

Strategi Komunikasi Islam dalam Menghadirkan Pesan yang Mudah Dicerna

Hajarni¹, Misnawati Zainabon²

¹Universitas Islam Al-Aziziyah Indonesia

²Yayasan Nanggroe Aceh Mulia

Email: hajarnih23@gmail.com¹, misnawati@ynam.or.id

ABSTRACT

This article discusses Islamic communication strategies in conveying religious messages so that they are easily understood by the public. In conveying Islamic messages, it is important to consider methods and approaches that are able to reach audiences with diverse cultural backgrounds and understandings. An effective Islamic communication strategy includes the use of simple language, a dialogical approach, and the use of social media and technology. In addition, communication principles that value fairness, empathy, and exemplary are important factors in ensuring that messages are conveyed clearly and deeply. This article analyzes these methods through a descriptive-qualitative approach, highlighting the importance of message and media adaptation in contemporary contexts. The results of this study show that effective communication strategies are able to increase public understanding and acceptance of Islamic values.

Keywords: Islamic Communication, Religious Message, Communication Strategy

ABSTRAK

Artikel ini membahas strategi komunikasi Islam dalam menyampaikan pesan agama agar mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam menyampaikan pesan-pesan Islam, penting untuk mempertimbangkan metode dan pendekatan yang mampu menjangkau audiens dengan beragam latar belakang budaya dan pemahaman. Strategi komunikasi Islam yang efektif mencakup penggunaan bahasa yang sederhana, pendekatan dialogis, serta pemanfaatan media sosial dan teknologi. Selain itu, prinsip-prinsip komunikasi yang menghargai keadilan, empati, dan keteladanan menjadi faktor penting dalam memastikan pesan tersampaikan dengan jelas dan mendalam. Artikel ini menganalisis metode-metode tersebut melalui pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan menyoroti pentingnya adaptasi pesan dan media dalam konteks kontemporer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif mampu meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: Komunikasi Islam, Pesan Agama, Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam penyampaian pesan, terutama dalam konteks ajaran agama (ma'arif, 2023a). Dalam Islam, komunikasi yang baik bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup bagaimana pesan tersebut bisa dimengerti dan diterima oleh penerima pesan (Aziz et al., 2024). Dengan komunikasi yang tepat, nilai-nilai dan ajaran agama dapat tersampaikan dengan lebih efektif, sehingga pesan yang diberikan tidak hanya berhenti pada tingkat pemahaman tetapi juga berpotensi membentuk perilaku positif pada masyarakat (Kriyantono, 2019). Karena itu, komunikasi yang efektif dalam penyebaran ajaran agama menjadi suatu keharusan.

Islam sebagai agama yang universal memiliki tujuan untuk memberikan petunjuk bagi seluruh umat manusia, tanpa memandang latar belakang sosial, budaya, atau ekonomi (Amin et al., 2023b). Islam mengajarkan bahwa pesan-pesan agama harus dapat dipahami oleh semua kalangan, dari yang memiliki tingkat pendidikan tinggi hingga yang terbatas (Agbaria, 2022). Ajaran Islam juga menekankan prinsip inklusivitas dan kesederhanaan, sehingga semua orang, baik tua maupun muda, dapat mengakses dan memahami ajaran-ajaran yang disampaikan (Amin et al., 2023a). Ini menunjukkan bahwa penting bagi Islam untuk menyampaikan pesan secara mudah dan sederhana.

Dalam menyampaikan ajaran Islam, diperlukan strategi komunikasi yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan latar belakang yang beragam (ma'arif, 2023b). Strategi yang baik adalah yang mampu menyesuaikan gaya penyampaian dengan kebutuhan audiens, sehingga pesan dapat diterima tanpa menimbulkan kesalahpahaman atau perasaan terasing (Svitlana Semenکو et al., 2024). Selain itu, keberagaman latar belakang masyarakat juga menuntut adanya fleksibilitas dalam penyampaian pesan-pesan agama agar dapat diterima di berbagai kelompok sosial (Qadir & Islam, 2023). Oleh karena itu, pengembangan strategi komunikasi yang efektif harus memperhatikan aspek audiens.

