At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kudus
ISSN : 2338-8544
E-ISSN : 2477-2046
DOI : http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v12i2.32621
Vol. 12 No. 2 Tahun 2025 | Hal. 189-206
http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi

Komunikasi Antarbudaya dalam Dakwah Digital: Pendekatan Islam Terhadap Tantangan Globalisasi

Exsan Adde[1], Savri Yansah[2], Muhammad Solihin[3]
[1]Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, [2]Institut Agama Islam Negeri Curup, Rejang Lebong, Bengkulu Indonesia, [3] Sekolah Tinggi Agama Islam Bumi Silampari, Lubuk Linggau, Sumatera Selatan, Indonesia
[1]dosen03247@unpam.ac.id, [2]savriyansah@gmail.com,
[3]muhammadsolihin050800@gmail.com

Abstract

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN DIGITAL DA'WAH: AN ISLAMIC APPROACH TO GLOBALIZATION CHALLENGES. The transformation of digital technology has brought significant changes to Islamic preaching practices. Platforms such as YouTube, TikTok, Instagram, and podcasts have become strategic media for delivering religious messages more interactively and reaching cross-cultural audiences. This study employs a literature review method by examining previous research on digital da'wah, intercultural communication, and Islamic communication ethics. The findings indicate that the effectiveness of digital da'wah depends on three key factors: the ability to adapt messages to the cultural context of the audience, the use of creative communication styles tailored to each platform, and the application of Islamic ethical values such as wisdom, clarity, and gentleness in message delivery. The novelty of this research lies in developing an integrative framework that combines intercultural communication theory, Communication Accommodation Theory (CAT), and Islamic ethical principles to formulate a model of digital da'wah that is adaptive, ethical, and relevant to global audiences. Thus, digital da'wah not only serves as a medium for disseminating religious teachings but also as a platform for cross-cultural dialogue within a plural digital environment.

Keywords: Digital Da'wah, Intercultural Communication, New Media, Islamic Communication Ethics, Globalization.

Abstrak

Transformasi teknologi digital telah menghasilkan perubahan signifikan dalam praktik dakwah Islam. Platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan podcast berperan sebagai media strategis untuk menyebarkan pesan keagamaan secara lebih interaktif dan menjangkau audiens lintas budaya. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan menelaah penelitian terdahulu mengenai dakwah digital, komunikasi antarbudaya, dan etika komunikasi Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital bergantung pada tiga faktor utama: kemampuan adaptasi pesan terhadap konteks budaya audiens, penggunaan gaya komunikasi kreatif sesuai karakter platform, serta penerapan nilai etika Islam seperti hikmah, kejelasan, dan kelembutan dalam penyampaian pesan. *Novelty* penelitian ini terletak pada penyusunan kerangka integratif yang menggabungkan teori komunikasi antarbudaya, *Communication Accommodation Theory* (CAT), dan prinsip etika Islam untuk merumuskan model dakwah digital yang adaptif, etis, dan relevan dengan audiens global. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran ajaran, tetapi juga sebagai sarana dialog lintas budaya dalam ruang digital yang plural.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Komunikasi Antarbudaya, Media Baru, Etika Komunikasi Islam, Globalisasi.

A. Pendahuluan

Globalisasi telah membentuk pola interaksi lintas budaya yang semakin intens, sehingga komunikasi pada era digital tidak lagi berlangsung dalam ruang yang homogen. Perubahan ini secara langsung memengaruhi aktivitas dakwah Islam, yang kini bergerak dari model konvensional menuju platform digital yang memungkinkan distribusi pesan ke berbagai komunitas dengan latar budaya yang beragam. Dalam konteks inilah Komunikasi Antarbudaya menjadi kerangka analitis penting untuk memahami bagaimana pesan dakwah dapat diterima, ditafsirkan, dan ditindaklanjuti oleh audiens yang berada dalam lingkungan sosial dan budaya yang berbeda.

Komunikasi antarbudaya dalam dakwah digital menuntut pendekatan yang adaptif dan sensitif terhadap nilai-nilai budaya audiens. Menurut (Abdullahet al, 2023), pemahaman terhadap keragaman budaya menjadi kunci dalam membangun komunikasi yang efektif dan menghindari kesalahpahaman yang dapat menghambat tujuan dakwah. Transformasi media digital telah mengubah cara dakwah disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Studi oleh (Fabriaret al, 2022) menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti podcast dapat menjadi alternatif media dakwah yang efektif, terutama dalam menjangkau generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Dakwah digital juga menghadapi tantangan dari narasi-narasi negatif yang beredar di media sosial, seperti Islamofobia dan ekstremisme. Muhammad (2023) menekankan pentingnya strategi komunikasi yang tepat dalam menghadapi tantangan ini, agar pesan dakwah tetap relevan dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Dalam Islam, prinsip-prinsip dakwah seperti hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujadalah billati hiya ahsan (berdiskusi dengan cara yang terbaik) sebagaimana tercantum dalam QS. An-Nahl: 125, menjadi landasan dalam membangun komunikasi antarbudaya yang efektif. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi antarbudaya yang menekankan pentingnya empati dan pemahaman terhadap perbedaan budaya.

Komunikasi antarbudaya dalam dakwah digital merupakan respons penting terhadap tantangan globalisasi. Kajian ini dilakukan melalui metode studi literatur dengan menelaah penelitian-penelitian terdahulu dalam tiga tahun terakhir yang membahas praktik dakwah digital, komunikasi antarbudaya, dan etika komunikasi Islam. Melalui pendekatan ini, analisis difokuskan pada pola komunikasi, strategi adaptasi budaya, serta prinsip etika yang digunakan para pendakwah di ruang digital.

