

STRATEGI DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL

Anugrah

anugrahaan794@gmail.com

Fatwafahreza

fatwafahreza62@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas seni manajemen media sosial Ustadz Dasad Latif. Adapun dari penelitian yaitu untuk mengetahui rencana tersebut. Dan bentuk dakwah Islam yang bisa dilakukan melalui media sosial (daring). Dakwah artinya cara lain untuk merujuk tentang amar makruf. Dengan menggunakan kebijaksanaan untuk melakukan kejahatan tanpa terlebih dahulu mendapatkan kebahagiaan materi, dan lain sebagainya. Minat terhadap media sosial (daring) sedang semakin meningkat terutama di Indonesia yang merupakan para penerbit menggunakan akun media umum. media sosial (online) menjadi sarana pemberitaan Injil. Itu sebabnya milenial jaman sekarang sangat menyukai media sosial. Penerbit serta profesional media umum mengetahui bahwa media sosial merupakan kekuatan yang kuat untuk membentuk konten serta iklan akhir-akhir ini. Saatnya audiovisual membuat kabar yang baik di jejaring sosial dan juga sangat berguna bagi masyarakat yang menggunakan jejaring sosial karena mereka berada di jejaring sosial dan membuat hidup lebih baik bagi mereka yang ingin mendengarkan panggilan, mereka membutuhkan tempat untuk mendengarkan panggilan atau kapanpun itu.

Kata kunci : Strategi, Dakwah, Media Sosial

Abstract

This journal discusses Ustaz Das'ad Latif's Da'wah Strategy on Social Media. Purpose This study aims to clarify and understand the plan, as well as forms of Islamic da'wah that can be done through social media (online). Da'wah is another way of referring to Islamic teachings about good and forbidding, use wisdom to do bad things without coercion to gain worldly happiness, etc. Interest in social media (online) is growing, especially in Indonesia, which means publishers use social media accounts. social media (online) as a means of preaching the Gospel. This is why Millennials use and like social media Publishers and social networks are aware that social media is a tremendous force for creating content and raising awareness in this era. It's time for audiovisuals. Sharing good news on social networks and is very useful for people who use social networks because they are with them Social media makes life easier for those who want to listen to Da'wah they need a place to listen to Da'wah anywhere, anytime and anyone.

Keywords: Strategy, Da'wah, Social Media

A. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim, baik itu umat muslim laki-laki dan umat muslim perempuan. Tujuannya berguna merubah perilaku manusia didasarkan pemahaman dan sikap yang benar. Berawal dari hadirnya nabi Mumammad saw. Yang diutus Allah.SWT ke muka bumi untuk menyempurnakan akhlak manusia.

Kegiatan dakwah dianggap tidak efektif di media sosial begitu sempit. Masyarakat hanya menganga menduga bahwasanya dakwah hanyalah kegiatan diatas mimbar dengan menyampaikan nasehat dan pesan-pesan kebaikan saja. Lebih jauh dari itu, sepertinya telah terdoktrin di dalam hati dan juga pikiran mereka sebagai umat islam yang menganggap bahwa kegiatan dakwah ini hanyalah kegiatan bagi kyai, ustadz, da' l dan mubaliq. (Adisaputo, Sutamaji. 2021: 2)

Di zaman ini, semua aktifitas yang dulunya dikerjakan hanya secara manual saja kini mulai beralih ke zaman teknologi. Begitupun dengan penyebaran dakwah, yang dulunya hanya tatap muka, kini karena dengan adanya perkembangan teknologi khususnya teknologi dan informasi. Dengan hadirnya sarana teknologi ini semua kegiatan yang dilakukan secara rumit akan terasa lebih mudan dan lancar. Oleh karena itu mengapa netizen saat ini sudah mulai mengalihkan kehidupan berbasis teknologi, seperti media sosial.

Dakwah Islam biasanya masih melaksanakan kegiatan dakwah di media sosial yang konvensional. Pengembangan teknologi, aktivitas dakwah juga perlu memanfaatkan perkembangan teknologi dan perubahan zaman. Hal ini dapat dikatakan sebagai strategi dalam berdakwah supaya kegiatan dakwah Islam tetap eksis dalam kesenangan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian keputusan yang menggunakan jenis penelitian kualitatif yang pada umumnya tidak langsung turun kelapangan dalam mencari sumber datanya. dan penelitian ini berfokus kepada strategi dakwah ustadz Das'ad Latif.