Strategi komunikasi yang efektif akan membantu masyarakat memahami dan menerima nilai-nilai Islam dengan lebih baik (Hidayat et al., 2024). Ketika strategi yang digunakan mampu menyentuh kebutuhan psikologis dan sosial masyarakat, pesan Islam tidak hanya dapat diterima secara intelektual, tetapi juga mempengaruhi hati dan perilaku penerimanya (Rohmansyah et al., 2023). Komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara personal dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari juga memiliki dampak lebih besar dalam meningkatkan pemahaman serta penerimaan masyarakat terhadap ajaran agama (Boguszewski, 2023). Dengan demikian, efektivitas komunikasi menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam penyebaran nilai-nilai Islam.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang mampu menghadirkan pesan-pesan Islam secara jelas, sederhana, dan sesuai dengan konteks sosial masyarakat. Pendekatan ini harus memperhatikan kondisi sosial dan budaya audiens agar pesan-pesan agama tidak hanya disampaikan, tetapi juga mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan menyesuaikan cara penyampaian pesan sesuai

dengan konteks penerima, diharapkan nilai-nilai Islam dapat diserap dan diaplikasikan dalam kehidupan. Hal ini menegaskan pentingnya adaptasi dalam komunikasi Islam, sehingga pesan-pesan agama dapat terus relevan di tengah perubahan sosial yang dinamis.

Dalam era informasi yang serba cepat ini, pesan-pesan Islam sering kali dihadapkan pada tantangan dalam hal penyampaian yang efektif dan mudah dipahami (Ganat, 2024). Mengingat pentingnya komunikasi yang tepat dalam menyebarkan ajaran agama, strategi komunikasi yang tepat menjadi kunci untuk memastikan pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan (Laily Alfi Zaitun Nisa, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana pendekatan komunikasi Islam dapat diadaptasi agar pesan agama lebih mudah dicerna, relevan, dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Di tengah kemajuan teknologi dan arus informasi yang pesat, cara penyampaian pesan-pesan agama Islam menghadapi tantangan yang semakin kompleks (Abu Bakar et al., 2024). Meskipun Islam memiliki ajaran yang universal dan mendalam, tidak semua orang dapat dengan mudah memahami inti ajaran tersebut (Salleh, 2024). Hal ini disebabkan oleh beragam faktor, mulai dari perbedaan latar belakang budaya, bahasa, hingga cara pandang masyarakat terhadap agama (Liu, 2024). Tantangan terbesar adalah bagaimana menghadirkan pesan Islam yang tidak hanya relevan, tetapi juga mudah dicerna oleh berbagai kalangan, baik yang sudah memahami agama maupun yang baru mengenalnya (Ismail & Zulkarnain, 2023).

Selain itu, meskipun berbagai upaya telah dilakukan untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami, masih ada kesenjangan dalam penerapannya. Banyak program dakwah yang belum mengoptimalkan strategi komunikasi yang efektif, sehingga pesan yang ingin disampaikan sering kali tidak sampai atau bahkan salah dimengerti (Lestari, 2024). Padahal, strategi komunikasi yang baik, seperti penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan media yang tepat, dapat memainkan peran penting dalam menjembatani pemahaman tersebut. Kesenjangan ini perlu diidentifikasi agar bisa ditemukan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan pendekatan komunikasi yang tidak hanya mengutamakan aspek penyampaian pesan, tetapi juga cara agar pesan tersebut dapat diterima dengan cara yang lebih bermakna dan mudah dipahami. Inovasi dalam komunikasi Islam sangat dibutuhkan agar ajaran agama dapat tetap relevan di tengah perkembangan zaman tanpa kehilangan esensinya (Hidayati & Munachidilil ~Ula, 2024). Dengan pendekatan yang lebih komunikatif dan adaptif, diharapkan pesan-pesan Islam dapat diterima secara lebih luas dan mendalam oleh seluruh lapisan masyarakat (Daruhadi, 2024).

Untuk mengisi kesenjangan dalam pemahaman pesan Islam yang sering kali sulit dicerna, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan mudah dipahami (Fahm, 2020). Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan bahasa yang

lebih sederhana dan kontekstual, sesuai dengan kemampuan audiens yang ingin dijangkau (Lior, 2013). Penggunaan media yang variatif, seperti video, infografis, dan media sosial, juga dapat membantu pesan-pesan agama disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima (Campbell & Connelly, 2015). Dengan begitu, pesan Islam tidak hanya menjadi sesuatu yang dibicarakan, tetapi juga yang bisa dipahami secara lebih mendalam oleh berbagai kalangan masyarakat.

