

Meningkatkan Pemahaman dan Mengetahui Islam Lebih Dekat melalui Bahasa Dakwah dalam Bingkai Digital

Sartika Dewi Harahap¹, Siti Rahma Harahap²

STAIN Mandailing Natal

sartikahrp12@gmail.com¹, sitirahmahrp@stain-madina.ac.id²

Kilas Artikel

Volume 1 Nomor 2
June 2023

Article History

Submission: 22-05-2023

Revised: 29-05-2023

Accepted: 29-05-2023

Published: 05-05-2023

Kata Kunci:

Bahasa dakwah, digital, media youtube, islam lebih dekat

Keywords:

The language of da'wah, digital, YouTube media, Islam is closer



Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstrak

Pengguna internet di dunia terkhusus di Negara Indonesia didominasi oleh kaum Milenial. Pencarian jati diri bahkan ilmu agama yang amat krusial menjadikan milenial memilih internet sebagai sumber ilmu yang diminati saat ini. Seorang pendakwah melalui officialnya menyebarkan dakwah mereka melalui beberapa media social yang dianggap dekat dengan seluruh lapisan masyarakat. Youtube menjadi salah satu media social yang diminati banyak penonton dari kalangan milenial yang tidak dapat terbendung dewasa ini. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memaparkan sisi bahasa dakwah dalam bingkai digital yakni melihat fenomena youtube sebagai media social penyampai pesan dakwah untuk lebih mengenal islam. Bahasa dalam arti luas merupakan sebuah mediator tersampainya pesan dari pembicara kepada pendengar. Informasi yang sampai bisa jadi penuh, setengah atau bahkan hilang. Tapi untuk alasan apapun penyampaian pesan dakwah islami tidak bisa dipandang sebelah mata. Terutama dalam bingkai digital yang penyebarannya bagaikan virus. Kalangan milenial harus mendapatkan informasi yang penuh agar mampu mengenal islam lebih dekat dan mampu menerapkannya dalam bahasa dan kebiasaan yang tepat pada kehidupannya.

Abstract

Internet users around the world, especially in Indonesia, are dominated by Millennials. The search for identity and even religious knowledge, which is crucial, has made millennials choose the internet as a source of knowledge that is currently in demand. A preacher, through his official channels, spreads his da'wah through several social media platforms that are considered close to all levels of society. Youtube is one of the social media platforms that is in great demand by many millennial viewers who cannot be stopped today. This community service aims to explain the language of da'wah in a digital frame, which sees the YouTube phenomenon as a social media that conveys da'wah messages to get to know Islam better. Language, in a broad sense, is a mediator for conveying messages from speakers to listeners. The information that arrives can be full, half-full, or even lost. But for whatever reason, the delivery of Islamic da'wah messages cannot be underestimated. Especially in a digital frame that spreads like a virus. Millennials must get full information so they can get to know Islam more closely and be able to apply it in the right language and habits in their lives.

1. PENDAHULUAN

Dakwah dalam tatanan kehidupan dimasyarakat merupakan media yang diharapkan mampu membina, mengarahkan, mengubah, dan membentuk pola pikir sesuai kebenaran kepada manusia. Dakwah lebih sering diartikan secara sempit dengan kata mengajak. (Sirajudin, 2014). Isi dari dakwah sendiri adalah ajakan kepada kebaikan yang dikemas dalam nuansa agama. Agama islam adalah agama '*rahmatan lil alamin*' atau rahmat dan rasa kasih sayang dari Allah sang pencipta kepada makhluknya. Usaha yang dilalukan para ulama atau orang baik dilingkungan masyarakat berguna sekali untuk memberi pencerahan dan mengubah paradigma negatif menjadi positif menuju islam '*kaffah*'.

