

ESENSI ILMU DAKWAH DALAM KONTEKS KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: TANTANGAN DAN PELUANG

Bunge Mistari¹, Resika Maulyza², Madewi Ardilla Tirta³, Azkia Addiina Mahabbah⁴, Nabila Ihdaasyah⁵, Mira Hayati⁶

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

bungemistari7@gmail.com¹, resikamaulyza@gmail.com², madewiardilla@gmail.com³,
addiinamahabbah0@gmail.com⁴, ihdasyahnabila@gmail.com⁵, mirahayatimirahayati4@gmail.com⁶

Abstrak: Keberagaman dalam kehidupan sosial masyarakat merupakan keniscayaan yang meliputi warna kulit, tradisi, suku, bangsa, dan latar belakang lainnya. Keberagaman ini menuntut manusia untuk saling mengenal, berinteraksi, dan bersinergi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Dalam Islam, keberagaman dipandang sebagai realitas objektif yang harus diterima dengan bijak untuk menciptakan harmoni sosial. Pendekatan dakwah antarbudaya menjadi krusial dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara persuasif tanpa paksaan, intimidasi, atau teror. Sejarah mencatat bahwa penyebaran Islam ke seluruh penjuru dunia dilakukan melalui pendekatan yang memperhatikan kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat. Di era digital, dakwah menghadapi tantangan sekaligus peluang baru melalui media internet yang menawarkan interaktivitas dan konektivitas tinggi. Media digital memungkinkan dakwah yang lebih konvergen, tanpa batas ruang dan waktu, serta memberikan efektivitas dalam penyampaian pesan. Namun, perlu diwaspadai potensi penyalahgunaan teknologi yang dapat memunculkan interpretasi sepihak atau gerakan fundamentalisme agama.

Kata Kunci: Keberagaman, Dakwah Antarbudaya, Media Digital.

PENDAHULUAN

Keberagaman dalam tatanan kehidupan sosial masyarakat adalah sebuah keniscayaan. Mulai dari keberagaman warna kulit, tradisi, golongan, suku, bangsa dan lain sebagainya. Realitas keberagaman menuntut dan mengharuskan semua manusia untuk saling mengenal, berinteraksi dan saling sinergi antara satu dengan yang lainnya. Bukan tanpa alasan, akan tetapi itu semata mata dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan demi menjaga kelangsungan hidup dan kehidupan di alam dunia. Konteks “saling mengenal” ini juga merupakan fitrah manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Satu dengan yang lainnya saling melengkapi dan saling bergantung. Bagaimana tidak? Mulai dari kita dilahirkan kemudian memasuki masa anak-anak, remaja, dewasa sampai menginjak masa tua, semuanya tidak lepas dari bantuan dan peran dari orang lain. Keberagaman suku bangsa dan budaya adalah kenyataan objektif dan positif yang merupakan salah satu tanda kebesaran Allah SWT. Telah jelas Firman Allah tentang keberagaman kehidupan manusia yaitu:

“hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”. QS.49 ayat :13

Ayat diatas menunjukkan bahwa keberagaman, perbedaan suku, budaya dan tradisi adalah sebuah realitas yang dianugerahkan oleh Allah kepada kita semua. Maka komunikasi antarbudaya sudah menjadi kebutuhan untuk kita bisa mengenal antar satu dengan yang lainnya.¹ Akan tetapi manakala manusia tidak bisa memaknai keberagaman itu secara bijak maka kekacauan dan kehancuranlah yang akan terjadi.

Kalau dilihat dalam konteks dakwah keberagaman itu menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dikaji. Perbedaan tradisi dan kebudayaan menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan kegiatan dakwah Islam. Sehingga sudah menjadi kebutuhan bahwa dakwah Islam harus mampu menembus sekat-sekat dan perbedaan kebudayaan yang ada di

¹ Alo Liliwari, *Dasar Dasar Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, Hal 8-9

masyarakat. Kajian dan pembahasan dakwah antarbudaya menjadi penting untuk dikaji sebagai bekal dalam mendakwahkan Islam secara damai. Sesuai dengan konsep Islam yang rahmatan lil alamin yaitu mampu memberikan kedamaian, ketenangan dan ketentraman kepada seluruh alam. Tidak heran jika pembahasan tentang strategi pendekatan dakwah antarbudaya menjadi sangat berkembang dan familiar di era sekarang ini. Dengan konsep dakwah antarbudaya tersebut harapannya kegiatan dakwah yang dilakukan lebih ramah dan bisa menyesuaikan dengan budaya dan adat istiadat dimana kegiatan dakwah itu dilaksanakan.

