

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan teknologi 4.0, kini dakwah tidak hanya bisa disampaikan secara langsung lewat khotbah atau *tabligh* umum di masjid-masjid, namun juga bisa disampaikan lewat media elektronik dan media sosial yang tidak dibatasi oleh waktu maupun tempat. Setiap orang dapat mengakses dakwah kapanpun dan dimanapun lewat berbagai media sosial seperti Youtube, Facebook, Twitter, Whats App, Line dan lain sebagainya.

Kemudahan dalam mengakses internet membuat media sosial menjadi sarana yang efektif dan efisien dalam berdakwah, sehingga banyak *da'i* yang memanfaatkan media sosial seperti Ustadz Abdul Somad, Yusuf Mansur, Abdullah Gymnastiar, Hanan Attaki, Felix Siauw, Gus Mus, Syekh Ali Jaber, Anwar Zahid, Cak Nun, Habib Rizieq Shihab, Ulil Absar Abdalla, Quraish Shihab, Adi Hidayat, Khalid Basalamah, Syafiq Riza Basalamah, Subhan Bawazier dan lain-lain. Hal ini membuat dakwah yang disampaikan oleh *da'i* menyebar secara luas dan mudah ditonton oleh siapa saja.

Di samping itu, lembaga organisasi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia pun juga terlibat aktif dalam memproduksi konten-konten keagamaan, khususnya Youtube yang menggunakan fitur video, dengan durasi yang dapat

disesuaikan dengan kebutuhan sehingga menjadi media yang menarik dan digemari oleh masyarakat saat ini.

Sejak ditemukannya mesin cetak yang berlanjut dengan hadirnya media elektronik dan media internet pada akhirnya telah banyak mengubah pola produksi maupun konsumsi berbagai hal dan aspek terutama juga materi keagamaan. Pada mulanya berasal dari model konvensional, kini telah berubah melalui metode khotbah yang dapat disiarkan kepada para *audiens* yang luas, tidak lagi terbatas hanya pada satu orang atau satu kelompok di tempat tertentu melainkan kini bersifat publik menembus berbagai golongan di berbagai kawasan.

Penyebaran materi keagamaan yang meluas ini pun pada akhirnya mempengaruhi banyak orang dan membuat peran dari otoritas agama yang tradisional menjadi terpinggirkan karena telah muncul berbagai aktor dakwah yang baru. Di samping itu, dakwah juga kini telah berubah menjadi sebuah ajang bagi pembentukan ataupun perebutan ruang publik oleh berbagai kelompok-kelompok Islam dalam menjalankan agenda serta kepentingannya masing-masing.<sup>1</sup>

Sejumlah pendakwah saat ini memiliki akun media sosial yang pengikutnya sudah mencapai jutaan orang.<sup>2</sup> Adalah Ustaz Abdul Somad yang memiliki pengikut Instagram sebanyak 4,5 juta orang dan pada Youtube sebanyak 38,7 juta penonton.

---

<sup>1</sup> Anderson, W. Jon dan Dale F. Eickelman. 2003. *New Media in The Muslim World : The Emerging public Sphere*. USA: Indiana University Press

<sup>2</sup> Diakses pada 2 Januari 2020 dari <https://www.okezone.com/amp/2018/09/14/337/1950511/9-da'i-kondang-di-medsos-ustaz-abdul-somad-paling-banyak-pengikut>

Selanjutnya Yusuf Mansur untuk akun Instagramnya mempunyai pengikut 2,3 juta dan Twitter 3 juta pengikut.

Adapun Gus Mus satau KH Mustofa Bisri Twitter dengan *username* @gusmusgusmu mempunyai pengikut sebanyak 1,87 juta. Sementara itu, Aa Gym mempunyai media sosial dengan pengikut Instagram 2,6 juta dan Twitter 2,6 juta. Kemudian Syekh Ali Jaber dengan pengikut di Instagram sebanyak 2,1 juta pengikut dan Twitter 63 ribu pengikut.

Van Dijk mengungkapkan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang berfokus pada eksistensi penggunaanya lewat fasilitas yang dimilikinya agar dapat melakukan aktifitas ataupun kolaborasi. Oleh karena itu, media sosial pun bisa menjadi fasilitator *online* yang dapat memperkuat hubungan di antara para penggunaanya sekaligus menjadi suatu ikatan sosial.

