

Challenges of Fajri 99.3 FM Radio in Spreading Islamic Da'wah in the Digital Era and Their Solutions

تحديات إذاعة Fajri 99.3 FM في نشر الدعوة في العصر الرقمي وطرق معالجتها

Muhammad Ilyas Saputra¹, Nuradi², Hariyanto³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Ar Raayah, Sukabumi, Indonesia

E-Mail: ilyas.saputra3005@gmail.com¹; nur.adi@arraayah.ac.id²; Hariyanto@arraayah.ac.id³

Submission: 17-05-2025

Revised: 24-05-2025

Accepted: 20-02-2025

Published: 28-07-2025

Abstract

Da'wah is a noble mission and a key pillar in spreading Islamic teachings, especially in the digital era marked by rapid technological and media advancements. Traditional media such as radio face serious challenges in maintaining relevance amid the rise of digital and visual content. Fajri 99.3 FM Radio, based in Bogor, Indonesia, serves as a prominent example of how Islamic media can respond to these shifts. The station seeks to convey Islamic values in a way that combines authenticity with technological adaptation. This study aims to explore the challenges faced by Fajri 99.3 FM in spreading da'wah and the strategies used to overcome them. The researcher used a descriptive field research method, gathering data through interviews, direct observation, and analysis of the station's official documents. The findings show that Fajri Radio encounters several challenges: reduced interest in traditional radio among the younger, digital-native generation; competition with misleading religious content online; and limited technological resources. In response, Fajri Radio strengthens its digital presence through social media platforms such as YouTube, Telegram, and Instagram. These efforts help extend the reach of da'wah messages and ensure the station remains relevant and impactful in the evolving digital landscape.

Keywords: Da'wah Challenges; Digital Era; Fajri 99.3 FM Radio.

Abstrak

Dakwah merupakan sebuah tugas mulia dan merupakan dasar utama dalam menyebarkan ajaran Islam, terutama di era digital yang ditandai dengan perkembangan pesat di bidang teknologi dan media. Media tradisional, termasuk radio, menghadapi tantangan besar untuk tetap eksis dan berpengaruh di tengah derasnya arus konten digital yang tersebar melalui platform sosial dan visual. Radio Fajri 99.3 FM yang berbasis di Kota Bogor, Indonesia, menjadi contoh yang menonjol dalam menghadapi tantangan ini. Stasiun ini berupaya menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang kekinian, menggabungkan antara keaslian dan teknologi modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi oleh Radio Fajri 99.3 FM dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital, serta strategi yang digunakan untuk mengatasinya. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif lapangan, dengan mengumpulkan data melalui wawancara langsung, observasi, dan analisis dokumen resmi milik radio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa radio ini menghadapi berbagai tantangan, seperti menurunnya minat generasi digital terhadap media tradisional, persaingan dengan konten-konten menyesatkan,



serta keterbatasan sumber daya teknologi. Meskipun demikian, radio ini berupaya mengatasi tantangan tersebut dengan membangun kehadiran digital melalui platform media sosial seperti YouTube, Telegram, dan Instagram, yang turut memperluas jangkauan dakwahnya di era digital.

Kata kunci : Tantangan Dakwah; Era Digital; Radio Fajri 99.3 FM.

ملخص البحث

تعد الدعوة وظيفية نبيلة وأساسا في نشر تعاليم الإسلام، ولا سيما في العصر الرقمي الذي يشهد تطورا متسارعا في مجال التكنولوجيا والإعلام. تواجه وسائل الإعلام التقليدية، ومنها الإذاعة، تحديات كبيرة للبقاء والتأثير وسط سيل المحتويات الرقمية المنتشرة عبر المنصات الاجتماعية والمرئية. وتعد إذاعة Fajri 99.3 FM في مدينة بوغور بإندونيسيا نموذجا مميزا في مواكبة هذا التحدي، إذ تسعى لنشر القيم الإسلامية بأسلوب معاصر يجمع بين الأصالة والتقنية. اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الميداني، وجمع البيانات من خلال المقابلات الشخصية، والملاحظة المباشرة، وتحليل الوثائق الرسمية الخاصة بالإذاعة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تحديات إذاعة Fajri 99.3 FM في نشر الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي وطرق معالجتها. أظهرت نتائج البحث أن الإذاعة تواجه تحديات متعددة مثل انخفاض اهتمام الجيل الرقمي بالإعلام التقليدي، والمنافسة مع المحتوى المضلل، ومحدودية الموارد التقنية. ومع ذلك، تسعى الإذاعة إلى تجاوز هذه التحديات من خلال الحضور الرقمي عبر المنصات الاجتماعية مثل يوتيوب، تيليجرام، وإنستغرام، مما يساهم في توسيع دائرة تأثيرها الدعوي في العصر الرقمي.

الكلمات المفتاحية: تحديات الدعوة؛ العصر الرقمي؛ إذاعة فاجري Fajri 99.3 FM.

المقدمة

تعد الدعوة إلى الإسلام وظيفية نبيلة ورسالة سامية تهدف إلى نشر قيم الإسلام وتعاليمه بين الناس (Sagala and Pratiwi 2022)، وقد ازدادت أهميتها في العصر الرقمي الذي يشهد تطورا سريعا في مجال التكنولوجيا ووسائل الإعلام (Ghazali 1997). مع بروز المنصات الرقمية وانتشار المحتويات المتنوعة، أصبحت وسائل الإعلام التقليدية، مثل الإذاعة، تواجه تحديات كبيرة تتعلق بالتأثير والجاذبية والاستمرارية (Triana 2024)، مما يجعل من الضروري دراسة هذه التحديات وآليات التعامل معها. وقد دفع هذا الواقع الباحث إلى اختيار موضوع إذاعة Fajri 99.3 FM في مدينة بوغور بإندونيسيا، لما تمثله من تجربة عملية مميزة في توظيف الإعلام التقليدي لخدمة الدعوة الإسلامية بأسلوب معاصر يجمع بين الأصالة والتقنية الحديثة (Miatun 2021).