Dakwah digital yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup berbagai bentuk penyampaian pesan keagamaan melalui platform seperti YouTube (ceramah pendek), TikTok (konten edukatif singkat), Instagram (infografis dakwah), serta podcast (diskusi tematik keislaman) yang memungkinkan interaksi dua arah antara da'i dan audiens. Bentuk dakwah ini memperlihatkan bagaimana pendakwah menyesuaikan bahasa, visual, dan konteks budaya audiens lintas negara. Oleh karena itu, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyampaian ajaran, tetapi juga membangun jembatan pemahaman, memperkuat kohesi sosial, serta menghadirkan Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin di tengah pluralitas dunia digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini secara khusus memfokuskan diri pada dua variabel utama: (1) Komunikasi Antarbudaya sebagai pendekatan strategis dalam memahami dinamika interaksi digital lintas budaya, dan (2) Prinsip Dakwah Islam (QS. An-Nahl: 125) sebagai landasan etis dalam penyampaian pesan dakwah di era media baru. Integrasi kedua variabel ini diharapkan mampu memberikan perspektif komprehensif mengenai bagaimana dakwah digital dapat berfungsi secara efektif, inklusif, dan tetap berakar pada nilai-nilai Islam yang moderat. Dengan demikian, kajian ini berupaya menjelaskan bagaimana dakwah digital dapat merespons tantangan globalisasi sekaligus memperkuat posisi Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin dalam ruang komunikasi global yang plural.

Penelitian ini menawarkan kontribusi teoritis dengan mengintegrasikan teori komunikasi antarbudaya dan prinsip dakwah Islam sebagai satu kerangka analitis untuk memahami dinamika dakwah digital. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa model pendekatan dakwah digital yang etis, adaptif, dan relevan bagi audiens multikultural di era globalisasi.

B. Pembahasan

1. Komunikasi Antarbudaya

Dalam konteks globalisasi, dakwah digital berlangsung di ruang interaksi lintas budaya sehingga menuntut pendekatan komunikasi yang sensitif terhadap keragaman audiens. Pesan dakwah kini menjangkau masyarakat dengan perbedaan bahasa, nilai, dan pengalaman sosial, sehingga pendakwah perlu memahami norma lokal, simbol budaya, dan persepsi agama yang berkembang dalam komunitas tertentu. Komunikasi antarbudaya menjadi penting karena keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan menyesuaikan penyampaiannya dengan latar budaya audiens. Sejalan dengan itu, Gudykunst, (2004) menegaskan bahwa interaksi lintas budaya membutuhkan kepekaan terhadap perbedaan nilai, simbol, dan gaya komunikasi agar pesan dapat diterima secara efektif tanpa memicu konflik. Demikian pula, Samovaret al, (2024) menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya yang berhasil menuntut kemampuan adaptasi, empati, dan kecakapan membaca konteks sosial-budaya audiens.

Secara teoretis, komunikasi antarbudaya menekankan kompetensi dalam membangun pemahaman bersama melalui sikap terbuka, pengetahuan budaya, serta kemampuan beradaptasi dalam interaksi. Temuan Gutiérrez-Santiuste & Ritacco-Real, (2023) menunjukkan bahwa kompetensi ini terdiri atas kesadaran kognitif, sensitivitas afektif, dan kemampuan perilaku dalam menyesuaikan cara berkomunikasi. Dalam dakwah digital, kemampuan tersebut menjadi kunci agar pesan keagamaan tidak disalahartikan atau menimbulkan resistensi.

Penelitian Widiyanarti et al. (2024) memperkuat bahwa dakwah yang memperhatikan keragaman budaya audiens lebih mudah diterima, karena penyesuaian pesan dapat meminimalkan konflik dan kesalahpahaman. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya bukan sekadar pelengkap, melainkan aspek sentral yang memastikan dakwah digital tetap efektif, adaptif, dan relevan di tengah masyarakat multikultural.

2. Teori Akomodasi Komunikasi

Teori Akomodasi Komunikasi (CAT) menjadi kerangka penting dalam melihat bagaimana da'i menyesuaikan pesan, gaya bahasa, dan media komunikasi untuk menjangkau audiens digital yang beragam. Penyesuaian komunikasi ini penting dalam platform sosial yang dinamis seperti YouTube, Instagram, atau TikTok. Da'i yang sukses sering menggunakan gaya komunikasi yang kasual, memes, bahasa kekinian, dan bahkan konten visual yang mengikuti tren digital. Konvergensi ini bukan sekadar adaptasi, tetapi strategi untuk membangun kedekatan psikologis dan kultural dengan audiens.

Teori Akomodasi Komunikasi (Communication Accommodation Theory/CAT) yang dikembangkan oleh Howard Giles menjelaskan bahwa individu cenderung menyesuaikan gaya bicara, bahasa, dan perilaku komunikatif mereka untuk menciptakan kedekatan sosial, membangun pemahaman, dan mengurangi perbedaan dalam interaksi lintas budaya maupun interpersonal (Giles & Ogay, 2013). Dalam konteks dakwah digital, teori ini sangat relevan karena audiens dakwah kini berasal dari berbagai latar belakang sosial dan budaya yang mengakses media digital secara masif dan cepat.

Sejalan dengan prinsip Teori Akomodasi Komunikasi (CAT), dakwah digital di media sosial seperti TikTok menuntut da'i untuk menyesuaikan gaya penyampaian agar sesuai dengan karakteristik audiens yang beragam. Pendekatan ini mencakup penggunaan bahasa kasual, gaya visual menarik, serta respon terhadap tren digital untuk membangun kedekatan psikologis dengan audiens (Ibad, 2025).