Adapun Meike dan Young menjabarkan media sosial ini sebagai konvergensi di antara komunikasi personal yaitu sebuah ruang untuk saling berbagi antar individu (*to be share one-to-one*). Selain itu, media publik juga untuk berbagi kepada siapapun tanpa ada kekhususan tertentu pada seorang individu.<sup>3</sup>

Jejaring sosial memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan perangkat lunak *learning management system*. Sebab jejaring sosial dapat digunakan tanpa perlu menyewa dan mengelola server. Hal penting lainnya adalah media ini lebih akrab dan digemari oleh kalangan anak muda seperti Twitter, Facebook, atau Intagram dan lain-

---

<sup>3</sup> Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

lain. Media sosial kini telah berkembang menjadi sebuah tren dan seakan-akan menjadi kebutuhan utama dan sesuatu yang amat penting bagi setiap orang.<sup>4</sup>

Penyebaran informasi ini menyebabkan dakwah tidak hanya terpaparkan kepada orang muslim saja, tapi kepada nonmuslim yang tidak sengaja menonton tayangan dakwah Islam, maupun yang sengaja karena rasa penasaran untuk mengkaji Islam dari berbagai sumber, khususnya mereka yang aktif membuka media sosial.

Aktifnya nonmuslim menonton tayangan di media sosial memberikan pengetahuan, pemahaman maupun pandangan baru mengenai ajaran Islam. Hal ini juga yang melatarbelakangi pandangan positif maupun negatif dan sikap nonmuslim kepada umat muslim.

Fenomena ini menjadi menarik, karena dakwah biasanya terfokus kepada muslim saja, dan tidak diproyeksikan untuk penganut agama selain Islam, namun pada faktanya banyak nonmuslim yang ikut menyaksikan.

Guna menelaah lebih lanjut bagaimana pandangan nonmuslim terhadap tayangan *tabligh*, peneliti tertarik untuk meneliti kejadian tersebut, sehingga akhirnya muncul penelitian ini.

Penelitian ini menjadi unik dikarenakan masih sedikitnya kajian yang mengulas tentang fenomena *tabligh* yang dilihat dari sisi perspektif nonmuslim, sehingga belum

---

<sup>4</sup> Husain, Chaidar. 2014. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran di SMA Muhammadiyah Tarakan Husain. Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan Volume 2, Nomor 2, Juli 2014; 184-192 ISSN: 2337-7623; EISSN: 2337- 7615

banyak informasi tentang bagaimana motivasi, ketertarikan, pandangan dan harapan nonmuslim mengenai *tabligh* khususnya di media sosial.

Penelitian ini diharapkan akan memperkaya khazanah dari peran dan fungsi dari *tabligh* tidak hanya di kalangan muslim, tetapi juga lebih luas dan kompleks sehingga menjadi ruang inovasi dan kreatifitas dalam menyampaikan *tabligh* di momen-momen selanjutnya, khususnya kepada nonmuslim.

Kaitan penelitian ini dalam kajian Komunikasi Penyiaran Islam sangat signifikan karena mengangkat *tabligh* dalam perspektif nonmuslim, dalam hal ini di media sosial yang erat dengan penyampaian dakwah.

Adapun dipilih nonmuslim sebagai subjek penelitian karena hal ini merupakan sebuah fenomena yang unik, di mana dakwah biasanya diproyeksikan kepada muslim yang berisi segala dalil, fenomena, pemikiran yang dilandasi oleh Al-Qur'an maupun hadist. Sementara, mayoritas nonmuslim tidak memiliki wawasan baik terhadap Al-Qur'an dan hadist karena dilahirkan dari agama, lingkungan dan budaya yang berbeda dengan seorang muslim, sehingga perspektif yang dimiliki oleh nonmuslim akan menjadi khas dalam menanggapi tayangan-tayangan agama Islam yang mereka saksikan di media sosial.

Mengenai ide atau inspirasi dari lahirnya penelitian ini adalah karena peneliti banyak mengenal nonmuslim yang sering menonton tayangan *tabligh* di media sosial, baik Youtube, Twitter, Whats App, Instagram dan lain-lain dan mereka memiliki pandangan dan komentar tersendiri mengenai *tabligh* yang mereka saksikan.

Di samping itu, peneliti juga tergabung dalam komunitas Sekolah Damai Indonesia (SEKODI) atau *School of Peace Indonesia* Chapter Bandung yang berisi anggota dari beragam kepercayaan mulai dari Katolik, Kristen, Hindu, Buddha, Konghucu aliran kepercayaan lainnya dengan minat terhadap keberagaman, toleransi, diskusi antar umat beragama dan lainnya. Dengan kajian mingguan di akhir pekan yang mengulas tentang kondisi umat beragama saat ini, isu sosial, politik, lingkungan dan masyarakat sehingga para peserta terkoneksi dengan tayangan-tayangan mengenai berbagai macam agama, termasuk tabligh.