Sejarah juga telah membuktikan bahwa tersebarinya Islam hingga keseluruh penjuru dunia, tidak lepas dari pendekatan dan peran penting dakwah antarbudaya. Nabi Muhammad SAW mengutus sahabat-sahabat terbaiknya untuk berdakwah keluar dari Madinah dengan cara damai. Otomatis mereka harus mendakwahkan Islam dengan senantiasa memperhatikan dan menyesuaikan dengan kondisi sosiokultural masyarakat yang menjadi mad'unya. Sebagaimana Islam diturunkan di Arab dan disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW dengan bahasa kaumnya. Sesuai FirmanNya, *"Kami tidak mengutus seorang rasulpun melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia bisa memberi penjelasan dengan baik kepada mereka"* (QS: Ibrahim:4). Bisa dibayangkan apabila ada seorang juru dakwah yang berasal dari suku A berdakwah di suku B yang berbeda bahasa dan kebudayaannya. Akan tetapi juru dakwah atau da'i tersebut tidak menguasai bahasa dan kebudayaan yang dipakai di suku B. Pasti kegiatan dakwah yang dilakukannya akan sangat tidak efektif. Alih alih mad'unya mengikuti, yang ada malah mencaci maki. Jejak jejak dakwah Islam dengan pendekatan dakwah antarbudaya juga terlihat jelas di bumi Nusantara.

Dakwah bersifat persuasif yaitu mengajak manusia secara halus. Kekerasan, pemaksaan, intimidasi, ancaman atau teror agar seseorang melaksanakan ajaran Islam tidak bisa dikatakan dakwah. Pemahaman ini diperoleh dari makna dakwah yang berarti mengajak, berdoa, mengadu, memanggil, meminta dan mengundang (Azis 2015, 10). Dari pemaparan tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah menekankan pada tugas dan proses, bagaimana menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kesungguhan melalui berbagai cara dan media. Proses penyampaian dakwah tidak terlepas dari proses komunikasi, karena dakwah sejatinya adalah sebuah komunikasi, da'i sebagai komunikator menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u sebagai komunikan dengan berbagai cara serta melalui berbagai media yang ada.

Lebih lanjut, dakwah berupaya untuk menumbuhkan kesadaran dari dalam diri mad'u, yaitu suatu kesadaran yang memungkinkan mad'u mempunyai persepsi, pemahaman dan kesadaran yang cukup sempurna tentang Islam sebagai sumber nilai dalam hidupnya, dan juga dapat menumbuhkan kekuatan dan kemauan dalam dirinya untuk menginternalisasikan, merealisasikan dan mengaktualisasikan nilai-nilai Islam tersebut dalam kehidupannya sehari-hari (Aziz 2015, 9). Meskipun dakwah lebih menekankan kepada proses, namun hasil ataupun tujuan dari dakwah diharapkan dapat terjadi perubahan pada diri mad'u meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap dan tindakan individu yang menyangkut aqidah, ibadah, mu'amalah dan akhlak. Perubahan tersebut dimungkinkan oleh karena terjadinya perubahan nilai yang secara aktual dianut oleh seseorang mad'u.

Oleh karena itu, hadirnya internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi dewasa ini telah memungkinkan pengembangan aktivitas dakwah yang lebih konvergensif dan membedakannya dengan pola konvensional. Dakwah menjadi lebih mudah, tak terbatas ruang dan waktu serta murah dan terbuka. Perkembangan media internet saat ini telah dibayangkan oleh Marshall McLuhan sejak awal 1960-an, seperti lahirnya pasar online, kampanye online, hingga kehidupan keagamaan yang menggunakan internet dalam berbagai fungsi dan sifatnya. Aguilar menunjukkan bahwa media digital merupakan sumber yang menghadirkan agama dalam berbagai dimensinya, walaupun tidak jarang terjadi penolakan penggunaan internet bagi tujuan agama karena dianggap internet mengandung ancaman norma-norma sosial agama dan otoritas pemimpin agama (Irwan 2017, 16). Selain

itu, gejala yang patut dikhawatirkan karena pada kondisi tertentu, memungkinkan munculnya penafsiran agama secara sepihak dan mampu memicu lahirnya gerakangerakan fundamentalisme agama atau semacamnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk menyusun karya untuk jurnal ilmiah adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan, yaitu sumber penelitian yang diperoleh dari buku, artikel, dan referensi yang berkaitan dengan Esensi Ilmu Dakwah dalam Konteks Komunikasi Antarbudaya: Tantangan dan Peluang. Dalam hal ini dilakukan untuk menarik kesimpulan yang valid dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dakwah Antarbudaya Di Era Modern

