptive method to explore information looking at factual conditions. The theory in this research is TAM theory & Logic Model theory. The research results show that the Islamic Dialog application has succeeded in implementing digital da'wah in accordance with the Logic Model theory by applying the concepts of input, process & output. And can overcome challenges and obstacles in accordance with TAM theory by providing comfort and increasing the benefits for users of the Islamic Dialog application, in accordance with the principles of Perceived Ease of Use & Perceived Usefulness.*

**Keywords :** Role; Dialog Islam Application; Digital Da'wah

## PENDAHULUAN

Umat Muslim saat ini berada di era digital yang segalanya berjalan dengan instan dan cepat. Diiringi dengan perkembangan teknologi dan globalisasi membuat umat muslim harus beradaptasi termasuk dalam hal keagamaan, Atas dasar tersebut dibutuhkan peran yang menginisiasi proses dakwah lewat media digital. Dakwah yang biasanya identik dengan majelis dan pertemuan antara da'i dan *mad'u*-nya, sekarang telah berubah. Dakwah bisa menembus ruang dan waktu, dalam artian bisa diikuti dari mana saja dan kapan saja, termasuk melalui aplikasi Dialog Islam. Aplikasi Dialog Islam merupakan inovasi dalam berdakwah, yang mempunyai misi membawa dakwah digital agar lebih dikenal oleh khalayak luas, agar masyarakat mulai mengetahui dan terbiasa dengan dakwah digital melalui aplikasi.

Melihat berbagai kemajuan dan perubahan yang telah terjadi, maka ada baiknya jika dakwah beradaptasi dengan zaman, karena penting rasanya menyesuaikan dakwah dengan zaman saat ini, mulai dari cara menyampaikan kepada *mad'u* hingga bagaimana respon *mad'u* menerima pesan tersebut. Ini semua bertujuan agar pesan dakwah tetap bisa tersampaikan, apalagi dengan era digital saat ini, hendaknya dakwah menjadi lebih mudah, cepat, efektif dan efisien (Bachtiar, 1997: 12).

Dakwah di era digital tak ayal membuat media dakwah membuka peluang yang sangat besar untuk dimanfaatkan oleh para pelaku dakwah dengan maksud menyebarkan pesan – pesan dakwah keIslaman kepada penikmat dakwah secara luas. Didukung lagi dengan datangnya internet serta didukung lagi dengan kehadiran berbagai opsi platform media sosial, ketika memanfaatkannya dengan baik maka alur komunikasi bisa menggapai cakupan yang luas bahkan global, terlebih lagi jika menggunakan cara ini maka dipastikan tanpa adanya halangan ruang dan waktu (Fakhruroji, 2019: 62).

Praktik dakwah yang selama ini biasanya kita lihat secara langsung ataupun mulai berkembang dengan berdakwah melalui televisi atau bahkan radio, yang faktanya membutuhkan ruang dan waktu tertentu sesuai jadwal tayang yang artinya terbatas dalam hal aksesnya. Berbeda halnya dengan Aplikasi yang berbasis audio streaming, saat dakwah berlangsung dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Faktanya saat ini banyak da'i - da'i, mulai dari da'i kondang seperti Ustaz Adi Hidayat, Ustaz Hanan Attaki dan masih banyak lagi yang mulai melekat terhadap dakwah di era digital. Mereka melakukan inovasi dakwah melalui platform media digital dengan tujuan menjangkau lebih banyak audiens serta dakwah yang bisa dinikmati kapanpun dan dimanapun.

Maka dakwah yang dikemas dalam bentuk digital melalui aplikasi perlu dimaksimalkan. Kendati demikian, kegiatan dakwah dengan cara ini pun masih memiliki beberapa permasalahan yang mungkin yang perlu diperhitungkan saat dakwah menggunakan media ini (Rosyidi, 2021: 81) Permasalahan muncul ketika dakwah melalui media akan terasa berbeda feeling-nya dengan dakwah di media lainnya. Disinilah dibutuhkan inisiasi dan mengatasi media digital sebagai media dakwah Islam kepada masyarakat, jadi tidak hanya soal penguasaan medianya saja dan penggunaannya saja, namun perlu kecakapan dari da'i tersebut saat menjalankannya (Thaib, 2019: 38).

Dakwah online yang dilakukan oleh berbagai tokoh seperti para akademisi, tokoh masyarakat, dan penceramah terkenal di berbagai platform seperti Ustaz Khalid Basalamah, Aa Gym, Ustaz Syafiq Basalamah, Ustaz Hanan. Dianggap sebagai sebuah aktivitas yang memberikan dampak positif dalam meningkatkan semangat dan ideologi Islam, serta mendorong pertumbuhan religiusitas (Fajar .I, 2021: 25).

Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, yaitu penelitian Muhammad Rijal (2023) yang berjudul Strategi dakwah di media sosial Youtube : Studi deskriptif program siaran On Air Sore pada akun Youtube Dialog Islam TV. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, teori yang digunakan yaitu strategi perencanaan komunikasi *P-Process*. Penelitian ini menemukan tiga tahapan utama dalam strategi dakwah program Siaran On Air Sore yaitu perencanaan, implementasi dan evaluasi. Penelitian ini memiliki perbedaan yakni terletak pada objek penelitiannya. Jika Muhammad Rijal objeknya adalah platform YouTube, sedangkan peneliti memilih objek aplikasi Dialog Islam sebagai objek penelitian.

Penelitian Charismanto (2022) dengan judul Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Dakwah, Penelitian ini bersifat kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi aktivitas dakwah Habib Husein di media sosial serta wawancara dengan Habib Husein Ja'far Al Hadar. Penelitian menemukan bahwa Habib Husein Ja'far Al Hadar berhasil menerapkan strategi dakwah digital yang efektif dengan pendekatan yang ramah dan *relatable* kepada generasi milenial. Pada penelitian Charismanto memiliki perbedaan yakni terletak pada objek penelitiannya. Penelitian ini lebih fokus pada strategi komunikasi dan konten dakwah yang digunakan figur atau tokoh, sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek pengembangan aplikasi dan konten dakwah.