C. PEMBAHASAN

1. Penjelasan istilah
 - a. Strategi

Didalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), strategi ini juga bisa diartikan sebagai berikut: Rencanakan kegiatan dengan hati-hati untuk mencapai tujuan tertentu. Kebaikan Kata strategi berasal dari kata Yunani "strategos" yang berarti "strategos". "Jenderal" dalam demokrasi Athena. kamu piker Terminologi menggambarkan proses umum yang terlibat Pikirkan, rencanakan, dan ambil tindakan tepat waktu Kadang-kadang

Secara etimologis, strategi ini berasal dari kata Yunani yaitu "strategos". yang artinya "pemimpin militer" selama demokrasi Athena. Kapan Kata "Strategi" mengacu pada proses kompleks yang terlibat. dan implementasi ide, rencana dan kegiatan. (Masitoh Dewi, 2009: 37)

Strategi adalah siasat yang digunakan oleh da'i guna memenuhi tujuan panggilan sehingga panggilan berhasil, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan apa yang diutus Nabi. Selain itu, dapat menghalang rintangan atau rintangan musuh. Islam, apakah tantangan itu datang dari setan atau dari manusia itu sendiri persis lingkaran gila atau sesuatu.

Ada berbagai jenis rencana, yang digunakan yaitu rencana komersial dan non-komersial, Keuntungan kerap kali tertarik pada keuntungan atau keuntungan. Meskipun nilai-nilai yang tidak berguna. Terdapat beberapa jenis inisiatif nirlaba, khususnya di sektor pendidikan anantara lain yaitu :

1. Perencanaan dinamis, perencanaan ini dicapai melalui pemrograman dan menggambarkan proses atau perilaku yang dilanggar halangan, halangan atau ketakutan untuk mendapatkan yang terbaik berprestasi memisahkan.

2. Perencanaan untuk perubahan, perencanaan ini dilakukan dengan cara membuat rencana dan merencanakan suatu proses atau pekerjaan (perilaku) dengan cara tertentu. secara budaya arus utama.
3. Rencana keselamatan, rencana ini sedang dilaksanakan membuat rencana dan mengatur proses atau tindakan (tindakan) untuk mempertahankan atau mencapai tingkat tinggi melihat.
4. Persaingan, strategi ini dicapai dengan merencanakan dan mengorganisasikan suatu proses atau tindakan (perilaku) untuk dilaksanakan. melakukannya dengan baik dengan non-profit lainnya Level dan level yang sama dengan alat.
5. Perencanaan baru, perencanaan ini digunakan dengan maksud tujuan untuk perencanaan unit organisasi atau praktik (perilaku). Itulah mengapa nirlaba adalah pelopor inovasi. dalam hal manajemen, terutama yang berkaitan dengan fungsi penting mereka seperti kompleksitas atau kreativitas.
6. Strategi diversifikasi, strategi ini dilaksanakan dengan membuat sebuah program, program dan klasifikasi atau tindakan (actions) berbeda dengan rencana sebelumnya atau berbeda kebijakan yang menguntungkan dan menggunakan kelompok lain di sektor tersebut penyelenggaraan dan penyediaan serta penyelenggaraan pelayanan public perkembangan.
7. Tindakan preventif, rencana ini dilakukan dengan bekerja, bekerja dan mengatur situasi atau tindakan (perilaku) memperbaiki dan memperbaiki kesalahan atau Dia ditugaskan oleh agen swasta atau berpangkat tinggi.

Tujuan dari deskripsi kualitatif dari hasil atau situasi adalah untuk mengetahui apa yang akan terjadi dimasa depan. Tujuan dari rencana ini adalah menentukan tujuan atau sasaran masa depan dari perusahaan/organisasi. Sebelum melaksanakan rencana ini, dibutuhkan banyak hal Langkah yang dilakukan agar rencana ini tidak sia-sia, terlebih dahulu harus melaksanakan pengelolaan lingkungan, pembuatan rencana kedua, pelaksanaan rencana ketiga dan akhirnya - penelitian dan manajemen Paling tidak, banyak hal yang lebih penting yang terlibat.

