

TRANSFORMASI MEDIA ISLAM DI ERA DIGITAL STUDI PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE ISLAM INDONESIA PASCA REFORMASI

Muhammad Rahmadani Lubis¹, Abdullah²

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Corresponding e-mail: muhammad4004233010@uinsu.ac.id

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i1.656

Abstract

The transformation of Islamic media in the digital context shows a significant change in the way information is disseminated and public opinion is formed in Indonesia. After the reform era, the increase in press freedom and technological advances have encouraged the emergence of Islamic-based online media as one of the main communication channels for the people. This research aims to analyze the changes that occur in Islamic media, both in terms of content, platforms, and distribution strategies. The method used in this study is a qualitative approach with case studies on several leading Islamic online media in Indonesia. The findings of the study indicate that Islamic media has adapted to digital technology, including the use of social media and mobile applications, to reach a wider audience, especially among the younger generation. This transformation process is characterized by the diversification of content that includes religious, social, economic, and political issues, which is presented with a more inclusive and interactive approach. However, challenges such as polarization of opinions, the spread of misinformation, and the commodification of religion are also issues that need attention. This study concludes that Islamic online media has an important role in shaping Islamic identity and discourse in the digital era, but it is necessary to strengthen journalistic ethics and digital literacy to reduce the negative impact that may arise.

Keywords: *Islamic Media Transformation, Digital Era, Online Media, Indonesian Islam, Post-Reform, Digital Literacy, Polarization of Opinions*

Abstrak

Transformasi media Islam dalam konteks digital menunjukkan perubahan yang signifikan dalam cara informasi disebarluaskan dan opini publik dibentuk di Indonesia. Setelah era reformasi, peningkatan kebebasan pers dan kemajuan teknologi telah mendorong munculnya media online berbasis Islam sebagai salah satu saluran komunikasi utama bagi umat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan yang terjadi pada media Islam, baik dari segi konten, platform, maupun strategi distribusi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada beberapa media online Islam terkemuka di Indonesia. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa media Islam telah beradaptasi dengan teknologi digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan aplikasi mobile, untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya di kalangan generasi muda. Proses transformasi ini ditandai dengan diversifikasi konten yang mencakup isu-isu keagamaan, sosial, ekonomi, dan politik, yang disajikan dengan pendekatan yang lebih inklusif dan interaktif. Namun, tantangan seperti polarisasi opini, penyebaran informasi yang salah, dan komodifikasi agama juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media online Islam memiliki peran penting dalam membentuk identitas dan wacana keislaman di era digital, namun perlu adanya penguatan etika jurnalistik dan literasi digital untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul.

Kata Kunci: Transformasi Media Islam, Era Digital, Media Online, Islam Indonesia, Pasca Reformasi, Literasi Digital, Polarisasi Opini

1. Pendahuluan

Setelah reformasi yang terjadi pada tahun 1998, Indonesia mengalami perubahan yang mendalam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang media. Reformasi tersebut memberikan kesempatan bagi kebebasan pers dan ekspresi yang sebelumnya sangat tertekan di bawah rezim Orde Baru. Dengan adanya kebebasan ini, muncul berbagai jenis media baru, termasuk yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Selain itu, kemajuan teknologi digital yang pesat juga memberikan peluang yang lebih luas bagi media Islam untuk berkembang dan beradaptasi.

Reformasi yang terjadi pada tahun 1998 menandai awal yang signifikan dalam evolusi media di Indonesia, termasuk di dalamnya media yang berbasis Islam. Proses demokratisasi dan peningkatan kebebasan pers setelah berakhirnya Orde Baru, ditambah dengan kemajuan teknologi digital, telah membentuk sebuah lingkungan baru yang memungkinkan media Islam untuk melakukan transformasi dan penyesuaian. Perubahan ini meliputi tidak hanya cara penyampaian informasi, tetapi juga mencakup aspek-aspek konten, model bisnis, serta cara berinteraksi dengan audiens.

Dalam hal ini media Islam di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, seiring dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi dan teknologi. Dengan adanya platform digital, media Islam dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta menyajikan konten yang lebih variatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini juga mendorong inovasi dalam cara penyampaian pesan, sehingga media Islam dapat bersaing dengan media lainnya di era informasi yang semakin terbuka.