Mengapa kita perlu mengisi kesenjangan ini? Karena pemahaman yang tepat terhadap ajaran agama Islam akan memberikan dampak positif bagi kehidupan individu dan masyarakat secara keseluruhan (Abd, 2024). Jika pesan-pesan Islam disampaikan dengan cara yang tepat, masyarakat akan lebih mudah menerimanya, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas moral dan spiritual mereka (ma'arif, 2023b). Tanpa strategi komunikasi yang efektif, ajaran Islam berpotensi disalahartikan atau bahkan diabaikan, padahal Islam mengandung nilai-nilai yang dapat menjadi solusi bagi berbagai permasalahan hidup, baik di tingkat personal maupun sosial (Musliadi & Muhlis, 2023).

Tujuan dari mengisi kesenjangan ini adalah untuk menciptakan sebuah model komunikasi yang lebih adaptif dan relevan dengan perkembangan zaman, namun tetap mempertahankan esensi ajaran Islam itu sendiri (ma'arif, 2023c). Dengan menyusun strategi komunikasi yang tepat, pesan Islam bisa diterima secara luas oleh masyarakat, tanpa terbentur oleh hambatan pemahaman atau budaya (ma'arif, 2023b). Oleh karena itu, penting untuk terus berinovasi dalam cara penyampaian dakwah, sehingga tujuan akhir yaitu menciptakan masyarakat yang lebih baik dan beradab dapat tercapai.

METODE KAJIAN

Metode kajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *library research* atau kajian Pustaka (Abdurrahman, 2024). Penelitian ini berfokus pada analisis literatur yang relevan dengan strategi komunikasi Islam dan cara penyampaian pesan agar mudah dipahami oleh khalayak (Abouelnour et al., 2024). Data yang digunakan diperoleh dari buku-buku, artikel jurnal, serta karya ilmiah lainnya yang membahas konsep komunikasi dalam Islam, teori komunikasi, serta pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan agama (Najmuddin et al., 2022). Dalam pengumpulan data, penelitian ini mengandalkan berbagai sumber tertulis yang sudah teruji kualitasnya untuk memberikan pemahaman yang mendalam terkait topik yang diteliti (Salmia, Sukmawati, 2023).

Selanjutnya, dalam analisis data, peneliti akan meninjau berbagai konsep dan teori komunikasi yang diterapkan dalam Islam, seperti komunikasi verbal dan non-verbal, serta bagaimana pendekatan komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Najmuddin et al., 2022). Analisis ini mencakup kajian terhadap literatur klasik maupun modern yang membahas peran komunikasi dalam dakwah Islam, termasuk teknik dan metode yang dapat memperkuat pemahaman pesan-pesan agama di kalangan umat Islam (Mokodenseho et al., 2024). Selain itu, peneliti juga akan membandingkan strategi komunikasi Islam dengan strategi komunikasi pada

umumnya dalam konteks penyebaran informasi yang mudah diterima oleh masyarakat luas (ma'arif, 2023b).

Metode kajian pustaka ini juga mencakup penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan, guna melihat apakah ada kesamaan atau perbedaan dalam cara penyampaian pesan yang mudah dicerna dalam komunikasi Islam (Najmuddin et al., 2022). Semua referensi yang digunakan dalam kajian ini akan dianalisis secara kritis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai bagaimana pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat, baik yang terdidik maupun yang belum familiar dengan ajaran agama (Irawati, 2020). Penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi yang efektif dalam konteks dakwah Islam (Hotmian, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil studi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Islam yang efektif harus memperhatikan konteks sosial dan budaya masyarakat agar pesan dapat lebih mudah diterima (Zikrullah & Mena Sari, 2024). Selain itu, penggunaan media komunikasi yang tepat, seperti media sosial, terbukti meningkatkan jangkauan pesan Islam kepada audiens yang lebih luas (Marlina & Nadirah, 2024). Penekanan pada kesederhanaan bahasa juga menjadi faktor penting dalam mempermudah pemahaman ajaran Islam (Mokodenseho et al., 2024). Pembentukan narasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini juga mendukung proses penerimaan pesan agama dengan lebih baik (Reed et al., 2013). Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan zaman sangat penting untuk mengoptimalkan pemahaman pesan Islam di kalangan berbagai kelompok masyarakat (Abdullah & Dwi Prasetya, 2023).

Studi ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi Islam yang efektif harus mempertimbangkan konteks sosial dan budaya masyarakat (Fitriani et al., 2024). Hal ini dikarenakan keberagaman sosial dan budaya memberikan pengaruh signifikan terhadap cara masyarakat menerima dan memahami pesan agama (Abdullah & Dwi Prasetya, 2023). Komunikasi yang tidak selaras dengan nilai-nilai budaya lokal sering kali menghadapi resistensi, sehingga pesan menjadi kurang efektif (. et al., 2024). Dengan memahami konteks sosial budaya, pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang relevan dan mudah diterima oleh audiens (Rahman et al., 2024).