Dai dan daiyah perlu mengenali budaya mad'u-nya dalam berdakwah. Mengetahui latar belakang mad'u menjadi salah satu kunci keberhasilan dakwah. Artinya, bila dai dan daiyah memerhatikan budaya mad'u, maka besar kemungkinan keberhasilan dakwah dapat tercapai, dibandingkan dengan mengabaikannya.² Komunikasi antarbudaya tidak mungkin terelakkan dalam proses komunikasi, termasuk dalam berdakwah. Dai dan daiyah, baik disadari maupun tidak, telah mempraktekkan komunikasi antarbudaya dalam aktivitas dakwahnya. Ada bagian penting dalam komunikasi antarbudaya yang bisa menyebabkan keberhasilan ataupun kegagalan dalam penyampaian dakwah.

Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia di seluruh penjuru dunia yang berbeda suku dan budaya tidak lain karena adanya dakwah. Melihat realita pada era modern seperti sekarang ini, dunia dakwah di hadapkan dengan berbagai perkembangan dan kemajuan jaman. Strategi dan kegiatan dakwah yang dulu sering dilakukan dan dijalankan (tradisional) dipaksa tunduk dan mengikuti aliran arus kemajuan tersebut. Bagaimana tidak? kondisi dan situasilah yang mengharuskan demikian. Karena kalau tidak maka sudah pasti seruan-seruan dakwah tidak akan mendapatkan tempat di hati masyarakat modern. Hal ini menjadikan para insan dakwah atau da'i harus mampu dan menguasai "pertempuran" di medan yang baru ini.

Pada dasarnya hampir sama bahwa pendekatan-pendekatan yang bersifat kultural sesuai dengan kearifan lokal inilah yang mudah diterima oleh masyarakat pada umumnya. Masyarakat tidak canggung atau ragu lagi kepada da'i yang menyeru kepada sesuatu yang baru mana kala cara dan metodenya tidak bertentangan dengan budaya-budaya lokal yang sudah ada. Dalam waktu singkat masyarakat atau mad'u akan menganggap seorang da'i tersebut bagian dari mereka. Seorang da'i tidak akan dianggap sebagai orang asing dimata mereka. Maka secara otomatis pesan-pesan dakwahnya mudah diterima. Dakwah model demikianlah yang seharusnya dipraktekkan oleh setiap da'i dalam menjalankan dakwahnya. Sehingga Islam yang rahmatan lil alamin yang mampu memberikan kedamaian bagi seluruh manusia betul betul terasa di masyarakat.

Begitu juga dalam mensikapi perkembangan zaman di era modern seperti sekarang ini mau tidak mau dakwah harus bisa membaur dan menyatu dengan "kearifan lokal" yang hampir-hampir menjelma menjadi "kearifan global" di masyarakat modern. Hal itu tidak lepas dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dimana satu kenyataan yang tak terbantahkan dan sangat mempengaruhi proses komunikasi masyarakat modern sekarang ini adalah keberadaan media massa (cetak maupun elektronik).³

Dunia saat ini seakan seperti "tanpa penghalang" atau dengan kata lain dunia bisa di katakan sebuah "Global Village". Arus informasi begitu derasnya menyerbu seluruh anak

² Ade Irma. PENERAPAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DAI DAN DAIYAH DALAM BERDAKWAH DI ACEH. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* Vol. 7 No. 1 Tahun 2024

³ Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 31

manusia dimanapun ia berada. Proses kemajuan teknologi hampir tidak memberikan kesempatan kepada negara-negara di dunia ini untuk menolaknya. Sekat dan batas wilayah negara hanya menjadi catatan-catatan formal administrasi belaka. Hampir tidak ada lagi tempat atau wilayah di belahan dunia ini yang tidak terjangkau oleh kemajuan teknologi tersebut. Sehingga global village atau desa global menjadi suatu keniscayaan kemunculannya.⁴