3. Teori Reduksi Ketidakpastian

Teori Reduksi Ketidakpastian (URT) memandang bahwa salah satu tantangan utama dalam komunikasi adalah bagaimana mengurangi keraguan dan ketidakpastian, terutama dalam komunikasi awal dengan pihak asing. Dalam konteks dakwah digital, audiens global mungkin belum mengenal Islam secara menyeluruh atau bahkan memiliki persepsi negatif. Oleh karena itu, da'i harus menggunakan pendekatan komunikasi yang terbuka, transparan, dan edukatif agar audiens merasa aman dan percaya.

Teori Reduksi Ketidakpastian (Uncertainty Reduction Theory/URT) yang dikembangkan oleh Charles Berger menjelaskan bahwa dalam interaksi awal terutama dengan individu atau kelompok yang asing atau berbeda budaya manusia terdorong untuk mengurangi ketidakpastian guna memahami dan memprediksi

perilaku lawan bicara (Berger & Calabrese, 1974). Dalam konteks dakwah digital, teori ini sangat relevan karena da'i sering kali menyampaikan pesan Islam kepada audiens yang belum familiar dengan ajaran Islam atau bahkan memiliki prasangka terhadapnya, seperti dalam ruang publik digital yang multikultural.

Penelitian oleh Septyawanet al, (2025) menemukan bahwa konten dakwah digital yang informatif, konsisten, dan ditopang dengan visualisasi yang ramah mampu mereduksi ketidakpastian audiens, khususnya kalangan santri dan pelajar. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah yang tidak sekadar mengajarkan doktrin, tetapi juga menjelaskan konteks sosial dan budaya Islam secara moderat, dapat membangun kepercayaan dan mengurangi resistensi dalam komunikasi antarbudaya[3].

4. Etika Islam

Etika Komunikasi Islam merupakan kerangka normatif yang menuntun proses penyampaian pesan agar selaras dengan nilai, prinsip, dan ajaran Islam. Etika ini tidak hanya mengatur apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana, untuk siapa, dan dengan tujuan apa pesan tersebut dikomunikasikan. Landasan etika ini bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan pentingnya kejujuran, kelembutan, kebijaksanaan, dan keadilan sebagai prinsip moral dalam setiap bentuk komunikasi. Al-Qur'an memuat konsep-konsep kunci seperti *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar) dalam QS. Al-Ahzab: 70, *qaulan layyinan* (perkataan yang lembut) dalam QS. Taha: 44, *qaulan balīghan* (perkataan yang efektif) dalam QS. An-Nisa: 63, serta *qaulan ma'rūfan* dan *qaulan karīman* yang menuntun komunikasi tetap baik, santun, dan penuh penghormatan. Prinsip *hikmah* dan *mau'izhah hasanah* dalam QS. An-Nahl:125 juga menjadi pedoman penting bahwa dakwah harus dilakukan dengan kebijaksanaan dan nasihat yang baik sesuai kondisi audiens.

Berdasarkan landasan tersebut, teori etika komunikasi Islam mencakup beberapa prinsip fundamental, seperti kejujuran (*ṣidq*) untuk mencegah manipulasi informasi; kelembutan (*rifq*) dan kesantunan agar komunikasi tidak memicu konflik; kebijaksanaan (*hikmah*) dalam memilih strategi komunikasi sesuai konteks sosial; keadilan (*ʿadl*) untuk menghindari ujaran kebencian dan diskriminasi; serta kemaslahatan (*maṣlaḥah*) untuk memastikan bahwa komunikasi memberikan dampak sosial yang positif. Prinsip *tabayyun* juga menjadi bagian penting dalam etika komunikasi Islam, terutama di era digital, agar setiap informasi diverifikasi sebelum disebarkan.

Dalam konteks dakwah digital dan komunikasi antarbudaya, teori etika komunikasi Islam memiliki relevansi besar karena mendorong pendakwah untuk menjaga akhlak komunikasi meskipun berada dalam lingkungan media baru yang cepat, kompetitif, dan rentan terhadap provokasi. Etika ini memastikan bahwa pesan dakwah dibangun di atas kejujuran, kesantunan, dan penghormatan terhadap keberagaman budaya audiens. Penelitian Meilani et al. (2024) menegaskan bahwa penerapan etika komunikasi lintas budaya meningkatkan kualitas interaksi dakwah digital yang lebih damai dan inklusif. Hal ini sejalan dengan temuan Sukmaningtyas et al. (2024) dan Pebirawati (2023), bahwa etika komunikasi Islam seperti kejujuran, keterbukaan, dan kelembutan menjadi faktor penentu efektivitas komunikasi keagamaan di media sosial. Selain itu, Saleh (2024) dan Aliwan & Hakim (2024) menekankan bahwa etika komunikasi Islam menjadi pedoman universal untuk menghadapi tantangan globalisasi, hoaks, dan polarisasi digital, sekaligus memperkuat citra Islam sebagai agama yang rahmatan lil ‘alamin.

Dengan demikian, teori etika komunikasi Islam memberikan kerangka moral dan praktis yang komprehensif bagi pendakwah dan komunikator Muslim untuk menyampaikan pesan secara bijaksana, santun, dan bertanggung jawab. Etika ini memastikan bahwa dakwah dalam ruang digital tetap menjaga nilai kemanusiaan, menghormati keragaman budaya, dan menghasilkan komunikasi yang menyejukkan serta membawa kemaslahatan sosial bagi masyarakat global.

