Gunung Djati Conference Series, Volume 56 (2025)
Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2025
ISSN: 2774-6585

PERAN KOMUNIKASI HUMANIS DAN ETIS DALAM RESILIENSI FILANTROPI ISLAM: STUDI RUMAH AMAL SALMAN BANDUNG

[1]Liana Erlita, [2]Revalina Apriliani Putri
[1,2]UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
email: :[1] lianaerlita143@gmail.com [2] rev.puput@gmail.com

Abstract

Through a case study of Salman Charity House, this research aims to investigate humanist and ethical communication methods in Islamic charities. Given the increasing need for ethical and responsive social services, charitable organizations must be able to apply communication concepts that respect Islamic ethics and human values, in addition to having an efficient management system. Using the literature review technique, this research took a descriptive qualitative approach. Documents from the official website of Salman Charity House and other academic sources related to Islamic philanthropy and communication were analyzed. According to the findings of this study, Salman Charity House utilizes digital technology, personalized approach and transparency in fund management to achieve communication that is oriented towards humanitarian values. Honesty, fairness and social responsibility are the cornerstones of Islamic ethics that permeate every service provided to givers and recipients. These results highlight the importance of combining spiritual principles with modern communication techniques to increase public trust in Islamic charitable organizations in the digital age.

Keywords: Humanist Communication, Islamic Ethics, Philanthropy, Salman Charity House, Social Services.

Abstrak

Melalui studi kasus Rumah Amal Salman, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki metode komunikasi humanis dan etis dalam kegiatan amal islam. Mengingat meningkatnya kebutuhan akan layanan sosial yang etis dan responsive, organisasi amal harus mampu menerapkan konsep komunikasi yang menghormati etika islam dan nilai-nilai manusia, selain memiliki sistem manajemen yang efesien. Menggunakan Teknik tinjauan literatur, penelitian ini mengambil penedekatan kualitatif deskriptif. Dokumen dar situs web resmi Rumah Amal Salman dan sumber-sumber akademik lain yang berkaitan dengan filantropi islam dan komunikasi yang dianalisis. Menurut temuan studi ini, Rumah Amal Salman memanfaatkan teknologi digital, pendekatan personal dan transparansi dalam pengelolaan dana untuk mencapai komunikasi yang berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan. Jujur, adil dan tanggung jawab sosial merupakan landasan etika islam yang meresapi setiap layanan yang berikan kepada pemberi dan penerima. Hasil ini menyoroti betapa pentingnya menggabungkan prinsip-prinsip spiritual dengan teknik komunikasi modern guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi amal islam di era digital modern.

Kata Kunci: Etika Islam, Filantropi, Komunikasi Humanis, Pelayanan Sosial, Rumah Amal Salman.

PENDAHULUAN

Dalam masyarakat yang semakin kompleks dan beragam, sangat penting untuk memiliki organisasi sosial yang secara efektif dapat menegakan integritas dan solidaritas. Filantropi Islam, yang mencakup instrumen zakat, infak, sedekah, dan wakaf, telah lama dipandang sebagai komponen penting dalam sistem kesejahteraan Islam. Fungsi utama filantropi Islam tidak hanya pada aspek distribusi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pembangunan sosial, pemberdayaan

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

masyarakat, dan instrumen keadilan. Namun demikian, isu utama yang diangkat oleh filantropi Islam tidak hanya sebatas pada masalah penggalangan dana, tetapi juga bagaimana membangun dan menegakkan kepercayaan publik secara konsisten.

Dalam konteks ini, komunikasi memegang peranan yang strategis. Lembaga filantropi Islam tidak dapat dilepaskan dari kebutuhan untuk membangun ikatan yang kuat dengan masyarakat umum, penerima manfaat (mustahik), dan donatur. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, dan meningkatkan loyalitas pemangku kepentingan. Namun, komunikasi yang didasarkan pada pengetahuan teknis dan satu pendekatan tertentu tidak terlalu efektif dalam konteks organisasi sosial keagamaan. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan harus lebih dari sekedar informasi, tetapi juga harus bersifat humanis dan etis.

Komunikasi humanis adalah komunikasi yang memanusiakan lawan bicara nya dalam setiap interaksi. Dalam konteks filantropi, pendekatan ini merupakan pendekatan yang sangat penting karena penerima manfaat bukanlah objek bantuan, yang menandakan bahwa individu tersebut memiliki potensi dan harga diri. Komunikasi humanis menumbuhkan interaksi yang tenang dan dialogis serta membangun rasa saling percaya antara lembaga dan mustahik.

