



## **Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI)**

**Amiripana<sup>1\*</sup>, Retno Riyaningtyas<sup>2</sup>, & Fauziah<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>STAINU Kepulauan Riau, Indonesia

\**amir.ipana27@gmail.com*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengambil kasus konflik antara Malaysia dan Indonesia yang disebabkan adanya kesalahpahaman dalam memaknai informasi di media massa. Penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan konsep Tamaddun Melayu, mendeskripsikan penyebab konflik yang terjadi dan mendeskripsikan upaya DMDI dalam mengaktualisasikan Tamaddun Melayu dalam perspektif komunikasi dan dakwah antar budaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perspektif komunikasi, gagasan Tamaddun Melayu yang digagas oleh DMDI dapat dijadikan sebagai pesan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menginformasikan, mempropagandakan, dan memengaruhi publik (masyarakat Malaysia dan Indonesia) mengenai pentingnya persaudaraan, kebersamaan, dan kepedulian. Hal ini sebagai bagian dari upaya dalam penerapan komunikasi antar budaya, komunikasi internasional dan konsep diplomasi kebudayaan dalam meredakan konflik. Sementara itu, dalam perspektif dakwah, komunikasi yang didasarkan pada pemahaman kebudayaan merupakan bagian dari strategi dakwah dalam membangun keharmonisan melalui upaya perundingan damai untuk membangun kehidupan yang didasarkan pada nilai-nilai kebaikan bersama.

**Kata Kunci:** DMDI; tamaddun Melayu; komunikasi dakwah; pendekatan budaya.

### **ABSTRACT**

*This study takes the case of a conflict between Malaysia and Indonesia which was caused by a misunderstanding in interpreting information in the mass media. The research was conducted by describing the concept of Malay Tamaddun, the causes of the conflicts that occurred and describing DMDI's efforts in actualizing Malay Tamaddun from the perspective of intercultural communication and da'wah. This study uses a case study method and a qualitative approach with a constructive paradigm. The results of the study show that from a communication perspective, the idea of Tamaddun Melayu initiated by DMDI can be used as a communication message that is carried out to inform, propagate, and influence the public (Malaysian and Indonesian communities) regarding the importance of brotherhood, togetherness, and caring. This is part of efforts to apply intercultural communication, international communication and the concept of cultural diplomacy in reducing conflict. Meanwhile, from the perspective of da'wah, communication based on cultural understanding is part of the da'wah strategy for building harmony through negotiate peace to build a life based on the values of the common good.*

**Keywords:** DMDI; Malay civilization; missionary communication; cultural approach.

## PENDAHULUAN

Secara dasariah manusia memiliki kebutuhan (*needs*). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia membutuhkan interaksi sosial, dan interaksi sosial pada hakekatnya adalah melakukan komunikasi. Kebutuhan akan komunikasi sama halnya dengan kebutuhan kita akan bernafas. Dengan demikian, komunikasi merupakan fenomena sosial yang tak terhindarkan. Komunikasi tidak hanya melibatkan manusia dengan manusia saja, melainkan juga melibatkan lembaga, instansi bahkan antar bangsa dan negara (Karim, 2015). Oleh sebab itu, dalam penelitian ini juga melibatkan komunikasi internasional.

Menurut McMillin, komunikasi internasional memiliki pengertian bahwa komunikasi yang terjadi antar batas persilangan internasional, yang merupakan pelintasan batas-batas negara-bangsa. Berbeda dengan McMillin, McPhail berpendapat bahwa komunikasi internasional sebagai *the cultural economical, political, social, and technical analysis of communication patterns and effects across and between nation-state* (Raharjo, 2021).

Pemerintah sebagai salah satu pelaku utama komunikasi internasional, menjalankan sejumlah langkah yang berpengaruh terhadap posisi negara yang diwakilinya dalam percaturan politik internasional. Pemerintah dapat menjalankan langkah-langkah yang berefek terhadap politik langsung, seperti diplomasi, propaganda, dan lain sebagainya. Komunikasi internasional juga dapat dipandang sebagai sebuah studi tentang berbagai macam *Mass Mediated Communication (CMC)* antara dua negara atau lebih yang berbeda latar belakang ideologi, budaya, perkembangan ekonomi, sosial, politik, dan perbedaan bahasa. Sehingga dalam posisi ini komunikasi internasional berkaitan juga dengan komunikasi antar budaya. Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Menurut Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya suku bangsa, ras, etnik, dan kelas sosial (Samovar & Porter, 1976:25).

Tulisan ini berupaya menggali sudut pandang komunikasi internasional dan budaya sebagai sebuah strategi dakwah yang dilakukan oleh organisasi DMDI (Dunia Melayuunia Islam. Dalam hal ini, organisasi DMDI menawarkan sebuah gagasan sebagai bentuk komunikasi internasional dan budaya dalam meminimalisir konflik yang disebabkan karena perbedaan latar belakang sosial dan budaya. Konsep tersebut dikenal dengan istilah *tamaddun*. Perkataan *tamaddun* dalam bahasa Arab sering juga digunakan dengan perkataan *umran, badharah, dan madaniah* (Rosyidah, 2010). Sedangkan dalam bahasa Inggris kita kenal dengan istilah *civilization*. Dalam bahasa Melayu, istilah *tamadun* diartikan sebagai peradaban. Semua istilah di atas secara umumnya memberi arti yang sama yaitu membawa arah kemajuan (Natuna, 2013). Menurut Hasbullah (2009: 23) pengertian tamadun dapat disamakan dengan *madani* dan *civilization* atau peradaban. Oleh karena itu, *tamaddun* dapat diartikan sebagai upaya untuk

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) membangun peradaban ke arah yang lebih baik.