Dan penelitian Jasuri (2019) dengan judul Penguatan Desain Dakwah Masjid di Era Milenial melalui Android. Penelitian ini didasarkan pada teori komunikasi Islam dan penelitian ini bersifat kualitatif. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Android untuk mendukung kegiatan dakwah di masjid-masjid sangat efektif dalam menarik minat generasi milenial, pada penelitian Jasuri memiliki perbedaan yakni terletak pada objek penelitiannya. Penelitian ini fokus pada desain dan pengembangan aplikasi masjid yang berbasis Android untuk mendukung kegiatan dakwah. Sedangkan penelitian penulis melakukan pendekatan yang lebih luas dalam mengidentifikasi tantangan dan hambatan serta penerimaan dan penyebaran aplikasi dakwah.

Fokus penelitian ini yang pertama untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah pada aplikasi Dialog Islam. Kedua, untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan aplikasi Dialog Islam sebagai sarana dakwah di era digital. Ketiga, untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan aplikasi Dialog Islam sebagai sarana dakwah di era digital.

Peran Aplikasi Dialog Islam Pada Dakwah Di Era Digital menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara rinci bagaimana proses pelaksanaan dakwah digital sehingga bisa menyampaikan pesan dakwah. Metode deskriptif kualitatif ini sangat cocok digunakan karena memberikan gambaran mendalam mengenai proses pelaksanaan dakwah digital dan mengetahui bagaimana aplikasi Dialog Islam mengatasi tantangan dan hambatan saat proses pelaksanaan dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam.

## LANDASAN TEORITIS

Teori dalam penelitian ini adalah teori TAM & Logic Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Dialog Islam berhasil melaksanakan dakwah digital sesuai dengan teori Logic Model dengan menerapkan konsep *input, process & output*. Serta sesuai dengan teori TAM dengan menghadirkan kenyamanan dan meningkatkan segi manfaat bagi pengguna aplikasi Dialog Islam, sesuai dengan prinsip *Perceived Ease of Use & Perceived Usefulness*.

Kedudukan manusia sebagai khalifah Allah dipercaya untuk mengatur dunia sesuai dengan kehendak Penciptanya. Meskipun khilafah bisa berarti luas atau terbatas, ia bahkan memiliki potensi untuk memenuhi misinya. Manusia dalam hal ini sebagai makhluk yang menerima tugas dan amanat dari Allah SWT, maka manusia dapat merealisasikannya dengan cara memelihara, memanfaatkan atau mengoptimalkan penggunaan setiap anggota tubuhnya, akal dan inderawinya atau potensi dasar manusia untuk menegakkan keadilan dalam hidupnya serta menjadikan hidupnya makmur dan bahagia (Sutisna, 2023: 182).

Peran merupakan kegiatan yang dilalui individu atau kelompok atau organisasi. Bagian peran yang mestinya dilakukan oleh kelompok atau sebuah lembaga tertera dan tertuang dengan pasti dalam sebuah ketentuan yang

biasanya memiliki fungsi juga dari kelompok atau lembaga tersebut. Jika di runtutkan, peran di bagi kedalam 2 jenis, yakni peran yang diharapkan (*expected role*) dan yang kedua adalah peran yang dilakukan (*actual role*). Disaat pelaksanaannya peran yang dijalani, juga mengalami sebuah penghambat dan pendukung berjalannya sebuah peran (Syamsir, 2014: 5). Bisa ditarik garis lurus bahwa peran merupakan fenomena perilaku dan cakap kelakuan yang diusahakan dan diterapkan oleh sekelompok masyarakat dan lembaga serta organisasi terhadap individu yang dinilai mampu serta mumpuni untuk melakukan suatu hal di lingkungan masyarakat.

Dakwah lebih dikenal sebagai kegiatan yang di dalamnya terdapat seruan, panggilan, dan ajakan kepada manusia agar kembali kejalan Allah SWT. Dapat diartikan dakwah sebagai sarana untuk umatnya mengingat kembali ajarannya atau jalan kebenaran. Jika diambil pengertian melalui bahasa Dakwah bisa diartikan melalui kosa katanya, yang memiliki makna : *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang bermakna seruan, panggilan, undangan atau do'a (Sukayat, 2015:7). Dalam penjelasan yang lain, dakwah didefinisikan sebagai alur atau tahap peng-Islaman dengan tujuan menyebarkan dan juga menguatkan bagi yang sudah menganut ajaran Islam serta berusaha meng-Islamkan masyarakat, dengan tujuan tidak lain dan tidak bukan untuk menegakkan kembali syari'at Islam supaya sya'riat Islam kembali kemana seharusnya dia berada (Sukayat, 2009:2).

Dalam misinya, dakwah harus mampu mengubah masyarakat menjadi masyarakat yang lebih baik dari keadaan sebelumnya. Karenanya dakwah harus dilakukan secara teratur, intens, berkesinambungan, sistematis, dan terstruktur (Hanif dkk, 2022: 4).

Dakwah memiliki asal muasal dari bahasa Arab, jika dicermati lebih lanjut Dakwah berasal dari kata *da'wah* yang terinspirasi dari susunan kata (*da'a*, *yad'u*, *da'watan*) yang memiliki pemahaman yakni ajakan, panggilan dan harapan serta doa. Dalam perspektif lain Abdul Aziz menuturkan konsonan kata dakwah memiliki banyak makna, seperti panggilan, ajakan, menegakkan kebenaran, sifat dan perbuatan dan permintaan atau doa. (Sukayat, 2009: 12).

Secara aspek etimologi, ungkapan media dapat diartikan menjadi beberapa istilah, salah satunya diambil dari bahasa Latin medius yang memiliki makna tengah, persimpangan dan sesuatu yang mengantarkan serta menyajikan. Dalam aspek lain ditinjau dari bentuk jamak, kata media bisa diartikan juga medium yang memiliki makna sebagai jalan, jalan untuk menggapai tujuan, atau wadah untuk saling berkomunikasi.

Media dakwah dapat diartikan sebagai pemanfaatan dan pemaksimalan penggunaan media oleh pelaku – pelaku dakwah dalam rangkaian usaha menyebarluaskan pemahaman serta pesan keIslaman yang sesuai dengan syariat.