5. Strategi Dakwah Lintas Budaya

Strategi dakwah lintas budaya berfokus pada penyampaian pesan Islam yang relevan dan kontekstual dalam berbagai latar budaya. Dalam masyarakat majemuk, da’i harus memiliki kompetensi interkultural untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara inklusif. Adaptasi dakwah bisa meliputi penerjemahan istilah keagamaan ke dalam istilah yang akrab bagi audiens lokal, penggunaan contoh keseharian yang relevan, dan menghindari pendekatan eksklusif atau sektarian.

Menurut Huda, (2024), strategi dakwah merupakan kombinasi dari pendekatan interkultural, kolaboratif, dan pemanfaatan teknologi yang disesuaikan dengan keberagaman budaya audiens. Tujuannya bukan hanya menyampaikan informasi keislaman, tetapi juga menciptakan komunikasi dua arah yang membangun pemahaman, toleransi, dan transformasi sosial.

Kajian oleh Penelitian (Nurazizah, 2023) menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya yang berlandaskan nilai-nilai Al-Qur’an, seperti dalam QS. Al-Hujurat:

13, mendorong terbentuknya interaksi yang inklusif dan harmonis di tengah keberagaman budaya, suku, dan agama. Dalam konteks dakwah, pemahaman terhadap prinsip ini menjadi sangat penting agar da'i dapat tampil sebagai komunikator yang terbuka dan empatik terhadap keragaman audiensnya.

Strategi dakwah lintas budaya menuntut kemampuan interkultural yang tinggi dari para da'i agar mampu menyampaikan pesan Islam secara relevan, inklusif, dan kontekstual di tengah masyarakat yang majemuk. Pendekatan ini sejalan dengan Teori Komunikasi Antarbudaya, yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap bahasa, simbol, dan nilai lokal demi menghindari resistensi serta membangun penerimaan yang harmonis. Pemanfaatan istilah yang akrab bagi audiens, penyampaian dengan empati, serta penghindaran dari eksklusivisme menjadi bentuk nyata dari strategi komunikasi dakwah yang responsif terhadap keragaman. Sebagaimana dikemukakan oleh Nurazizah (2023), prinsip dalam QS. Al-Hujurat:13 menjadi landasan kuat untuk membentuk interaksi dakwah yang inklusif, di mana perbedaan budaya dilihat bukan sebagai hambatan, melainkan peluang untuk memperluas jangkauan misi Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin.

6. Transformasi Media Islam di Era Digital

Media Islam mengalami transformasi signifikan di era digital. Dari ceramah di masjid kini bergeser ke dakwah daring yang dikemas dalam bentuk video, podcast, konten visual, hingga siaran langsung. Perubahan ini menuntut kemampuan baru dari para da'i untuk memahami karakteristik media digital: interaktif, cepat, dan berbasis algoritma. Keberhasilan pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemasan konten, strategi branding, serta ketepatan memilih platform dan waktu publikasi. Subakti (2022) menyatakan bahwa media sosial memberikan ruang baru bagi dakwah, terutama jika dikemas secara interaktif dan relevan dengan isu kontemporer, serta disampaikan dengan etika dan substansi ajaran yang tetap dijaga. Literasi digital menjadi fondasi penting dalam strategi dakwah era digital.

Transformasi media Islam di era digital telah menggeser praktik dakwah dari ruang fisik ke ruang daring yang menuntut kemampuan baru dalam hal teknis, visual, dan strategis. Keberhasilan dakwah kini sangat bergantung pada kemasan konten yang komunikatif, strategi branding yang tepat, serta pemahaman terhadap algoritma dan karakteristik masing-masing platform digital, seperti yang dijelaskan dalam kajian Subakti (2022). Dalam konteks ini, literasi digital tidak hanya menjadi keterampilan pendukung, tetapi telah menjadi komponen strategis utama dalam

Teori Media Baru, yang menekankan partisipasi audiens, kecepatan informasi, dan interaktivitas. Di sisi lain, dakwah digital tetap harus berpijak pada prinsip etika komunikasi Islam agar tidak kehilangan substansi dakwah itu sendiri. Maka, perpaduan antara penguasaan teknologi media dan konsistensi terhadap nilai-nilai Islam merupakan kunci keberhasilan dakwah yang efektif, relevan, dan tetap bermakna di era digital.

Transformasi media Islam di era digital sebagaimana dijelaskan Subakti (2022) menegaskan perubahan dakwah dari ceramah konvensional menuju ruang interaktif berbasis video, podcast, dan konten visual. Perubahan ini dapat dianalisis melalui perspektif komunikasi antarbudaya, karena migrasi dakwah ke platform digital memperluas jangkauan pesan ke audiens lintas budaya dengan perbedaan bahasa, simbol, dan nilai. Dalam konteks tersebut, keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi kemampuan pendakwah memahami karakteristik budaya audiens, sebagaimana ditegaskan Gutiérrez-Santiuste & Ritacco-Real (2023) dan Widiyanarti et al. (2024), bahwa pemahaman budaya menentukan sejauh mana pesan dapat dipahami secara tepat dan tidak menimbulkan resistensi. Media digital yang bersifat global menjadikan setiap konten dakwah berpotensi diakses masyarakat dari berbagai negara, sehingga sensitivitas budaya, pemilihan metafora, dan konteks lokal menjadi aspek penting dalam mengemas pesan.