Selain itu, komunikasi yang etis didasarkan pada prinsip-prinsip moral dan agama yang menjadi landasan dalam interaksi sosial. Dalam Islam, prinsip-prinsip komunikasi etis tercermin dalam nilai shidiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan fathanah (bijaksana) (Shihab, 1998). Komunikasi yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas lembaga, tetapi juga memperkuat integritas Islam yang menjadi landasan operasionalnya. Komunikasi yang beretika juga berfungsi sebagai pengaman terhadap akuntabilitas dan manipulasi informasi yang dapat merusak kepercayaan publik.

Kampanye komunikasi ini telah dilaksanakan oleh Rumah Amal Salman Bandung, sebuah lembaga filantropi Islam yang terletak di bawah Masjid Salman ITB. Rumah Amal Salman telah berhasil mengembangkan sistem komunikasi yang tidak hanya efisien dalam bentuk digital tetapi juga kuat dalam bentuk analog. Dalam operasionalnya, organisasi ini menjunjung tinggi prinsip partisipatif dengan mewajibkan mahasiswa untuk ikut serta dalam evaluasi dan penelitian program. Misalnya, dalam program Sociopreneur Muda, para mustahik tidak hanya mendapatkan dana, tetapi juga mendapatkan pelatihan, edukasi, dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam proses transformasi sosial.

Selain pendekatan partisipatif, transparansi merupakan komponen penting dalam strategi komunikasi Rumah Amal Salman. Laporan keuangan dan realisasi program dijelaskan secara metodis dengan menggunakan berbagai platform digital yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Hal ini sesuai dengan prinsip etis komunikasi Islam yang menjunjung tinggi kejujuran dan akuntabilitas. Di masa krisis, seperti pandemi COVID-19, ketika banyak organisasi mengalami penurunan kepercayaan, Rumah Amal Salman justru memiliki tingkat ketahanan yang tinggi, yang ditujukkan dengan peningkatan kepercayaan dan lingkungan alam. Transparansi informasi, daya tanggap, dan komunikasi yang efektif menjadi faktor utama yang meningkatkan posisi organisasi di tengah tantangan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana komunikasi yang humanis dan etis berkontribusi pada ketahanan lembaga keuangan Islam, dengan menggunakan

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Rumah Amal Salman sebagai studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk lebih memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh lembaga tersebut dan bagaimana prinsip-prinsip islam dimasukkan ke dalam operasi bisnis sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif melalui teknik penelitian perpustakaan. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian untuk mengeksplorasi konsep komunikasi humanis dan etis serta bagaimana konsep tersebut diterapkan dalam ketahanan organisasi amal islam, khususnya di Rumah Amal Salman. Sumber data utama terdiri dari dokumen resmi institusi, publikasi akdemik, laporan public, dan data yang ditemukan di situs web resmi Rumah Amal Salman.

Data dikumpulkan dengan mengkaji literatur yang relevan, menggunakan istilah seperti komunikasi humanis dan etis, filantropi islam dan ketahanan organisasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan kualitatif, mengorganisir informasi kedalam tema-tema kunci untuk memahami peran komunikasi humanis dalam mendukung keberlanjutan institusional.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis kesesuaian antara teori komunikasi dan Tindakan nyata Rumah Amal Salman dalam menjalankan fungsi sosialnya. Metode ini bertujuan untuk memahami secara mendalam metode komunikasi yang etis, empati dan strategi dalam konteks amal islam di era global saat ini.

LITERATURE REVIEW

Penelitian pertama. Komunikasi Humanis merupakan pendekatan komunikasi yang menempatkan manusia sebagai subjek utama dalam proses interaksi. (Rogers, Ransom, 1951) menyebut komunikasi yang efektif harus bedasarkan empati, penerimaan tanpa syarat, dan kejujuran. Dalam pelayanan sosail, pendekatan humanis mendorong keterbukaan dan kesetaraan antara penyedia layanan dan penerima manfaat. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai transfer informasi, tetapi juga sebagai jembatan relasi yang menghargai martabat manusia. Hal ini sejalan dengan konsep *insaniyah* dalam islam yang menekankan pentingnya memperlakukan manusia dengan penuh hormat dan kasih sayang.

Penelitian kedua. Etika komunasi islam berasal dari nilai-nilai syariah terutama Al-Qur'an dan Hadis. Komunikasi etis mempunya prinsip menakup *shidiq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), dan *fathanah* (kebijaksanaan). Menurut (Shihab, 1998), komunikasi dalam islam harus bertujuan untuk menyampaikan kebaikan, menhindari fitnah, serta menjaga kehormatan orang lain. Dalam konteks Lembaga filantropi, prinsip ini menjadi dasar dalam menyampaikan informasi kepada donator, mustahik, dan masyarakat luas secara adil, transparan, dan beretika.