تتميز هذه الإذاعة بمحاولتها الجادة لمواكبة العصر الرقمي من خلال استخدام المنصات الاجتماعية الرقمية

وابتكار طرق جديدة في تقديم المحتوى الدعوي بما يتناسب مع متطلبات الأجيال الشابة (Sabilah and Arbi 2020). أما اختيار عنوان البحث، فقد كان ذلك مدفوعاً بأهمية توضيح طبيعة التحديات التي تواجه الإذاعة في نشر الدعوة الإسلامية في ظل التطور الرقمي، مع التركيز على كيفية معالجة هذه التحديات. الدراسة السابقة ذات الصلة بهذا البحث هي الدراسة التي أجراها ملكيان شاه الصديق بعنوان استراتيجية برامج إذاعة Dakta في الحفاظ على وجودها كإذاعة دعوية في مدينة بكاسي (Assidiq 2023)، وجه تشابه هذا البحث بالبحث الحالي هو أن كلا الباحثين يتحدثان عن الدعوة الإسلامية بوسيلة الإذاعة والبث الإسلامي، ولكن هذا البحث ينحصر في محاولة الإذاعة في الحفاظ على وجودها، بينما البحث الحالي فإنه يتناول الإذاعة بشكل عام ودورها في نشر الدعوة الإسلامية وتحدياتها ومعالجتها.

تناولت عدة دراسات سابقة موضوع الدعوة في العصر الرقمي، وركز بعضها على أثر وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الدعوة (Azman 2021)، بينما ركز البعض الآخر على تحول الخطاب الدعوي في ظل التكنولوجيا الحديثة (Setiyawan and Halwati 2022). كما توجد أبحاث تناولت الإعلام الإسلامي ودوره في تعزيز الوعي الديني، إلا أن معظمها ركز على الوسائط الجديدة مثل يوتيوب وتيك توك، أو على المؤسسات الدعوية الكبرى، دون التركيز الكافي على الإذاعة كوسيلة تقليدية تحاول مواكبة العصر الرقمي. تتميز هذه الدراسة عن سابقتها بتركيزها على حالة واقعية محددة، وهي إذاعة Fajri 99.3 FM، من خلال دراسة ميدانية مباشرة تشمل مقابلات وتحليل وثائق وملاحظات واقعية. كما تسلط الدراسة الضوء على التفاعل بين الوسيلة التقليدية والمنصات الرقمية، وتعرض الاستراتيجيات التي تتبعها الإذاعة لمواجهة التحديات التقنية والإعلامية. وهذا يعد إضافة نوعية إلى الدراسات السابقة التي غالباً ما اقتصر على التحليل النظري أو تناولت الوسائط الرقمية فقط.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل التحديات التي تواجه إذاعة Fajri 99.3 FM في نشر الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي، واستكشاف السبل التي تعتمدها لتجاوز تلك التحديات. كما تهدف إلى تقديم نموذج عملي يمكن أن يُستفاد منه في تطوير العمل الدعوي عبر الإعلام التقليدي والرقمي معاً. ومن الفوائد العلمية المرجوة: إثراء الدراسات المتعلقة بالدعوة والإعلام، وتقديم مرجع ميداني يُفيد الباحثين والمؤسسات الإعلامية والدعوية في فهم الواقع وتطوير الأداء بما يتناسب مع متغيرات العصر.

منهج البحث

أجري هذا البحث ميدانياً في إذاعة Fajri 99.3 FM الواقعة في منطقة بوغور، إندونيسيا، وتم تنفيذه ميدانياً خلال الفترة من يناير إلى أبريل ٢٠٢٥. استخدم الباحث المنهج الوصفي الميداني الذي يعنى بوصف الظواهر

وتحليلها كما تحدث في الواقع، مع الاعتماد على مدخل البحث النوعي الذي يهدف إلى فهم السياق والمعاني الذاتية من خلال تفاعل مباشر مع البيئة المدروسة، دون اللجوء إلى التحليل الكمي الإحصائي (Abidin 2014). تمثل عينة البحث في إذاعة Fajri 99.3 FM، وتم اختيار العينة بطريقة هادفة، حيث اختيرت الشخصيات بناء على معايير محددة تتوافق مع أهداف البحث. وجمعت البيانات من مصادر أولية وثانوية، شملت المصادر الأولية المقابلات الشخصية مع مدير الإذاعة وموظفيها، والملاحظة المباشرة للأنشطة، في حين اشتملت المصادر الثانوية على كتب دعوية، تقارير إذاعية، محفوزات، وثائق، ومقالات ذات صلة بالبحث (Sugiyono 2016).

استخدم الباحث ثلاث أدوات رئيسية لجمع البيانات، تمثلت الأداة الأولى في المقابلة الشخصية غير المنظمة مع المعنيين في الإذاعة، والتي أجريت بأسلوب مرن يتيح للمبحوثين التعبير بحرية، دون التقيد بأسئلة صارمة. أما الأداة الثانية فكانت أسلوب التوثيق، حيث جمع الباحث مستندات رسمية مثل جداول البث، الهيكل التنظيمي، والملفات الإدارية التي توضح سير العمل في الإذاعة. وتمثلت الأداة الثالثة في الملاحظة المباشرة التي قام بها الباحث من خلال حضوره الفعلي لموقع الإذاعة ومراقبته البرامج الإذاعية وطريقة تنفيذها (Sugiyono 2016).

تمت معالجة البيانات باستخدام منهج تحليل البيانات النوعي بحسب ما ذكره مايلس وهبرمان (Huberman 1992)، والذي يمر بثلاث مراحل رئيسية. بدأت المرحلة الأولى بتمحيص البيانات من خلال تلخيص وتصنيف المحتوى المتعلق باستراتيجية الدعوة في الإذاعة. تلتها مرحلة عرض البيانات بشكل منظم يسهل استخلاص المعاني والاستنتاجات، إما عبر السرد النصي أو الجداول. وأخيراً، جرت عملية التحقق من النتائج من خلال مقارنة البيانات المستخلصة ومراجعتها مقابل المصادر المتنوعة للتأكد من صحتها، مع التوصل إلى استنتاجات نهائية تدعمها المعطيات المحللة بدقة. بهذه الخطوات، يسعى البحث إلى الكشف عن استراتيجيات إذاعة Fajri 99.3 FM في نشر الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي، مستنداً إلى معطيات واقعية وتحليل نوعي شامل.