Terlebih dahulu kita harus merencanakan dimana seseorang membutuhkan strategi, jika kita ingin menjelaskan bagaimana strategi tersebut berjalan. Rencana, ringkasan, dan template SWOT merupakan singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities (peluang), Ketakutan (ketakutan) Kekuatan dan Kelemahan dan pertemuan di mana peluang dan ketakutan itu penting lingkungan yang dihadapi oleh suatu organisasi, perusahaan atau bisnis.

b. Dakwah

Kata dakwah berasal dari akar kata da'a, yad'u, da'wah. seperti Fuwahan mindinak wa al rajul yang berarti dia mencoba datang kepadaku sebagai penjahat Ini mengacu pada daii, atau mereka yang mempromosikan agama ataupun agama mereka. Warnai itu. Selain kata dakwah, ada banyak kata yang mirip atau hampir sama. Sebagai Dawa, diantaranya adalah Taburi, Kansur, Thalbiya, Tabsir, Namun, jika kita mempelajari bahasa Tajkir dengan begitu cermat, maka kita akan menemukan di antara kata-kata di atas

Penggunaan terbatas di area tertentu. kata itu ada Artinya peringatan tentang azab yang pedih (tandil) dan juga Janji Allah (tabsir)

Dakwah memperkenalkan banyak teknik dengan jelaskan kegiatan da'i dengan baik. Namun, juga penjelasan tentang struktur dakwah diperlukan untuk membantu kita lebih memahami seruan didalam Islam. Adapun macam-macam dakwah antara lain sebagai berikut ini :

1. Mauiza menasihati (orang) sesuatu dengan menjelaskan Ajaran Islam itu ringkas, sederhana dan pedih.
2. Tazkir adalah cara berdakwah dengan memberikan peringatan mendapatkan kekuatan
3. Tabligh harus mengajarkan orang-orang ajaran Islam menaati drngan usaha menyampaikan dakwah.
4. Talim dan pendidikan. Talim (pengajaran) memberikan ilmu tempat dimana Tarbiya (pengajaran) mengajarnya pengetahuan yang diajarkan kepada mereka membantu mereka untuk memahami lebih baik dan sifat aqidah dan syariah.
5. Targhib dan Tabsir adalah upaya mendorong manusia untuk berbuat kebaikan Saleh bercerita tentang penghargaan yang akhirnya akan diterimanya.
6. Khotbah adalah percakapan satu lawan satu dalam jemaat agar mereka dapat memberikan jiwa mereka dan mengambilnya mereka bertentangan dengan semua moral dan moral tertentu.

Dakwah merupakan suatu kebajikan dan nakhil-mungkar bila niat adalah islamisasi umat, umat dan kehidupan umat. Tujuan adalah kata yang berguna, keinginan untuk mengarahkan kepada organisasi untuk mendapatkan hasil dari pekerjaan yang dilakukan di dalam tidak ada pekerjaan. Padahal, tujuan panggilan ini adalah mendidik Islam adalah tentang manusia itu sendiri, yaitu apa yang dimiliki manusia karakter iman, ibadah dan akhlak yang tinggi.

c. Srtategi dakwah

Strategi dakwah merupakan metode tambahan yang terkait dengan ekspresi ide atau pemikiran, ide dan realisasi acara.

Kepentingan strategis perekrutan tergantung pada pencapaian tujuannya. Tujuannya adalah untuk mencapai hasil yang diinginkan. memfokus perhatian kepada perekrut yang harus diarahkan ke organisasi panggilan karena keberhasilan atau kegagalan fungsi panggilan ditentukan berdasarkan prinsip panggilan itu sendiri. Oleh karena itu, proses rekrutmen Makro dan mikro memiliki dua fungsi, yaitu antara lain sebagai berikut ini :

- a. Mengumumkan pesan panggilan, mengakui bahwa belajar adalah terus menerus dan bertujuan untuk mendapatkan hasil yang baik.
- b. Mengumpulkan "perpecahan budaya" karena kemudahan akses dan media dengan mudah bekerja keras yaitu. jika tidak dikontrol maka akan merusak nilai dan prinsip agama dan budaya.