Penelitian ketiga. Filantropi dalam islam merupakan konsep yang mencangkup zakat, infak, sedekah dan wakaf sebagai bentuk kepedulian sosial dan tanggung jawab kolektif. Menurut (Cizakça, 2000) filantropi islam tidak hanya bertujuan redistribusi ekonomi, tetapi juga merupakan strategi pembangunan nasional yang berkelanjutan. Lembaga Zakat Modern (LAZ) seperti Rumah Amal Salman bertindak sebagai pengelola dana masyarakat yang harus memenuhi aspek syariah, profesionalisme dan integritas. Oleh karena itu, membangun kredibilitas dan kepercayaan publik sangat bergantung pada aspek komunikasi dan pelayanan.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Penelitian keempat. Organisasi filantropi telah terinspirasi oeh era digital untuk menggunakan teknologi informasi guna mempermudah dan mempercepat layanan mereka. Menurut (Nugroho, 2020) digitalisasi memperluas jangkauan pelayanan filantropi sekaligus membuat tantangan baru terkait personalisasi dan keamanan data. Di sisi lain, penggunaan teknologi seperti chatbot, media soasial, dan aplikasi donasi online harus tetap dibingkai dengan prinsip komunikasi yang humanis dan etis. Ketika digabungkan dengan pendekatan yang disesuaikan, transparasi informasi dan layanan yang tepat waktu teknologi dapat digabungkan secara etis, menurut sebuah studi tentang chatbot yang dilakukan Rumah Amal Salman.

HASIl DAN PEMBAHASAN

1. Interaksi Komunikasi Humanis dalam Kegiatan Filantropi Rumah Amal Salman

Bedasarkan temuan studi, Rumah Amal Salman mengembangkan komunikasi humanis dengan menjaga martabat mustahik. Inisiatif pemberdayaan yang secara aktif melibatkan mustahik dalam perencanaan dan evaluasi komunikasi. Program *Sociopreneur Muda* adalah salah satu contohnya, dimana penerimaan bantuan mendapatkan dukungan berkelanjutan, pelatihan, dan bimbingan selain bantuan finansial. Hal ini menangani masalah apa dan bagaimana komunikasi dilakukan, yaitu membangun koneksi dan terlibat dalam dialog selain menyampaikan informasi. Komponen humanis yang digunakan oleh Rumah Amal Salman dirangkum dalam table berikut:

Aspek	**Implementasi di Rumah Amal Salman**
Pendekatan	Partisipatif dan Dialogis
Tujuan Komunikasi	Pemberdayaan, bukan sekedar santunan
Bahasa	Tidak diskriminatif
Relasi	Setara antara Pengelola, Donator dan Mustahik

(Tabel 1)

Dengan memperkuat ikatan emosional dan moral yang lebih era tantara organisai dan penerima manfaatanya, komunikasi humanis membantu Lembaga Amal menjadi lebih Tangguh, menurut interpretasi ilmiah dari temuan-temuan ini. Rumah Amal Salman telah berhasil membangun ikatan yang lebih erat dan berkelanjutan dengan kliennya, dengan cara memposisikan mereka sebagai mitra perubahan daripada penerima bantuan.

Temuan ini juga mengkonfirmasi pandangan dari (Mahfud, n.d.) yang menekankan pentingnya pendekatan empatik dalam kegiatan zakat untuk menciptakan transformasi yang berkelanjutan. Artinya pendekatan humanis tidak hanya berdampak pada penerima bantuan, tetapi juga meningkatkan reputasi organisasi amal sebagai wakit masyarakat yang memfasilitasi pengembangan potensi manusia selain mengalokasikan dana. Menurut ilmu

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

pengetahuan, sistem amal menggunakan komunikasi ini sebagai alat untuk mencapai ketahanan sosial

2. Transparansi dan Praktik Komunikasi Etis sebagai landasan Kepercayaan Publik

Landasan untuk kepercayaan public dan memperkuat tanggung jawab institusional adalah komunikasi etis. Rumah Amal Salman menggunakan berbagai *platform digital*, termasuk situs web, laporan periodik dan *chatbot*, untuk menjaga nilai-nilai komunikasi etis islam yaitu shidq (kejujuran), amanah (kepercayaan), dan *tabligh* (transparansi informasi). Tidak ada manipulasi data, narasi palsu atau janji yang tidak ditepati dalam interaksieksternal. Setiap program dijelaskan secara rinci, termasuk ulasan dan tantangan.