Dari perspektif Teori Akomodasi Komunikasi (CAT), transformasi media baru menuntut pendakwah menyesuaikan gaya penyampaian sesuai karakter platform serta audiens digital. Penyesuaian ini tampak dalam penggunaan gaya bahasa kasual, pemanfaatan visual kreatif, mengikuti tren digital, serta strategi branding yang relevan dengan perilaku pengguna media sosial. Prinsip konvergensi yang dijelaskan Giles & Ogay (2013) dan diperkuat oleh temuan Ibad (2025), menunjukkan bahwa pendakwah perlu mengakomodasi preferensi komunikasi audiens agar tercipta kedekatan psikologis dan kultural. Hal ini sejalan dengan pernyataan Subakti (2022) bahwa dakwah menjadi efektif ketika dikemas secara interaktif dan relevan dengan isu kontemporer, sehingga penyesuaian komunikasi bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan strategis dalam era media digital.

Dalam perspektif Teori Reduksi Ketidakpastian (URT), perubahan dakwah ke ruang digital membawa tantangan baru berupa meningkatnya keraguan dan pertanyaan dari audiens yang belum familiar dengan ajaran Islam. Penggunaan video pendek, konten informatif, atau visual ramah menjadi strategi untuk mereduksi ketidakpastian tersebut. Septyawan et al. (2025) menegaskan bahwa konten dakwah

yang konsisten, jelas, dan edukatif mampu membangun kepercayaan audiens, terutama di platform yang sangat cepat seperti TikTok. Media digital membuka ruang interaksi awal yang intens antara pendakwah dan audiens asing, sehingga transparansi, keterbukaan terhadap pertanyaan, dan penyajian informasi yang mudah dipahami menjadi mekanisme kunci dalam mengurangi ambiguitas dan memperkuat penerimaan pesan dakwah.

Dari perspektif Teori Etika Komunikasi Islam, transformasi media baru tidak mengubah nilai dasar dakwah yang berlandaskan kejujuran, kelembutan, dan kebijaksanaan. Meski platform berubah menjadi lebih cepat dan algoritmis, prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, dan *qaulan balīghan* tetap menjadi pedoman utama dalam mengemas konten digital. Subakti (2022) menekankan pentingnya menjaga substansi ajaran dalam dakwah digital; hal ini sejalan dengan Meilani et al. (2024), Sukmaningtyas et al. (2024), dan Pebirawati (2023) yang menegaskan bahwa dakwah digital yang tidak beretika berpotensi memicu konflik, polarisasi, dan kesalahpahaman. Oleh karena itu, perpaduan antara penguasaan media digital dengan penerapan etika komunikasi Islam memastikan bahwa dakwah tetap komunikatif, santun, dan tidak kehilangan nilai spiritualnya sekaligus memperkuat citra Islam sebagai agama rahmatan lil ‘alamin di ruang digital global.

Dengan demikian, transformasi media Islam di era digital tidak dapat dipahami hanya sebagai perubahan teknologis, tetapi sebagai proses komunikasi multilevel yang melibatkan penyesuaian budaya (komunikasi antarbudaya), adaptasi gaya komunikasi (CAT), pengurangan ketidakpastian audiens (URT), dan konsistensi etika komunikasi Islam. Keempat teori tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan dakwah digital bergantung pada kemampuan pendakwah menggabungkan teknologi, sensitivitas budaya, strategi komunikasi, dan etika, sehingga pesan dakwah dapat diterima secara lebih inklusif, relevan, dan efektif dalam masyarakat global yang semakin kompleks.

7. Etika dan Komunikasi Antarbudaya dalam Dakwah Digital

Etika komunikasi antarbudaya menjadi fondasi utama dalam dakwah digital, terutama di tengah derasnya pertukaran informasi lintas negara dan budaya. Pesan dakwah yang tidak sensitif terhadap nilai budaya audiens berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan konflik. Karena itu, da’i dituntut menggunakan bahasa yang sopan, tidak merendahkan budaya lain, serta menampilkan prinsip kasih sayang dan

keadilan sebagai nilai universal Islam. Meilani et al, (2024) menegaskan bahwa sensitivitas budaya dan penerapan etika komunikasi lintas budaya merupakan syarat mutlak bagi keberhasilan dakwah digital, karena pendekatan yang etis mendorong interaksi yang lebih terbuka dan damai dibanding pendekatan monologis yang dogmatis.

Dalam perkembangan globalisasi digital, dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga harus etis dan adaptif terhadap keragaman audiens. Bahasa santun dan penyampaian yang tidak menghakimi menjadi kunci untuk membangun citra Islam yang inklusif. Meilani et al, (2024) kembali menekankan bahwa keberhasilan dakwah digital terletak pada kesadaran kultural pendakwah dalam menyesuaikan pesan tanpa merendahkan keyakinan maupun simbol budaya audien. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi Islam yang menekankan *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, dan *qaulan balīghan*, di mana pendakwah harus menyampaikan pesan dengan kejelasan, kelembutan, dan hikmah.

Dakwah digital juga berinteraksi dengan dinamika media baru, sehingga strategi penyampaiannya perlu mengikuti karakteristik platform dan pola komunikasi masyarakat digital. Rusydaet al, (2024) menemukan bahwa dakwah digital di TikTok dapat membangun komunitas yang lebih ramah dan bertanggung jawab apabila konten yang disampaikan etis, informatif, dan interaktif. Sementara itu, Halihasimiet al, (2023) menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi Islam seperti keterbukaan dan kejujuran meningkatkan efektivitas pembelajaran berbasis digital, menguatkan relevansi pendekatan etis dalam kegiatan dakwah.

Selain etika, dakwah digital memerlukan pemahaman komunikasi antarbudaya agar pesan tidak disalahartikan oleh audiens global dengan latar nilai dan praktik budaya yang berbeda. Muzayanah & Lubis, (2023) menyatakan bahwa dakwah digital yang efektif harus inklusif, kontekstual, dan disesuaikan dengan kebutuhan lintas budaya untuk mencegah konflik makna dan resistensi.* Prinsip ini sejalan dengan gagasan Islam sebagai rahmatan lil ‘alamin, yang memandang keragaman bukan sebagai hambatan, tetapi sebagai peluang memperluas jangkauan dakwah.