Di abad modern seperti sekarang ini, komunikasi telah mencapai suatu tingkat di mana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak.⁵ Kehadiran media massa khususnya internet dan semua pernak pernik yang ada didalamnya telah menjadikan bertambahnya kebutuhan primer sebagian besar masyarakat dunia. Kebutuhan akan informasi melalui media massa menjadi sebuah keharusan yang tidak boleh terlupakan. Hampir-hampir seluruh kebutuhan masyarakat modern telah tersedia di internet dan media massa lainnya. Mulai kebutuhan pokok, hiburan, keilmuan bahkan dengan kehadiran aplikasi belanja, transportasi dan komunikasi yang serba online menjadikan masyarakat begitu ternina bobokkan. Internet dan media massalainnya telah menjadi faktor penentu dalam percaturan kehidupan masyarakat modern.

Realita diatas menunjukkan bahwa pengaruh media massa begitu kuat dalam kehidupan masyarakat. Pantaslah kalau perang opini di media massa jauh lebih dahsyat dari pada perang fisik. Dalam perang opini ini juga bisa disebut sebagai Ghazwul Fikr. Dimana perang opini ini mampu menjajah suatu kaum (masyarakat) tanpa merasa dijajah atau bisa disebut sebagai hegemoni. Disadari atau tidak kehadiran media internet telah mempengaruhi pola kehidupan masyarakat. Baik dari cara berpakaian, cara bicara, cara bergaul, cara berjalan dan lain sebagainya. Bisa dipastikan bahwa hampir semua aktifitas masyarakat modern mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi telah mengikuti apa yang dilihatnya di media melalui gadgetnya. Secara tidak langsung bisa dikatakan bahwa seluruh kehidupan dan tatanan yang ada didalamnya telah dikendalikan oleh media yang bernaung dibawah payung besar bernama internet.

Adapun strategi dakwah antarbudaya yang dianggap tepat di era modern ini adalah dakwah lewat media massa, baik lewat internet dan media-media lainnya. Karena melalui media media tersebutlah percampuran atau akulturasi budaya terjadi. Tidakheran jika muncul sebuah anggapan bahwa barang siapa yang menguasai media maka ia sejatinya telah menguasai dunia. Kegiatan dakwah harus mampu mewarnai media-media massa yang ada. Sehingga ada penyeimbang berita, masyarakat tidak hanya mendapatkan info-info sampah yang cenderung menyensasikan tetapi mereka juga mendapatkan info-infokeislaman yang mencerahkan.

Dakwah di era modern akan sangat efektif dan maksimal hasilnya manakala pesan-pesannya terkemas rapi dan menarik di media-media modern yang ada. Diantara contohnya adalah dakwah lewat media televisi, koran, radio, Instragram, WA, Facebook, Twiter, dan Youtube. Bentuk konten dakwah dari media yang satu dengan yang lainnya juga berbeda. Bisa berupa video pendek, vlog, meme, tulisan, siaran, share status Islami dan lain sebagainya. Yang perlumenjadi perhatian bahwa selain berfungsi sebagai media informasi, media juga berfungsi sebagai hiburan sehingga sudah menjadi kewajaran manakala berdakwah di media massa content pesan harus menarik, unik dan up to date agar bisa sedikit menghibur.

B. Tantangan Dan Peluang Dakwah Antar Budaya di Media Massa

Dakwah tidak lagi hanya berada di tempat tempat konvensional dan terkesan tradisonal seperti masjid, pesantren dan majlis ta'lim. Tetapi dakwah kini sudah mulai merambah ke hotel hotel, rumha sakit, mal mal atau super market. Bahkan dakwah juga sudah kita jumpai lewat media media massa. seperti radio, koran, dan televisi. Dunia dakwah khususnya dakwah antar budaya mengalami tantangan yang semakin berat terutama sejak berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (internet) serta semakin kompleksnya masalah kemasyarakatan

⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), XII

⁵ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 184

yang dihadapi oleh manusia. Disisi lain, perkembangan media massa yang semakin modern tampaknya akan sangat membantu aktivitas dakwah antar budaya. Kenapa dakwah antar budaya, karena di era modern sekarang ini, dimana informasi begitu cepat tersebar. Peristiwa suatu daerah dengan cepat diketahui oleh masyarakat dunia hanya melalui media massa khususnya internet dan segala perbikarannya di dalamnya. Bila media massa tersebut kita isi dengan konten dakwah maka sudah pasti pesan-pesan yang kita pakai dalam berdakwah harus menggunakan bahasa dan cara yang bisa diterima oleh masyarakat dunia. Atau bila pesan dakwah tersebut dispesifikan kepada kelompok, daerah atau Negara tertentu maka konten dan bahasanya pun harus disesuaikan dengan mad'u yang menjadi sasaran.⁶