النتائج والمناقشة

أ. التحديات

التحديات جمع تحدي، وهي هي ظروف أو أزمات تؤثر على استقرار وضع معين، وقد تشكل تهديداً أو إضعافاً له جزئياً أو كلياً، سواء كان ذلك دائماً أو مؤقتاً. كما تعرف بأنها أزمات تنشأ نتيجة ظهور متغيرات

جديدة، مما يدفع المجتمع إلى مواجهتها والتكيف معها من خلال التغيير والتطوير (Nuwairi 2016). فمن خلال بيان السابق يعرف أن التحديات الدعوية هي العوائق والصعوبات التي تؤثر على قدرتها في تحقيق أهدافها، سواء بشكل جزئي أو كلي، دائم أو مؤقت. وتشمل هذه التحديات التغيرات الاجتماعية والثقافية التي قد تضعف تأثير الدعوة، إضافة إلى ظهور أفكار ومفاهيم جديدة تتطلب استجابة دعوية مناسبة لمواجهتها. فتحديات دعوة الإذاعة التقليدية في نشر الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي تعني السعي للحفاظ على الصلة والفعالية والتأثير في إيصال رسائل الإسلام من خلال وسيلة إعلامية بدأت تتراجع أمام تطور التكنولوجيا. ففي ظل التحولات الكبيرة في طرق وصول المجتمع إلى المعلومات واستهلاكها، تواجه الإذاعة التقليدية واقعا جديدا يتطلب السرعة والإبداع والانفتاح على الابتكار (al-Zābdī, 2014).

ب. العصر الرقمي

هذا المصطلح تطور في الاستعمال الحديث ليشير إلى نظام الأرقام الثنائية (0 و 1)، والذي يعد الأساس في تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحالية. العصر الرقمي هو مرحلة من تطور الحضارة الإنسانية، تتميز باستخدام وهيمنة التكنولوجيا الرقمية في معظم مجالات الحياة، مثل الإعلام، والاتصال، والاقتصاد، والتعليم، والاجتماع، وحتى الأنشطة الدينية. ويمثل هذا العصر تحولا من النظام التناظري (اليدوي والمحدود) إلى النظام الرقمي (الأوتوماتيكي والسريع والمتصل عالميا). تتيح التكنولوجيا الرقمية تخزين ومعالجة ونشر المعلومات بكفاءة، وذلك باستخدام أجهزة مثل الحواسيب، والإنترنت، والهواتف الذكية، والأنظمة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي (Raffi 2024).

ت. تحديات إذاعة Fajri 99.3 FM في نشر الدعوة في العصر الرقمي وطرق معالجتها

١. انخفاض الاهتمام بوسائل الإعلام التقليدية

لقد أحدث تطور التكنولوجيا الرقمية تغييرات جذرية في طريقة وصول الناس إلى المعلومات. فأصبحت الإذاعة، كوسيلة إعلام تقليدية، تواجه تحديا في ظل هيمنة المنصات الرقمية. ويفضل الجيل الشاب خصوصا الاستماع إلى الموسيقى والمحاضرات والبودكاست عبر تطبيقات مثل سبوتيفاي ويوتيوب وغيرها من خدمات البث التي توفر سهولة الوصول ومرونة الوقت وخصائص التخصيص العالية (Prasetyo 2022). وهذا أدى إلى انخفاض كبير في عدد مستمعي الإذاعة التقليدية، حيث لم تعد تعتبر عملية أو قادرة على منافسة راحة التكنولوجيا الحديثة (Shofiah Pohan and Rambe 2024).

كما أوضح جاهيونو، فإن تطور وسائل التواصل الاجتماعي يشكل تحدياً جديداً لوسائل الإعلام التقليدية (Triana 2024). فقد أصبح لدى المجتمع الآن إمكانية أكبر للوصول إلى الأخبار والمعلومات من خلال المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أدى ذلك إلى انخفاض اهتمام الناس بمتابعة البرامج الإخبارية في وسائل الإعلام التقليدية. فأصبح الأفراد يميلون أكثر إلى البحث عن الأخبار من مصادر إلكترونية تقدم بشكل أسرع، وأسهل في الوصول، وتمنحهم حرية اختيار الزاوية التي يرغبون بها (Adiba and Imansari 2023).

هذا التحدي يدفع وسائل الإعلام الجماهيرية إلى التكيف مع هذا التغيير. ويتوجب على وسائل الإعلام أن تبحث عن طرق للحفاظ على صلتها بالواقع من خلال تقديم محتوى جذاب وذو جودة عالية، حتى تتمكن من المنافسة مع مصادر الأخبار الإلكترونية. ومن بين الجهود الممكنة، هو تحسين جودة التقارير الإخبارية وتقديم محتوى أعمق وأكثر توازناً. كما يمكن لوسائل الإعلام الاستفادة من المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي كوسائل للتفاعل المباشر مع الجمهور، بالإضافة إلى تقديم برامج أكثر تفاعلية ومشاركة (Adiba and Imansari 2023).

ولمواجهة هذا الانخفاض في الاهتمام، قامت إذاعة Fajri 99.3 FM بالتحول الرقمي بشكل تدريجي، حيث وفرت البث المباشر من خلال موقعها الرسمي وتطبيقات البث، بحيث يمكن الاستماع إليها ليس فقط عبر تردد FM بل أيضاً عبر الإنترنت من أي مكان، حتى خارج البلاد. كما تنشر تسجيلات الدروس والمحاضرات عبر قناتها في يوتيوب ومنصات التواصل الاجتماعي الأخرى على شكل مقاطع مرئية أو صوتية قصيرة تناسب مع نمط استهلاك الجيل الميليني وجيل Z وهذا يدل على أن Fajri FM تدرك تغييرات العصر ومستعدة للتكيف للحفاظ على وجودها كوسيلة دعوية (Haristian 2025).