Etika komunikasi Islam merupakan prinsip universal dakwah global, sebagaimana ditegaskan oleh Sukmaningtyaset al, (2024) melalui nilai *qaulan sadīdan*, *balīghan*, dan *layyinan*, yang menjadi pedoman normatif penyampaian pesan Islam secara persuasif dan menghargai audiens. Tantangan era digital seperti hoaks, ujaran kebencian, dan disinformasi menuntut pendakwah konsisten menerapkan prinsip *tabayyun* sebagai bentuk penyaringan informasi sebelum menyebarkan dakwah (Pebirawati, 2023). Dalam dimensi global, Saleh, (2024) menambahkan bahwa sensitivitas budaya, bahasa lokal, dan simbol-simbol sosial merupakan unsur penting agar dakwah dapat diterima oleh audiens multikultural.

Etika komunikasi Islam menuntut pendakwah untuk tampil simpatik, empatik, tidak provokatif, dan terbuka terhadap dialog. Anggraini, (2024) menegaskan bahwa pengabaian etika komunikatif dalam dakwah selalu berujung pada penolakan sosial atau konflik ideologi, sehingga pendakwah perlu menyadari perannya sebagai agen perubahan sekaligus penjaga kerukunan masyarakat. Dengan konsistensi nilai kejujuran, kejelasan, dan kelembutan, dakwah digital mampu memperkuat persepsi Islam sebagai agama berkeadaban yang membangun dialog lintas budaya. Oleh karena itu, strategi dakwah yang berbasis etika menjadi urgensi utama bagi para da'i dan akademisi dalam merespons tantangan globalisasi digital (Aliwan & Hakim, 2024).

8. Dakwah Digital dalam Perspektif Media Baru

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara signifikan cara dakwah Islam disampaikan, bergeser dari metode tradisional menuju pendekatan digital yang lebih interaktif dan menjangkau audiens lintas budaya. Platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan podcast memungkinkan pendakwah berinteraksi dengan masyarakat global melalui konten yang lebih dinamis, visual, dan partisipatif. Transformasi ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga mengharuskan pendakwah membangun komunikasi dua arah dalam ruang digital yang bersifat multikultural (Kiranaet al, 2024). Penggunaan media baru tersebut menuntut kemampuan adaptif karena keberagaman audiens membutuhkan pendekatan komunikasi yang sensitif terhadap nilai, bahasa, dan pengalaman sosial yang berbeda.

Dari perspektif Teori Komunikasi Antarbudaya, dakwah digital harus memperhatikan sensitivitas budaya untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian pesan. Pendekatan santun dan empatik terbukti efektif dalam

menjangkau komunitas tertentu, seperti penggemar K-Pop yang dikaji dalam penelitian (Pebirawati, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah bergantung pada kemampuan memahami konteks sosial dan budaya audiens, sehingga pesan Islam dapat diterima tanpa resistensi. Dalam konteks ini, penyesuaian konten bukan hanya strategi teknis, tetapi bagian dari kompetensi antarbudaya yang meliputi kesadaran kognitif, sensitivitas afektif, serta kemampuan beradaptasi secara komunikatif sejalan dengan temuan Gutiérrez-Santiuste & Ritacco-Real (2023).

Penyesuaian gaya penyampaian tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Akomodasi Komunikasi (CAT). Pendakwah di ruang digital perlu melakukan konvergensi komunikasi, seperti menggunakan bahasa yang lebih kasual, visual yang mengikuti tren, serta gaya penyampaian yang sesuai karakteristik platform. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu membangun kedekatan psikologis dan kultural dengan audiens, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima (Ibad, 2025). CAT menjelaskan bahwa pendakwah harus mengakomodasi gaya komunikasi audiens agar tercipta hubungan yang inklusif dan responsif. Dakwah digital yang berhasil tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga berinteraksi dengan pola komunikasi yang berlaku pada komunitas online.

Selain itu, Teori Reduksi Ketidakpastian (URT) juga relevan dalam dakwah digital karena banyak audiens global yang memiliki keterbatasan atau bahkan prasangka mengenai Islam. Pendekatan dakwah yang transparan, konsisten, dan edukatif membantu mengurangi ketidakpastian tersebut. Konten yang informatif dan ramah terbukti menumbuhkan kepercayaan, sebagaimana dipaparkan Septyawanet al, (2025) bahwa dakwah digital yang moderat dapat mereduksi ketidakpastian terutama bagi kalangan pelajar. Melalui URT, pendakwah diharuskan membangun persepsi positif dengan menyediakan informasi yang jelas, tidak ambigu, dan mudah dipahami, sehingga audiens dapat memahami ajaran Islam dalam konteks sosial yang lebih luas.

Etika Komunikasi Islam menjadi fondasi moral dari seluruh proses dakwah digital. Prinsip *qaulan sadīdan*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan layyinan* menjadi pedoman dalam menjaga kebenaran, efektivitas, dan kelembutan dalam penyampaian dakwah di ruang digital (Samsudin & Putri, 2023). Etika ini mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan atau provokatif, sekaligus memperkuat integritas pesan yang disampaikan. Temuan Halihasimi et al. (2023) menekankan bahwa etika seperti keterbukaan dan kejujuran meningkatkan efektivitas pembelajaran berbasis digital. Sementara itu, Meilani et al. (2024) menyatakan bahwa sensitivitas budaya dan

penerapan etika komunikasi antarbudaya menjadi syarat mutlak keberhasilan dakwah digital karena dapat menciptakan interaksi yang damai dan inklusif. Etika Islam juga penting dalam menghadapi fenomena hoaks dan ujaran kebencian, yang menuntut pendakwah menerapkan prinsip tabayyun dalam memverifikasi setiap informasi sebelum disebarkan (Pebirawati, 2023).