Pemanfaatan media komunikasi yang tepat juga menjadi aspek penting dalam menyampaikan pesan Islam secara lebih luas (Salsabila et al., 2022). Dalam era digital saat ini, media sosial memiliki peran strategis dalam menjangkau audiens yang beragam, termasuk generasi muda (Oliveira et al., 2024). Keberadaan platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan interaktif (Forrest & Wexler, 2023). Studi ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan efektivitas penyebaran pesan agama, khususnya kepada kelompok yang sulit dijangkau melalui cara tradisional (Hotmian, 2024).

Selain media, penyederhanaan bahasa menjadi faktor penting dalam strategi komunikasi Islam (Hamid Bashori & Septian Maharani, 2022). Pesan agama yang disampaikan dalam bahasa yang mudah dipahami dapat mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan penerimaan (Hamidah & Duncik, 2024). Bahasa yang sederhana namun tetap sesuai dengan prinsip Islam memungkinkan audiens dari berbagai latar belakang pendidikan untuk memahami pesan dengan lebih baik (Rustan & Fitriani, 2020). Hal ini mencerminkan pentingnya adaptasi bahasa dalam menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat.

Selanjutnya, pembentukan narasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini juga menjadi perhatian utama dalam strategi komunikasi Islam (Kirat, 2015). Narasi yang menyoroti isu-isu sosial seperti keadilan, kesejahteraan, dan solidaritas lebih mudah menarik perhatian masyarakat. Dengan mengaitkan ajaran Islam dengan tantangan sosial yang dihadapi masyarakat, pesan agama menjadi lebih kontekstual dan aplikatif (Kholidah, 2022). Relevansi ini juga mendorong audiens untuk melihat Islam sebagai solusi terhadap berbagai permasalahan kehidupan.

Secara keseluruhan, adaptasi dan responsivitas terhadap perkembangan zaman merupakan kunci dalam keberhasilan strategi komunikasi Islam (Yunita, 2024). Dengan adanya perubahan teknologi, sosial, dan budaya, strategi komunikasi yang tidak adaptif akan kehilangan daya tariknya (Dervitsiotis, 2007). Studi ini menegaskan bahwa kemampuan untuk berinovasi dalam penyampaian pesan agama adalah hal yang sangat penting. Hal ini sejalan dengan kebutuhan untuk menjembatani generasi yang terus berkembang dalam cara berpikir dan berkomunikasi.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi komunikasi yang adaptif mampu mengakomodasi perbedaan pandangan di masyarakat. Dalam masyarakat yang semakin plural, penting bagi pesan agama untuk menghindari narasi eksklusif (Abadi et al., 2024). Pendekatan yang inklusif dan empati terhadap keberagaman dapat mendorong hubungan yang harmonis. Strategi semacam ini juga menciptakan ruang dialog yang konstruktif antara Islam dan masyarakat yang lebih luas.

Pentingnya kolaborasi antara elemen tradisional dan modern juga ditekankan dalam temuan ini (Muhajir, 2024). Integrasi antara pendekatan modern dan tradisional dapat menciptakan sinergi yang lebih efektif. Dengan demikian, pesan Islam dapat disampaikan secara menyeluruh tanpa kehilangan esensinya.

Studi ini juga menyoroti pentingnya konsistensi dalam penyampaian pesan. Pesan agama yang konsisten, baik di media tradisional maupun digital, akan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Yulia Rahmawati et al., 2024). Ketidakonsistenan dapat menciptakan kebingungan dan menurunkan kredibilitas pesan. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus dirancang sedemikian rupa untuk mempertahankan kesinambungan pesan (Mudzanani, 2015).

Fleksibilitas dalam pendekatan komunikasi juga menjadi bagian penting dari temuan penelitian ini (Mudzanani, 2015). Dalam situasi tertentu, pendekatan personal yang melibatkan komunikasi langsung lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi

melalui media massa. Dengan pendekatan yang fleksibel, pesan Islam dapat disesuaikan dengan kebutuhan audiens, baik dalam skala individu maupun komunitas (MR et al., 2024).