Perubahan ini juga membawa tantangan baru bagi media Islam dalam mempertahankan identitas dan nilai-nilai yang diusungnya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, media Islam dituntut untuk tidak hanya fokus pada aspek komersial, tetapi juga harus tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika dan moral yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, media Islam di Indonesia diharapkan dapat berkontribusi secara positif dalam membentuk opini publik dan memperkuat nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat yang semakin plural.

Media online Islam di Indonesia kini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk dakwah, pendidikan, dan interaksi sosial. Dengan memanfaatkan platform digital, media ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi dan nilai-nilai Islam secara lebih efektif, serta menciptakan ruang bagi diskusi dan pertukaran ide di kalangan masyarakat. Transformasi media Islam dalam konteks era digital, dengan penekanan pada perkembangan media online Islam di Indonesia setelah reformasi. Melalui analisis ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana media Islam beradaptasi dengan perubahan zaman dan perannya dalam membentuk opini publik serta memperkuat komunitas Muslim di tanah air (Ikrom, 2022).

Media Islam sebagai elemen integral dalam ekosistem media nasional, mengalami pertumbuhan yang signifikan dan berkontribusi dalam mengangkat isu-isu sosial, politik, dan keagamaan dari sudut pandang Islam. Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan terkait dengan kualitas jurnalistik, keberagaman sosial, dan polarisasi politik. Oleh karena itu, sangat penting bagi media di Indonesia, termasuk media Islam, untuk mematuhi etika jurnalistik, menekankan nilai-nilai toleransi, serta berperan aktif dalam menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan harmonis di tengah keragaman yang ada (Sulfikar, 2019).

Media massa Islam pada masa Reformasi di Indonesia telah berfungsi sebagai pilar penting dalam memperkaya kehidupan berbangsa dan bernegara. Dengan adanya kebebasan yang lebih luas, media Islam tidak hanya berperan sebagai alat dakwah dan penyebaran informasi, tetapi juga sebagai kekuatan sosial dan politik yang signifikan. Meskipun demikian, tantangan untuk mempertahankan integritas, objektivitas, dan keberagaman harus tetap menjadi perhatian agar media massa Islam dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pembangunan bangsa dan umat (Guntoro et al., 2022).

Globalisasi dan kemajuan teknologi digital telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap media Islam di Indonesia, mencakup aspek politik, sosial, dan budaya. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi cara operasional media Islam, tetapi juga memengaruhi cara umat Islam di Indonesia dalam mengakses informasi, berinteraksi, dan mengekspresikan pendapat mereka (Siregar et al., 2024).

Salah satu dampak utama dari globalisasi adalah terbukanya akses informasi tanpa batas dari seluruh penjuru dunia, yang memungkinkan media Islam di Indonesia untuk memperoleh dan menyebarkan konten internasional. Berbagai platform digital, seperti internet, situs web, media sosial, dan aplikasi streaming, memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia untuk mengakses informasi secara cepat, termasuk informasi terkait dunia Islam secara global (Yuliarti, 2020).

Era reformasi di Indonesia menjadi titik balik bagi kebebasan media, yang sebelumnya terikat oleh kontrol ketat pemerintah. Dalam kondisi tersebut, media massa tidak memberikan banyak ruang bagi konten-konten yang bernuansa Islam (Palupi et al., 2023). Namun, setelah terjadinya reformasi, munculnya berbagai media Islam, baik dalam format cetak maupun digital, menunjukkan perubahan signifikan dalam lanskap media. Perkembangan teknologi internet juga berperan penting dalam transformasi media Islam. Dengan adanya akses yang lebih luas, informasi dapat disebarluaskan dengan lebih cepat dan efisien. Media Islam tidak lagi terjebak dalam format tradisional, melainkan beradaptasi menjadi platform online yang lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Tarifu et al., 2017).

Transformasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas konten-konten Islam, tetapi juga memperkaya diskursus publik di Indonesia. Media Islam kini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, menciptakan ruang bagi dialog dan pertukaran ide yang lebih konstruktif. Dengan demikian, era reformasi telah membuka jalan bagi perkembangan media yang lebih inklusif dan beragam di Indonesia (Suyadi & Sutrisno, 2018).