Dalam upaya mengaktualisasikan misi peradaban itu, DMDI melakukan berbagai cara melalui publisitas dan komunikasi pemasaran. Selain itu, DMDI aktif menyelenggarakan *event-event* tertentu atau terlibat dalam persoalan-persoalan kebudayaan serumpun. Salah satunya adalah kasus konflik kebudayaan antara pemerintah Malaysia dan Indonesia terkait penayangan iklan promosi pariwisata “*Visit to Malaysia*” yang diproduksi Discovery Channel. Iklan promosi pariwisata “*Visit to Malaysia*” yang diproduksi Discovery Channel menampilkan berbagai macam kesenian dan budaya Malaysia. Secara implisit pesan yang disampaikan iklan pariwisata Malaysia menunjukkan bahwa Malaysia memiliki atau mengambil salah satu kesenian negara tetangga yaitu Indonesia. Iklan tersebut menampilkan visual budaya Dayak, kesenian Reog Ponorogo, Tarian Merak, dan Kuda Lumping. Iklan yang dimaksudkan untuk mempromosikan pariwisata Malaysia itu menuai protes dari masyarakat Indonesia yang diungkapkan melalui berbagai media, bahkan berbagai aksi unjuk rasa pun terjadi di berbagai kota di Indonesia.

Dalam pandangan penulis, konflik itu bukan sebatas perang wacana di media atau ketegangan diplomasi. Tapi hal itu merupakan ketidakpahaman atau ketidakmengertian dalam memahami hal yang paling esensial dalam hubungan negara serumpun, yakni peradaban. Artinya ada persoalan bagi dua negara serumpun terhadap peradaban Melayu yang sebenarnya mengedepankan keselarasan atau harmonisasi.

Dari sudut berbeda, hal itu memunculkan persoalan tentang masalah yang telah dibangun DMDI selaku penggagas dan pelaksana hal-hal yang berkaitan dengan peradaban. Artinya, penulis mencurigai persoalan kegagalan dalam mengomunikasikan atau mengaktualisasikan persoalan *tamaddun* atau peradaban yang menjadi misi utama organisasi itu. Terkait ketegangan yang terjadi antara negara Indonesia dan Malaysia, organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) mencoba menyoroti peristiwa itu dari dimensi yang lain. Hal itu dibuktikan pernyataan Presiden DMDI yang merangkap sebagai Ketua Menteri Melaka YAB Datuk Seri Haji Mohd Ali Mohd Rustam dalam beberapa momen di Malaysia maupun di Indonesia seperti pada Seminar Budaya, Festival Fashion di Melaka dan Konvensyen DMDI ke-11 di Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Ia menyatakan bahwa Malaysia tidak mengklaim kesenian Reog Ponorogo sebagai kesenian milik Malaysia karena iklan tersebut diproduksi oleh Discovery Channel Singapore yang sengaja ingin mengadu domba Indonesia dengan Malaysia.

Menurut penulis pemaparan yang dijelaskan oleh Presiden DMDI merupakan wacana berupa ucapan (*talk*) sebagai representasi dari gagasan tentang *tamaddun* Melayu yang merupakan visi dan misi organisasi DMDI. Inti pesan yang terdapat dalam program ataupun pernyataan-pernyataan Presiden DMDI merupakan upaya nyata untuk menyampaikan wacana budaya, atau gagasan-gagasan budaya dalam memajukan *tamaddun* Melayu. Begitu gencarnya Presiden

DMDI dalam mewacanakan *tamaddun* Melayu, menurut penulis, merupakan tanda *i'tikad* terus untuk mengaktualisasikan wacana tersebut di berbagai kesempatan.

Dalam perkembangannya, iklan Pariwisata Malaysia menimbulkan reaksi negatif di Indonesia. Persoalan ini memicu sebuah ancaman disintegrasi bangsa rumpun Melayu antara Indonesia dan Malaysia. Dalam konteks ini, dipertanyakan bagaimana sebenarnya konsep *tamaddun* yang dijalan DMDI apakah ingin mewujudkan peradaban Melayu atau sebaliknya malah membangun disintegrasi bangsa serumpun. Perspektif dakwah memandang bahwa komunikasi internasional dan budaya sebagai sebuah strategi dakwah yang berkaitan dengan perundingan. Hal ini dapat dilihat dari fakta sejarah bagaimana Rasulullah Saw menerapkan strategi perundingan sebagai salah satu alternatif metode dakwah. Bukti perundingan damai dalam membangun harmonisasi peradaban masyarakat yang multikultural adalah apa yang termaktud dalam Piagam Madinah. Dalam hal ini, Piagam Madinah dapat ditempatkan sebagai fakta historis tentang bagaimana perundingan peradaban dilakukan dalam upaya membangun kehidupan yang baik (*al-khoir*) bagi seluruh elemen masyarakat (Rustandi & Sahidin, 2019).

Konsep yang ditawarkan organisasi DMDI dalam menyikapi potensi konflik dan disintegrasi bangsa karena perbedaan pemahaman merupakan daya tarik yang dapat digali dalam perspektif komunikasi dan dakwah. Dalam hal ini, gagasan *tamaddun* dapat ditempatkan sebagai upaya untuk membangun keharmonisan peradaban agar tercipta kondisi masyarakat yang baik. Cita-cita ini berkaitan dengan upaya menyebarkan konsep kebaikan (dakwah) di berbagai sendi kehidupan. Oleh karena itu, organisasi DMDI berupaya membangun strategi komunikasi dakwah melalui pendekatan budaya di antara negara serumpun di kawasan Melayu. Sehingga tercipta kondisi masyarakat yang memiliki kehidupan kebaikan sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan kemanusiaan. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis gagasan *tamaddun* organisasi DMDI dalam melaksanakan komunikasi dakwah melalui pendekatan budaya.

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini di antaranya jurnal yang berjudul, 'Dakwah dalam Pendekatan Nilai-Nilai Kearifan Lokal (tinjauan dalam Perspektif Internalisasi Islam dan Budaya)' yang ditulis oleh Abdul Wahid. Tulisan ini menyuguhkan sebuah persepsi bahwa pada dasarnya universalisme ajaran Islam sudah memuat prinsip dasar terkait hubungan individu maupun sosial yang kemudian pengejawantahan nilai-nilai kemanusiaan tersebut secara substansial (Wahid, 2018). Jurnal lain yang berjudul 'Dakwah Antar Budaya di Era Cyber' yang ditulis oleh Alim Puspianto, dalam tulisannya Alim mengungkapkan bahwa teknologi informasi yang berkembang pesat memiliki dampak yang sangat besar, sehingga dakwah antar budaya harus bisa berperan aktif di dalamnya (Puspianto, 2019).