٢. صعوبة جذب اهتمام الجيل الرقمي

عرف الجيل الذي نشأ في عصر الإنترنت بقصر مدى انتباهه واهتمامه الكبير بالمحتوى البصري والتفاعلي والسريع. ولم تعد المحتويات الطويلة أو الرتيبة أو الأحادية الاتجاه محط اهتمام. فهم يرغبون في محتوى دعوي يمكنهم الارتباط به، سهل الهضم، ويمكن استهلاكه بسرعة حتى أثناء القيام بأشياء أخرى (Nurmawati 2020). ومن جهة أخرى، فإن طبيعة الإذاعة التقليدية كوسيلة صوتية فقط تجعلها أقل قدرة على المنافسة في جذب انتباه هذا الجيل الذي يتنقل باستمرار بين التطبيقات والشاشات (Nurudin 2023).

صرح هيرفيادي، رئيس اللجنة الإقليمية للإذاعة والتلفزيون (KPID) في جنوب سومطرة، بأن الوسائط الرقمية الجديدة ذات المدة القصيرة والسريعة قد غيرت عادات استهلاك المجتمع للمعلومات. ويعكس هذا التصريح التحدي العميق الذي تواجهه الإذاعات التقليدية في الحفاظ على صلتها في العصر الرقمي. إذ إن الجيل الشاب، وخاصة جيل الألفية وجيل ما بعد الألفية (Z)، نشأوا في بيئة رقمية تتيح لهم الوصول إلى المعلومات بشكل سريع، مختصر، وشخصي. وهم أكثر ألفة مع منصات مثل تيك توك، وإنستغرام ريلز، ويوتيوب شورتس، التي تقدم محتوى بصريا قصير المدة (RG 2025).

في المقابل، لا تزال الإذاعة تعتمد على بث مجدول بمدة طويلة، وهو ما يعتبر غير متوافق مع نمط استهلاك الإعلام لدى الجيل الرقمي (Rustam 2013). فضلا عن ذلك، توفر الوسائط الرقمية تجربة أكثر تنوعا من خلال الجمع بين المرئي والمسموع والتفاعل المباشر في منصة واحدة. وهذا يجعل الإذاعة التي تعتمد فقط على الصوت أقل جاذبية وتنوعا. ولم تعد الإذاعة تنافس نظيراتها من الإذاعات التقليدية فحسب، بل باتت في مواجهة مباشرة مع البودكاست، وقنوات اليوتيوب، ومحتوى صانعي المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي الذين يقدمون معلومات بأساليب أكثر حداثة وتكيفا. وإذا لم تبادر الإذاعة إلى التكيف، فإنها قد تتعرض لما يسمى بـ"تآكل الصلة" أي أنها ستبقى موجودة، ولكن من دون أن تكون جزءا أساسيا من حياة الناس اليومية (Adiba and Imansari 2023).

لمواجهة هذا التحدي، يتعين على الإذاعة أن تجري تحولا على مستوى المحتوى وطريقة التقديم. إذ أصبحت الرقمنة أمرا لا مفر منه، من خلال تقديم نسخ مختصرة من البرامج الإذاعية على منصات مثل تيك توك وإنستغرام، أو إعداد ملخصات يومية على شكل بودكاست، بل وحتى التعاون مع صانعي المحتوى الشباب للوصول إلى جمهور أوسع. كما يمكن للإذاعة أن تعزز التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتعيد تصميم برامجها لتكون أكثر سرعة وخفة وسهولة في الاستهلاك أثناء القيام بأنشطة متعددة. ومن خلال هذه الخطوات المبتكرة، لا تزال الإذاعة التقليدية تملك فرصة كبيرة للبقاء ذات صلة ومنافسة في خضم التسارع الرقمي للإعلام (RG 2025).

استجابت إذاعة Fajri FM لهذا التحدي عبر إعداد برامج ذات صيغة حديثة وقصيرة تتماشى مع ذوق الشباب. فعلى سبيل المثال، أطلقت فقرات مثل "أسئلة وأجوبة سريعة"، و"تحفيز إسلامي يومي"، و"اقتباس الصباح"، وهي فقرات قصيرة لكنها غنية بالمعنى. كما يعمل Fajri FM الإبداعي على إنتاج مقاطع

دعوة قصيرة (*Short Dakwah*) لمنصات إنستغرام وتيك توك ويوتيوب، بتصميم بصري جذاب. وهذه الجهود لا تحافظ فقط على صلة الدعوة، بل تفتح المجال أمام جمهور جديد لم يكن مهتمًا بالإذاعة سابقًا (Haristian 2025).

٣. المنافسة مع المحتوى المضلل في الفضاء الرقمي

أدى تزايد حرية التعبير في العالم الرقمي إلى فتح باب المعلومات على مصراعيه، لكنه في الوقت ذاته جلب تحديًا يتمثل في انتشار المفاهيم المنحرفة، والأخبار الكاذبة الدينية، والمحتويات المضللة التي تقدم في قالب جذاب. وقد ظهرت شخصيات جديدة على المنصات الرقمية تنشر محتوى دعويًا دون أساس علمي، بل بطريقة استفزازية تفرق الأمة. ويشكل هذا خطرًا حقيقيًا، لأن عامة الناس غالبًا ما يفتقرون إلى القدرة على التمييز بين الصحيح والخطأ (Haristian 2025).

ومع ذلك، فإن التحدي الكبير يظهر عندما تنتشر الأخبار الكاذبة على منصات الرقمية بسرعة وبشكل واسع، في كثير من الأحيان تتجاوز نطاق وسرعة الاستجابة من قبل وسائل الإعلام التقليدية. تتيح سرعة وخوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي انتشار المعلومات الخاطئة بشكل فيروسي قبل أن يتم التحقق منها، في حين تحتاج وسائل الإعلام التقليدية إلى وقت للتحقق من الحقائق وتقديم المعلومات بدقة. وبالتالي، يتعرض الجمهور أولاً للقصص المضللة، مما يسبب الارتباك وقد يساهم في تقويض الثقة في وسائل الإعلام الرئيسية (Nurmansyah 2024).