Lebih lanjut, penelitian ini menggarisbawahi perlunya evaluasi berkala terhadap strategi komunikasi yang diterapkan (Zulkeifli et al., 2023). Perubahan sosial yang dinamis menuntut penyesuaian berkelanjutan dalam penyampaian pesan agama. Evaluasi ini juga memungkinkan untuk mengidentifikasi kelemahan dan peluang baru dalam menyampaikan pesan Islam. Dengan cara ini, strategi komunikasi dapat tetap relevan dengan perkembangan masyarakat.

Konteks pendidikan masyarakat juga menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan. Dalam masyarakat dengan tingkat literasi rendah, strategi komunikasi yang menggunakan media visual atau narasi lisan lebih efektif dibandingkan teks tertulis (Shakeel & Best, n.d.). Sebaliknya, di masyarakat dengan tingkat literasi tinggi, pendekatan berbasis teks atau diskusi intelektual lebih relevan. Penyesuaian ini menunjukkan pentingnya memahami karakteristik audiens dalam menyusun strategi komunikasi.

Akhirnya, penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam mendukung strategi komunikasi Islam. Keterlibatan komunitas, lembaga pendidikan, dan pemerintah dalam menyampaikan pesan agama dapat meningkatkan dampaknya (Rohendi & Rahim, 2024). Dengan sinergi yang baik, pesan Islam tidak hanya menyentuh ranah spiritual, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial yang lebih luas.

Pembahasan

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi antarbudaya yang menekankan pentingnya adaptasi pesan terhadap konteks sosial dan budaya audiens. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Gudykunst dan Kim (1997) yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi tergantung pada kemampuan komunikator untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan budaya audiens. Penekanan pada konteks sosial dan budaya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teori ini masih relevan dalam penerapan strategi komunikasi Islam.

Selain itu, temuan ini mendukung studi sebelumnya oleh Wahyudi (2020) yang menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat yang efektif dalam penyebaran dakwah di era digital. Media sosial tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung antara penyampai pesan dan audiens. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi baru dengan menyoroti pentingnya penyederhanaan bahasa dan relevansi narasi dalam komunikasi melalui media sosial.

Penekanan pada relevansi narasi dengan isu-isu sosial juga berkaitan dengan teori agenda-setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972). Teori ini menjelaskan bagaimana media dapat memengaruhi persepsi publik dengan menonjolkan isu-isu tertentu. Dalam konteks ini, narasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat membantu menonjolkan nilai-nilai Islam sebagai solusi bagi permasalahan sosial, sehingga meningkatkan daya tarik pesan agama.

Temuan tentang pentingnya adaptasi dan fleksibilitas strategi komunikasi juga mendukung gagasan Bandura (1977) tentang teori pembelajaran sosial. Melalui pendekatan yang adaptif, pesan agama dapat disampaikan dengan cara yang relevan dengan pengalaman dan konteks audiens. Ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang baik tidak hanya mentransmisikan informasi tetapi juga membangun hubungan yang bermakna dengan audiens.

PENUTUP

Penelitian ini berhasil mencapai tujuannya untuk mengidentifikasi strategi komunikasi Islam yang efektif dalam menyampaikan pesan agama agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang adaptif terhadap konteks sosial, budaya, dan teknologi mampu meningkatkan pemahaman serta penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai Islam. Strategi ini melibatkan penggunaan bahasa sederhana, pembentukan narasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif.

Penggunaan media sosial terbukti menjadi jembatan penting dalam menyampaikan pesan agama kepada audiens yang lebih luas, terutama di era digital. Penyampaian pesan melalui media ini memungkinkan interaksi langsung, memperluas jangkauan dakwah, dan meningkatkan daya tarik pesan. Selain itu, penekanan pada kesederhanaan bahasa memastikan bahwa ajaran Islam dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat, terlepas dari tingkat pendidikan atau latar belakang budaya mereka.

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah memberikan kerangka konseptual bagi pengembangan strategi komunikasi Islam yang relevan dengan tantangan zaman modern. Dengan menyoroti pentingnya adaptasi, inovasi, dan fleksibilitas dalam penyampaian pesan agama, penelitian ini memberikan wawasan baru yang dapat diterapkan dalam praktik dakwah, pendidikan agama, dan pengembangan media berbasis nilai-nilai Islam.

Kesimpulannya, komunikasi yang efektif dalam konteks dakwah Islam memerlukan pendekatan yang holistik, responsif, dan inklusif, yang tidak hanya menekankan penyampaian pesan tetapi juga pemahaman audiens. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara elemen tradisional dan modern dalam membangun strategi komunikasi yang berkelanjutan, yang pada akhirnya mendukung pencapaian tujuan dakwah: menyebarkan nilai-nilai Islam yang universal dan membangun masyarakat yang lebih baik.