Selain itu, jurnal yang ditulis oleh Asep kamil dengan judul 'Dakwah Kultural: Relasi Islam dan Budaya Lokal' menyebutkan bahwa dakwah kultural

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) merupakan salah satu strategi dakwah dalam menghadapi masyarakat yang heterogen kebudayaannya, karna Islam mampu berdialog dengan tradisi masyarakat (Astori, 2019). Dari ketiga penelitian tersebut belum ada yang mengangkat kajian terhadap kasus-kasus yang terjadi di masyarakat, sehingga hal tersebut menjadi salah satu kebaruan dari penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif yang penulis lakukan yakni dengan menggunakan paradigma Konstruktivisme. Di mana penelitian diarahkan untuk menganalisis upaya yang dilakukan oleh DMDI dalam membangun strategi komunikasi dakwah melalui pendekatan budaya. Adapun metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan fokus penelitiannya berkaitan dengan konsep *tamaddun* Melayu. Subjek penelitiannya berkaitan dengan penayangan iklan pariwisata yang diluncurkan oleh Discovery Channel yang menjadi cikal bakal munculnya potensi konflik dan disintegrasi di antara Malaysia dan Indonesia. Adapun objek penelitiannya dilakukan terhadap organisasi DMDI yang memiliki gagasan *tamaddun* sebagai strategi komunikasi dan dakwah dalam perspektif internasional dan budaya dalam meminimalisir potensi konflik tersebut. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang dilakukan dalam proses reduksi, display, dan penarikan kesimpulan.

6

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### DMDI dan Gagasan *Tamaddun* Melayu

Kalau kita lihat penayangan iklan pariwisata Malaysia yang ditayangkan di kanal Discovery, di mana iklan ini diproduksi oleh a Multi-Cultural Harmony, memperlihatkan bagaimana keindahan alam, lokasi *shopping*, lokasi kuliner, kemegahan kota dan budaya yang berada di negara Malaysia. Dalam penayangan iklan pariwisata Malaysia ini, sebenarnya kalau kita lihat dengan cukup seksama ada beberapa penayangan yang membuat resah dan bahkan sudah masuk ke arah anarkis. Di mana dalam penayangan iklan itu menampilkan beberapa kesenian yang dimiliki negara Indonesia seperti tarian Suku Dayak, Tarian Merak, Tarian Reog Ponorogo dan Tarian kuda Lumping. Sehingga pemunculan penayangan iklan ini menunjukkan seolah-olah Malaysia mengambil kesenian dan kebudayaan Indonesia.

Untuk memudahkan deskripsi dan rincian iklan pariwisata Malaysia dalam penelitian ini, peneliti mencoba menuangkan dalam sebuah bagan seperti berikut:

## Bagan 1

## Kerangka Iklan Pariwisata Malaysia



Sumber: Observasi Penulis, 2023

Ketika pemberitaan atau penayangan iklan pariwisata Malaysia mulai mencuat ke permukaan publik di Indonesia banyak sekali reaksi yang dipertunjukkan rakyat Indonesia, seperti melayangkan surat protes ke Malaysia, mengutuk Malaysia dengan berbagai macam cara terlebih melalui dunia maya, ganyang Malaysia dan yang paling heboh demonstrasi. Sebaliknya, selama penulis berada di negeri jiran Malaysia, penulis tidak menemukan sebuah surat kabar ataupun pemberitaan di media-media yang menunjukkan bahwa negeri jiran mengklaim kesenian milik Indonesia. Penulis hanya menemukan reaksi dari para pembesar negeri jiran dalam media informasi melalui internet seperti yang disampaikan oleh Dato' Sri Anifah Hj. Aman Menteri Luar Malaysia. Di Malaysia banyak juga etnis-etnisnya yang merupakan keturunan Indonesia, namun karena mereka sudah lama tinggal disana bahkan sudah beberapa generasi namun budaya daerah leluhurnya di tanah Batak, Riau Minang, Aceh ataupun Jawa tetap saja dipelihara dan dilestarikan. Karena sebagai warga negara Malaysia yang merupakan keturunan Indonesia, yang tetap memelihara dan melestarikan kebudayaan daerah asal mereka di Malaysia. Oleh sebab itu, mereka itu tidak pernah mengklaimnya, karena memang kebudayaan itu warisan leluhur mereka yang tetap dijaganya meskipun kini menjadi warga negara Malaysia.

Berikut disajikan petikan pemberitaan media massa Indonesia ([www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com)) yang menampilkan pernyataan dari Pemerintah Malaysia melalui Duta Besar Malaysia untuk Indonesia, Dato` Zainal Abidin Zain, membantah pemberitaan media massa bahwa negara itu telah mengklaim budaya

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) Indonesia sebagai asli budaya milik Malaysia.

"Kerajaan Malaysia tidak pernah mengklaim budaya Indonesia sebagai budaya kami," kata Dubes Zainal dalam acara memperingati Hari Kemerdekaan Malaysia ke-50, di Jakarta, Rabu 5/12 malam. Kemerdekaan Malaysia ke-50.

Menurut dia, dalam enam bulan terakhir, hubungan Malaysia dengan Indonesia telah diuji berkaitan dengan beberapa isu kebudayaan seperti tarian, makanan dan alat-alat kesenian yang dilaporkan secara tidak benar.

"Jika masalah ini tidak diatasi dengan segera, maka akan meninggalkan kesan negatif bagi pemikiran generasi muda, baik di Malaysia maupun di Indonesia," kata Dato' Zainal pula."