Selain itu guna lebih memahami lagi tentang media dakwah. (Aziz, 2017: 50), berpendapat tentang makna definisi dakwah, ia menuturkan bahwa media dakwah adalah sebuah perantara yang memiliki fungsi sebagai penyambung dalam menyebarkan pesan dakwah kepada penerima pesan dakwah.

Dalam era digital dan teknologi informasi, masyarakat semakin terpapar beragam platform dan alat komunikasi. Mulai dari media sosial, situs web, aplikasi pesan instan, hingga platform berbagi video. Oleh karena itu, para da'i harus memahami dengan baik karakteristik dan kebutuhan audiens, serta potensi setiap media komunikasi yang tersedia. Melihat berbagai kemajuan dan perubahan yang telah terjadi, maka ada baiknya jika dakwah beradaptasi dengan zaman, karena penting rasanya menyesuaikan dakwah dengan zaman saat ini, mulai dari cara menyampaikan kepada *mad'u* hingga bagaimana respon *mad'u* menerima pesan tersebut. Ini semua bertujuan agar pesan dakwah tetap bisa tersampaikan, apalagi dengan era digital saat ini, hendaknya dakwah menjadi lebih mudah, cepat, efektif dan efisien (Bachtiar, 1997: 12).

Kebutuhan penggunaan media digital saat ini dapat diasumsikan meliputi beberapa aspek penting di dalamnya seperti, pelaku dakwah (komunikator), pesan yang disampaikan (pesan dakwah), penikmat dakwah (komunikan) dari media dakwah ini. Aplikasi dirumuskan sebagai bentuk *software* atau perangkat lunak yang diciptakan dengan tujuan memenuhi dan memanjakan kebutuhan pemakainya dalam segala aktivitas di kehidupan sehari-hari. Aplikasi dirancang sebagai tempat yang vital dalam kegiatan manusia saat ini, mereka hadir dan tersedia saat ini sebagai bukti nyata adanya perkembangan teknologi dan sudah terbukti perannya sangat vital dan dibutuhkan oleh manusia saat ini, mulai dari sektor ekonomi, sektor pembelajaran, sektor hiburan dan sektor rohani, di sektor rohanilah dimana kegiatan dakwah didukung secara penuh, dari bukti nyata tadi disimpulkan bahwa teknologi informasi dirumuskan sebagai penyelaras antara komputasi dan jalur komunikasi yang menembus ruang dan waktu yang dipergunakan untuk mengirimkan data, suara hingga video (Kadir & Terra, 2013: 3).

Bentley merumuskan bahwa aplikasi *mobile* merupakan sebuah sistem pemrograman yang menunjukkan apa dan bagaimana hal yang harus diperbuat oleh software atau dengan kata lain bagaimana alur *software* menjalankan tugasnya ketika diperintah. Sering kali aplikasi digunakan seseorang atau kelompok untuk menginstall sistem program berbasis komputer *Mobile* merupakan sesuatu objek yang dapat digeser atau dipindahkan dari satu tempat ke tempat yang lain. Maka aplikasi *mobile* yaitu sistem yang bisa dipergunakan, nilai tambahnya adalah aplikasi mobile tetap dapat digunakan walaupun digunakan secara berpindah pindah dari tempat ke tempat lainnya

Aplikasi *mobile* dapat diartikan juga menjadi sebuah aplikasi yang tersedia secara legal di platform *smartphone* layaknya android, IOS, dan windows (Pressman, dkk, 2014: 9). Dirancang, diciptakan hingga diluncurkan dengan menimbang beberapa karakteristik serta objektivitas dari platform *mobile* yang tersedia dengan tujuan menyajikan dan menyuguhkan pengalaman saat menggunakan *mobile apps* dengan optimal dan penggunaan yang tepat.

Menurut Fakhruroji (2019: 198-215), secara teknis, aktivitas dakwah di media digital dan *mobile apps* bisa diekspresikan melalui berbagai bentuk yang umumnya terbagi dalam lima kategori utama, salah satunya aplikasi Islami. terbagi menjadi dua kelompok, yaitu aplikasi web yang diakses melalui PC dan aplikasi *smartphone* yang dioperasikan melalui perangkat ponsel pintar. Kehadiran aplikasi Islam baik dalam bentuk situs maupun aplikasi di *smartphone* menjadi indikator penting bahwa umat Islam tidak hanya ingin eksis, tetapi juga berkontribusi dalam konstruksi dan inovasi teknologi itu sendiri.

Pada momen ini, setidaknya memberikan peluang dan jalan baru, terlebih lagi dinilai dari sisi keunikannya, akan menambah nilai keefektifan dan keefisienan dalam agenda menyebarkan pesan dakwah. Keharusan penggunaan media digital saat ini dapat diasumsikan meliputi beberapa aspek penting di dalamnya seperti, pelaku dakwah (komunikator), pesan yang disampaikan (pesan dakwah), penikmat dakwah (komunikan) dari media dakwah ini. Perubahan yang terjadi di era disrupsi memunculkan banyak perubahan direalitas kehidupan masyarakat khususnya di Indonesia, juga termasuk di dalamnya yaitu kegiatan dakwah Islam. Di era disrupsi yang serba cepat ini, dakwah membutuhkan media yang cepat dan mempunyai efek nyata.

Misalnya media – media yang dimiliki oleh organisasi dakwah Islam jika dipakai dengan benar, maka jangkauan dakwah akan lebih luas lagi, menjangkau yang jauh dengan menembus halangan ruang dan waktu (Asmar, 2020: 54). Peran media dalam dakwah dianggap setara dengan peran dakwah itu sendiri. Pemilihan media yang sesuai untuk menyampaikan dakwah merupakan bagian integral dari dakwah Islam. Prinsip fiqh menyatakan bahwa jika suatu kewajiban tidak dapat dilaksanakan secara efektif tanpa menggunakan sarana tertentu, maka pemilihan dan penggunaan sarana tersebut menjadi suatu keharusan yang sama-sama penting. Dakwah merupakan kewajiban, dan untuk menjalankannya dengan baik, penggunaan media yang sesuai juga menjadi suatu kewajiban. Jelas bahwa tidak semua konten yang disajikan di media digital memiliki dampak positif; bahkan, konten yang negatif dan merusak sering kali lebih banyak daripada yang positif. Hal ini menekankan pentingnya bagi para aktivis dakwah untuk menghadapi tantangan ini dengan menciptakan konten-konten dakwah

yang membangun dan menarik. Dengan demikian, terdapat relevansi antara media digital dan dakwah di era saat ini.