Inovasi dakwah digital seperti penggunaan desain grafis, video kreatif, dan konten interaktif memiliki potensi besar untuk menarik perhatian audiens. Namun, inovasi tersebut harus tetap berakar pada nilai-nilai Islam agar esensi dakwah tidak terdistorsi demi popularitas semata (Kiranaet al, 2024). Integrasi literasi digital menjadi aspek penting dalam strategi dakwah modern karena pendakwah perlu memahami algoritma media sosial, karakter audiens digital, dan pola interaksi pengguna, sebagaimana ditekankan (Pranawukiret al, 2024). Dengan pemahaman komprehensif tersebut, dakwah digital mampu berkembang sebagai praktik komunikasi yang inklusif, kreatif, berlandaskan etika, serta responsif terhadap dinamika budaya global.

Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya merupakan perubahan teknis dari metode tradisional ke ruang virtual, tetapi juga bentuk adaptasi kultural dan etis yang kompleks. Integrasi teori Komunikasi Antarbudaya, CAT, URT, dan Etika Islam memperlihatkan bahwa efektivitas dakwah digital ditentukan oleh kemampuan pendakwah memahami audiens global, menyesuaikan strategi komunikasi, mengurangi ketidakpastian, serta menjaga integritas moral dalam setiap pesan. Jika dijalankan secara cerdas dan etis, dakwah digital mampu memperluas jangkauan ajaran Islam dan membentuk komunitas virtual yang lebih inklusif, dialogis, dan berkeadaban.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel *Komunikasi Antarbudaya* memiliki peran yang sangat menentukan dalam efektivitas dakwah digital. Pendakwah yang mampu menyesuaikan pesan dengan keragaman budaya audiens melalui adaptasi bahasa, pemilihan simbol visual, serta pengelolaan gaya komunikasi yang sesuai dengan konteks social lebih mudah membangun pemahaman lintas budaya dan menghindari resistensi. Penyesuaian ini menggambarkan pentingnya kompetensi antarbudaya yang meliputi kesadaran kognitif, sensitivitas afektif, dan kemampuan perilaku dalam mengelola komunikasi di ruang digital multikultural sebagaimana ditegaskan oleh Gutiérrez-Santiuste & Ritacco-Real (2023) dan diperkuat oleh Widiyanarti et al. (2024). Dengan demikian, variabel Komunikasi

Antarbudaya berfungsi sebagai fondasi strategis yang memastikan pesan dakwah tetap relevan dan dapat diterima oleh audiens global.

Temuan lainnya memperlihatkan bahwa variabel Prinsip Dakwah Islam *(QS. An-Nahl: 125)* menjadi landasan etis dalam pengembangan dakwah digital. Nilai-nilai hikmah, *mau'izhah hasanah*, serta anjuran berdialog dengan cara yang baik terbukti relevan dalam mengarahkan pendakwah menyusun pesan yang santun, jelas, dan berorientasi pada kemaslahatan. Prinsip ini selaras dengan konsep *qaulan sadīdan*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan layyinan* dalam etika komunikasi Islam, yang menuntut penyampaian pesan secara benar, efektif, dan lembut. Integrasi prinsip dakwah Islam ini mencegah munculnya polarisasi, mereduksi ketidakpastian audiens, dan memperkuat representasi Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin dalam ruang digital yang plural. Dengan demikian, variabel ini tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga strategi komunikatif dalam menghadapi tantangan globalisasi dan dinamika interaksi digital lintas budaya.

C. Simpulan

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana komunikasi antarbudaya dan prinsip dakwah Islam dapat diintegrasikan untuk merumuskan pendekatan dakwah digital yang efektif, etis, dan responsif terhadap tantangan globalisasi. Berdasarkan analisis literatur, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital kini tidak hanya berkaitan dengan penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga proses membangun pemahaman lintas budaya, menciptakan ruang dialog, dan menghadirkan Islam dalam wajah yang moderat dan inklusif. Dengan demikian, temuan penelitian ini menjawab tujuan utama untuk merumuskan model dakwah digital yang mampu menyesuaikan diri dengan keragaman audiens global tanpa melepaskan landasan etika komunikasi Islam.

Secara empiris dan konseptual, penelitian ini menghasilkan empat temuan inti. Pertama, komunikasi antarbudaya terbukti menjadi fondasi penting dalam menjembatani perbedaan nilai, bahasa, dan simbol sosial sehingga pesan dakwah dapat diterima tanpa resistensi. Kedua, penggunaan media baru menuntut pendakwah menguasai literasi digital dan memahami karakteristik algoritma, gaya komunikasi platform, serta dinamika audiens. Ketiga, etika komunikasi Islam meliputi nilai *qaulan sadīdan*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan layyin*an menjadi pedoman moral dalam memastikan dakwah tetap santun, benar, dan berorientasi pada kedamaian. Keempat, strategi penyesuaian pesan sebagaimana dijelaskan dalam teori akomodasi komunikasi

dan teori reduksi ketidakpastian memungkinkan pendakwah membangun kedekatan psikologis, mengurangi prasangka, serta memperkuat kepercayaan audiens multikultural.