Perubahan ini juga dipicu oleh pertumbuhan penetrasi internet yang signifikan di Indonesia. Menurut informasi yang disampaikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di tanah air mengalami peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, dengan total pengguna yang diperkirakan melebihi 200 juta pada tahun 2023. Situasi ini menciptakan lingkungan yang sangat mendukung bagi perkembangan media online yang berbasis Islam (Tahir et al., 2023).

Peningkatan aksesibilitas internet di Indonesia telah menjadi faktor kunci dalam transformasi ini. Data yang dirilis oleh APJII menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet terus bertambah, mencapai lebih dari 200 juta orang pada tahun 2023. Hal ini menciptakan peluang yang luas bagi media online Islam untuk tumbuh dan menjangkau audiens yang lebih besar. Dengan semakin banyaknya pengguna internet, ekosistem digital di Indonesia semakin kondusif untuk media online Islam. APJII mencatat bahwa pertumbuhan jumlah pengguna internet yang mencapai lebih dari 200 juta pada tahun 2023 menunjukkan adanya potensi besar bagi platform-platform media yang mengusung nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, perkembangan ini menjadi sangat relevan dalam konteks penyebaran informasi dan pemahaman agama di era digital (Nurdin, 2017).

Platform-platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube memberikan kesempatan bagi media Islam untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih cepat. Di sisi lain, masyarakat juga dapat memperoleh berita dan analisis yang lebih beragam dari berbagai belahan dunia, termasuk isu-isu penting dalam konteks Islam, seperti politik di Timur Tengah, perubahan sosial, dan konflik internasional (Nur Nafsi Mutmainnah, 2015). Globalisasi yang didorong oleh internet juga memungkinkan umat Islam di Indonesia untuk terhubung dengan komunitas global secara real-time. Diskusi mengenai isu-isu politik, sosial, dan agama kini dapat dilakukan lintas negara melalui forum online dan media sosial.

Keberagaman adalah salah satu karakteristik fundamental masyarakat Indonesia, yang ditandai oleh beragam latar belakang etnis, agama, budaya, dan bahasa. Dalam ranah media Islam, keberagaman ini menghadirkan tantangan tersendiri, baik dalam hal penyampaian pesan maupun dalam pengelolaan beragam ideologi dan perspektif (Dedi Mulyadi, 2024). Media Islam di Indonesia tidak hanya menghadapi tantangan internal dalam menyusun konten yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga tantangan eksternal yang berkaitan dengan pluralisme sosial, polarisasi politik, dan radikalisasi yang berpotensi memperburuk ketegangan antaragama dan antarbudaya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang difokuskan pada lima platform media Islam online terkemuka di Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten digital yang tersedia, wawancara dengan para pengelola media, serta analisis terhadap dokumentasi yang relevan selama rentang waktu 1998 hingga 2024.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk memahami dinamika dan perkembangan media Islam online di Indonesia dengan cara yang mendalam. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali perspektif dan pengalaman dari pengelola media, yang memberikan wawasan berharga mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh media tersebut. Observasi konten digital juga memberikan gambaran tentang bagaimana media ini berinteraksi dengan audiens dan menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Analisis dokumentasi yang dilakukan selama periode yang ditentukan memungkinkan peneliti untuk melacak perubahan dan tren yang terjadi dalam media Islam online. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang peran media dalam konteks sosial dan keagamaan di Indonesia, serta dampaknya terhadap masyarakat luas (Nuridin, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Transformasi Platform dan Teknologi

Transformasi media Islam di Indonesia menunjukkan perubahan yang signifikan dalam aspek platform dan teknologi yang digunakan. Berawal dari media cetak tradisional, kini telah beralih ke berbagai bentuk digital seperti portal berita online, aplikasi mobile, dan kehadiran yang kuat di media sosial. Perkembangan ini mencerminkan adaptasi yang cepat terhadap kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin mengandalkan informasi secara daring.

Salah satu contoh utama dari transformasi ini adalah Republika Online, yang menjadi pelopor dalam dunia media Islam digital di Indonesia. Sejak memulai perjalanannya pada tahun 1995, Republika Online telah berkomitmen untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi terbaru untuk menyajikan berita dan informasi yang relevan bagi pembacanya. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi, tetapi juga memperluas jangkauan audiens yang dapat dijangkau oleh media Islam (Slama & Barendregt, 2018).