تزداد هذه المشكلة تعقيدًا لأن العديد من مستخدمي الإنترنت، خاصة الأجيال الشابة، لا يمتلكون دائمًا محو الأمية الرقمية الكافية لتمييز المعلومات الصحيحة من الخاطئة. في هذا السياق، لا تتنافس وسائل الإعلام التقليدية فقط من حيث السرعة وجاذبية المحتوى، ولكن أيضًا في الحفاظ على مصداقيتها في مجتمع أصبح أكثر تشككًا. لذلك، فإن التحدي في الحفاظ على ثقة الجمهور لا يقتصر على تقديم الأخبار الصحيحة، بل يتطلب أيضًا استراتيجيات اتصال أكثر تكيفًا وتعليمًا وتعاونًا (Nurmansyah 2024).

إذاعة Fajri FM، باعتبارها واحدة من الإذاعات الدعوية في إندونيسيا، قد اتخذت خطوات ملموسة لمعالجة هذا التحدي. فهي نشطة في نشر المحتوى الدعوي من خلال اقتباسات قصيرة، بودكاست، وفيديوهات تعليمية عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، تيك توك، ويوتيوب. بالإضافة إلى ذلك، تتعامل إذاعة

الفجري بانتظام مع القضايا الساخنة من خلال منهج التبين استنادا إلى الأدلة الشرعية لمكافحة انتشار الأخبار الكاذبة المتعلقة بالدين بين المجتمع. هذه الجهود لا تعزز فقط ثقة مستمعيها، بل أيضا تضع إذاعة الفجري كمثل على وسائل الإعلام التقليدية التي تتكيف، وتبادر، وتظل ذات صلة في عصر المعلومات الرقمية المتسارعة (Haristian 2025).

٤. محدودية التكنولوجيا والموارد

غالبا ما تعمل إذاعات دعوية مثل فجر بشكل مستقل وتعتمد على تبرعات المسلمين، مما يسبب صعوبات في تمويل العمليات، وتحديث المعدات، وتوظيف كفاءات عالية. فالاتقال إلى العالم الرقمي يتطلب أدوات لإنتاج المحتوى مثل الكاميرات، الميكروفونات، وبرامج التحرير، بالإضافة إلى فريق من المتخصصين في التصميم، وصناعة المحتوى، والتسويق الرقمي. وإذا لم يتم التكيف بسرعة، قد تتراجع الإذاعات الدعوية مقارنة بالمؤسسات الإعلامية الكبرى. فعلى سبيل المثال، تواجه إذاعة Dakta Bekasi تحديات في عملية الاندماج الإعلامي بسبب الحاجة إلى تقنيات متقدمة وتكاليف عالية. يتطلب هذا التحول استعدادا من حيث التكنولوجيا، والموارد البشرية، والميزانية، وكذلك تغييرا في ثقافة المؤسسة لتصبح أكثر جرأة في التغيير. هذا يدل على أن محدودية الموارد تشكل عائقا رئيسيا أمام التكيف التكنولوجي لوسائل الإعلام التقليدية (Assidiq 2023).

بالإضافة إلى ذلك، تواجه إذاعة Suara Muslim Surabaya تحديات في الوصول إلى جمهور الجيل زد، الذي يفضل الوسائط الرقمية والتفاعلية. ورغم أنها شرعت في عملية الاندماج الرقمي من خلال دمج البث الإذاعي التقليدي مع منصات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها لا تزال تواجه صعوبات في توزيع المحتوى والتفاعل مع الجمهور (Kohar 2025). وللتغلب على هذه التحديات، تحتاج وسائل الإعلام التقليدية إلى تطوير استراتيجيات للتحول الرقمي تشمل تعزيز البنية التكنولوجية وبناء قدرات الموارد البشرية. كما يمكن أن تساهم الشراكات مع المؤسسات الدعوية في توفير التدريب، والدعم الفني، والتمويل اللازم. بالإضافة إلى ذلك، من المهم اعتماد نهج مجتمعي لضمان أن يكون المحتوى المعروض ملائما وقابلا للوصول من قبل جمهور أوسع.

ولمواجهة هذا التحدي، قامت إذاعة Fajri بتنفيذ التعاون مع المجتمعات المحلية، والمتطوعين الشباب، والمؤسسات الدعوية الأخرى. وفتحت المجال أمام التدريب والتطوع للشباب الذين يملكون مهارات رقمية، مما

يساعد في إنتاج محتوى بتكلفة أقل. كما أطلقت الإذاعة حملات جمع التبرعات من خلال برامج البث أو عبر المنصات الإلكترونية، لتطوير الاستوديو وشراء المعدات اللازمة. وبهذه الطريقة، تستطيع الإذاعة أن تنافس في جودة التقنية رغم الموارد المحدودة (Haristian 2025).

٥. الحفاظ على هوية الدعوة في ظل تيار التبرح الإعلامي

في ظل المنافسة الشديدة في عالم الإعلام الرقمي، تقع بعض وسائل الدعوة في فخ التضحية بالقيم والمبادئ مقابل الأرباح. فظاهرة العناوين الصادمة، والمحتوى السطحي أو الحساس، والدعوة التي تفتقر إلى العلم العميق أصبحت شائعة. وإذا لم تراعى حدود الدعوة، قد تضيع هويتها وتنحرف عن هدفها الأصلي. فالضغوط الكبيرة لإنتاج محتوى يجذب جمهورا واسعا دفعت بعض وسائل الإعلام الدعوية إلى اعتماد استراتيجيات تجارية، مما قد يؤدي إلى تمييع القيم الدعوية الحقيقية. على سبيل المثال، تبذل إذاعة RadioQu 89.6 FM في بوربالينغا، رغم كونها إذاعة تجارية، جهودا للحفاظ على هويتها الدعوية من خلال بث أناشيد إسلامية مثل الحضرة، والنشيد، والقصائد، مع تجنب الأنواع الموسيقية الأخرى التي لا تتوافق مع رسالة الدعوة (Nurudin 2023).