Percakapan ini begitu sederhana, namun kita mungkin mengharapkan dapat menginspirasi penelepon dan pengkhotbah masa depan, sekarang atau akan melakukan panggilan secara luas, karena melakukan lebih banyak. Jika kita sudah mengetahui dan memahami rencana kegilaan, dan mengetahuinya dan perasaan yang kita inginkan dari

mereka, cara yang dapat kita pilih yaitu penginjilan karena berhubungan dengan media yang akan kita gunakan. Bagaimana kita menyampaikan pesan dakwah hari ini? kita dapat menggunakan salah satu dari dua perintah di bawah ini yaitu :

- a) Tatap muka Saat pengiriman membutuhkan pengembalian segera (immediate menanggapi). Lihat sendiri dan cari tahu apakah Orang-orang mendengarkan kita dan mengerti apa yang kita katakan. Jadi umpan balik selalu menarik. Kelemahan bodoh bisa diubah perilakunya selama dia bisa berkomunikasi dengannya.
- b) Menerapkannya melalui media. Biasanya digunakan untuk jejaring media sosial. Kelemahan ini tidak dapat diterima karena manfaatnya bisa gila-gilaan terhadap uang. Manfaat lainnya yaitu orang dapat mendengarkan panggilan yang mereka inginkan dari mana saja siapa saja dan semua orang yang tidak ada hubungannya dengan perilaku manusia.

Ada tujuan tips menyampaikan dakwah di social media yang bermanfaat untuk diri kita dan orang lain:

1. Kita selalu mengingat Allah SWT dimana pun kita berada. Ketika kita berdakwah di social media kita juga harus mendekatkan diri kepada Allah, sesibuk apapun kita bersosial media, harus mengingat Allah. Selain itu kita juga menjalankan hubungan sesama manusia.
2. Mengetahui apa yang disukai oleh pendengar, karena jika kita sudah mengetahui apa yang disukai oleh masyarakat maka pesan dakwah yang kita sampaikan itu akan mudah diterima oleh pendengar dakwah
3. Dakwah yang ingin disampaikan itu jelas. Sehingga masyarakat itu tidak menerima informasi yang hoax
4. Memperbanyak literasi. Karena dengan banyak orang yang mengetahui kita maka kemungkinan dakwah kita sampaikan itu akan didengarkan dan di share.
5. Memperbanyak membaca. Ustaz harus memperdalam ilmu pengetahuan karena ketika ditanya oleh jamaa'h tidak asal bicara
6. Berdakwalah dari keluarga.
7. Banyak bersabar. Orang yang menyampaikan dakwah itu banyak tantangan

d. Media social

Di era milenial seperti saat ini, media sosial memberikan dampak yang sangat besar terhadap perilaku masyarakat. Jejaring sosial telah menjadi cara untuk mengirimkan informasi, informasi dan menjadi ruang budaya baru, pada titik tertentu dapat menjadi penentu perubahan budaya di masyarakat. Padahal, penggunaan jejaring sosial menghubungkan banyak aspek kehidupan, transmisi dan akses ke informasi, berita atau topik yang berkaitan dengan kehidupan, makanan, perjalanan, hiburan, media, dll. Sejalan dengan semakin berkembangnya media sosial, kehadiran media sosial membuat masyarakat semakin sadar akan teknologi dan mereka yang belum mengetahui tentang media sosial dan perilaku. Hal ini disebabkan oleh kurangnya konten yang disajikan dalam jejaring sosial yang baik untuk dipahami dan informasi yang bermanfaat, selain itu kompleksitas jejaring sosial tidak dibatasi oleh usia atau lokasi penggunaannya, seperti Internet, jaringan dan aplikasi, mendukungnya.

Semua kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga lansia dapat mengakses media sosial di mana pun mereka berada. Pesan yang dikirim ke jejaring sosial yang berbeda adalah salah satu sumber masalah, jika kita tidak memilih untuk menggunakan jejaring sosial terlebih dahulu, terkadang pesan yang salah pun dapat muncul di atas satu sama lain atau di garis waktu jejaring sosial. Oleh karena itu, dakwah masuk ke masyarakat melalui jejaring sosial yang banyak dimiliki masyarakat saat ini, dengan tujuan mengajak mereka memanfaatkan jejaring sosial sebagai wadah untuk berzikir kebaikan, berbagi ilmu yang bermanfaat dan memberikan informasi lainnya yang bermanfaat.

Media sosial merupakan platform online yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling populer yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia.

Jejaring sosial adalah situs di mana setiap orang dapat membuat situs mereka sendiri. halaman pribadi dan mengobrol dengan teman untuk berbagi informasi komunikasi. Jejaring sosial utama termasuk Facebook, Myspace dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media teks dan media audiovisual, kemudian jejaring sosial menggunakan internet. Media sosial mengundang semua orang Tertarik untuk berpartisipasi dengan menyumbang dan meninggalkan ulasan temukan, komentari, dan bagikan informasi saat merekam tak terbatas. Ketika teknologi internet dan seluler menjadi lebih populer, media social meningkat pesat.