Dengan adanya perubahan ini media Islam di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai platform interaktif yang memungkinkan dialog dan partisipasi masyarakat. Kehadiran di media sosial dan aplikasi mobile memberikan kesempatan bagi pengguna untuk terlibat langsung dalam diskusi dan berbagi pandangan, sehingga menciptakan ekosistem informasi yang lebih dinamis dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Barendregt, 2011).

3.2. Perubahan Model Bisnis

Model bisnis media Islam kini mengalami proses diversifikasi yang signifikan. Selain bergantung pada pendapatan dari iklan digital, media Islam yang berbasis online mulai mengeksplorasi berbagai sumber pendapatan alternatif yang lebih beragam. Salah satu strategi yang diadopsi adalah penerapan sistem berlangganan untuk konten premium, yang memungkinkan pengguna mengakses informasi dan materi berkualitas tinggi dengan biaya tertentu. Selain itu, monetisasi melalui program affiliate marketing juga menjadi pilihan, di mana media dapat memperoleh komisi dari produk yang dipromosikan kepada audiens mereka (Mujani et al., 2023).

Dalam hal itu, pengembangan marketplace untuk produk halal menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem yang mendukung konsumen Muslim. Penyelenggaraan event dan workshop digital juga turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan dan interaksi dengan audiens, sehingga menciptakan peluang pendapatan yang lebih berkelanjutan (Lim, 2022).

3.3. Karakteristik Konten

Konten media Islam yang tersedia secara daring memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya. Salah satu karakteristik utama adalah penggunaan berbagai bentuk multimedia, termasuk teks, video, dan infografis, yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih menarik dan interaktif. Hal ini tidak hanya memperkaya pengalaman pengguna, tetapi juga membantu dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan cara yang lebih efektif (Setiawan et al., 2024).

Selain itu pendekatan jurnalisme berbasis data juga menjadi salah satu aspek penting dalam konten media Islam online. Dengan memanfaatkan data dan statistik, isu-isu keislaman dapat disajikan dengan lebih objektif dan mendalam, memberikan pemahaman yang lebih baik kepada audiens. Pendekatan ini juga berkontribusi pada kredibilitas informasi yang disampaikan, sehingga dapat menarik perhatian pembaca yang lebih luas.

Penggunaan format storytelling yang menarik menjadi strategi yang efektif dalam menyampaikan konten. Dengan mengemas informasi dalam bentuk narasi yang engaging, audiens dapat lebih mudah terhubung dengan materi yang disajikan. Selain itu, optimasi SEO juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari, sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang yang mencari informasi terkait keislaman (Meuleman, 2011).

3.4. Dampak Sosial dan Keagamaan

Transformasi digital dalam konteks media Islam telah memberikan pengaruh yang mendalam terhadap berbagai aspek kehidupan beragama. Salah satu dampak utama adalah terjadinya demokratisasi dalam wacana keagamaan, di mana individu dari berbagai latar belakang dapat berpartisipasi dalam diskusi dan penyebaran informasi tanpa batasan yang ketat. Hal ini memungkinkan suara-suara yang sebelumnya terpinggirkan untuk mendapatkan perhatian yang lebih luas, sehingga memperkaya khazanah pemikiran keagamaan (Slama & Barendregt, 2018).

Setelah itu kemunculan komunitas virtual yang berbasis keislaman menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan. Platform digital telah memfasilitasi terbentuknya jaringan sosial yang menghubungkan umat Islam dari berbagai belahan dunia, memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, dan praktik keagamaan. Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang diskusi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat identitas keagamaan di era globalisasi.

Transformasi ini juga menghadirkan tantangan, terutama terkait dengan moderasi konten dan literasi digital. Dengan banyaknya informasi yang beredar di dunia maya, penting bagi pengguna untuk memiliki kemampuan kritis dalam menilai kebenaran dan relevansi konten yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan umat Islam menjadi sangat penting agar mereka dapat menavigasi ruang digital dengan bijak dan bertanggung jawab (Hasanah & Anam, 2022).