Berbagai macam bentuk dan cara berdakwah dalam Islam sehingga kewajiban berdakwah juga harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian masing-masing orang, setiap orang tidak harus berdakwah seperti layaknya seorang penceramah atau mubaligh, karena dakwah bisa dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja yang terpenting semua dilakukan dengan tujuan utama yaitu amar ma'ruf nahi munkar.⁷ Namun dalam hal ini tidak saja sekedar menyampaikan dakwah, melainkan harus memenuhi beberapa syarat, yakni mencari materi yang cocok, mengetahui kondisi psikologis obyek dakwah (mad'u), memilih metode yang representatif, dan menggunakan bahasa yang bijaksana.

Fenomena aktualisasi dakwah menggunakan internet saat ini telah memberikan suatu paradigma baru mengenai kesuksesan dakwah. Da'i tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh mad'u (objek dakwah) karena terbukti dalam konteks masyarakat jejaring, mad'u tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif. Mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima dan sering tidak terpengaruh oleh identitas penyampainya. Dalam konteks masyarakat jejaring, tidak ada lagi da'i (*author*) atau mad'u (*reader*) tetapi melebur dalam status yang sama, yakni user.

User tidak hanya mampu mengonsumsi serta menggunakan informasi, tetapi juga dapat memproduksi informasi dan mendistribusikannya. Dalam konteks dakwah pada masyarakat jejaring, otoritas tidak hanya terpusat pada da'i, tetapi juga pada sisi mad'u karena mereka juga mampu, setidaknya memproduksi pesan-pesan agama yang mereka terima untuk kemudian disebarkan kembali. Sebab dalam masyarakat jejaring yang dihubungkan oleh internet dan media sosial, misalnya ketika kita menerima pesan-pesan agama secara online yang menurut kita dapat bermanfaat untuk teman, kerabat, saudara, dan rekan-rekan, sebagian dari kita akan segera melakukan share melalui berbagai platform internet yang kita miliki. Bahkan, kita dapat memproduksi pesan-pesan agama secara sukarela meskipun kita sesungguhnya bukan seorang da'i.

Sehingga dapat dipahami bahwa hadirnya akses internet merupakan media yang tidak bisa dihindari karena telah menjadi peradaban baru dalam dunia informasi dan komunikasi tingkat global. Dengan adanya akses internet, maka sangat banyak informasi yang layak diakses oleh masyarakat baik untuk kepentingan pribadi, pendidikan, agama, bisnis dan lain-lain. Dalam aktivitas dakwah dengan mad'u yang merupakan pengguna internet (user), sehingga mereka tidak hanya mencari informasi, namun dengan informasi yang didapatkannya tersebut, mereka akan membagikannya kembali (share) melalui media sosial yang dimiliki dengan ditambahkan pesan-pesan dakwah lainnya yang menurut mereka sesuai serta dari apa yang mereka pahami.⁸

⁶ Alim Puspianto. Tantangan Dakwah Antar Budaya di Media Massa. *An-Nida'* : Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam. P 25 -ISSN :2354-6328 E-ISSN: 2598-4012

⁷ Aripudin, A. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. (2011).

⁸ Efa Rubawati. Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *URNAL STUDI KOMUNIKASI* Volume 2 Ed 1, March 2018 Page 126 - 142

Dengan memahami fenomena tersebut, maka keberadaan internet sebagai media dakwah telah menjadi sebuah kebutuhan. Sehingga para ulama, da'i, dan para pemimpin Islam segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi muda agar siap dan matang dalam menghadapi seranganserangan negatif dari media internet. Salah satu cara menghadapi serangan negatif internet dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, diantaranya: cybermuslim atau cyberdakwah, situs dakwah Islam, website, blog dan jaringan sosial seperti: facebook, instagram dan twitter. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam. Dengan demikian, ketika para mad'u (netizen) mencari informasi keagamaan melalui internet, mereka dengan mudah mendapatkan informasi tersebut melalui situs dakwah Islam. Namun, juga perlu diwaspadai situs-situs yang mengatasmamakan "Islam", namun sesungguhnya materi dan penyampaiannya jauh dari ketentuan Islam.