Pernyataan Dubes Zainal itu merujuk kepada pemberitaan media massa di Indonesia yang menyebutkan bahwa Malaysia mengklaim budaya Indonesia, seperti kesenian "Reog Ponorogo", lagu "Rasa Sayange", alat musik "Angklung", pakaian "batik," dan makanan "rendang", sebagai budaya asli negara itu. Dubes juga mengklarifikasi kata "asli", yang dalam bahasa Malaysia bermakna tradisional, berbeda dengan Indonesia bermakna otentik.

Begitupula kata "ahli", dalam bahasa Malaysia berarti anggota, sementara di Indonesia berarti pakar. Dubes Zainal mensinyalir bahwa timbulnya masalah kedua negara itu sengaja disebarkan pihak-pihak yang tidak menyukai hubungan baik Malaysia-Indonesia.

"Saya khawatir ada pihak-pihak yang sengaja mengadu domba kita karena mereka tidak menginginkan kita bersatu," katanya sembari mengimbau wartawan agar hati-hati dan secara bijaksana tidak membuat berita yang dapat merenggangkan hubungan baik selama ini.

Untuk menunjukkan niat baik Malaysia, dalam acara tersebut juga menghadirkan Bupati Ponorogo, Muhadi Suroyo, yang sebelumnya bersama masyarakat di daerah Jawa Timur itu menyatakan protes atas klaim Malaysia terhadap kesenian "Reog Ponorogo" itu. Dalam sambutannya, Bupati Muhadi menyatakan rasa bahagia atas klarifikasi Pemerintah Malaysia menyangkut persoalan tersebut.

"Saya lega atas klarifikasi ini," ujar Bupati Ponorogo, seraya mengimbau agar di masa mendatang bila mempertunjukkan kesenian Indonesia hendaknya disebutkan asalnya.

"Penyebutan asal budaya itu penting agar tidak menimbulkan reaksi negatif," ujar Bupati Ponorogo itu.

Dalam kesempatan yang sama, Dirjen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, Mukhlis Paeni, mengemukakan kesamaan budaya Indonesia dan Malaysia sebagai sama-sama etnis Melayu.

"Dahulu sebelum Indonesia dan Malaysia terpisah sebagai negara, tidak pernah timbul perbedaan seperti sekarang ini. Oleh karena itu, hendaknya

kita sikapi secara bijaksana bila timbul persoalan antara kedua negara," kata Mukhlis.

Suasana acara yang dikemas berupa temu wartawan di gedung Kedutaan Malaysia di kawasan Kuningan, Jakarta, terasa hangat ketika Dubes Zainal membacakan sebuah pantun Melayu yang menggambarkan hubungan erat antara kedua negara.

"Kalau Roboh Kota Melaka; Papan dari Jawa hamba dirikan; Kalau sungguh bagai dikata; Nyawa dan badan hamba serahkan."

YBhg Tan Sri DR. Hj. Rais Yatim selaku Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan Malaysia pada tanggal 5 Juli 2012 ketika "Seminar Pemikiran Islam dalam Budaya Nusantara" di Sawah Lunto, Sumatera Barat. Beliau mengatakan salah satu upaya untuk mewujudkan tercapainya *tamadun* Melayu yaitu dengan menjalankan Islam, melestarikan budaya, meningkatkan *silaturrahim*, sehingga memperkuat rumpun Melayu itu sendiri. Sebagaimana kita mewujudkan tujuan perjuangan aspirasi kenusantaraan, menjalankan bahasa, budaya, dan agama.

Melalui kebudayaan dan keagamaan ini dipandang mampu menyatukan bangsa Melayu sebagai penjelmaan menyatukan rakyat. Dan untuk lebih teraturkan lagi maka dibentuklah Yayasan Ikatan Rakyat Malaysia Indonesia (YIRMI) sebagai koordinator yang akan mengatur program-program untuk memperjuangkan kenusantaran seperti pertukaran pelajar dan wartawan. Perkataan nusantara itu dijadikan penguat antara rakyat Melayu Malaysia dan Indonesia sebagai negara serumpun. Kalau dilihat dari polemik yang terjadi antara Malaysia dan Indonesia seperti pengklaiman seni dan kebudayaan Indonesia, Ia menjelaskan seni budaya yang diamalkan oleh orang Minang Kabau, Mendeling, Bugis, Sunda, dan Jawa itu harus dibiarkan seperti sistem evolusi itu sendiri. Dalam wawancaranya, ia menjelaskan bahwa:

Kita tidak perlu membuat batasan-batasan, yang terpenting kita tidak melanggar peraturan dari segi undang-undang international. Contoh: seperti tarian tor-tor, gendang Sembilan Mendeling yang diwarisi kepada keturunannya baik di Indonesia maupun di Malaysia mereka berhak untuk melestarikannya hanya saja jika ada sistem untuk di hak ciptakan bukan untuk Negara Malaysia tapi untuk masyarakat itu sendiri (Rais Yatim, Hasil Wawancara Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan, Malaysia, 5 Juli 2012)

Orang Minang dengan Silat Rantainya, Haluangnya, dan Pidato Adatnya itu adalah sebagian daripada sikel (jiwa) mereka, seperti Kuda Kepang yang dibawa dari Jawa. Oleh sebab itu kita harus memberi pengertian kepada masyarakat dan jangan membuat hal ini menjadi memperburuk keadaan dan merusak hubungan yang selama ini telah terbina. Menurut beliau ketegangan Malaysia dan Indonesia terjadi karena ketidaktahuan tentang sejarah, sehingga kita harus berhati-hati,

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) berbudi bahasa dalam menentukan seni budaya itu. Untuk itu kita harus mengerti sejarahnya, evolusi budaya itu sendiri, dan adanya hak-hak internasional dan jangan dijadikan sebagai alat untuk berbisnis dan jangan mudah membuat tuduhan sehingga antara Malaysia dan Indonesia selalu hidup rukun dan damai, sebab antara Indonesia dan Malaysia saling membutuhkan dalam memperjuangkan nilai-nilai kebersamaan.