ومع ذلك، فإن الإذاعة ما زالت تواجه تحديات في تحقيق التوازن بين المتطلبات الاقتصادية والرسالة الدعوية، وقد أشار مقال في مجلة العلمية "أخلاقيات الدعوة في وسائل الإعلام الرقمية: التحديات والحلول" إلى أن وسائل الإعلام الدعوية في العالم الرقمي غالبا ما تقع في فخ إنتاج محتوى يسعى للانتشار الفيروسي، حتى وإن كان ذلك على حساب المعرفة، والإخلاص، وأخلاقيات الدعوة. وهذا ما يحدث إشكاليات أخلاقية كبيرة في تقديم الرسائل الدينية ضمن بيئة رقمية شديدة التنافسية (Triana 2024).

ولمواجهة هذا التحدي تحافظ إذاعة Fajri FM على التزامها بالعلمية وأصالة الدعوة من خلال تشكيل مجلس توجيهي للإشراف على المحتوى المداع. وتدقق في اختيار الضيوف، ومواضيع النقاش، وأسلوب التقديم، بحيث تظل منسجمة مع تعاليم الإسلام الرحيمة. فرغم المنافسة الرقمية، لا تسعى الإذاعة وراء الشهرة فحسب، بل تركز على جودة الرسالة وفائدتها. وتحرص على تقييم تفاعل الجمهور بانتظام، لتبقى مرنة في الشكل، لكنها ثابتة في المبدأ (Haristian 2025).

٦. الإفراط في استهلاك الترفيه

في العصر الرقمي بات الجمهور مستهلكا بشكل كبير لمواد الترفيه التي يسهل الوصول إليها، مثل الألعاب الإلكترونية، والمقاطع المضحكة، والمسلسلات. وخاصة بين فئة الشباب، الذين باتوا يفضلون المحتوى الترفيهي السريع والمثير المتاح ونتيجة لذلك، أصبحت المحتويات الدعوية أقل جذبا، وغالبا ما ينظر إليها على أنها ثقيلة أو مملة، وهذا يشكل تحديا كبيرا أمام الإذاعات الدعوية. وفقا لبيانات Badan Pusat Statistik (BPS) الإندونيسية لعام ٢٠٢١، فإن نسبة المستمعين للراديو في إندونيسيا انخفضت إلى ٩,٨٥٪ فقط من استمعوا إلى الراديو خلال الأسبوع الأخير، بعد أن كانت ١٢,٧٣٪ قبل ثلاث سنوات، هذا يعكس تراجع دور الإذاعات التقليدية أمام طوفان المحتوى الترفيهي الرقمي (Triana 2024).

وفي تصريح له، قال Herfriady، رئيس لجنة البث الإقليمية في جنوب سومطرة، إن وسائل الإعلام الجديدة ذات المدة القصيرة والمباشرة قد غيرت نمط استهلاك الجمهور، مما تسبب في تحديات كبيرة للراديو التقليدي في الحفاظ على صلته بالواقع (RG 2025). ولمواجهة هذا التحدي تعتمد إذاعة فجر على الأسلوب الحسي في الدعوة، الذي يلامس مشاعر المستمعين، من خلال برامج قصص مؤثرة، ونصائح حياتية، وتأملات روحية، تقدم بصوت هادئ، ومؤثرات صوتية مريحة، وأسلوب إلقاء عاطفي. كما تقيم الإذاعة فعاليات خارجية ذات طابع إنساني واجتماعي، مثل كفالة الأيتام والحملات الإغاثية، التي تؤثر في قلوب الناس وتعزز العلاقة بين الدعوة والمجتمع (Haristian 2025).

٧. تفرق الجمهور في الفضاء الرقمي

في هذا العصر يتوزع الجمهور على منصات مختلفة ومتنوعة مثل اليوتيوب، وإنستغرام، وتيك توك، ومجموعات الواتساب، مما يصعب على وسيلة إعلام واحدة أن تصل إلى جميع الفئات بفعالية، تفتت الجمهور يعد تحديا كبيرا في الانتشار والتأثير. تدرك إذاعة Fajri FM أهمية تنويع قنوات الدعوة، لذلك فإنها تنتج محتوى متنوعا وتبثه عبر منصات متعددة، أولا فيسبوك، وتم وضع تصور لهذه الاستراتيجية من خلال التخطيط لعمل حالة على الصفحة الرئيسية ومشاركتها مع الجمهور بحيث يمكن استقبال الرسائل التي تأتي عبر المراسلة أو التعليقات أو عبر الهاتف على الفيسبوك وتعديلها من قبل المذيع.

ويرتبط هذا أيضا بنظرية البرمجة أي المطابقة، حيث يقوم المذيع بتعديل احتياجات مستمع من خلال تلبية الطلب. وكذلك تبث الإذاعة برامجها المباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (Haristian 2025). وبالإضافة إلى الفيسبوك، تستخدم إذاعة Fajri 99.3 FM أيضا وسائل التواصل الاجتماعي الإنستغرام. يستخدم إنستغرام كوسيلة بصرية لنشر المحتوى الرسومي مثل اقتباسات دعوية، وجدول البرامج، وتوثيق أنشطة الإذاعة، من خلال هذا الأسلوب البصري الجذاب، تعتبر هذه المنصة فعالة في جذب انتباه الجمهور، وخاصة من فئة الشباب.

ومن خلال الإنستغرام تتواصل الإذاعة صقل الاستراتيجيات وفقا للتقدم التكنولوجي واتباع الاتجاهات الجديدة. وتستخدم إذاعة Fajri 99.3 FM تليغرام، وتنفيذ إذاعة فجري من منصة تليغرام كقناة لتوزيع المعلومات والمحتوى الدعوي بصيغ متعددة تشمل الكتابة، والصوت، والفيديو. ومن خلال ميزة المجموعات والقنوات التي توفرها تليغرام، تستطيع إذاعة فجري الوصول إلى مجتمعات محددة بشكل أكثر تخصيصا، مما يسهم في نشر المحتوى بسرعة وكفاءة إلى متابعيها (Haristian 2025).