Menurut teori Logic Model, dalam pelaksanaan terdiri dari tahapan *input*, *process* dan *output*. Teori Logic Model adalah sebuah konsep yang digunakan dalam evaluasi program dan kegiatan untuk memahami dan memperjelas hubungan antara *input*, *process*, dan *output* yang diharapkan. Logic Model berfungsi sebagai suatu gambaran visual yang menunjukkan bagaimana *input* dan *process* dapat menghasilkan *output* yang diharapkan. Selaras dengan pelaksanaan Siaran Sore & Siaran Subuh di aplikasi Dialog Islam yang terdiri dari tiga tahapan, yakni: tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penyelesaian.

Penelitian ini memperluas analisis dengan mengintegrasikan Technology Acceptance Model (TAM), khususnya dimensi *Perceived Ease of Use* (PEOU). PEOU mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan aplikasi Dialog Islam akan bebas kesulitan alias mudah digunakan. Dalam konteks dakwah digital, persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi menjadi faktor kunci dalam menentukan penerimaan dan keberhasilan aplikasi ini. Persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi dapat mempengaruhi berbagai aspek implementasi, seperti tingkat adaptasi, tingkat kepuasan dan kenyamanan penggunaan aplikasi. Tantangan dalam mengatasi persepsi negatif terhadap kemudahan penggunaan dapat menjadi hambatan signifikan dalam keberhasilan aplikasi Dialog Islam sebagai alat dakwah digital. Dan dimensi *Perceived Usefulness* (PU). PU penggunaan aplikasi Dialog Islam akan meningkatkan kinerja dakwah atau memberikan manfaat yang signifikan. Dalam konteks dakwah digital, manfaat yang dirasakan menjadi faktor kunci dalam menentukan penerimaan dan keberhasilan aplikasi ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Dialog Islam merupakan sebuah inovasi dari Yayasan Dialog Islam Garuda, menawarkan akses mudah terhadap kajian Islam melalui fitur radio streaming, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan para asatidz melalui fitur chat interaktif.

Ada juga fitur pemutaran radio background, pengguna dapat terus mendengarkan kajian bahkan saat aplikasi ditutup atau layar ponsel terkunci. Selain itu, Dialog Islam tidak hanya sekadar aplikasi, tetapi juga menjadi jembatan penting dalam penyebaran syiar Islam di seluruh dunia dengan menyediakan akses mudah dan interaktif terhadap pengetahuan agama Islam..

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara kepada dua narasumber yaitu Ustaz Moch Ramdhan, S.Ag. sebagai Bidang Dakwah & Pendidikan Dialog Islam Garuda dan Ustaz Anshorudin Ramdhani sebagai



Pembina Yayasan Dialog Islam Garuda. Hasil pengumpulan data juga diperoleh melalui observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan peneliti di Yayasan Dialog Islam Garuda. Setelah melakukan proses pengumpulan data, peneliti akan memaparkan beberapa temuan hasil penelitian berdasarkan urutan fokus penelitian, sebagai berikut:

### **Pelaksanaan Dakwah Digital Melalui Aplikasi Dialog Islam**

Berdasarkan hasil riset, dan sesuai dengan teori Logic Model bahwa tahap pelaksanaan dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam terbagi menjadi tiga tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penyelesaian. Tahap ini dengan konsisten selalu dilakukan guna menjaga kualitas dan memastikan siaran sampai kepada pendengar dengan nyaman dan lancar.

*Pertama*, pada dasarnya untuk tahap persiapan tidak ada yang dikhususkan, namun mereka tetap memperhatikan dan meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi, faktor jam terbang mungkin menjadi alasan mengapa tidak ada persiapan tertulis saat persiapan sebelum dakwah melalui aplikasi Dialog Islam berlangsung, namun ketika ditelisik lebih jauh ada beberapa poin atau aturan yang tim pahami dan mesti dijalankan, peneliti pun mencatat ada beberapa hal yang dilakukan saat tahap persiapan sebelum dilaksanakannya dakwah melalui Dialog Islam. Ini sesuai dengan pelaksanaan dari teori Logic Model (Frechtling, 2007: 10) yang salah satunya yang disebutkan yakni tahap input atau persiapan.

Tahap awal, yaitu mempersiapkan asatidz sebagai pembicara di dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam, sebenarnya pada tahapan ini sekedar memastikan apakah asatidz berhalangan atau tidak untuk mengisi kajian, sebenarnya para asatidz sudah memiliki jadwal tertulis yang telah disepakati dengan para pengisi kajian, dan asatidz pun sudah mengetahui itu. Jikalau memang asatidz sedang berhalangan hadir maka akan diganti oleh asatidz lainnya untuk mengisi kajian di waktu tersebut, dan pihak Dialog Islam percaya sepenuhnya terhadap mereka tentang tema yang akan dibawakan.

Siaran Subuh hadir setiap hari, dimulai pukul 04.00 s.d 06.00 WIB. Dialog Islam pun mencoba memahami audiensnya, dalam konteks siaran subuh yang dimulai pukul 04.00 WIB, banyak jemaah yang tidak sempat mendengarkannya secara *on time*, atau mungkin terlambat dan hanya mendengar pada saat sesi tanya jawab saja sehingga tidak tahu materi apa yang disampaikan beberapa menit yang lalu. Melihat hal itu Dialog Islam mencoba untuk memfasilitasi jemaah yang sekiranya mempunyai kesibukan sehingga tidak bisa mendengarkan kajian subuh dengan menampilkan siaran ulang atau replay kajian subuh yang sudah terlaksana. Sesuai dengan teori TAM (Wicaksono, R. 2022) khususnya dimensi *Perceived Ease of Use* (PEOU). PEOU mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan aplikasi Dialog Islam akan bebas kesulitan alias mudah

digunakan.