Kegiatan dakwah sering kali disematkan kepada pendakwah atau lebih sering dikenal dengan ulama, kyai atau ustadz. Padahal sesuai dengan perintah Allah SWT, dakwah adalah tugas utama manusia sebagai khalifah dimuka bumi. Siapa dan apapun profesi ataupun latar belakang keilmuannya, '*sampaikanlah walau hanya satu ayat*', agar pesan dakwah dapat sampai kepada masyarakat luas. Media mimbar menjadi tempat tersampainya dakwah konvensional dari masa ke masa sampai saat ini. Namun di Era digital dakwah konvensional tidak lagi mumpuni untuk menyentuh hati seluruh lapisan masyarakat. Utamanya dari kalangan milenial yang lebih dekat dengan digitalisasi. (Khoiruddin dalam Rustandi, 2020)

Pengembangan strategi dakwah dari konvensional berupa mimbar saja namun kini telah bermetamorfosa menjadi lebih canggih dan proses penyebaran yang amat sangat cepat. Dicatat dari masalah saat ini yang sedang viral dimana sebuah pondok pesantren bernama Al Zaytun di Indramayu Jawa Barat. Pada video yang diunggah di beberapa platform online memberikan informasi bagaimana keadaan pro dan kontra dengan konsep pendidikan agama islam didalamnya. Tidak dapat dipungkiri dampak dari penyebaran kejadian disana banyak asumsi masyarakat jadi simpang siur. Hal ini menjadi viral setelah beberapa pejabat pemerintah terkait dalam hal ini dari Kementerian Agama Republik Indonesia dalam rangka mengklarifikasi hal-hal yang dianggap membuat polemic dimasyarakat. Hal lain juga tidak kalah menarik perhatian kita sebagai penonton manakala para ulama memberikan tanggapan mereka dan juga diunggah di platform online secara bersamaan. Untuk itu perlu sangat diperhatikan penggunaan bahasa bijak agar mampu menciptakan suasana yang kondusif dilingkungan masyarakat pendengar.

Menurut Sudaryono dalam Juriana (2018) pernah menuliskan hal-hal terkait dengan filosofi sebuah bahasa. Bahasa diartikan sebagai sebuah mediator penyampai pesan dalam sebuah komunikasi lisan dan tulisan. Bahasa sendiri kadang bersifat tepat dan efektif tergantung penuturnya. Ada pula kesalahpahaman yang dapat tercipta dari salahnya penyampaian pesan melalui bahasa yang disampaikan dalam komunikasi antar manusia. Disisi lain seperti yang disampaikan oleh Lederer (2010:45) dalam bukunya *The Miracle of Language* dalam Juriana (2018) bahwa bahasa juga merupakan asset penting dalam kehidupan manusia yang mampu merubah pola pikir dan tingkah laku pendengar. Maknanya bahasa sangatlah penting untuk menunjang tersampainya pesan dalam sebuah komunikasi, baik langsung maupun tidak langsung mapun lisan dan tulisan. Hal ini sangat erat kaitannya dengan pesan dalam dakwah dari pemberi pesan maupun yang akan dipahami oleh pendengar pesan tersebut. Bahasa dapat disampaikan pula dari orang tepat dan memiliki kapasitas akan suatu keilmuan. Pesan dari zaman Rasulullah SAW sampai saat ini akan tersampaikan dengan lugas dan tepat jika disampaikan dengan gaya dan metode yang tepat pada zamannya pula.

Internet sebagai sebuah teknologi yang mampu menyebar luar bak virus dan tidak lagi terpisahkan dari kehidupan manusia dewasa ini (Ummah, 2020). Kecanggihan alat

komunikasi dan teknologi tidak bisa pula terlepas dari bahasa. Bahasa yang digunakan baik bahasa yang ditampilkan pada halaman depan sebagai identitas video pada youtube, juga yang digunakan oleh penyampai pesan dakwah tersebut. Tidak semua orang yang menikmati video tersebut memiliki pemahaman yang luas terutama dalam menerima informasi yang disajikan dalam tontonan tersebut. Fenomena seperti ini juga sering memunculkan informasi yang salah, keliru, ujaran kebencian yang lebih dikenal dengan istilah 'Hoax dan Hate Speech' (Nazaruddin & Alfiansyah, 2021)