Sekarang Anda memiliki Facebook atau Twitter misalnya, dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja dengan menggunakannya telepon genggam. Ini adalah bagaimana orang dapat mengakses media social Jangan ditunda oleh media saja negara maju di Indonesia. Karena kecepatan jejaring social juga mulai muncul ide tentang peran jejaring sosial dan biar diketahui. Pesatnya perkembangan jejaring sosial kini tersedia untuk semua orang misalnya,

hak untuk mengakses media Anda sendiri. Jika Anda memiliki media tradisional misalnya Televisi, radio, atau surat kabar membutuhkan banyak uang dan banyak pekerjaan banyak, jadi berbeda dengan iklan. Pengguna jejaring sosial bisa menggunakan jejaring sosial dan jaringan internet, bahkan itu bahkan mudah didapat, tanpa banyak uang, tanpa peralatan mahal untuk melakukannya saja tanpa karyawan. Sebagai pengguna jejaring sosial, kita dapat mengedit, menambah, memodifikasi teks, gambar, video, grafik, dll. (Ayu, 2015:4)

Media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pesan ini tidak dikirim ke satu orang, tetapi bisa yang berbeda, seperti SMS atau email
- b. Informasi ditransmisikan secara bebas, tanpa campur tangan dari gatekeeper
- c. Pesan terkirim lebih cepat dibandingkan media lain
- d. Penerima pesan menentukan durasi hubungan.

Strategi media sosial. Jejaring sosial melakukan banyak fungsi, seperti:

- a. Media sosial adalah lingkungan yang dirancang untuk pertumbuhan interaksi sosial melalui penggunaan internet dan bentuk lainnya seperti

internet.

- b. Media sosial telah berhasil mengubah perilaku komunikasi Iklan satu sisi beralih dari satu biro iklan ke banyak biro iklan. interpersonal ("satu-ke-banyak") dan perilaku komunikatif antara beberapa audiens ("banyak-ke-banyak")
- c. Media sosial mendukung demokrasi dan informasi. Mengubah orang menjadi pengguna konten menjadi pencipta pesan itu sendiri. (Azmil, 2019: 39)

2. Biografi ustadz Das'ad Latief

Ustadz Dr. H. Das'ad Latief S. Sos., S.Ag., M.si., Ph.D adalah seorang pengkhotbah yang aktif disosial media, dari sekolah ke sekolah dan dari televisi ke media sosial. Pesannya menginspirasi dan memungkinkan pendengarnya untuk menerima pesan Islam dengan damai. Selain memberikan tausiyah kepada umat Islam yang aktif, Ustadz Das'ad Latief adalah dosen dan peneliti di Universitas Hasanudin dengan karya ilmiah dan sosial yang menonjol. Lahir di Makassar pada 21 Desember 1973, Ustadz Das'ad Latief lulus dari Jurusan Komunikasi. Studinya dilakukan di dua tempat sekaligus, yakni Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudin di Jurusan Hukum Islam dan Universitas Hasanudin di Jurusan Ilmu Komunikasi.

Ustadz Das'ad menyelesaikan gelar masternya di universitas yang sama di bidang komunikasi. Pentingnya studinya ditunjukkan dengan gelar doktornya dari Universitas Nasional Malaysia dalam studi komunikasi dan gelar doktor keduanya di Universitas Islam Makassar di jurusan Syariah. Cara dakwahnya yang sederhana dan santai membuat ustadz Das'ad Latief dikenal masyarakat. Kajian agama di saluran TV nasional seperti TVOne, SCTV dan saluran TV daerah seperti TVRI Makassar dan radio di Makassar. Ia juga aktif memberikan ceramah luring di Masjid Sunda Kelapa Jakarta, sebagai konsultan Majelis Taklim Wanita IWABA dan pembimbing Haji dan Umrah. Ustadz Das'ad Latief juga mengajar di berbagai sekolah seperti STIKOM FAJAR Makassar, STIE AMKOP Makassar, Makassar Islamic University, STIM NITRO Fajar Makassar, Makassar East Indonesia University na Faculty of Communication Science and ghorō CEO nke PT. Gelora Indah Perdana, Hajj gbakwunyere Umrah.