وشارك إذاعة فجري على منصة تيك توك كجزء من جهودها للوصول إلى فئة الجمهور الأصغر سنا من خلال المحتوى الدعوي القصير الذي يقدم بأسلوب إبداعي وملائم، عادة ما تحتوي الفيديوهات القصيرة المنشورة على تيك توك على مقتطفات من المحاضرات، والنصائح اليومية، أو مقتطفات من البرامج التي تقدم بطريقة تتناسب مع خصائص مستخدمي تيك توك. ومواقع التواصل الاجتماعي الآخر الذي يستخدمه إذاعة فجري هو إيكس، تقوم إذاعة فجري بنشر المعلومات الحالية المتعلقة بأنشطة الإذاعة، واقتباسات دعوية قصيرة، وكذلك إعلانات هامة. تتم الاستفادة من خصائص هذه المنصة التي تعتمد على النصوص القصيرة لنقل الرسائل الموجزة والمعبرة بشكل مستمر (Haristian 2025).

ومن جزء مواجهة هذا التحدي لنشر الدعوة الإسلامية، تقوم إذاعة فجري بإدارة قناة على يوتيوب تسمى Fajri Channel تلعب هذه المنصة دورا مهما كوسيلة لتوزيع المحتوى السمعي البصري الذي يمكن الوصول إليه بشكل مرن من قبل الجمهور في أي وقت ومن أي مكان. من خلال هذه القناة، تقدم إذاعة فجري مجموعة متنوعة من المحتويات الإسلامية، بما في ذلك تلاوة القرآن الكريم مع الترجمة، مما يساعد المستمعين على فهم معاني الآيات الكريمة بشكل أعمق. بالإضافة إلى ذلك، تقوم قناة فجري بنشر تسجيلات للدروس الدينية التي تم بثها مباشرة عبر الراديو. من خلال أرشفة هذه الدروس على شكل فيديو، يحصل المستمعون

على فرصة للوصول إلى المواد التي ربما فاتتهم، أو إعادة الاستماع إليها بشكل متكرر لتحقيق فهما أفضل. وهذا أمر مفيد جدا للمستمعين الذين يعانون من محدودية الوقت للاستماع للبت المباشر.

إن وجود يوتيوب كمنصة تعتمد على الفيديو يتيح أيضا تقديم الدعوة بشكل أكثر بصرية وجاذبية، مما يساعد على الوصول إلى جمهور أوسع، بما في ذلك الجيل الشاب الذي يفضل المحتوى الرقمي. علاوة على ذلك، فإن خاصية الاشتراك (*subscribe*)، والتعليقات، والمشاركة (*share*) على يوتيوب تساعد في نشر المحتوى الدعوي بشكل أسرع وأكثر عضوية بين الجمهور. وبالتالي، تعتبر قناة فجري واحدة من الوسائط المهمة في النظام الرقمي لإذاعة فجري لتعزيز الدعوة الإسلامية من خلال نهج متعدد الوسائط، يوفر المعلومات بشكل مرن وسهل الوصول إليه (Haristian 2025).

ولانتسى إذاعة Fajri FM حلقات بودكاست على سبوتيفاي كجزء من تطوير المحتوى الرقمي الذي يستجيب لاحتياجات الجمهور المعاصر، توفر إذاعة فجري أيضا تسجيلات للبت في شكل بودكاست. يحتوي هذا البودكاست على تسجيلات لبرامج مختارة تم بثها سابقا على إذاعة فجري، مثل الدراسات الإسلامية، والاستفسارات الدينية، والنصائح اليومية التي تحمل قيمة تعليمية وروحية عالية. يتيح البودكاست مرونة في الوقت والوصول للمستمعين، حيث يمكن الاستماع بالمحتوى عند الطلب، في أي وقت ومن أي مكان، بما يتناسب مع أوقات فراغ كل فرد.

هذا الشكل من المحتوى يتماشى بشكل كبير مع نمط حياة المجتمع الحالي الذي يميل إلى تعدد المهام ويفضل المحتوى الذي يمكن تخصيصه ليتناسب مع الروتين اليومي، مثل أثناء القيادة أو العمل أو الاستراحة. عادة ما يتوفر بودكاست إذاعة فجري من خلال منصات توزيع الصوت الرقمي المختلفة، مثل سبوتيفاي، جوجل بودكاست، وغيرها من المنصات التي تغطي شعبية واسعة بين الجمهور. بالإضافة إلى توسيع نطاق الدعوة، يعزز البودكاست أيضا الأثر الرقمي لإذاعة فجري كمؤسسة إعلامية تتكيف مع تطور وسائل الإعلام والتكنولوجيا (Haristian 2025).

وإذاعة فجري لمواكبة التحول الرقمي وتوسيع دائرة الوصول الدعوي، هو تطويرها تطبيقا خاصا على نظام الأندرويد، يوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية الاستماع إلى البث المباشر للإذاعة في أي وقت ومن أي مكان، بالإضافة إلى الوصول إلى أرشيف الحلقات، الجداول اليومية، ومواد دعوية مسجلة. كما تمتلك الإذاعة موقعا إلكترونيا رسميا يتيح خاصية البث المباشر عبر الإنترنت (*streaming*)، بحيث يمكن للمستمعين

من داخل وخارج البلاد متابعة البرامج بسهولة، دون الحاجة إلى التقيد بجهاز الراديو التقليدي. هذا التوجه الرقمي يعد استجابة ذكية لتغير سلوك الجمهور وحرصا من الإذاعة على توفير الدعوة عبر مختلف الوسائط الحديثة، بما في ذلك الهواتف الذكية والحواسيب. تظهر إذاعة Fajri 99.3 FM قدرتها على التكيف والابتكار في مواجهة تحديات الدعوة في العصر الرقمي، دون أن تفقد هويتها أو مسارها الدعوي. وتثبت أن الوسائل التقليدية مثل الإذاعة يمكن أن تبقى أدوات فعالة ومؤثرة في إيصال رسالة الإسلام إذا ما استخدمت بأسلوب حديث واستراتيجية حكيمة، سواء من حيث المحتوى أو التكنولوجيا أو التفاعل العاطفي مع الجمهور.