Peneliti juga aktif dalam mengikuti kegiatan lintas iman seperti yang diadakan oleh komunitas Jaringan Kerja Antar Umat Beragama (JAKATARUB) atau Jaringan Lintas Iman (JARILIMA), mengikuti *Extension Course Culture and Religion* (ECCR) dan *Extension Course Filsafat* (ECF) Fakultas Filsafat Universitas Parahyangan (UNPAR) Bandung sehingga memiliki relasi dari berbagai macam aliran agama Islam dan nonmuslim seperti pendeta di Gereja Kristen Indonesia (GKI), pengurus di Majelis Agama Konghucu Indonesia (MAKIN), aktifis pemuda Hindu di Keluarga Saka Trana Truni di Kota Bandung dan lain-lain.

Tidak hanya itu, peneliti juga tertarik dengan kajian agama lain dan secara personal berdiskusi dengan banyak nonmuslim mengenai agama mereka dan pandangan mereka terhadap agama Islam sehingga peneliti juga memiliki relasi dari agama Kristen aliran Mormon, aliran kepercayaan Sunda Wiwitan, beberapa biksu dari ajaran Buddha aliran Theravada, hingga pemilik kepercayaan atheis dari berbagai latarbelakang pendidikan dari SMA hingga S3 dan pekerjaan seperti

wirausaha, karyawan swasta, penggiat komunitas, pengajar, dosen, agen asuransi, mahasiswa, jurnalis hingga kolektor Anggrek.

Dalam proses observasi peneliti juga telah berdiskusi dengan banyak nonmuslim mengenai fenomena tabligh dan mereka memiliki pandangan tersendiri sehingga menarik untuk diurai lebih lanjut, terutama agar tabligh disampaikan dengan lebih baik dan membawa kedamaian bagi semua pihak bukan menjadi alat yang memecah belah masyarakat.

Setelah melakukan wawancara awal kepada para calon informan, maka peneliti dapat mengetahui bahwa pada dasarnya nonmuslim ingin hidup berdampingan dengan aman dan damai bersama umat muslim, namun acapkali mereka terganggu dengan tayangan-tayangan di media sosial yang memuat tabligh yang menyudutkan nonmuslim seperti ungkapan dari da'i yang mengatakan bahwa nonmuslim ingin mengajak umat Islam murtad, nonmuslim berbahaya, nonmuslim adalah orang kafir yang harus di jauhi dan lain-lain.

Adapun nonmuslim yang ditemui oleh peneliti menyampaikan bahwa mereka berharap tabligh termasuk yang ada di media sosial dapat menyajikan informasi yang humanis, penuh toleransi, menyampaikan ajaran kasih, dan mencangkup hal-hal yang lebih luas agar bisa dipraktikan bukan hanya oleh orang muslim namun juga nonmuslim.

Dari hasil observasi di awal penelitian juga diketahui pula bahwa para informan telah terlibat dalam berbagai tayangan tabligh seperti Ustadz Abdul Somad, Zakir Naik, Felix Siauw, Habib Rizieq, Cak Nun, Abdurahman Wahid (Gus Dur), Habib

Djafar Husein, Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), Zainuddin MZ dan lain-lain dengan isi konten yang dianggap positif maupun sebaliknya.

Dengan adanya penelitian ini akan memberikan ruang bagi para *mubaligh* untuk mengintropeksi diri dalam menyampaikan *tablighnya*, mengembangkan toleransi dalam syi'ar agama Islam dan memiliki keterbukaan sikap karena penonton *tabligh* bukan hanya muslim namun juga nonmuslim.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang penelitian, maka penelitian ini akan menfokuskan pada permasalahan tentang bagaimana Perspektif nonmuslim mengenai *tabligh* di media sosial. Untuk memperjelas fokus penelitian yang dikaji, maka dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep diri nonmuslim yang menonton *tabligh* di media sosial?
2. Bagaimana motivasi nonmuslim menonton *tabligh* di media sosial?
3. Bagaimana perspektif nonmuslim tentang konten *tabligh* di media sosial?
4. Bagaimana perspektif nonmuslim tentang sosok *da'i* yang menyampaikan *tabligh* di media sosial?
5. Bagaimana perspektif nonmuslim tentang agama Islam dari *tabligh* yang mereka tonton di media sosial?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian



Penelitian ini yang dilakukan ini memiliki beberapa tujuan, yaitu untuk:

- a. Mengetahui konsep diri nonmuslim yang menonton *tabligh* di media sosial.
- b. Mengetahui motivasi nonmuslim menonton *tabligh* di media sosial.
- c. Mengetahui perspektif nonmuslim tentang konten *tabligh* di media sosial.
- d. Mengetahui perspektif nonmuslim tentang sosok *da'i* yang menyampaikan *tabligh* di media sosial.
- e. Mengetahui perspektif nonmuslim tentang agama Islam dari *tabligh* yang mereka tonton di media sosial.