4. Kesimpulan

Transformasi media Islam dalam konteks digital mencerminkan kemampuan institusi media Islam untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan dinamika sosial yang terjadi. Keberhasilan dalam proses transformasi ini sangat bergantung pada sejauh mana media mampu mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan kebutuhan dan tuntutan zaman digital, tanpa mengorbankan kredibilitas serta relevansi yang diharapkan oleh pembaca Muslim di Indonesia. Dalam era digital, media Islam dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan kredibel di tengah perubahan yang cepat. Oleh karena itu, penting bagi institusi media untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menggabungkan prinsip-prinsip keislaman dengan inovasi teknologi, sehingga dapat memenuhi ekspektasi masyarakat Muslim Indonesia yang semakin beragam dan kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Bibliografi

- Barendregt, B. (2011). Pop, politics and piety: Nasyid boy band music in Muslim Southeast Asia. In *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*.
- Dedi Mulyadi. (2024). Pengaruh Media Massa Terhadap Generasi Z Sebagai Partisipasi Pemilu 2024 : Di Tinjau Dari Teori Demokrasi. *Rio Law Jurnal*, 53–59. <https://doi.org/10.36355/v1i2>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisoni, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Hasanah, U., & Anam, K. (2022). The Polemic of Wayang in Da'wah Stage: Digital Contestation for Religious Authority. *Jurnal Dakwah Risalah*, 33(1), 35–56. <https://doi.org/10.24014/jdr.v33i1.16906>
- Ikrom, Z. dkk. (2022). *Mengenal Lebih Dalam Komunikasi Lintas Budaya di Era 5.0* (Issue April). PT INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Lim, M. (2022). Alternative Imaginations: Confronting and Challenging the Persistent Centrism in Social Media-Society Research. *Journal of Asian Social Science Research*, 4(1), 1–22. <https://doi.org/10.15575/jassr.v4i1.59>
- Meuleman, J. (2011). Dakwah, competition for authority, and development. *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 167(2–3), 236–269. <https://doi.org/10.1163/22134379-90003591>
- Mujani, S., Liddle, R. W., & Irvani, D. (2023). Islamism and Muslim Support for Islamist Movement

- Organizations: Evidence from Indonesia. *Studia Islamika*, 30(1), 39–63. <https://doi.org/10.36712/SDI.V30I1.33369>
- Nur Nafsi Mutmainnah, M. R. (2015). Telaah Terhadap Efektivitas Perda Bernuansa Syariah Era Reformasi. *Riskesdas 2018*, 3, 103–111.
- Nurdin, N. (2017). To research online or not to research online: Using internet-based research in Islamic Studies context. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 7(1), 31–54. <https://doi.org/10.18326/ijims.v7i1.31-54>
- Palupi, R., Irhamdhika, G., & Medianti, U. S. (2023). Karakteristik Komunikasi Media Massa Pada Era Reformasi. *J-Ika*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.31294/kom.v10i1.13762>
- Setiawan, A. A., Sudi, M., Matradewi, N. K. W., Muslim, A., Saefudin, A., & Saddhono, K. (2024). Ideological Contestation in Social Media: a Content Analysis of the Promotion of Islamic Education Institutions. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 8(1), 72. <https://doi.org/10.35723/ajie.v8i1.445>
- Siregar, A. R., Harahap, A., & Nasution, M. S. (2024). Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 5(1), 39–53.
- Slama, M., & Barendregt, B. (2018). Introduction: Online Publics in Muslim Southeast Asia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 3–31. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340090>
- Sulfikar, A. (2019). Swa-radikalisasi Melalui Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Jurnalisa*, 4(1), 76–90. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i1.5622>
- Suyadi, & Sutrisno. (2018). A genealogical study of Islamic education science at the faculty of Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga. *Al-Jami'ah*, 56(1), 29–58. <https://doi.org/10.14421/ajis.2018.561.29-58>
- Tahir, R., Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano. (2023). Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital). In *Sonpedia Publishing* (Issue August).
- Tarifu, L., Ridwan, H., Nurhaliza, W. O. S., Hereyah, Y., Fahrimal, Y., Affandi, N. R. D., Segarwati, Y., & Patonah, S. (2017). Komunikasi, media dan new media dalam pembangunan daerah. In *Buku Litera Yogyakarta*.
- Yuliarti, A. (2020). Journalism and Islam (Reflection on the Role of Journalists in the issue of Religious Moderation). *Palakka : Media and Islamic Communication*, 1(1), 1–12.