Fitur ini akan muncul langsung ketika siaran subuh secara live selesai, dengan kata lain siaran ulang akan dimulai pukul 06.00 s.d 08.00 WIB, jemaah atau pengguna aplikasi Dialog Islam akan menerima notifikasi terkait siaran ulang ini dan pengguna atau jemaah tinggal mengklik notifikasi tersebut dan siaran ulang pun dapat dinikmati, pertimbangan ini melalui proses panjang dimana pihak call center Dialog Islam awalnya menerima banyak pesan bahwa banyak jemaah yang tidak sempat mendengarkan secara live, melihat hal itu Dialog Islam mencari solusi alternatif yang tentunya solutif agar permasalahan ini dapat terselesaikan. Pemaksimalan ini selaras dengan Fakhruroji (2019: 198-215), bentuk dakwah digital yang salah satunya aplikasi smartphone yang dioperasikan melalui perangkat ponsel pintar.

Siaran Sore hari senin sampai sabtu dan terdapat perbedaan antara Siaran Sore dan Siaran Subuh, jika pada saat Siaran Subuh memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang lebih sedikit, yaitu hanya operator dan pembicara saja, maka Siaran Sore lebih banyak memanfaatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada, ini bukan tanpa alasan melainkan ada faktor – faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut karena Siaran Sore selain menghadirkan fitur audio streaming di aplikasi Dialog Islam, mereka juga menghadirkan sesi streaming di kanal YouTube mereka, dengan nama akun Dialog Islam. Menjadikan Siaran Sore tak hanya menampilkan aspek audio saja namun juga tersedia aspek visual yang memanjakan mata. Dengan melibatkan asatidz, operator, *audioman*, *lighting* dan logistik.

Siaran Subuh dan Siaran Sore keduanya memiliki persiapan yang kompleks, keduanya memastikan untuk menyajikan konten dan siaran terbaik bagi pendengar atau penonton Dialog Islam, serta tahapan ini tidak bisa dilepaskan dari sebuah pelaksanaan sebuah program, harus selalu dilakukan, melakukan evaluasi dan tetap mengupayakan yang terbaik agar siaran yang ditampilkan maksimal serta tidak mengecewakan pendengar setia dakwah Dialog Islam.

*Kedua*, Tahap pelaksanaan adalah kelanjutan dari tahap persiapan yang telah disiapkan sedemikian rupa, tahap pelaksanaan adalah tahap yang paling penting atau tahap inti dari semua hal yang dilakukan, karena pada tahap inilah pesan dakwah akan disampaikan kepada pendengar, maka tahapan ini akan begitu dimaksimalkan guna pesan dakwah yang akan disiarkan akan maksimal sampai ke telinga pendengar setia Dialog Islam. sesuai dengan pelaksanaan dari teori Logic Model (Frechtling, 2007: 10) yang salah satunya yang disebutkan yakni tahap *process* atau pelaksanaan.

Siaran Subuh berlangsung dari pukul 04.00 sampai dengan 06.00 WIB,

atau biasanya menyesuaikan dengan waktu adzan subuh tiba, berbagai topik akan dibahas pada Siaran Subuh dan pada dasarnya juga disampaikan pada saat Siaran Sore, topik – topik dipilih ini tentu melalui berbagai pertimbangan terkait dari segi manfaat dan segi pendengar, tentunya pertimbangan ini perlu dilakukan demi memberikan yang terbaik pada pendengar. Seperti *fiqh*, *muamalah*, *tahsin* dan lain sebagainya.

Siaran Sore hadir pukul 16.00 sampai dengan 18.00 WIB, berbeda dengan Siaran Subuh, Siaran Sore dilakukan di Mushola Yayasan Dialog Islam Garuda, karena pada siaran kali ini akan bersamaan dengan siaran *live* melalui platform YouTube, maka orang yang terlibat di dalamnya semakin banyak siaran yang alurnya semakin kompleks, di tambah lagi dengan kehadiran jemaah yang langsung datang ke Mushola Yayasan Dialog Islam Garuda guna mendengar Siaran Sore secara langsung. Beberapa *crew* yang terlibat seperti *asatidz*, operator, logistik, *audio* dan *lighting*. Berjalannya proses *On Air* Siaran Sore, akan sama dengan Siaran Subuh yakni hadirnya sesi tanya jawab, bedanya *asatidz* harus mampu membagi waktu untuk menjawab pertanyaan yang hadir dari jemaah yang ada di Mushola serta menjawab pertanyaan yang datang dari *live chat* aplikasi Dialog Islam serta YouTube.

*Ketiga*, tahap ini adalah tahap terakhir dari seluruh rangkaian proses dakwah digital di aplikasi Dialog Islam, peran penting akan dipegang oleh operator yang sedang bertugas pada Siaran Subuh dan Siaran Sore, bisa dikatakan operator selalu berperan dalam setiap proses berjalannya dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam, mulai dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan hingga tahap penyelesaian. Pada tahap ini video rekaman akan tayang di Youtube dan pada tahap akhir ini Yayasan Dialog Islam Garuda sebagai pengelola melakukan evaluasi kepada jemaah. Dengan memberikan pelayanan terbaik atau pun juga menjawab pertanyaan dan kegundahan dari para pendengar. sesuai dengan pelaksanaan dari teori Logic Model (Frechtling, 2007: 10) yang salah satunya yang disebutkan yakni tahap *output* atau penyelesaian.

### **Tantangan Yang Dihadapi Dalam Mengimplementasikan Aplikasi Dialog Islam Sebagai Sarana Dakwah di Era Digital**

Dakwah di era digital tak ayal membuat media dakwah membuka peluang yang sangat besar untuk dimanfaatkan oleh para pelaku dakwah dengan maksud menyebarkan pesan – pesan dakwah keIslaman kepada penikmat dakwah secara luas. Didukung lagi dengan datangnya internet serta didukung lagi dengan kehadiran berbagai opsi platform media sosial, ketika memanfaatkannya dengan baik maka alur komunikasi bisa menggapai cakupan yang luas bahkan global, terlebih lagi jika menggunakan cara ini maka dipastikan tanpa adanya halangan ruang dan waktu (Fakhrurroji, 2019: 62).