خلاصة البحث

تواجه الإذاعة الدعوية في العصر الرقمي، مثل إذاعة Fajri 99.3 FM، جملة من التحديات المعقدة التي تهدد فاعليتها واستمراريتها كوسيلة لنشر الدعوة الإسلامية. أول هذه التحديات يتمثل في انخفاض الاهتمام بالإعلام التقليدي بسبب هيمنة المنصات الرقمية التي تقدم محتوى أكثر مرونة وتخصيصا. كذلك، صعوبة جذب الجيل الرقمي تشكل عائقا كبيرا نظرا لاختلاف نمط استهلاكه للمحتوى، حيث يفضل المحتوى البصري السريع والتفاعلي. كما تواجه الإذاعة منافسة محتوى مضلل ينتشر بسرعة عبر الإنترنت، غالبا على يد أفراد لا يملكون التأصيل العلمي. ويضاف إلى ذلك محدودية الموارد والتكنولوجيا التي تعاني منها الإذاعات الدعوية المستقلة، مما يعيق عملية التحول الرقمي الشامل.

تعد آخر هو الحفاظ على الهوية الدعوية الأصيلة في ظل تيار التريح الإعلامي، حيث قد يغري البعض بإنتاج محتوى يهدف إلى الانتشار على حساب القيم الدعوية. كما أن الإفراط في استهلاك الترفيه الرقمي يجعل الوصول إلى قلوب الناس أكثر صعوبة. وأخيرا، تفرق الجمهور في الفضاء الرقمي على منصات متعددة يجعل من الضروري تبني استراتيجيات متعددة القنوات لضمان الانتشار والتأثير. رغم كل هذه التحديات، يظهر من خلال تجربة Fajri FM أنها تبنت حلولاً واقعية وفعالة، منها التحول التدريجي نحو الرقمنة، إنتاج محتوى قصير وجذاب، التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التعاون مع المجتمع والمتطوعين، وضمان جودة الرسالة الدعوية من خلال إشراف علمي. وبهذا، تعد Fajri FM نموذجا لإذاعة دعوية تحاول التكيف مع معطيات العصر الرقمي دون أن تتنازل عن رسالتها الأساسية.

المراجع

- Abidin, Arif Zainal. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bogor: Graha Widya Sakti.
- Adiba, Mirza Azkia Muhammad, and Nitra Galih Imansari. 2023. "Analisis Reportase Media Massa Di Era Digital: Tantangan, Peluang, Dan Dampaknya Pada Pandangan Khalayak." *Jourmics: Journal of Media and Communication Studies* 2 (1): 16. <https://doi.org/10.35905/jourmics.v2i1.6374>.
- Assidiq, Mulkiansyah. 2023. "STRATEGI PROGRAM RADIO DAKTA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI RADIO DAKWAH DI KOTA BEKASI." Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/83067>.
- Azman, Zainal. 2021. "Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial." *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)* 3 (2): 193–205.
- Ghazali, M. Bahri. 1997. *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya.
- Haristian. 2025. "Wawancara." Bogor.
- Huberman, Milles dan. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Kohar, Abdul. 2025. "Konvergensi Media Radio Dalam Merebut Pendengar Gen Z (Studi Radio Suara Muslim)." *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 13 (1): 50–66. <https://www.e-jurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/785>.
- Miatun, Nur. 2021. "Strategi Dakwah Di Radio Cendekia FM Tambahmulyo Pati Dalam Menyebarkan Syiar Islam." IAIN KUDUS.
- Nurmansyah. 2024. "Post-Truth Politics: Tantangan Media Arus Utama Di Indonesia Dalam Menghadapi Gelombang Hoaks." *Jurnal Pendidikan Tabusai* 8 (3): 75–80. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/23072/15689>.
- Nurmawati, Ririn. 2020. "EKSISTENSI RADIO RAMAYANA 98,8 FM DI ERA TEKNOLOGI MODERN DALAM PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH DI KOTA METRO." IAIN Metro.
- Nurudin. 2023. "Eksistensi Radio Dakwah Di Era Digital (Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)." UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO. <https://repository.uinsaizu.ac.id/21280/1/KPI-1917102120-NURUDIN-EKSISTENSI RADIO DAKWAH DI ERA DIGITAL %28 Analisis Pemasaran RadioQu 89%2C6 FM Purbalingga%29.pdf>.
- Prasetyo. 2022. "Digitalisasi Radio: Menyongsong Era Baru Penyiaran Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Digital* 5 (1): 45–57.
- Raffi, Muhammad. 2024. "STRATEGI MENGHADAPI TANTANGAN DAKWAH AGAMA ISLAM DI ERA MEDIA DIGITAL." *EL HAYAH: Jurnal Studi Islam* 14 (1): 29–38. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/el-hayah/article/view/10474/3260>.
- RG. 2025. "Radio Harus Berinovasi Agar Tetap Relevan Di Era Digital." Kpi.Go.Id. 2025. <https://www.kpi.go.id/id/umum/23-berita-daerah/37638-radio-harus-berinovasi-agar-tetap-relevan-di-era-digital>.
- Rustam, Harliantara dan Andi. 2013. *Pengantar Dan Prinsip Penyiaran Padio Di Era Digital*. Jakarta: Broadcast Magz.
- Sabilah, Neisyah, and Armawati Arbi. 2020. "Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor Dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah." *Al-MUNZIR* 13 (2): 135. <https://doi.org/10.31332/am.v13i2.1979>.
- Sagala, Saadiyah ratnasari, and Annisa Pratiwi. 2022. "الرسالة الدعوية من كتاب 'مع المصطفى' الرسالة الدعوية من كتاب 'مع المصطفى'." *Ukadz: Journal Of Arabic Studies* 3 (2): 7–9. <https://doi.org/10.37274/ukazh.v3i2.647>.
- Setiyawan, Bambang Agus, and Umi Halwati. 2022. "Manajemen Strategi Dakwah Radio

- Di Era Digital." *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 3 (2): 237–43. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.149>.
- Shofiah Pohan, Rini, and Elismayanti Rambe. 2024. "Moderasi Dakwah Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Membangun Peradaban Baru." *Rumbio* 1 (1): 24–31. <https://journal-rumbio.willyprint-art.my.id/index.php/ojs/article/view/4/13>.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Triana, Devi. 2024. "Radio Dengan Tantangan Dan Solusi Di Era Digital." Kumparan.Com. 2024. <https://kumparan.com/devi-triyana-1669261596218432112/radio-dengan-tantangan-dan-solusi-di-era-digital-244f05fkxhK>.