Youtube adalah sebuah platform online yang berkonsep berbagi video dari berbagai kanal yang sudah tersedia bahkan bisa menyebarkan ulang atau mengunggah video sendiri dengan membuat kanal tersendiri pula (Hamdan & Mahmuddin, 2021). Jauh mengalahkan televisi yang dahulu menjadi sumber informasi, youtube mampu membeli hamper seluruh penikmatnya karena kecanggihannya karena dapat diakses di gawai yang orang-orang punya. Data tahun 2022 jumlah penikmat dan pengguna youtube lebih dari 30% jumlah populasi dunia perbulannya. Angka ini sungguh sangat fantastis dibanding platform online lainnya berbasis media social. Hal ini dikarenakan tidak hanya disebabkan keinginan berbagi saja, tapi ada hal yang lebih menggiurkan bagi pemilik kanal yakni youtube menyediakan imbalan berupa penghasilan yang mampu menopang kehidupan saat ini. Fakta ini membuat satu terobosan pada sisi ekonomi dan sosial, namun hal ini tidak boleh menjadikan manusia gegabah akan penyebaran informasi. Pemerintah juga mengatur undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.

Tentu saja banyak sekali peluang dan tantangan dalam penyampaian dakwah kepada khalayak. Hal ini memposisikan bahasa dan teknologi sebagai mediator tersampainya pesan dakwah menjadi satu hal yang paling harus diperhatikan. Nilai-nilai dakwah dalam ruang yang luas ini, perlu banyak penyesuaian dan pendekatan yang efektif (Budiantoro et al., 2021). Fungsi dakwah sebagai pembawa dan penyebar hidayah yang merupakan hal terpenting dan tidak ada paksaan didalam kegiatannya. Maka dari itu sangatlah penting mengedepankan bahasa dan media social yang tepat untuk menyampaikan pesan dakwah agar dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan dakwah lebih modern dimasa ini.

Dakwah sebagai pembawa pesan yang disampaikan seorang yang memiliki kapasitas akan al Quran dan al Hadist mungkin tidak diragukan lagi. Seperli dakwah yang disampaikan oleh beberapa ulama kondang yang sudah sangat banyak ditayangkan di youtube. Tidak hanya ulama yang menyerukan kebaikan yang ada diyoutube tersebut, banyak pula kaula muda yang memiliki ilmu agama dan sering disebut pemuda-pemudi hijrah juga mengunggah atau diunggah ulang videonya melalui youtube. Maka disinilah perlu sekali adanya penguatan akan bahasa sebagai etika dari komunikasi yang baik agar pesan dakwah tetap sesuai dengan syariat agama islam, walau dengan balutan milenials agar lebih mengena pula kepada kaum muda yang dinamakan kaum milenials.

2. METODE

Permasalahan rendahnya keterampilan membaca bacaan Al-Quran bagi siswa-siswi SDN 02 Klepu membutuhkan metode pelaksanaan yang tepat. Metode yang dapat dilakukan melalui persiapan program, pelaksanaan program, dan evaluasi program.(Retnowati et al., 2022, p. 62) Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya adalah sebagai berikut: Tahap *pertama* metode persiapan, ber fungsi

sebagai sosialisasi program antar peserta dengan panitia. Tahap *kedua* implementasi program berfungsi sebagai kegiatan pembimbingan membaca Al-Quran bagi para siswa-siswa. Dan tahap *ketiga* yakni evaluasi program yang berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan program yang telah berjalan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 20 Januari 2023 pukul 10.00-11.00. Adapun bentuk acara yang dilaksanakan berupa *podcast* atau lebih dikenal dengan bincang-bincang bekerja sama dengan radio setempat yakni StArtFMNews lantai dua gedung kantor radio tersebut yang beralamat di Kota Siantar, Panyabungan kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Pengunggahan dokumentasi kegiatan setiap pekannya akan diunggah ke <https://www.youtube.com/@StArtFMNewsChannel> untuk lebih menyentuh seluruh lapisan masyarakat terutama dari kalangan milenials yang jarang sekali mendengarkan siaran radio.

Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemanfaatan youtube sebagai media sosial yang memuat pesan dakwah dari sumber dan pemuka pesan edukasi berbasis agama islam kepada pendengar yakni kaum milenial. Adapun tujuan dari penyampaian dakwah menekankan pada aspek penggunaan bahasa yang efektif dan tepat sebagai etika komunikasi terarah yang menjunjung tinggi kebenaran sesuai syariat. Media sosial yang digunakan adalah youtube yang proses penyebarannya sangat merebak dan diminati kaum milenial dewasa ini. Fakta tahun 2022 lebih dari 30% pengguna youtube mengakses informasi dari platform online ini setiap harinya.

Proses penyampaian informasi dilakukan dengan metode Tanya jawab dipandu oleh seorang pembawa acara sebagai moderator dalam acara ditambah dengan seorang narasumber dengan gaya elegan bak *podcast* radio. Materi yang disampaikan sudah disesuaikan dengan tema berkaitan dengan urgensi bahasa dalam bingkai digital. Hal ini dirasa perlu disampaikan kepada pendengar karena saat ini kebutuhan ilmu agama bagi sebagian orang dengan hanya berselancar dimedia sosial tanpa harus datang langsung kekajian ulama. Informasi yang akan sampai harus dibalut dengan bahasa yang sopan, tepat dan syarat akan kebenaran sesuai dengan Al Quran dan Al Hadist.

Modal utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah narasumber yang memberikan ilmu terkait bagaimana dakwah dalam bingkai digital. Dalam hal ini narasumber yang dibutuhkan adalah seorang yang memiliki kapasistas dalam bidang bahasa dan teknologi, masih tergolong milenials dan memiliki pemahaman agama yang moderat. Narasumber berprofesi sebagai seorang Dosen Bahasa. Begitu pula dengan pembawa acara adalah seorang dosen dakwah yang juga dari kaum milenials. Hal ini menjadikan materi yang dibincangkan menjadi fokus pada bahasa dakwah dalam bingkai digital.

Adapun kebutuhan alat dan bahan untuk menunjang proses kegiatan dakwah dalam bingkai digital. Pertama kamera untuk merekam seluruh aktifitas dan materi bincang-bincang yang dilakukan didalam ruangan kondusif. Kameramen dan oprator ruangan diperlukan untuk mengelola aktifitas dialog, editor juga sangat dibutuhkan untuk proses editing video termasuk untuk mengolah bahasa yang ditampilkan pada iklan video yang nantinya akan tayang. Terakhir yang paling berberan dalam tersampainya video melalui youtube adalah dengan koneksi internet yang mumpuni. Karena untuk menghasilkan sebuah video yang apik diperlukan koneksi internet dalam pengunggahannya. Seluruh fasilitas, sarana dan prasarana yang tersedia didukung penuh oleh pihan StArtFM Panyabungan.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengusung media sosial youtube sebagai muara dari kegiatan yang dilaksanakan sebagai usaha dalam penyampaian pesan dakwah yang dibalut dengan bahasa yang tepat oleh pakar bahasa, teknologi serta dipandu oleh pakar dakwah dibidang pendidikan. Kegiatan yang berlangsung selama kurang lebih 60 menit memberikan sentuhan santai dan memberikan kenyamanan bagi penonton karena didukung oleh fasilitas yang disediakan oleh Radio Lokal yakni StArtFM yang sudah berpengalaman dalam mengudarakan pesan atau berita.