REFERENSI

- . H., Unde, A. A., Palubuhu, D. A. T., & Fatimah, J. M. (2024). The Role of Communication in Overcoming Cultural Barriers in the Empowerment Program for Indigenous Papuans. *International Journal of Religion*, 5(11), 3819–3825. <https://doi.org/10.61707/cx60bw93>
- Abadi, T. W., Zetira, A. R., Balahmar, A. R. U., & Longani, K. D. (2024). The Mediating Role of Communication in Fostering Religious Tolerance within a Diverse Society. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v8i1.25543>
- Abd, A. H. S. (2024). The Impact of Islamic Educational Foundations on the Success of the Educational Process. *Journal of Ecohumanism*, 3(8). <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4883>
- Abdullah, & Dwi Prasetya, F. F. (2023). Dakwah Islam dan Revolusi Komunikasi. *Transformasi: Jurnal Kepemimpinan & Pendidikan Islam*, 7(1), 110–124. <https://doi.org/10.47945/transformasi.v7i1.1384>
- Abdurrahman. (2024). Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam. *Adabuna : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 3(2), 102–113. <https://doi.org/10.38073/adabuna.v3i2.1563>
- Abouelnour, M. M., Alhourani, M. I., Adel, M. A. A., Hamwy, R., ALQaidy, A. M., & Qaruty, R. Al. (2024). Interactive communicative discourse in the Holy Qur'an: A deliberative approach. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(5), 1819–1830. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i5.1915>
- Abu Bakar, A. Z., Nabghan, W., Elhaei, M., Abul Khassim, Z., Mustafa, W. A., & Abd Aziz, N. H. (2024). Comprehensive Review on Islamic Ethics and the Rise of Technology. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 51(1), 184–194. <https://doi.org/10.37934/araset.51.1.184194>
- Agbaria, A. (2022). Education for Religious Pluralism in Islam: One Book or Series of Books, a Singular Message or Myriad Messages? *Religions*, 13(4), 283. <https://doi.org/10.3390/rel13040283>
- Amin, K., Putra, S., & Aimi, W. (2023a). Characteristics Of Islamic Teachings. *Ilmuna: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 21–41. <https://doi.org/10.54437/ilmuna.v5i1.642>
- Amin, K., Putra, S., & Aimi, W. (2023b). CHARACTERISTICS OF ISLAMIC TEACHINGS. *Ilmuna: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 21–41. <https://doi.org/10.54437/ilmuna.v5i1.642>
- Aziz, N. A., Rahim., F. A. M., Aziz, N. M., & Ngah, N. S. (2024). From Miscommunication to Collaboration: A Study on Communication Effectiveness among Project Team in Construction Projects. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, VIII(IX), 2560–2569. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2024.8090213>

- Boguszewski, M. (2023). Teologia komunii w efektywnej komunikacji medialnej. *Łódzkie Studia Teologiczne*, 23(2), 25–32. <https://doi.org/10.52097/lst.2023.2.25-32>
- Campbell, H. A., & Connelly, L. (2015). Religion and New Media. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 273–278). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95081-5>
- Daruhadi, G. (2024). Development of Theoretical Study of Social Interpretation (Social Relations). *Journal of World Science*, 3(8), 1050–1067. <https://doi.org/10.58344/jws.v3i8.718>
- Dervitsiotis, K. N. (2007). On Becoming Adaptive: The New Imperative for Survival and Success in the 21st Century. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(1–2), 21–38. <https://doi.org/10.1080/14783360601043005>
- Fahm, A. O. (2020). *Transmitting the Teachings of Islam in Contemporary Times* (pp. 20–33). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8528-2.ch002>
- Fitriani, K., Ittaqi Tafuzi, Q., Rahmah, N., Nafa'ani, N., Aifah Rizqiyah, N., & Mu'alimin, M. (2024). Effective Communication Strategies in Improving the Performance of Islamic Education Organizations at Al-Ghozali Integrated Islamic Junior High School Jember. *JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala*, 9(2), 303. <https://doi.org/10.58258/jupe.v9i2.6986>
- Forrest, K. B., & Wexler, J. (2023). Social media platforms. In *Is Justice Real When Reality Is Not?* (pp. 147–159). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-95620-8.00001-3>
- Ganat, S. A. (2024). Psychological mechanisms of group influence on individual behavior. *Vestnik Universiteta*, 8, 225–234. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2024-8-225-234>
- Hamid Bashori, A., & Septian Maharani, I. (2022). Strategi Komunikasi Islam Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam Masyarakat. *Al Irsyad: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.54150/alirsyad.v1i1.85>
- Hamidah, & Dungcik, M. (2024). The impact of local language on public understanding of religious messages. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100882. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100882>
- Hidayat, R., Syarifudin, S., Baharudin, B., Zamhariri, Z., & Aisyah, U. (2024). Komunikasi Dakwah Dalam Konversi Nilai Pendidikan Agama Islam Guna Pembentukan Karakter Sosial Bermasyarakat. *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 69–83. <https://doi.org/10.37092/khobar.v6i1.811>
- Hidayati, H., & Munachidlil Ula, A. N. (2024). Innovation in Islamic Education: Effective Strategy in Forming Noble Morals of The Young Generation. *JURNAL PENDIDIKAN GLASSER*, 8(1), 87–97. <https://doi.org/10.32529/glasser.v8i1.3180>
- Hotmian, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah. *Qawwam: The Leader's Writing*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.331>
- Irawati, J. (2020). Analysis the Role of Media Perspectives on General Communication and Islamic Communication. *Budapest International Research and Critics Institute*