3. Kunci dakwah ustadz Das'ad Latief di media sosial

Sebagai seorang pendakwah, Ustaz Das'ad Latief membagikan kunci penginjilan sebagai bagian dari rencananya, termasuk di media sosial. Secara umum, ada lima kunci dakwah ustaz das'ad Latief:

- a. Harus memiliki tujuan yang jelas. Memiliki tujuan dakwah yang jelas, maka da'i atau pengurus organisasi Islam seperti Muhammadiyah akan lebih terarah, memilih jalan dan jalan yang jelas dan kasat mata hingga sampai pada tujuannya.
- b. Kebutuhan akan pengetahuan. Pengetahuan sangat penting dalam profesi dakwah, terutama sebagai dai harus banyak akan pengetahuan, karena yang diasampaikan akan diminta pertanggung jawabannya.
- c. Hubungan. Komunikasi atau kerjasama itu penting, terutama di saat krisis. Sekarang kita membutuhkan talenta yang berbeda untuk saling melengkapi dan mendukung.
- d. Bernafas dalam-dalam. Seorang pengkhotbah harus menarik napas dalam-dalam. Artinya memiliki tujuan, semangat, ketekunan, kesabaran dan tidak mudah menyerah. Panggilan itu tidak selalu mudah, ada banyak masalah.

Kemudian dia menghela nafas untuk terakhir kalinya.

- e. Perencanaan. Mengartikulasikan nilai membutuhkan pemahaman yang berbeda untuk lebih memahami peta sosial dan psikologis pemain. Ini termasuk strategi komunikasi. Tanpa sebuah rencana, panggilan kita bisa berbahaya jika tidak diterima atau jika bertemu dengan penolakan atau penolakan.

Era media menjadi tantangan baru bagi penerbit. Milenial menyukai masyarakat digital yang baik dan siap diisi dengan konten berkualitas tinggi.

D. PENUTUP

Media sosial merupakan situs jaringan internet yang menghubungkan ke seluruh dunia, dengan adanya media social dapat mendengarkan ceramah dimana pun dan kapanpun. Di sosial media bagus dan sangat berguna mereka adalah pekerja media sosial karena adanya media rekrutmen dan jejaring sosial mereka tidak memblokir mendengarkan panggilan apa pun yang mereka inginkan, mereka dapat mendengarkan di mana dakwah dimanapun, kapanpun dan siapapun. Tentang peralatan yang anda butuhkan secara cepat tanpa mereka membeli buku atau datang ke ruang baca. Terlepas dari keuntungan memberitakan Injil di Media Sosial ada juga perasaan negatif, perasaan negatif yang tidak selalu hadir intinya ada sumber yang jelas, itulah sebabnya semuanya bermain di jejaring sosial, dan pengguna internet akan dapat mencari Indikasi yang jelas bahwa mereka mendengar panggilan itu.

Juga juga apa yang di sebut dan jejaring sosial selalu dihormati saat ini perkembangan waktu meningkatkan kecanggihan dan sifat uap pengkhotbah muda dan pengetahuan mereka yang luar biasa banyak anak muda suka mendengarkan panggilan ini buku. Sejak saat itu, mudah untuk mendengarkan panggilan di jejaring sosial, dan kami sekarang diinginkan Berhati-hatilah dan perhatikan ketika Anda mendengarkan berbagai hal yang kami tawarkan. memahami bahwa kita bisa mendapatkan efek positif dari Kemajuan teknologi semakin canggih

DAFTAR PUSTAKA

- Sony Eko Adisaputo, Sutamaji. Strategi dakwah dalam media social. 2021
- Masitoh & Laksmi Dewi, "Strategi Pembelajaran". Jakarta: DEPAG RI, 2009
- H.Hadari Nawawi, "Manajemen Startegik :Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi Di Bidang Pendidikan". Yogyakarta : Gajah Mada University Press, Cetakan ke 2, 2003
- David Hunger, dkk, "Manajemen Strategis". Yogyakarta: Andi, 2003
- Sondang P. Siagian, "Manajemen Strategik". Jakarta: Bumi Aksara, 2000
- Firdaus, Panji- Panji Dakwah. Jakarta : CV. Pedoman Ilmu Jaya, 1991
- Abdul Basit, Filsafat Dakwah. Depok: Rajawali Pers, 2017