Pemanfaatan Media Sosial Youtube untuk Berdakwah

Beberapa konten youtube dibuat dengan sengaja dan diunggah oleh individu maupun perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *official*. Seperti halnya media sosial pada umumnya, untuk dapat mengunggah video ke youtube sendiri dibutuhkan pendaftaran melalui email pribadi atau perusahaan. Bagi penikmat tidak perlu mendaftar untuk dapat mengakses video, tapi untuk aktifitas seperti menyukai, berkomentar dan mengunggah ulang video yang sudah pernah diunggah diperlukan pula otoritas untuk dapat masuk kepada youtube melalui pendaftaran resmi di youtube. Hal ini dilakukan oleh pengelola StArtFM Panyabungan untuk mendongkrak tersampainya setiap acara on air mereka agar lebih dikenal dan didengar bahkan ditonton oleh lapisan masyarakat.

Menilik dari unggahan beberapa *Youtuber* yakni penyebutan untuk orang yang sering mengunggah video di media sosial ini. Tidak sedikit dari konten yang dihadirkan mereka membawa dampak negatif bagi penikmat youtube. Tapi disisi baliknya banyak pula *influencer* sebutan lain dari *youtuber* tadi, berkarya dengan mengusung konsep berbagi dan isi konten mereka memang dibutuhkan masyarakat. Begitulah usaha yang dilakukan banyak ulama dalam menyampaikan pesan dakwah mereka baik ceramah yang mereka laksanakan di mimbar umum, khusus, kajian bahkan konten sengaja dibuat untuk menebar pesan dakwah itu sendiri.

Dilansir dari berita dunia mulai tahun 2016 sampai saat ini lebih dari 43% pengguna internet memilih youtube untuk media berbagi yang luas. Lebih dari satu miliar Pengguna youtube berselancar ria di media sosial yang katanya lebih dari TV Boom ini. Hampir sepertiga dari semua pengguna Internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di YouTube dan mengumpulkan miliaran penayangan. Secara keseluruhan, YouTube menjangkau lebih banyak pemirsa berusia 18-34 dan 18-49 dibandingkan jaringan kabel lainnya di dunia. Tidak menutup kemungkinan bisa bertambah dari tahun ketahunnya. Youtube menjadi penyebar pesan yang massif saat ini dan mungkin untuk beberapa tahun kedepannya sesuai dengan tuntutan zaman. Inilah alasan kenapa banyak youtuber islami memilih youtube yang menyampaikan pesan dakwahnya selain dengan media Televisi dan radio yang sudah ditinggalkan penikmatnya.

Pengabdian masyarakat ini melibatkan Program Studi Manajemen Dakwah STAIN Mandailing Natal sebagai penggagas acara yang bernama OASIS (Obrolan Asik Seputar Islam). StArtFM sebagai fasilitator sekaligus penyelenggara acara. Kemudian Program Studi kebahasaan sebagai narasumber bahasa yang sering sesuai tema yang diangkat. Adapun pembawa acara dalam kegiatan ini adalah Ibu Siti Rahma Harahap, M.A yang kepakaran beliau tak lain dibidang dakwah islam dan merupakan kepala program studi di prodi tersebut. Juga sebagai penggagas tema dan isi konten pada tayangan you tube ini. Kemudian

yang menjadi narasumber adalah ibu Sartika Dewi Harahap, M.Hum yang kepakarannya adalah bahasa inggris dan teknologi. Beliau adalah seorang dosen bahasa inggris yang juga menguasai teknologi untuk bahasa. Adapun tema dari kegiatan hari itu adalah Aku Kamu dan Islam. Berisi pembahasan seputar bagaimana kebutuhan kita akan agama, bahasa yang disampaikan, siapa yang berkewajiban menyampaikan islam tersebut dan bagaimana metode yang tepat dalam penyampaiannya.