Tantangan didominasi dari permasalahan pengguna atau pendengar yang mengeluhkan beberapa hal teknis dan non teknis terkait adanya aplikasi Dialog Islam, lalu muncul tantangan dari segi branding logo dan bagaimana strategi *marketing* yang dijalankan akan aplikasi Dialog Islam semakin banyak dikenal khalayak, lalu dinamika jumlah pendengar kajian dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam, tak serta merta sekedar mempertahankan angka pendengar. Diantaranya tentang jemaah, desain aplikasi dan *marketing*.

*Pertama*, jemaah memiliki latar belakang yang sangat beragam dalam hal pemahaman agama, pendidikan, budaya, dan pengalaman. Ini membuat penyampaian dakwah yang seragam menjadi sulit, karena satu pesan mungkin di tafsirkan dengan cara yang berbeda oleh anggota jemaah yang berbeda. Apalagi di era digital seperti saat ini, penyeragaman penyampaian dakwah melalui aplikasi membuat sedikit fenomena unik terjadi di masyarakat. beberapa jemaah lebih nyaman dengan metode dakwah lama, seperti pengajian langsung, ceramah di masjid, atau majelis taklim. Mereka mungkin merasakan bahwa interaksi tatap muka memberikan dampak yang lebih mendalam dan personal. Ini sedikit menjadi perdebatan karena apa yang diungkapkan jemaah tadi adalah suatu kebenaran.

Dialog Islam memberikan pemahaman bahwa kita harus berkembang, dan apa yang dihadirkan merupakan sebuah kemudahan dalam menuntut ilmu. Dengan memberikan kemudahan penggunaan, kemudahan menikmati dan kemudahan memahami, serta cepatnya mengakses sumber informasi yang bisa diakses siapa saja (Cangara, 2012: 163).

*Kedua*, desain aplikasi memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah aplikasi, termasuk aplikasi Dialog Islam yang bertujuan untuk mendukung dan memfasilitasi dakwah. Tantangan yang berkenaan dengan desain aplikasi ini mencakup berbagai aspek yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna, keterlibatan, dan kepuasan jemaah. Menurut Fakhruroji (2019: 198-215), secara teknis, aktivitas dakwah di media digital dan *mobile apps* bisa diekspresikan melalui berbagai bentuk yang umumnya terbagi dalam lima kategori utama, diantaranya chat islami dan aplikasi islami.

Dialog Islam mempunyai prinsip bahwa yang paling diperhatikan dari aplikasinya yaitu kenyamanan pendengar, dikhawatirkan jika mempertahankan logo aplikasi beserta namanya, di tambah dengan tampilan UI yang tidak maksimal akan berdampak pada kenyamanan pendengar, jika tak segera di atasi dikhawatirkan pendengar akan meninggalkan aplikasi ini secara perlahan. Ini selaras dengan konsep *Perceived Usefulness* (PU), Dialog Islam belajar bahwa kenyamanan dan menarik adalah hal yang penting maka mereka mengevaluasi dan menghasilkan sebuah inovasi, ini sejalan dengan *Perceived Usefulness* (PU) pada

teori TAM. Dialog Islam menghadirkan aplikasi yang bermanfaat, nyaman digunakan dan mudah digunakan agar penggunaanya nyaman dan merasa puas serta dari segi performa aplikasi yang lebih baik bagi Dialog Islam sesuai dengan *Perceived Usefulness* (PU) pada Teori TAM (Davis, F. D. 1986: 319).

*Ketiga*, dalam segi *Marketing* di era digital yang terus berkembang, aplikasi Dialog Islam melihat tantangan yang serius dalam upaya mewujudkan dakwah yang relevan dan bermakna. Salah satu aspek utama dari tantangan ini adalah bagaimana mereka memanfaatkan strategi pemasaran melalui platform seperti Instagram, WhatsApp, dan YouTube.

Setiap harinya, tim Dialog Islam menghadirkan konten yang menarik dan bermakna kepada pengikut mereka di Instagram. Mereka tidak hanya membagikan informasi praktis seperti jadwal shalat, tetapi juga memasukkan kata-kata mutiara yang memotivasi dan menginspirasi. Melalui postingan setiap harinya dan interaksi yang sesuai dengan para jemaah.

Strategi *marketing* yang efektif juga memainkan peran penting. Strategi *marketing* yang jelas dan informatif dapat membantu pengguna memahami fitur dan keunggulan aplikasi Dialog Islam, sehingga meningkatkan persepsi mereka terhadap manfaat yang dapat diperoleh. Pemasaran yang kurang efektif atau tidak tepat sasaran dapat menyebabkan kesalahpahaman atau kurangnya minat dari pengguna potensial.

Dengan melakukan perubahan desain dan strategi *marketing* yang lebih baik, aplikasi Dialog Islam dapat lebih selaras dengan konsep *Perceived Usefulness* dalam teori TAM (Davis, F. D. 1986: 325). Pengguna yang merasa bahwa aplikasi ini mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata akan lebih mungkin menerima dan terus menggunakan aplikasi ini. Perubahan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan tingkat adopsi tetapi juga keberlanjutan penggunaan aplikasi dalam jangka panjang.

### **Hambatan Yang Dihadapi Dalam Mengimplementasikan Aplikasi Dialog Islam Sebagai Sarana Dakwah di Era Digital**

Meskipun aplikasi Dialog Islam memiliki potensi yang besar untuk menyebarkan dakwah secara efektif di era digital, proses pengimplementasiannya tidaklah mudah. Berbagai hambatan muncul dalam berbagai aspek, mulai dari teknis, sosial, hingga kultural. Memahami hambatan-hambatan ini sangat penting untuk mengembangkan strategi yang tepat agar aplikasi ini dapat berfungsi secara optimal dan mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

Termasuk juga inovasi dakwah yang dikemas dalam bentuk digital melalui aplikasi. Kendati demikian, kegiatan dakwah dengan cara ini pun masih memiliki beberapa permasalahan yang mungkin yang perlu diperhitungkan saat dakwah

menggunakan media ini (Rosyidi, 2021: 102) Permasalahan muncul ketika dakwah melalui media akan terasa berbeda feeling-nya dengan dakwah di media lainnya. Disinilah dibutuhkan inisiasi dan mengatasi media digital sebagai media dakwah Islam kepada masyarakat, jadi tidak hanya soal penguasaan medianya saja dan penggunaannya saja, namun perlu kecakapan dari da'i tersebut saat menjalankannya (Thaib, 2019: 40). Hambatan tersebut muncul dengan 2 hal, yakni legalitas dan bug pada aplikasi.