Secara ilmiah, penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan teori komunikasi antarbudaya, teori akomodasi komunikasi, teori reduksi ketidakpastian, serta prinsip etika komunikasi Islam ke dalam satu kerangka analitis yang relevan untuk konteks dakwah digital. Pendekatan multidisipliner ini menawarkan pemahaman baru mengenai bagaimana dakwah digital dapat dirancang secara lebih adaptif, humanis, dan kontekstual. Adapun kontribusi praktisnya terletak pada penyediaan model komunikasi dakwah yang dapat diterapkan pendakwah, lembaga keagamaan, maupun praktisi media untuk meningkatkan efektivitas dakwah di ruang digital yang semakin kompetitif dan plural.

Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan pentingnya dakwah moderat yang mengedepankan kebijaksanaan, empati, penghormatan terhadap keberagaman, serta komitmen pada nilai-nilai rahmatan lil ‘alamin. Etika komunikasi Islam harus menjadi kompas moral bagi setiap pendakwah agar dakwah digital tidak terjebak dalam provokasi, polarisasi, atau komersialisasi berlebihan. Dengan pendekatan yang etis, adaptif, dan inklusif, dakwah digital memiliki potensi besar untuk menjadi kekuatan pencerahan yang memperkuat toleransi, mendorong dialog lintas budaya, dan membangun peradaban digital yang lebih berkeadaban.

Daftar Pustaka

Abdullah, A. D., Fabriar, S. R., Rachmawati, F., & Azida, M. (2023). *Komunikasi Antarbudaya: Keharmonisan Sosial dalam Masyarakat Multikultur*. Penerbit NEM.

Aliwan, A., & Hakim, A. (2024). Etika Komunikasi Dakwah Virtual di Era Digital. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 221–231.

Anggraini, N. (2024). Etika Komunikasi Bagi Pengguna Media Sosial Menurut Al-Qur’an. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, *3*(1), 301–316.

Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1974). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, *1*(2), 99–112.

Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, *14*(1), 1–6.

Giles, H., & Ogay, T. (2013). Communication accommodation theory. In *Explaining communication* (pp. 325-344). Routledge.

Gudykunst, W. B. (2004). *Bridging differences: Effective intergroup communication*. Sage.

Gutiérrez-Santiuste, E., & Ritacco-Real, M. (2023). Intercultural communicative competence in higher education through telecollaboration: typology and development. *Education and Information Technologies*, *28* (11), 13885–13912. https://doi.org/10.1007/s10639-023-11751-3

Halihasimi, Kholil, S., & Azhar, A. A. (2023). Efektivitas Etika Komunikasi Digital Islam Dalam Pendidikan Islam di Lingkungan Kementerian Agama Aceh Tengah. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, *12*(November), 5255–5266. https://doi.org/10.30868/ei.v12i04.5255

Huda, M. K. (2024). Strategi Dakwah Lintas Budaya dalam Menghormati Keberagaman dan Membangun Komunikasi Efektif. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, *5*(2), 158–168.

Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, *2*(2), 145–156.

Kirana, N. D., Arwinata, F. E. P., Sania, E. R., & Ilham, M. (2024). Dakwah Digital Sebagai Ruang Interaksi: Studi Kasus Pada Laboratorium Jurnalistik dan Podcast Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, *5*(2), 130–142.

Meilani, A., Widiyanarti, T., Faiz, M. A., Prasetyo, F. D., Azzahra, A., & Zulfa, F. I. (2024). Etika Komunikasi Antar Budaya: Memahami Perbedaan dan Menghindari Kesalahpahaman. *Indonesian Culture and Religion Issues*, *1*(4), 13.

Muhammad, F. (2023). Diseminasi Komunikasi Politik Islam Dan Dakwah Era Konvergensi Media Digital. *Jurnal Dakwah Tabligh*, *24* (1).

Muzayanah, A., & Lubis, Y. M. (2023). Dinamika Dakwah Islam dalam Era Digital: Kajian terhadap Strategi Implementasi dan Tantangan yang Dihadapi. *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, *4* (2), 161–180.

Nurazizah, N. (2023). Komunikasi Antarbudaya Perspektif Al-Qur'an. *Journal Islamic Pedagogia*, *3*(2), 137–146. https://doi.org/10.31943/pedagogia.v3i2.98

Pebirawati, T. W. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok. *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, *3*(2), 48–62.

Pranawukir, I., Nurapriyanti, T., Zulham, Z., Palupi, R., & Setianti, Y. (2024). Komunikasi Dakwah Gus Iqdam Berbasis Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Jawa Pada Platform Digital Youtube. *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, *5*(2), 1–5.

Rusyda, S., Maharani, D., Novarina, F., Fadlyla, R., & Kusumatuti, E. (2024). Pengaruh Dakwah Digital Terhadap Etika Komunikasi Netizen dalam Dunia Maya: Media Tiktok. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *9*(1), 4069–4083.

Saleh, M. (2024). Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, *14*(1), 27–46.

Samovar, P., McDaniel, R., & Jandt, F. (2024). *Communicating Between Cultures*.

Samsudin, D., & Putri, I. M. (2023). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *7*(2), 125–138.

Septyawan, D., Saputra, F. D., & Herdiansyah, A. (2025). *Strategi komunikasi dakwah digital di kalangan santri*. *6* (7).

Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, *23*(1), 1–16. https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4

Sukmaningtyas, A. N. I., Nurrohim, A., Amatullah, A., Az-Zahra, F. S., Jundy, A. M., Lovely, T., & Haqq, M. S. (2024). Etika komunikasi Al-Qur'an dan relevansinya dengan komunikasi di zaman modern. *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, *4*(2), 556–576.