YAB Datuk Seri Hj Mohd Ali Mohd Rustam Ketua Menteri Melaka merangkap Presiden DMDI, beliau mengatakan konflik yang terjadi antara Indonesia dan Malaysia mengenai isu penayangan iklan pariwisata Malaysia di Discovery Channel itu hanya sebuah kesalahpahaman saja seperti permasalahan kesenian Barongan atau Reog Ponorogo di Batu Pahat Negeri Johor Malaysia yang melestarikan seni budaya reog itu sendiri adalah orang asli keturunan Ponorogo Jawa di Indonesia yang sudah lama menetap dan tinggal di Malaysia. Sebenarnya menurut beliau masalah seni budaya ini memang sulit untuk dilepaskan antara Indonesia dan Malaysia karena sebagian besar penduduk Malaysia berasal dari Indonesia.

Seperti sebagian besar orang Negeri Johor berasal dari Riau dan Jawa, Negeri Selangor berasal Tanjungpinang yaitu Daeng Celak, Negeri Kedah berasal dari Banjar, Negeri Sembilan dan Pulau Pinang berasal dari Minang Kabau, Sumatera Barat, Negeri Melaka berasal dari Palembang, Sumatera Selatan, Negeri Sabah, Negeri Kucing, Negeri Kucing berasal Kalimantan. Sebenarnya kesalahpahaman ini bermula dari pemberitaan media yang memperkeruh suasana keharmonisan antara Malaysia dan Indonesia (Mohd Ali Rustm, Hasil Wawancara Presiden DMDI/Ketua Menteri Melaka, Malaysia, 11 Juli 2012).

Kontribusi *Framing* Media Sebagai Pemicu disintegrasi timbulnya sentimentil-sentimentil Ppolitik Negara Serumpun. Pada akhirnya opini publik dan aksi massa itu kembali menjadi realitas dan dijadikan agenda oleh media di Indonesia. Dengan demikian, media di tanah air memiliki peran yang besar dalam permunculan realitas iklan pariwisata dengan *framing* klaim budaya Indonesia oleh Malaysia. *Framing* itulah yang menjadi polemik di tengah masyarakat Indonesia sehingga memancing reaksi dari organisasi DMDI. Sementara itu, di Malaysia permasalahan iklan pariwisata ini tidak menjadi perhatian media setempat bahkan setelah media di Indonesia ramai memberitakan realitas klaim budaya Indonesia oleh Malaysia. Ternyata media setempat tidak menjadikannya isu agenda media.

Dalam konteks ini, DMDI mencoba menyodorkan konsep *tamaddun* sebagai upaya menghindari konflik yang terjadi di antara dua bangsa serumpun yaitu Indonesia dan Malaysia. Berdasarkan data-data yang penulis peroleh, menunjukkan bahwa isu pengklaiman kebudayaan Indonesia oleh Malaysia hanya sebuah kesalahpahaman saja. Disinilah menunjukkan media di Indonesia begitu hebat dalam mengemas pesan sehingga fungsi dari media sebagai alat informasi,

mempengaruhi, dan propaganda menimbulkan respon bahkan aksi sangat baik, ini terbukti dengan kemasan pesan yang luar biasa membuat publik terpengaruh dengan pesan yang diterbitkan oleh media di Indonesia. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terjadi, Pemerintah Malaysia melihat isu ini ditimbulkan karena pemberitaan yang luar biasa ditunjukkan berbagai macam media di Indonesia. Sehingga Pemerintah Malaysia mencoba menyikapi permasalahan ini dengan merangkul para awak media baik di Indonesia maupun Malaysia dengan tujuan untuk menjaga nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan demi terwujudnya *tamaddun* Melayu. Pemerintah Malaysia langsung mengambil inisiatif mendirikan sebuah persatuan antara Indonesia dan Malaysia dengan nama Yayasan Ikatan Rakyat Malaysia dan Indonesia (YIRMI) pada bulan April 2012 di Jakarta.

Menurut pengamatan penulis, demi mendapat pengakuan dan penerimaan dari publik, Pemerintah Malaysia ingin menunjukkan kepada khalayak dunia bahwa mereka sebagai negara maju jauh lebih baik dan lebih segala-galanya dari negara berkembang. Oleh sebab itu, dengan memiliki tujuan untuk dapat pengakuan dunia mereka rela melakukan apa saja demi tujuan tersebut. Oleh karenanya, hemat penulis ada sebuah pesan secara implisit dalam bentuk upaya hegemoni kebudayaan yang sedang dipertunjukkan oleh Pemerintah Malaysia. Ini terlihat dari data yang penulis peroleh menunjukkan kalau Malaysia sudah bersikap hegemoni terhadap kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Hal ini dapat kita lihat dari simbol-simbol yang terdapat pada penyusunan TV One di di Kampung Parit Bingan Batu Pahat Negeri Johor Malaysia. Di mana terdapat simbol Festival Kesenian Rakyat Malaysia yang disandingkan dengan Tarian Barongan, Wayang Kulit Sri Wahyuni, pernyataan warga Malaysia keturunan Jawa, dan di Topeng Barong di pasang bendera Malaysia bahkan tulisan Malaysia. Walaupun diakui oleh mereka kalau kesenian barongan ini berasal dari tanah Jawa di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi konflik dan disintegrasi antara negara Malaysia dan Indonesia disebabkan karenanya adanya kesalahpahaman dalam menyikapi pesan yang berasal dari pemberitaan media massa. Terdapat sudut pandang yang berbeda anatara media massa Malaysia dan Indonesia dalam mengemas pesan komunikasi sebagai bentuk pemberitaan dari iklan pariwisata Malaysia yang diproduksi oleh Discovery Channel. Dalam hal ini, kesalahpahaman dalam merespon pesan komunikasi berpotensi terjadinya perpecahan. Oleh karena itu, organisasi DMDI menawarkan gagasan *Tamaddun* Melayu sebagai salah satu upaya untuk membangun harmonisasi peradaban antara Malaysia dan Indonesia. Dalam Perspektif komunikasi, gagasan *Tamaddun* Melayu dapat dijadikan sebagai pesan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menginformasikan, mempropagandakan, dan memengaruhi publik (masyarakat Malaysia dan Indonesia) mengenai pentingnya persaudaraan, kebersamaan, dan kepedulian. Hal ini sebagai bagian dari upaya dalam penerapan komunikasi antar budaya, komunikasi internasional dan konsep diplomasi kebudayaan dalam

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) meredam konflik (Warsito, 2007: 5).