Gambar 1. Youtube Channel acara OASIS

Setelah melihat paparan dan contoh kegiatan diatas, beberapa influencer terutama influencer agama islam memanfaatkan youtube sebagai media dalam menyampaikan dakwah lebih luas dalam bingkai digital dikarenakan:

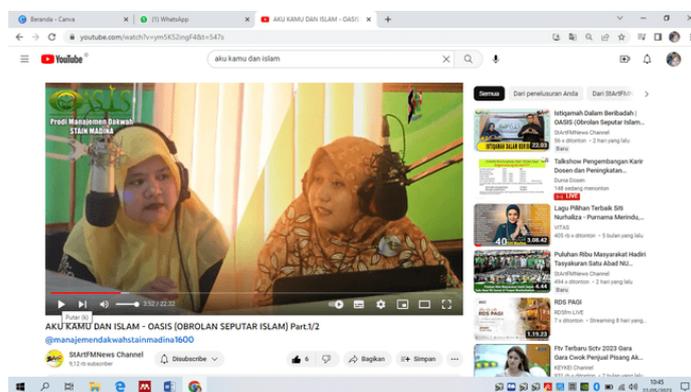
1. Durasi video yang tidak memiliki batasan waktu, jika memang terlampau panjang biasanya untuk meminimalisir kebosanan penonton dan sebagai upaya stimulasi rasa penasaran penonton untuk berkunjung kembali ke kanal tersebut dengan membuat bagian-bagiannya.
2. Aturan pemerintah tentang batasan pornografi, kekerasan, sara, illegal akan ditegaskan pada pengunggah pada saat unggah video. Tidak sembarang video dapat diunggah bebas masa ini.
3. Ada bayaran bagi pengelola kanal berdasarkan jam tayang video yang di unggah. Pihak youtube akan memberikan komisi sesuai dengan jam tayang masing-masing video. Maka hal ini menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk membuat konten youtube, termasuk konten islami yang memang banyak peminat saat ini.
4. Memiliki fitur *offline* menjadi salah satu daya saing yang semakin melejit dikalangan milenials. Jika merasa belum punya banyak waktu untuk mendengarkan ceramah, atau alasan gengsi di depan umum ketika menggunakan fasilitas wi-fi gratis, maka kaum milenials bisa mendownload atau memanfaatkan fitur *offline* yang tersedia dan menontonnya ketika merasa nyaman.
5. Kebebasan memilih ulama/ustadz yang diminati memberikan ruang kepada milenials ketika belajar dan lebih dekat dengan islam. Gaya dakwah ulama/ustadz yang berbeda-beda juga mencerminkan penonton. Sebagian penonton dari kalangan milenials hijrah pada prinsipnya akan memilih ustadz yang serius dalam kajiannya, dalam dan lebih berproses. Sedangkan kalangan baru dalam hijrahnya, biasanya memilih ulama yang lebih santai dalam penyampaiannya isi dakwahnya.
6. Milenials bisa jadi penyampai pesan dakwah dan mampu menebar kebaikan sesuai anjuran Al Quran dan sunnah Rasulullah SAW.

Bahasa Dakwah dalam Bingkai Digital

Perkembangan dakwah islam sudah tidak dipungkiri lagi memiliki kedudukan yang sangat krusial masa ini (Juriana, 2018). Tentu saja hal ini menjadikan penyebaran pesan dakwah tersebut menjadi faktor penentu dakwah terlaksana. Mengandalkan kajian, mimbar, khutbah jumat, dan metode dakwah tradisional, maka dakwah akan mengalami keterlambatan. Sentuhan digital sudah sangat tepat untuk mendukung terlaksananya dakwah modern walaupun tetap dipadukan dengan gaya dakwah tradisional didalamnya. Banyak pula tantangan internal dan eksternal yang terjadi akibat globalisasi dan sekularisasi.

Kemudahan teknologi digitalisasi yang ada saat ini memberi angin segar pada dunia dakwah islam. Ada salah satu kemudahan yang sangat dibutuhkan penikmat dari youtube yakni disajikan dengan bahasa sehari-hari. Namun tantangan bahasa dakwah dalam bingkai digital juga tidak terlepas dari sorotan hingga asumsi masyarakat. Seperti yang dilakukan dua dosen dari disiplin ilmu yang sama urgen ini yakni bahasa, teknologi dan dakwah, dakwah itu harus disesuaikan dengan jamannya, namun jangan sampai keluar dari syariat islam yang sebenarnya.