*Pertama*, sebelum aplikasi Dialog Islam lahir ada pendahulunya yaitu aplikasi YDIG. aplikasi YDIG dikerumuni dengan banyak persoalan dan permasalahan teknis yang berkaitan tentang aplikasi YDIG. Maka banyak persoalan muncul mulai dari persoalan kecil hingga persoalan yang cukup rumit, puncaknya pada saat aplikasi YDIG menghilang dari playstore dan appstore. Ini tentu menjadi masalah yang cukup besar, karena ketika aplikasi YDIG tidak tersedia di platform playstore dan appstore akan mengakibatkan penurunan drastis dalam jumlah pengguna yang dapat mengunduh dan menggunakan aplikasi. Ini berpotensi mengurangi jangkauan dakwah yang diinginkan oleh Yayasan Dialog Islam Garuda, karena akses digital merupakan salah satu cara paling efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas di era ini.

Hasil dari evaluasi ini adalah lahirnya aplikasi baru yang lebih baik, yakni aplikasi Dialog Islam yang luncur di tahun 2024. Aplikasi ini tidak hanya memperbaiki kelemahan teknis dan konten yang ada sebelumnya, tetapi juga mengintegrasikan fitur-fitur baru yang meningkatkan nilai tambah bagi pengguna. Dengan tampilan yang baru, lebih modern, dan logo yang merepresentasikan nilai-nilai Dialog Islam dengan jelas, aplikasi ini diharapkan dapat mendapatkan kembali kepercayaan pengguna dan mendorong pertumbuhan pengguna yang lebih signifikan. Tindakan cepat dalam menyediakan pembaruan terbaru yang stabil telah sesuai dengan *Perceived Usefulness* dalam teori TAM (Davis, F. D. 1986: 325).

Pengguna aplikasi akan merasa bahwa aplikasi ini dapat diandalkan dalam mendukung aktivitas dakwah mereka tanpa hambatan teknis yang signifikan. Hal ini sejalan dengan konsep *Perceived Usefulness* dalam teori TAM (Davis, F. D. 1986: 330), di mana pengguna cenderung menerima teknologi yang mereka anggap memberikan manfaat yang nyata dan kinerja yang baik.

*Kedua*, Dialog Islam pastinya ingin memastikan aplikasinya berjalan dengan lancar, namun terkadang ada sesuatu hal yang diluar dugaan dan ekspektasi menjadi salah satu hambatan dalam mengimplementasikan Dialog Islam sebagai sarana dakwah digital. Setelah hilangnya batas ruang dan waktu, di tambah lagi dengan ciri globalisasi yang lain adalah hilangnya perbedaan budaya. Hal ini disebut sebagai fenomena “deteritoralisasi budaya” (Lavery, Dkk, 2021: 135).

Masalah-masalah teknis seperti audio terputus, fitur *live chat* yang tidak dapat digunakan membuat jemaah kesulitan untuk mengakses dan memanfaatkan layanan yang disediakan. Hambatan ini perlu di atasi dengan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa aplikasi dapat berfungsi dengan baik.

Dengan mengatasi hambatan bug secara efektif, Dialog Islam telah menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas, keamanan, dan keandalan aplikasi. Sejalan juga dengan bagaimana Dialog Islam mengatasi permasalahan bug pada aplikasinya. *Perceived Ease of Use* sangat penting dalam menjaga penggunaan aplikasi. Masalah teknis seperti bug yang menyebabkan gangguan dalam penggunaan fitur seperti audio dan *live chat* dapat mengurangi kemudahan penggunaan aplikasi.

Maka tim Dialog Islam melakukan maintenance secara rutin dan menghadirkan *update* aplikasi yang membuat performanya membaik dan nyaman kembali untuk digunakan. Dengan melakukan pemantauan rutin dan perbaikan bug secara teratur, tim Dialog Islam berhasil mengatasi masalah teknis yang mengganggu, seperti audio terputus dan *live chat* yang tidak berfungsi. Perbaikan ini meningkatkan *Perceived Ease of Use*, memungkinkan pengguna untuk mengakses fitur-fitur aplikasi dengan lancar dan tanpa hambatan. Sesuai dengan teori TAM (Wicaksono, R. 2022: 30) khususnya dimensi *Perceived Ease of Use* (PEOU).

## PENUTUP

Pada penelitian penulis tentang peran aplikasi Dialog Islam dalam dakwah di era digital yang dilakukan di Yayasan Dialog Islam Garuda, terdapat beberapa fakta menarik yang teriring dengan dilakukannya penelitian ini, yakni tentang bagaimana proses pelaksanaan dakwah digital melalui sebuah aplikasi, serta menelisik bagaimana hambatan dan tantangan yang menerpa manakala dakwah digital ini berlangsung. Ketiga fakta menarik tersebut memberikan gambaran tentang bagaimana aplikasi dakwah digital yang sudah mulai relevan seperti Dialog Islam di masa ini, aplikasi tersebut dapat digunakan untuk mendukung upaya dakwah dan berinteraksi secara lebih efektif dan menggapai serta meraih audiens lebih banyak lagi.