Sementara itu, dalam perspektif dakwah, komunikasi yang didasarkan pada pemahaman kebudayaan merupakan bagian dari strategi dakwah dalam membangun keharmonisan. Membangun komunikasi yang bertujuan untuk harmonisasi peradaban, sebagaimana termaktub dalam gagasan *Tamaddun* Melayai dari organisasi DMDI dapat ditempatkan sebagai upaya perundingan damai untuk membangun kehidupan yang didasarkan pada nilai-nilai kebaikan bersama. Apabila ditinjau secara historis, penerapan perundingan damai (negosiasi dan diplomasi kebudayaan) dalam pengembangan dakwah Islam sudah sejak dulu dilakukan oleh Rosulullah Saw. Dalam sejarah dakwah Islam tercatat beberapa perundingan yang dilakukan oleh Rosulullah Saw baik pada periode Mekkah maupun pada periode Madinah. Pada dasarnya perundingan ini dilakukan di atas nilai-nilai keislaman dengan orientasi terciptanya tatanan masyarakat harmonis (Rustandi & Sahidin, 2019).

Dalam konteks dakwah, upaya mendalami dan memahami kondisi serta kultur sosio historis madh'u menjadi keharusan bagi para pelaksana dakwah. Sebab, bagaimanapun dakwah adalah upaya yang dilakukan untuk merubah kondisi dan keadaan masyarakat dari berbagai latar sosial dan budaya menuju keadaan dan kondisi terbaik berdasarkan pada risalah ilahi (al-qur'an) dan teladan nabi (as-sunnah). Kemajemukan masyarakat yang semakin variatif menjadi landasan bagi da'i untuk melaksanakan dakwah *snuubiyah wa qabailiyah* (dakwah pada masyarakat yang beragam secara budaya, adat maupun keyakinan) (Rustandi & Hanifah, 2019). Pada posisi ini, da'i melaksanakan dakwah eksternal dengan mempertimbangkan aspek-aspek psiko-sosial yang menjadi tempat berinteraksi madh'u dengan lingkungannya (Rustandi & Sahidin, 2019; Ridwan, Dulwahab & Rustandia, 2021).

### **Harmonisasi Peradaban dalam Pendekatan Komunikasi dan Dakwah Antar Budaya**

Kemajuan teknologi komunikasi yang semakin pesat berdampak pada segala aspek kehidupan, masyarakat hari ini sangat bergantung kepada teknologi elektronik yang mereka jadikan sebagai media komunikasi dan informasi. Fenomena ketergantungan secara elektronik ini telah menciptakan dunia dalam sebuah imajinasi tentang desa besar (global village) (Pamungkas, 2017). Salah satu implikasi dari global village tersebut adalah adanya peningkatan yang pesat terkait kontak komunikasi serta hubungan antar Bangsa dan Negara (P, 2014).

Dengan kondisi tersebut, maka mempelajari masalah terkait komunikasi antar budaya menjadi penting untuk dilakukan, agar kita dapat beradaptasi dimanapun kita berada, khususnya Indonesia dengan ragam budayanya yang sangat kaya, selain itu komunikasi antar budaya juga penting dalam meminimalisir konflik berkepanjangan, permusuhan atau perpecahan antar manusia yang

didasari atas ketidakpekaan dalam memahami perbedaan yang ada (Syarifah, 2016).

Salah satu bentuk ikhtiar yang dapat dilakukan oleh masyarakat agar dapat memelihara hubungan antar sesama manusia adalah dengan melalui komunikasi dakwah melalui pendekatan budaya, yaitu dakwah dengan memperhatikan dan mengindahkan nilai-nilai budaya termasuk tradisi agama yang dianut oleh suatu masyarakat (Ali, 2013). Dalam artian, memberikan arahan serta bimbingan agar seseorang tidak mudah mencaci maki budaya orang lain, adat-istiadat atau pun tradisi agama yang dianut oleh suatu masyarakat.

Adapun dakwah dengan pendekatan budaya merupakan sebuah pedoman dasar yang dijadikan sebagai landasan dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat dengan budaya yang beragam, sehingga dakwah yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh mereka (Ali, 2013). Perbedaan budaya dalam sebuah negara atau antar-bangsa bukan menjadi sebuah penghalang dalam melaksanakan dakwah, namun hal tersebut dapat dijadikan peluang dakwah dalam upaya menjauhkan suatu budaya dari nilai-nilai di luar Islam.

Budaya yang beragam mempunyai sistem nilai yang beragam pula, dan memiliki tujuan hidup yang juga beragam. Dalam hal ini, cara berkomunikasi akan sangat dipengaruhi baik itu oleh bahasa, aturan maupun norma yang berlaku pada tiap-tiap budaya. Sehingga pada dasarnya, kita senantiasa melakukan komunikasi dengan pendekatan budaya, karena kita selalu bersosialisasi dan bertemu dengan beragam manusia dengan latar belakang yang berbeda-beda (Syarifah, 2016).

Dakwah antar budaya memiliki tiga hal yang mesti diperhatikan, di antaranya bahwa budaya merupakan perwujudan dari suatu konsep atau gagasan, nilai serta aturan. Bentuk lainnya adalah adanya wujud yang sangat kompleks dari kegiatan perilaku yang berpola dari sebuah masyarakat (Ahmad, 2015). Dengan begitu, dakwah melalui budaya memiliki urgensi agar tercipta sebuah tatanan kehidupan yang minim konflik dengan mengupayakan proses dakwah yang memperhitungkan keragaman budaya yang sangat beragam baik dalam satu bangsa maupun antar bangsa, hal ini sebagai salah satu perwujudan dari nilai yang diajarkan oleh Islam sebagai agama perdamaian.