## 2. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki beberapa kegunaan, yaitu untuk mengetahui:

### a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya khazanah ilmu komunikasi khususnya di dalam kajian Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung mengenai perspektif nonmuslim tentang *tabligh* di media sosial.

Lewat penelitian ini, ke depan akan diketahui perspektif positif maupun negatif yang mempengaruhi nonmuslim dalam memandang agama Islam yang saat ini berkembang di Indonesia lewat tayangan tabligh yang mereka saksikan di media sosial.

Disamping itu, dengan adanya hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Sebagai referensi dasar untuk mengkaji mengenai *tabligh* dan referensi saat membuat sebuah penelitian yang serupa, sehingga dapat mempermudah dalam proses penelitian karena akan lebih efektif dan efisien.

#### b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan lebih dalam mengenai khazanah Komunikasi Penyiaran Islam. untuk mengetahui bagaimana perspektif nonmuslim tentang tabligh.

Di samping itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan serta kemampuan berpikir yang berkaitan dengan penerapan teori yang telah didapatkan oleh peneliti dari mata kuliah yang telah dipelajari selama masa pembelajaran pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, di Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Lewat penelitian ini, dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi mengenai gambaran *tabligh* dalam perspektif nonmuslim yang ada di kawasan Kota Bandung, Jawa Barat serta menjadi ruang analisa dari sebuah

permasalahan yang terjadi di masyarakat, misalnya konflik antar umat beragama yang disebabkan oleh media sosial. Sehingga dapat diketahui hal apa yang menyebabkan kesalahpahaman dalam menerima informasi atau pandangan nonmuslim mengenai tabligh yang dirasa kurang baik atau menyinggung sehingga menjadi alternatif penyampaian *tabligh* di waktu selanjutnya.

Hal yang lebih penting adalah bagaimana tesis ini bisa menjadi sarana untuk dapat menyusun strategi dalam pengembangan *tabligh* di masa yang akan datang di media sosial, sehingga memberikan kesan yang positif bagi nonmuslim yang menontonnya.

#### **D. Landasan Pemikiran**

Kegiatan dakwah bagi seorang muslim adalah hal yang tak bisa dilepaskan dalam hidup, karena hal tersebut merupakan perintah dari Allah SWT untuk mengajak atau menyeru umat manusia dalam kebaikan dan kedamaian. Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah: 71 yang artinya,

*"Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang mungkar, mendirikan solat, menunaikan zakat, dan mereka taat kepada Rasul-Nya. Mereka itu akan diberikan rahmat oleh Allah. Sesungguhnya Allah maha perkasa lagi maha bijaksana".*

Al-Qur'an juga menjelaskan bagaimana cara berdakwah, di dalam surat An-nahl ayat 125 yang artinya,

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”*

Dalam menyebarkan agama Islam tentu harus disampaikan dengan cara-cara yang bijak, misalnya lewat nasehat yang menyentuh hati, diskusi dengan cara yang baik dan damai, sehingga pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan oleh orang yang mendengarkannya.

Dakwah juga memiliki fungsi untuk mengajak umat Islam agar dapat meningkatkan ketakwaanya kepada Allah SWT, serta membina orang-orang yang masih awam tentang agama dan ingin mendalami ajaran Islam lebih lanjut lagi, dalam hal ini baik seorang mualaf atau orang yang baru saja memasuki ajaran Islam maupun nonmuslim yang dilahirkan dan tumbuh dalam lingkungan bukan tradisi Islam sehingga belum mengetahui dengan jelas seperti apa dasar agama, keyakinan, dan prinsip-prinsip keislaman yang baik.