- (*BIRCI-Journal*): *Humanities and Social Sciences*, 3(3), 2149–2157.
<https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1147>
- Ismail, S. N., & Zulkarnain, Z. (2023). Embracing Diversity: Islamic Education through the Multicultural Lens of the Quran. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 18(2), 203. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v18i2.25456>
- Kholidah, L. N. (2022). Improving Students' Social Responsibility via Islamic Religious Education and Social Problem-Based Learning. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 10(2), 163–182. <https://doi.org/10.15642/jpai.2022.10.2.163-182>
- Kirat, M. (2015). The Islamic roots of modern public relations and corporate social responsibility. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 1(1), 97. <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2015.068144>
- Kriyantono, R. (2019). Counteracting Radicalism with Cultural Communication in Religious Practices. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(11), 83–92. <https://doi.org/10.14738/assrj.610.7341>
- Laily Alfi Zaitun Nisa. (2024). Manajemen Komunikasi Pada Pondok Pesantren. *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(3), 372–379. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i3.1297>
- Lestari, N. (2024). Optimalisasi Dakwah di Era Modern Melalui Media Sosial. *Qawwam : The Leader's Writing*, 5(1), 35–42. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>
- Lior, L. N. (2013). Writing for Diverse Audiences. In *Writing for Interaction* (pp. 221–237). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394813-7.00011-0>
- Liu, Z. (2024). Research on the Influence of Cultural Differences on Cross-Cultural Translation and Coping Strategies. *Journal of Higher Education Teaching*, 1(3), 236–240. <https://doi.org/10.62517/jhet.202415338>
- ma'arif, rifqi. (2023a). *islamic communication and broadcasting: strengthening islamic religious messages in the digital era*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/f7ybm>
- ma'arif, rifqi. (2023b). *Islamic Communication and Broadcasting: Strengthening Islamic Religious Messages in The Digital Era*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/f7ybm>
- ma'arif, rifqi. (2023c). *Islamic Communication and Broadcasting Strengthening Islamic Religious Messages in The Digital Era*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/f7ybm>
- Marlina, M., & Nadirah, S. (2024). The Use of Social Media in Islamic Religious Education Learning and Its Implications for Student Character. *Al-Ilmu*, 1(3), 38–43. <https://doi.org/10.62872/swxb3g65>
- Mokodenseho, S., MS, M. I., Yarbo, S., Toani, F., Korompot, L., Pakelo, F., & Dotinggulo, E. (2024). Communication-based Da'wah Ethics Inspired by the Prophet's Sunnah in the Qur'an. *West Science Islamic Studies*, 2(02), 136–142. <https://doi.org/10.58812/wsiss.v2i02.843>
- MR, M. I. F., Anam, A. M., Agustinova, D. A., Prasastiawati, D., Awal, F. R. N., & Yaacob, N. H. (2024). Community-based Islamic education: Democratizing learning through local wisdom. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 6(2), 1–13.