*Pertama*, proses pelaksanaan dakwah digital melalui aplikasi Dialog Islam mencakup beberapa pelaksanaan seperti tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penyelesaian, pada tahap persiapan terbagi menjadi dua yakni saat Siaran Subuh hanya memerlukan dua sumber daya manusia saja yaitu asatidz dan operator, karena Siaran Subuh dilakukan secara jarak jauh (online). Sementara pada saat Siaran Sore melibatkan lebih banyak lagi sumber daya manusia, alasannya berdasar pada Siaran Sore yang tak hanya *On Air* di aplikasi Dialog

Islam namun juga streaming di platform Youtaziube Dialog Islam. Ditambah lagi pelaksanaannya dilakukan di studio sehingga memerlukan banyak sumber daya, seperti *audioman*, *lighting*, logistik, operator dan asatidz. Semua tahap ini penting dilakukan saat akan melaksanakan dakwah digital saat Siaran Subuh ataupun Siaran Sore. Sehingga kualitas dan keberlangsungan siaran dapat terjamin, maka siaran akan tersampaikan kepada pendengar dengan maksimal tanpa ada gangguan sedikitpun.

*Kedua*, pro kontra terjadi saat menginisiasi metode dakwah yang baru ini, namun Dialog Islam dapat mengatasi dengan memberikan pemahaman yang solutif dan bisa diterima oleh jemaah dan pengguna aplikasi. Beragam tantangan teknis dan non teknis datang silih berganti, seperti pada permasalahan jemaah yang awalnya menentang metode dakwah ini. Mereka menilai bahwa dakwah harus bertemu dan bertatap muka, namun perlahan Dialog Islam merubah stigma itu dan mengarahkan bahwa saat ini dakwah bisa dilakukan dengan menembus ruang dan waktu lewat aplikasi Dialog Islam. Adapun tantangan dari jemaah lainnya seperti beberapa jemaah yang tidak mengerti bagaimana menggunakan aplikasi hingga tidak bisa membuat akun, melihat hal itu Dialog Islam membuka call center yang dapat membantu kebingungan para jemaah. Lalu tantangan selanjutnya mengenai desain aplikasi yang terasa membosankan dan dianggap tertinggal, dan beberapa jemaah mengeluhkan fitur – fitur di aplikasi yang kurang maksimal, melihat hal ini Dialog Islam menginisiasi dengan mendesain aplikasi dengan tampilan yang baru, mulai dari logo, nama hingga tampilan pada aplikasi yang lebih mudah dan nyaman digunakan oleh penggunanya. Dan yang terakhir mengenai strategi marketing aplikasi Dialog Islam yang dirasa kurang maksimal sehingga kurang dikenal dikhalayak masyarakat luas, melihat ini Dialog Islam bergegas dengan secara masif melakukan promosi diberbagai media, seperti dia Whatsapp, Youtube dan Instagram. Lewat strategi pemasaran yang efektif menghasilkan perubahan yang signifikan. Kini aplikasi Dialog Islam lebih dikenal dan masyarakat yang menjadi tahu keberadaan aplikasi dakwah ini.

*Ketiga*, hambatan proses sebuah aplikasi bisa tumbuh lebih besar lagi, karena aplikasi Dialog Islam dapat belajar untuk mencari jalan keluar yang tepat dan cepat. Layaknya yang terjadi pada beberapa waktu yang lalu ketika aplikasi Dialog Islam diterpa masalah legalitas yang membuat aplikasi versi pertama mereka hilang dari playstore dan appstore, setelah dianalisi alasan aplikasi ini di takedown karena banyaknya bug pada aplikasi dan melanggar pedoman komunitas. Melihat hambatan yang cukup serius ini, Dialog Islam bergegas mencari jalan keluar dan hasilnya mereka membuat aplikasi Dialog Islam versi terbaru pada Maret 2024, dengan membuat aplikasi yang lebih baik dari versi sebelumnya dan terhindar untuk di takedown dari market. Hambatan yang kedua yakni terkait bug yang sering dialami dan dikeluhkan oleh pengguna saat



menggunakan aplikasi ini, seperti audio terputus dan live chat yang tidak dapat digunakan. Karena itu kini Dialog Islam sering melakukan maintenance pada aplikasinya agar memperkecil kemungkinan bug terjadi lagi, serta membuka call center via whatsapp dengan tujuan sebagai tempat bagi jemaah untuk melapor terkait kendala yang dialami oleh pengguna, setelah menerima laporan maka tim Dialog Islam akan menelusuri dan memperbaiki permasalahan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. A. (2017). Ilmu dakwah. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Bachtiar, W. (1997). Metode penelitian ilmu dakwah. Jakarta, Indonesia: Logos.
- Cangara, H. (2008). Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Charismanto. (2022). Strategi dakwah digital di era milenial: Studi kasus aktivitas dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar. Unpublished manuscript, UIN Sunan Kalijaga.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fajar, I. (2021). Optimalisasi dakwah media sosial di kalangan mahasiswa di masa pandemi dalam dimensi globalisasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 20–30.
- Fakhrurroji, M. (2019). Dakwah di era media baru: Teori dan aktivisme dakwah di internet. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Frechtling, J. A. (2007). Logic modeling methods in program evaluation. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Hanif, et al. (2022). Digitalisasi dakwah Islam pondok pesantren salaf. *Jurnal Tabligh*, 7(1), 3–5.
- Jasuri. (2019). Penguatan desain dakwah masjid di era milenial melalui Android. Unpublished manuscript, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. C. (2013). Pengantar teknologi informasi. Yogyakarta, Indonesia: CV. Andi Offset.
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2014). Software engineering: A practitioner's approach (Ed.). New York, NY: 2 Penn Plaza.
- Rijal, M. (2023). Strategi dakwah di media sosial YouTube: Studi deskriptif program siaran On Air Sore pada akun YouTube Dialog Islam TV. Unpublished manuscript, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- Rosyidi, I., & Mukarom, Z. (2021). Social media da'wah literacy on the West Java saber hoaks program. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(1), 81–102.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu dakwah*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Sutisna, D. (2023). Penguatan tujuan pendidikan Islam berlandaskan kepada tujuan hidup manusia. *Islamic Education Journal*, 5(1), 175–189.
- Syamsir, T. (2014). *Organisasi & manajemen (perilaku, struktur, budaya & perubahan organisasi)*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Thaib, E. J. (2019). Problems of da'wah in social media in Gorontalo city communities. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13(1), 37–53.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori dasar technology acceptance model*. Jakarta, Indonesia: Prestasi Pustaka.