Jika diambil garis besarnya dakwah intinya adalah tentang ketakwaan, bagaimana orang tersebut bukan hanya meyakini dan mengetahui namun juga dapat mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 21 Allah berfirman,

*“Wahai manusia, sembahlah Tuhanmu Yang telah menciptakanmu dan orang-orang yang sebelummu, agar kamu bertakwa.”*

Di samping itu dakwah pun memiliki peranan untuk mendidik dan mengajar generasi penerus muslim agar berada di jalan yang lurus dalam hal ini tidak menyimpang dari fitrahnya sebagai seorang manusia dan hamba Tuhan<sup>5</sup>. Allah berfirman dalam Q.S Ar-Rum ayat 30,

*“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Allah). (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”*

Dalam prosesnya model komunikasi dakwah terbagi ke dalam beberapa hal, salah satunya adalah model komunikasi Aristoteles yang memiliki beberapa unsur yaitu pembicara, pesan, dan pendengar. Model komunikasi Aristoteles ini mengubah sikap yang dilakukan oleh pembicara kepada pendengar dalam proses penyampaian pesan atau pembicaraan. Sejalan dengan model komunikasi Aristoteles, dakwah pun memiliki tujuan yaitu untuk memberi petunjuk, menyampaikan kebaikan dan larangan.<sup>6</sup>

Adapun penelitian ini akan mengulas tentang bagaimana perspektif nonmuslim yang berada di kawasan Kota Bandung, Jawa Barat mengenai *tabligh* yang mereka saksikan di media sosial. Di mana latarbelakang pendidikan dan pengalaman dari

---

<sup>5</sup> Samsul Munir Amin. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta:, hal: 3-5.

<sup>6</sup> Aristoteles, Diakses pada 28 Desember 2019 dari [www.kompasiana.com/amp/dewimaesaroh1993/5db5ee32097f36782e3dfae2/strategi-komunikasi-dakwah-di-media-sosial](http://www.kompasiana.com/amp/dewimaesaroh1993/5db5ee32097f36782e3dfae2/strategi-komunikasi-dakwah-di-media-sosial)

informan tersebut yang kemudian membangun pola dan pandangan mereka terhadap ajaran Islam.

Sementara itu, untuk calon informan dalam penelitian ini, peneliti memilih para informan dengan berbagai latar belakang agama, suku dan pekerjaan yang memang memiliki perhatian dan tanggapan serta masukan untuk tabligh di media sosial, sebagai ruang refleksi dan evaluasi agar tabligh yang disampaikan kedepannya bisa lebih membangun dan bermanfaat bagi semua umat manusia.

Dalam penelitian *tabligh* dalam perspektif nonmuslim ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme di mana memandang realitas kehidupan sosial bukanlah sebuah realitas yang natural, melainkan terbentuk dari hasil konstruksi. Oleh sebab itu, analisis ini fokus pada paradigma konstruktivisme untuk menemukan seperti apa atau bagaimana sebuah realita tersebut dikonstruksi, kemudian dengan cara seperti apa konstruksi tersebut dibentuk.

Sementara itu pendekatan penelitian menggunakan fenomenologi. Fenomenologi berupaya untuk menemukan pemahaman tentang bagaimana manusia berupaya untuk mengkonstruksi makna maupun konsep yang penting di dalam sebuah kerangka intersubektivitas. Hal ini berkaitan dengan pemahaman seorang manusia mengenai dunia yang dibentuk oleh hubungan seorang individu dengan orang lain.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Engkus Kuswarno .2009 [\*Metodologi penelitian komunikasi fenomenologi : konsepsi, pedoman, dan contoh penelitian\*](#). Bandung: Widya Padjajaran

Adapun metode penelitian ini adalah kualitatif, di mana peneliti dalam hal ini mengumpulkan data berupa cerita rinci dari para informan dan diungkapkan apa adanya sesuai dengan bahasa dan pandangan informan.

Penelitian kualitatif berangkat dari penggalian data berupa pandangan informan dalam bentuk cerita rinci atau asli mereka. Kemudian peneliti memberi penafsiran sehingga menciptakan konsep sebagai temuan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Alfred Schutz yang berpendapat bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti.

Pemahaman secara subyektif terhadap sesuatu tindakan ini akan sangat menentukan tpa kelangsungan proses interaksi sosial. Hal ini berlaku baik bagi aktor yang memberikan arti pada tindakannya sendiri ataupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan juga memahaminya serta yang akan beraksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

Adapun teori yang digunakan yakni Teori *Uses and Gratification* di mana merupakan pengembangan teori model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik tentang apa yang dilakukan media pada diri individu, melainkan tertarik dengan apa yang dilakukan oleh seseorang terhadap media. Dalam hal ini, khalayak dianggap aktif dalam mempergunakan media dalam memenuhi kebutuhannya.

Selanjutnya adalah komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda. Perbedaan disini bisa berupa perbedaan ras, etnik, atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan

tersebut. Teori komunikasi antarbudaya diambil mengingat terjadi persinggungan budaya antara *tabligh* di media sosial dengan budaya yang nonmuslim anut di mana terdapat perbedaan yang cukup signifikan di sana.

Bagan 1

Kerangka Landasan Pemikiran