Rumah Amal Salman secara rutin menyajikan laporan keuangan dan program bedasarkan data yang dikumpulkan. Mereka menggunakan table realisasi program yang ringkas namun informatif serta infografis. Hal ini meningkatkan keterlibatan dan loyalitas dengan memberi akses informasi yang sama kepada masyarakat dan donatur. Misalnya laporan dana yang terkumpul pada program "Beasiswa Teladan Negri" seluruh detail alokasi dana, kegiatan terkini, serta donatur dapat terlihat jelas pada wesite tersebut.

(Gambar 1)

Menurut ilmu pengetahuan, metode ini menjelaskan alasan mengapa donatur tetap mempertahankan tingkat kepercayaan kepada rumah amal salman meskipun terjadi krisis ekonomi dan perubahan teknologi yang drastis. Masyarakat umumnya lebih menerima kekurangan dan lebih terbuka terhadap permintaan keterlibatan ketika komunikasi dilakukan dengan cara yang etis. Dengan kata lain, organisasi filantropi bergantung pada modal sosial yang dibina oleh komunikasi etis untuk bertahan dan berkembang.

Hal ini juga ditemukan dalam penelitian (Sari, Dewi Andriani, & Nurohman, n.d.)yang menyatakan bahwa akuntabilitas publik dalam lembaga zakat merupakan factor utama dalam menjaga keberlanjutan oragnisasi. Mereka menekankan bahwa prinsip-prinsip etika islam

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

dalam komunikasi lebih efektif daripada pemasaran tradisional. Penggunaan teknologi digital berbasis nilai oleh Rumah Amal Salman, bukan hanya efesiensi, tetapi suatu fundamental yang membuat Rumah Amal Salman berbeda.

3. Peran Komunikasi dalam Resiliensi Lembaga Filantropi Islam

Komunikasi yang efektif sama pentingnya bagi ketahanan Lembaga amal seperti, stabilitas keuangan. Rumah Amal Salman telah menunjukkan bagaimana komunikasi yang humanis dan etis membantu organisasi untuk tetap Tangguh, dapat dipercaya dna relevan dalam menghadapi perubahan sosial. Banyak Lembaga mengalami krisis kepercayaan selama pandemic COVID-19 sebagai akibat dari distribusi bantuan yang tidak jelas. Di sisi lain, Rumah Amal Salman mengalami peningkatan donasi sebagai hasil dari keterbukaan informasi dan respon simpatik terhadap kebutuhan penerimaan manfaat.

Terlepas dari kondisi ekonomi yang tidak menentu, studi ini menemukan bahwa kepercayaan public terhadap Rumah Amal Salman tumbuh antara tahun 2019-2023. Partisipasi relawan donor dan forum penilaian program yang terbuka menunjukkan sebera sering mereka memberika informasi yang akurat dan melibatkan publik dalam pengambialn keputusan. Dengan demikian, komunikasi berfungsi sebagai taktik pemasaran dan sarana untuk memperkuat pemerintah yang partisipatif.

Membangun kepercayaan jangka Panjang daripada organisasi sejenis yang lebih fokus pada pencitraan atau citra. Ini adalah perbedaan penting karena ketahanan yang dikembangkan oleh komunikasi nilai lebih Tangguh daripada yang dikembangkan hanya melalui sarana retorika atau visual. Nilai adalah aset komunikasi yang paling penting menurut Rumah Amal Salman. Selain menangani masalah-masalah mendesak seperti bantuan sosial darurat atau bantuan sosial untuk pengembangan, komunikasi Rumah Amal Salman membantu menciptakan struktur sosial yang kuat, berdaya dan tepat waktu. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi mereka dapat menjadi contoh bagi filantropi islam berbasis nilai di masa depan.

4. Adanya Penyesuaian Strategi Komunikasi Terhadap Karakteristik Mustahik

Dalam konteks komunikasi filantropi islam, sangat penting bagi organisasi seperti Rumah Amal Salman untuk menerapkan strategi komunikasi yang responsif terhadap kondisi dan karakteristik mustahik (penerima manfaat). Mustahik berasal dari berbagai macam latar belakang sosial, ekonomi, agama, dan bahkan psikologis. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang digunakan tidak bisa disamaratakan, melainkan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan masing-masing kelompok.