Peluang dakwah antar budaya akan semakin terbuka lebar ketika para da'i (juru dakwah) mampu memanfaatkan media massa secara maksimal. Fenomena perkembangan media massa tersebut sangat menggembirakan sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi para praktisi dakwah untuk tampil tetap dinamis selalu meningkatkan intensitas, kejelasan visi dan pemahaman, serta bertindak lebih professional.⁹ Disamping itu kelemahan dan ketertinggalan umat Islam dalam mengakses informasi dari waktu ke waktu pada gilirannya akan membuat langkah langkah dakwah menjadi tumpul tak berdaya.¹⁰

Disinilah para pelaku dakwah dituntut untuk lebih kreatif agar pesan pesan dakwahnya bisa diterima oleh para mad'u yang notabene masyarakat modern. Sehingga dakwah melalui media massa mampu memberikan jalan dan alternatif pemecahan masalah hidup umat yang semakin kompleks.

Diperlukan sebuah strategi baru oleh para da'i, terutama dalam metode serta pemanfaatan media massa dan teknologi komunikasi dalam aktivitas dakwah tersebut. Dalam proses komunikasi, pesan dakwah harus dikemas secara menarik sebab bicara di era modern seperti sekarang ini media juga sangat menentukan. Maksudnya adalah kemasan atau media sama urgennya dengan isi pesan yang akan disampaikan. Hal ini tentu berlaku pula dalam aktivitas dakwah yang juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Media yang digunakan da'i (juru dakwah) akan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u (objek dakwah). Apabila media yang digunakan tepat, pesan dakwah pun akan mudah diterima oleh mad'u sehingga tujuan dakwah dapat tercapai.

C. Analisis Penulis

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu tentang "Esensi Ilmu Dakwah dalam Konteks Komunikasi Antarbudaya: Tantangan dan Peluang" penulis menganalisis beberapa poin yaitu strategi dakwah antarbudaya yang dianggap tepat di era modern ini adalah dakwah lewat media massa, baik lewat internet dan media-media lainnya. Karena melalui media media tersebutlah percampuran atau akulturasi budaya terjadi. Realita kemajuan zaman yang dibarengi dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memaksa aktivis dakwah khususnya dakwah antar budaya, untuk berperan aktif dalam dakwah melalui media massa. Mengingat efek atau dampak yang ditimbulkan oleh media massa sangat besar pengaruhnya di masyarakat modern. Dimana tidak sedikit masyarakat yang sangat bergantung pada media massa. Sampai sampai semua yang disajikan di media massa mereka "telan mentah mentah" tanpa cros cek terlebih dahulu kebenarannya. Terkait dakwah lewat media massa ini tentunya tidak semudah membalikan telapak tangan.

⁹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), xii

¹⁰ Khotib Pahlawan Koyo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2007), 8

KESIMPULAN

Komunikasi antarbudaya juga bermakna jalinan komunikasi antara orang-orang yang memiliki persepsi budaya dan sistem simbol yang cukup berbeda untuk mengubah kejadian komunikasi. Sederhananya, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan latar belakang budaya yang berbeda-beda. Penerapan komunikasi antarbudaya dipraktekkan dalam berdakwah. Artinya, dai dan daiyah tidak mungkin tidak, untuk menggunakan komunikasi antarbudaya. Komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah (maddah) terhadap mad'u-nya.

Adapun strategi dakwah antarbudaya yang dianggap tepat di era modern ini adalah dakwah lewat media massa, baik lewat internet dan media-media lainnya. Karena melalui media media tersebutlah percampuran atau akulturasi budaya terjadi. Tidakheran jika muncul sebuah anggapan bahwa barang siapa yang menguasai media maka ia sejatinya telah menguasai dunia. Kegiatan dakwah harus mampu mewarnai media-media massa yang ada. Sehingga ada penyeimbang berita, masyarakat tidak hanya mendapatkan info-info sampah yang cenderung menyesatkan tetapi mereka juga mendapatkan info-infokeislaman yang mencerahkan.

Peluang dakwah antar budaya akan semakin terbuka lebar ketika para da'i (juru dakwah) mampu memanfaatkan media massa secara maksimal. Fenomena perkembangan media massa tersebut sangat menggembirakan sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi para praktisi dakwah untuk tampil tetap dinamis selalu meningkatkan intensitas, kejelasan visi dan pemahaman, serta bertindak lebih profesional. Pelaku dakwah dituntut untuk lebih kreatif agar pesan pesan dakwahnya bisa diterima oleh para mad'u yang notabene masyarakat modern. Sehingga dakwah melalui media massa mampu memberikan jalan dan alternatif pemecahan masalah hidup umat yang semakin kompleks.