Di samping itu, wujud nyata dari dilaksanakannya komunikasi dakwah melalui budaya ini akan nampak ketika Islam berhadapan langsung dengan budaya lokal, dimana akan terwujud suatu budaya yang Islami, budaya yang berhasil menanamkan nilai-nilai islami tersebut tentunya tidak akan bertentangan dengan nilai yang dianut oleh masyarakat, serta masing-masing nilai resistensi terjadi pembauran atau akulturasi, penerimaan salah satunya menimbulkan hegemoni nilai budaya akhirnya terjadi perpaduan yang saling menguntungkan dan saling mengisi (Ahmad, 2015).

Dakwah sebagai perwujudan dari gerakan sosial keagamaan, sejatinya berangkat dari pemahaman pandangan atas dakwah kerahmatan, dimana dakwah

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Budaya: Studi Kasus di Organisasi Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI) diposisikan sebagai suatu ikhtiar untuk menjabarkan nilai-nilai Islam normatif menjadi sebuah konsep yang dapat diamalkan dalam kehidupan praktis (Marfu'ah, 2017).

Melaksanakan aktivitas dakwah pendekatan budaya harus dapat menuangkan bahwasanya Islam dapat mewujudkan eksistensi kultur serta kearifan lokal yang tidak bersebrangan dengan nilai prinsip tauhid. Strategi komunikasi dakwah yang diaplikasikan terhadap masyarakat yang multikultur harus melalui pendekatan multikulturalisme dalam dakwah, yakni berusaha untuk mencapai dua hal, yaitu titik temu dalam keragaman, dan toleransi dalam perbedaan (Marfu'ah, 2017).

Ada beberapa strategi yang dapat diupayakan dalam melaksanakan dakwah pendekatan budaya, di antaranya: *Pertama*, target dakwah dengan pendekatan budaya fokus kepada memberdayakan kualitas umat Islam dalam ranah internal, serta melakukan kerjasama maupun dialog antar agama dan budaya dalam ranah eksternal. Dakwah dengan pendekatan budaya tidak menjadikan tujuan utama untuk mengkonversi non muslim menjadi muslim, karena hal tersebut merupakan efek bukan tujuan dari dakwah. Dengan begitu orientasi sasaran dakwah bukan pada aspek kuantitas, melainkan pada aspek kualitas (Fikri & Wiradaningrat, 2020).

*Kedua*, dakwah dengan pendekatan budaya mengusung ide terkait kesetaraan hak warga negara, termasuk di dalamnya hak kelompok minoritas, agar meminimalisir terjadinya penindasan dari kelompok mayoritas terhadap kelompok minoritas. *Ketiga*, Dakwah pendekatan budaya memunculkan strategi sosialisasi Islam sebagai bagian integral umat, dan bukan sesuatu yang asing melalui pengembangan gagasan Islam sebagai sistem moral. *Keempat*, Dakwah pendekatan budaya mengusung ide dialog antar budaya dan agama dengan tujuan untuk merespon fenomena globalisasi di mana sekat pembatas antar budaya dan antar agama semakin tergerus.

Strategi dakwah dengan pendekatan budaya ini sebenarnya sudah jauh hari dilakukan oleh Rasulullah Saw, dimana beliau tercatat sebagai figur yang berhasil membangun sebuah peradaban, membuka cakrawala agama baru di tengah-tengah masyarakat jahiliyyah dengan kebudayaan mereka yang melekat (Daulay, Dahlan, & Lesnida, 2021). Rasulullah Saw tidak menempatkan fungsi Islam sebagai penghapus kebudayaan masyarakat pada saat itu melainkan mendakwahkan Islam dengan menempatkan diri sebagai pembela dan pembaharu terhadap sosio-kultural masyarakat.

Strategi dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah Saw terhadap budaya lokal bangsa Arab dilakukan dengan tiga cara, yaitu pertama, *tabmil* (menerima, menyempurnakan dan melanjutkan apa yang sudah ada di dalam masyarakat); kedua, *taghyir* (menerima dan merekonstruksi agar sesuai dengan nilai keislaman) dan ketiga, *tahrim* (menghapus apa yang dianut oleh masyarakat yang jelas-jelas

bertentangan dengan ajaran Islam) (Ummatin, 2014). Ketiga metode tersebut merupakan sebuah bentuk dari kebijaksanaan Islam terhadap kebudayaan atau tradisi yang telah dianut oleh masyarakat secara turun-temurun. Dalam hal ini, Rasulullah Saw mengajarkan bahwa sejatinya, Islam tidak menolak suatu kebudayaan secara penuh, tidak pula menerima tradisi secara keseluruhan, melainkan ada tradisi yang mesti diolah kembali sehingga menjadi tradisi yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip nilai ajaran Islam. Dengan begitu, Islam benar-benar mewujudkan sebuah penghormatan terhadap budaya local dengan tidak membatasi diri ataupun menjaga jarak dengan budaya.

## **PENUTUP**

DMDI sebagai sebuah organisasi yang seharusnya bisa merangkul negara-negara anggotanya (yang notabene di bawah rumpun Melayu) sebagai tujuan perwujudan *tamaddun* Melayu. Ketika terjadi konflik penayangan Iklan promosi pariwisata “Visit to Malaysia” yang diproduksi Discovery Channel menimbulkan ketegangan antara negara anggotanya yaitu Indonesia dan Malaysia. Sehingga akibat dari peristiwa ini menjadi sebuah ancaman disintegrasi bagi bangsa-bangsa rumpun melayu terutama antara Indonesia dan Malaysia. Isu atau konflik ini tidak perlu terjadi jika Pemerintah Malaysia menerapkan fungsi-fungsi komunikasi melalui pendekatan budaya yang baik dengan Pemerintah Indonesia. Bukankah kebudayaan dan etika tidak terlepas dari komunikasi. Posisi komunikasi dalam interaksi sosial atau perubahan sosial menjadi penting dalam mengakomodasi berbagai kepentingan dari setiap pihak yang berkomunikasi. Sehingga terwujud kesamaan makna di antara komunikator dan komunikan.