Memanusiakan lawan bicara adalah prinsip dasar dari komunikasi humanis. Dalam konteks ini, mustahik tidak hanya dipandang sebaga objek bantuan, tetapi juga sebagai manusia yang memiliki kemampuan, potensi, dan harga diri. Oleh karena itu, strategi komunikasi dengan mustahik harus dirancang untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, bukan untuk merendahkan atau menipu mereka. Hal ini menjadi landasan strategi komunikasi Rumah Amal Salman yang etis, inklusif, dan berempati.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Dalam pelaksanaan program pengembangan ekonomi, Rumah Amal Salman menerapkan pendekatan dialogis. Relawan dan para amil (pengumpul zakat) berkomunikasi dalam dua cara dengan para mustahik. Sebelum menjelaskan program bantuan, mereka terlebih dahulu menjalin hubungan yang akrab, jujur, dan kooperatif. Para petugas juga diinstruksikan untuk tidak menggunakan bahasa teknis atau formal yang mengintimidasi. Sebaliknya, mereka menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh masyarakat awam, termasuk mereka yang berasal dari kalangan masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah. Komunikasi yang digunakan memiliki tujuan edukatif namun tidak bersifat menggurui. Hal ini penting karena banyak kasus, mustahik memiliki banyak masalah sosial, seperti kesulitan ekonomi, stigma sosial, atau kurangnya dukungan masyarakat. Oleh karena itu, seorang amil harus mampu mendukung , memahami kondisi emosional orang yang menerima informasi, dan menyesuaikan informasi yang akan diterima dengan cara yang tepat. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi islam yang menekankan pada nilai-nilai rahmah, hikmah, dan mau'izhah hasanah, di mana komunikasi diarahkan untuk membina, bukan menghakimi (Saputri & Mulyana, 2021).

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian mengenai peran komunikasi humanis dan etis dalam resiliensi filantropi islam di Rumah Amal Salman Bandung, dapat disimpulkan bahwa penerapan komunikasi yang empatik, partisipatif, dan berbasis nilai-nilai etika islam berperan signifikan dalam membangun kepercayaan, loyalitas donatur, serta pemberdayaan *mustahik* secara berkelanjutan. Komunikasi humanis yang memperlakukan mustahik sebagai subjek aktif dan komunikasi etis yang menjunjung transparansi serta akuntabilitas terbukti menjadi factor utama dalam memperkuat resiliensi Lembaga dalam menghadapi tantangan sosial dan ekonomi. Hasil penelitian ini menjawab tujuan penelitian dan pertanyaan masalah dengan menunjukkan bagaimana komunikasi yang efektif dapat menumbuhkan ikatan sosial yang inklusif dan kuat, disamping kinerja operasional filantropi . Dari sisi akademis, penelitian ini memajukan ilmu komunikasi dan studi filantropi islam, khusunya dalam pencipaan model komunikasi yang dapat diterapkan pada organisasi zakat dan amal diera digital dan dalam masyarakat majemuk.

DAFTAR PUSTAKA

1. Cizakça, M. (2000). *A History of Philanthropy in Islam: From the Prophet to the Fall of The Ottomans*. Osmanlı Araştırmaları Vakfı.
2. Fadlillah, Nurfadlillah. (2021). Strategi komunikasi lembaga zakat dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Islam, 11(2)*, 120-134.
3. Mahfud, Choirul. (n.d.). Humanizing zakat: Pendekatan komunikasi humanis dalam pengelolaan zakat produktif. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 17 (1)*, 45–59.
4. Nugroho, R. (2020). Digitalisasi filantropi Islam: Peluang dan tantangan zakat di era revolusi

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

industri 4.0. *Urnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *6 (2)*, 112–122.

5. Rogers, Ransom, C. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory*.
6. Rumah Amal Salman. (2024). Tentang kami. https://rumahamal.org/tentang-kami/
7. Saputri, R., & Mulyana, D. (2021). Komunikasi Etis dalam Pengelolaan Zakat pada Lembaga Filantropi Islam di Indonesia. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 15(2),* 205-219
8. Sari, Dewi Andriani, & Nurohman, M. (n.d.). Akuntabilitas dan transparansi komunikasi dalam lembaga zakat: Studi pada LAZ XYZ. *Jurnal Ekonomi Islam, 9(3)*, 203–215.
9. Shihab, A. (1998). *Islam Inklusif: Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama*. Mizan.
10. Yusanto, Muhammad Ismail. (2017), Fikih komunikasi: Prinsip dan Praktik Komunikasi Islami. Remaja Rosdakarya

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0