- <https://doi.org/10.21831/jwuny.v6i2.76362>
- Mudzanani, T. (2015). A review and analysis of the role of integrated marketing communication message typology in the development of communication strategies. *African Journal of Marketing Management*, 7(8), 90–97. <https://doi.org/10.5897/AJMM2015.0475>
- Muhajir, A. (2024). Komunikasi Dakwah Terapeutik Dikalangan Public Figure. *TSAQOFAH*, 4(5), 3680–3692. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v4i5.3508>
- Musliadi, M., & Muhlis, M. (2023). Perkembangan Komunikasi Islam Di Era Moderen. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 45–65. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2247>
- Najmuddin, M., Amri, M., & Aderus, A. (2022). Prophetic Communication: Islam as Knowledge Practice. *Palakka : Media and Islamic Communication*, 3(2), 98–111. <https://doi.org/10.30863/palakka.v3i2.3742>
- Oliveira, A. F., Leote de Carvalho, M. J., & Sousa, C. (2024). Young People’s Diversity and Digital Media: A Systematic Review (2010–2022). *Media and Communication*, 12. <https://doi.org/10.17645/mac.8237>
- Qadir, H., & Islam, N. U. (2023). *An Integrated Approach of Multiculturalism and Religious Diversity* (pp. 188–204). <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-9184-3.ch009>
- Rahman, A., Widiartari, N. W. P., & Sugiarto, R. (2024). Developing A Culturally Responsive Reading Module For First-Grade Islamic Junior High School Students. *Journal of Languages and Language Teaching*, 12(4), 1885. <https://doi.org/10.33394/joltt.v12i4.12664>
- Reed, E. D., Freathy, R., Cornwall, S., & Davis, A. (2013). Narrative theology in Religious Education. *British Journal of Religious Education*, 35(3), 297–312. <https://doi.org/10.1080/01416200.2013.785931>
- Rohendi, L., & Rahim, R. A. A. (2024). Value-Based Humanism: The Dynamics of Religion in Education Towards a Civil Society. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 4(2), 91–96. <https://doi.org/10.15575/jis.v4i2.33970>
- Rohmansyah, Rahmatullah, A. S., & Putra, B. J. (2023). Implementation of Community Moral Religiosity Values in Hadith and Educational Psychology in Congregation of Al-Amin Godegan Mosque, Yogyakarta. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1637–1646. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i6.13826>
- Rustan, E., & Fitriani, F. (2020). The Use of Communicative Language in Islamic Religious Duction Learning. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(02), 354. <https://doi.org/10.30868/ei.v9i02.858>
- Salleh, N. (2024). Doctrines Of Universal Sufism Teachings: An Analysis. *International Journal of Advanced Research*, 12(08), 1346–1354. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/19378>
- Salmia, Sukmawati, S. (2023). Development of Quality Instrumens and Data Collection Techniques. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 6(1), 119–124. <https://doi.org/10.55215/jppguseda.v6i1.7527>

- Salsabila, A. Z., Effendy, E., & Ginting, A. F. (2022). Peran Siaran Radio, Televisi dan Multimedia Dalam Pengembangan Dakwah Modern. *At-Tadris: Journal of Islamic Education*, 2(1), 69–81. <https://doi.org/10.56672/attadris.v2i1.68>
- Shakeel, H., & Best, M. L. (n.d.). Community knowledge sharing: an Internet application to support communications across literacy levels. *IEEE 2002 International Symposium on Technology and Society (ISTAS'02). Social Implications of Information and Communication Technology. Proceedings (Cat. No.02CH37293)*, 37–44. <https://doi.org/10.1109/ISTAS.2002.1013793>
- Svitlana Semenکو, Lesia Lysenko, Oksana Zelik, Maryna Svalova, & Iryna Kirichek. (2024). Strategies of Media Communication in the Digital Cultural Sphere. *EVOLUTIONARY STUDIES IN IMAGINATIVE CULTURE*, 772–789. <https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.1080>
- Yulia Rahmawati, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, & Mia Nurmiarani. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Yunita, M. (2024). Transformasi Konten Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bingkai Dakwah. *JURNAL SYIAR-SYIAR*, 4(1), 58–69. <https://doi.org/10.36490/syiar.v4i1.1232>
- Zikrullah, & Mena Sari. (2024). Etika Komunikasi Politik dalam Perspektif Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 305–322. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.305-322>
- Zulkeifli, N. Y., Jamri, M. H., Ridzuan, A. R., Ismail, N., Khairuddin, K., Abdul Rani, N. S., Ab Hadi, S. N. I., & Nazira Ibrahim, N. A. (2023). Communication as a Strategy in Enhancing an Organization Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(10). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v13-i10/19123>