Dalam Perspektif komunikasi, gagasan *Tamaddun* Melayu yang digagas oleh DMDI dapat dijadikan sebagai pesan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menginformasikan, mempropagandakan, dan memengaruhi publik (masyarakat Malaysia dan Indonesia) mengenai pentingnya persaudaraan, kebersamaan, dan kepedulian. Hal ini sebagai bagian dari upaya dalam penerapan komunikasi antar budaya, komunikasi internasional dan konsep diplomasi kebudayaan dalam meredam konflik. Sementara itu, dalam perspektif dakwah, komunikasi yang didasarkan pada pemahaman kebudayaan merupakan bagian dari strategi dakwah dalam membangun keharmonisan. Membangun komunikasi yang bertujuan untuk harmonisasi peradaban, sebagaimana termaktub dalam gagasan *Tamaddun* Melayu dari organisasi DMDI dapat ditempatkan sebagai upaya perundingan damai untuk membangun kehidupan yang didasarkan pada nilai-nilai kebaikan bersama.

Komunikasi dakwah melalui pendekatan budaya menjadi salah satu solusi agar dapat meminimalisir adanya konflik antar budaya. Sehingga penelitian ini memiliki implikasi bahwa komunikasi dakwah pendekatan budaya bisa dijadikan sebagai salah satu strategi dakwah yang bersifat global dan sosial-kultur untuk mengatasi permasalahan kemasyarakatan khususnya masyarakat dengan latar

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2015). Mewujudkan Dakwah Antar Budaya Dalam Perspektif Islam, *At-Tabayir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 21-40. DOI: 10.21043/at-tabayir.v3i1.1639.
- Ali, H. B. (2013). Prinsip-Prinsip Dakwah Antar budaya, *Jurnal Berita Sosial*, 1(1), 54-60. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/beritasosial/article/view/1145>.
- Astori, A. K. (2019). Dakwah Kultural: Relasi Islam Dan Budaya Lokal, *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 169-178. DOI: [https://doi.org/10.32332/ath\\_thariq.v3i2.1548](https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v3i2.1548).
- Daulay, H. P., Dahlan, Z., & Lesnida. (2021). Ofah & Tarikh: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam Pada Masa Nabi Muhammad Saw, *Tsaqafah & Tarikh*, 6(2), 95-108. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/twt/article/view/4839/3602>.
- Fikri, H. K., & Wiradaningrat, D. (2020). Strategi Dan Solusi Dakwah Pada Masyarakat Multikultural, *Jurnal Uin Mataram*, 1(2), 138-150. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/mudabbir/article/view/3165>.
- Hasbullah. (2009). *Islam Dan Tamadun Melayu*. Pekanbaru: Yayasan Pusaka Riau.
- Karim, A. (2015). Komunikasi Antar Budaya Di Era Modern, *Jurnal At-Tabayir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 319-338. DOI: 10.21043/at-tabayir.v3i2.1650.
- Marfu'ah, U. (2017). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasismultikultural, *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147-161. DOI: 10.21580/icj.2017.2.2.2166.
- Mulyana, D. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Natuna, U. (2013). Restorasi Tamadun Melayu, *Jurnal Madania*, 27(1), 74-91. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/madania/>
- Rahman, A. P. (2014). Peranan Dakwah Dan Komunikasi Antar budaya Dalam Masyarakat Plural, *Jurnal Al-Munzir*, 1-19.
- Pamungkas, C. (2017). Global Village Dan Globalisasi Dalam Konteks Ke-Indonesiaan, *Jurnal Unair*, 9(2), 245-261. DOI: <https://doi.org/10.20473/jgs.9.2.2015.245-261>.
- Puspianto, A. (2019). Dakwah Antar Budaya Di Era Cyber, *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(2), 95-116. <https://ejournal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/17>.
- Raharjo, L. W. (2021). Peran Penting Komunikasi Internasional Dalam Hubungan Masyarakat, *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1(2), 97-103. DOI:

Amiripana, Retno Riyaningtyas, & Fauziah

<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i2.39>.

- Ridwan, A., Dulwahab, E., & Rustandi, R. (2021). *Dakwah Sejuk dan Peran Lembaga Penyiaran dalam Mencegah Radikalisme*. KPID Jawa Barat.
- Rustandi, R., & Sahidin, S. (2019). Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw dalam Piagam Madinah, *Jurnal Tamaddun*, 7(2), 362-387. DOI : 10.24235/tamaddun.v7i2.5503.
- Rustandi, R. & Hanifah, H. (2019). Dinamika Dakwah Komunitas Remaja Islam di Kecamatan Pangalengan, *ANIDA (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(2), 199-224. DOI :10.15575/anida.v19i2.7540.
- Syarifah, M. (2016). Budaya Dan Kearifan Dakwah, *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 24-38. DOI <https://doi.org/10.22515/balagh.v1i1.43>.
- Sulaeman, Ruzaini Binti, Tamadun Islam Dan Tamadun Asia, Melalui ([Http://Www.Utm.Edu.My/\\_Ruzaini/Pengajaran.Html](Http://Www.Utm.Edu.My/_Ruzaini/Pengajaran.Html) (25/11/2008)
- Tim DMDI. (2012). *Buku 12 Tahun DMDI*. Melaka: Sekretariat DMDI.
- Ummatin, K. (2014). Tiga Model Interaksi Dakwah Rasulullah Terhadap Budaya Lokal, *Jurnal Dakwah*, 15(1), 179-205. DOI: <https://doi.org/10.14421/jd.2014.15109>
- Wahid, A. (2018). Dakwah Dalam Pendekatan Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Tinjauan Dalam Perspektif Internalisasi Islam Dan Budaya), *Jurnal Tabligh*, 19(1), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5908>.
- Warsito, T. (2007). *Diplomasi Kebudayaan*: Yogyakarta: Ombak.