Seperti yang ditulis oleh Arifin (2006) yang dikutip dari Wierzbicka (1992:65) sesuai dengan perspektif linguistik kognitif bahwa dalam proses penyampaian bahasa dan penyerapannya oleh pendengar adalah hasil dari sebuah pemikiran. Maka untuk audiens yang muda yakni milenials perlu gaya penyampaian dan pola pikir anak muda juga. Istilah dari penyesuaian ini diserap dengan basis hubungan perilaku dengan gaya bahasa yang berisi informasi. Hal ini yang dilakukan oleh beberapa da'i kondang Indonesia seperti Hanan Ataki, influencer sekaligus hafidz Taqi Malik dan Muzammil kemudian Hawariyun dan Dena istirnya sebagai influencer hijrah yang juga penulis buku hijrah dan masih ada beberapa kaum milenials muda yang tidak kalah terkenal dikalangan milenilas. Hal ini juga yang menjadi awal terciptanya bincang-bincang oleh dua dosen muda ini.



Gambar 2. Bincang-bincang tentang Bahasa Dakwah dalam Bingkai Digital yang diunggah ke Kanal Youtube

4. KESIMPULAN

Bahasa dakwah dalam bingkai digital merupakan hal penting yang harus diperhatikan dari segi kesesuaian isi dan target dari dakwah islami masa kini. Generasi milenial sangat memerlukan gaya bicara, pendekatan dengan keseharian sampai pada gaya tampilan

penyampai sumber ilmu yang kaum tersebut butuhkan. Youtube mampu menghadirkan berbagai kebutuhan milenials termasuk pencarian jati diri dan ilmu agama yang dapat disesuaikan dengan karakter mereka masing-masing. Sebagai wujud dari tugas manusia sebagai khalifah dibumi, setiap orang harus mampu menyampaikan ilmu yang didapatnya. Dengan adanya youtube sebagai medianya yang berisi dakwah islami akan lebih mempermudah milenial dalam mendekatkan diri kepada sang pencipta Allah SWT, para Nabiallah dan Rasulullah serta ilmu-ilmu dan ketauladanan yang menjadi pedoman kehidupan di dunia.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada program studi Manajemen Dakwah STAIN Mandailing Natal yang telah menggagas program ini sehingga dapat menebalkan informasi tentang bahasa dakwah dalam bingkai digital, serta StArtFM yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Semoga Allah SWT memberikan kemudahan untuk selalu menebar kebaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Khoiruddin. 2012. "Aktualisasi Dakwah dalam Perspektif Transformasi Sosial" dalam *Al-Mishbah*, Vol. 8 No. 1 Juni 2012.
- Arifin, E. Z. (2006). *Cermat Berbahasa Indonesia*. Akademika Presindo.
- Budiantoro, W., Dwi Saputri, K., & Saifuddin Zuhri Purwokerto-Indonesia, U. K. (2021). Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital. *ICODEV: Indonesian Community Development Journal*, 2(1), 13–22. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/icodev/article/view/5294>
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *Journal of Social Religion Research*, 6(1), 2527–3752. <http://ejournal-iainpalopo.ac.id/palitaDOI:http://10.24256/pal.v6i1.2003%0Ahttps://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Juriana, J. (2018). Pentingnya Penggunaan Bahasa Inggris dalam Komunikasi Dakwah pada Era Global. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 8(2), 241–258. <https://doi.org/10.32923/maw.v8i2.773>
- Lederer, R. (2010). *The Miracle of Language*. Pocket Books.
- Nazaruddin, & Alfiansyah, M. (2021). ETIKA KOMUNIKASI ISLAMI DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF ALQURAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEUTUHAN NEGARA. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(1), 77–91. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi>
- Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- Sirajudin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol.1(No.1), 11–23.

- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54-78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>
- Zunaidi, A. (2021). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 7(2), 68-71. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i2.11424>