Saran

Berdasarkan makalah yang kami bahas kami sadar bahwa apa yang telah dipaparkan dalam makalah ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi penulisan bahasa maupun isi yang terkandung. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan berikutnya. Semoga makalah ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Arcep Arripudin, Darkwarh ArntarrBudaryar, (Barndung:Remarjar Rosdarkarryar, 2012), 47
- Arcep Arripudin, H. Syukriardi Sarmbars, Darkwarh Darmari (Barndung: Remarjar Rosdarkarryar, 2007), 151
- Arde Irmarr. PENERAARPAAR N KOMUNIKARSI ARNTARRBUDAR YAR DAR I DAR N DAR IYAR H DAR LAR M BERDAR KWAR H DI ARCEH. Jurnal Peurawi:Mediar Karjiarn Komunikarsi Islarm Vol. 7 No. 1 Tarhun 2024
- Arhmard Siharbudin, Komunikarsi Arntarr Budaryar (Jarkarrtar: Bumi Arksarrar, 2011), 20
- Arlim Pusparrnto. Tarntarrngarn Darkwarh Arntarr Budaryar di Mediar Marssar. Arn-Nidar' : Jurnal Prodi Komunikarsi Penyiarrarn Islarm. P 25 -ISSN :2354-6328 E-ISSN : 2598-4012
- Arlo Liliwari, Darsarr Darsarr Komunikarsi Arntarrbudaryar, Yogyarkarrtar: Pustarkar Pelarjarr, 2013,Harl 8-9
- Arripudin, Ar. Pengembarngarn Metode Darkwarh. Jarkarrtar: PT. Rarjar Garfindo Persardar. (2011).
- Deddy Mulyarnar darn Jarlarludin Rarkhmarr, Komunikarsi Arntarrbudaryar Parnduarn Berkomunikarsi dengarn Orarng-orarng Berbedar budaryar,(Barndung: Remarjar Rosdarkarryar, 2005), 20.
- Deparrttemen Argarmar RI, Arl-Qur'arnTarjwid darn Terjemarharn (Barndung: PT Syararmil Ciptar Mediar, 2002),211
- Efar Rubarwarrti. Mediar Barru: Tarntarrngarn darn Peluarng Darkwarh. URNArL STUDI KOMUNIKARSI Volume 2 Ed 1, Marrch 2018 Parge 126 – 142
- Enjarng ArS, Arliyudin, Darsarr- Darsarr Ilmu Darkwarh (Barndung: Widyar Pardjardjarrarn, 2009), 88

- Harrjarni Herfni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015) 2
- Jarludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 184
- Joseph Ar. Devito, *Komunikasi Antar Marnusiar*, (Tarnggerang: Kharrismar Publishing Group, 2011), 535.
- Khotib Parhlarwan Koyo, *Marnarjemen Darkwarh* (Jakarta: ArMZArH, 2007), 8
- M. Munir dan Warhyu Ilarihi, *Marnarjemen darkwarh*(Jakarta: Kencana , 2006), xii
- Moh.Arliz Ariz, *Ilmu Darkwarh* (, Jakarta: Prenada Media, 2004), 5
- Muharmard Arli Ariz, *Ilmu Darkwarh* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2000)
- Nurudin, *Komunikasi Marssar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 31
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Marssar*, (Jakarta: Rara Grafindo Persada, 2011), XII
- Rulli Narsullah, *Komunikasi Antar Budaryar* (Jakarta: Kencana, 2012), 15
- Samsul Munir Armin, *Ilmu Darkwarh* (Jakarta: Armzah, 2009), 100
- Samsul Munir Armin, *Rekonstruksi Pemikiran Darkwarh Islam* (Jakarta : Armzah, 2008), 5
- Tri Yarnar Dear Sarri. KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PANDAI MASYARAKAT PENDATARNG DENGAR MASYARAKAT LOKAL DALAM MENJALIN KERUKUNAN BERAGAMA DI KABUPATEN ARLOR NUSA TENGGARA TIMUR. SKRIPSI. FAKULTAS DARKWARH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG 1445 H/2023 M