

ANALISIS BIBLIOMETRIKA PADA EVOLUSI PARADIGMA DAKWAH ISLAM DI MEDIA BARU

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ISLAMIC PREACHING PARADIGM EVOLUTION IN THE NEW MEDIA

¹⁾Yuri Nabila Saifatunnisa, ²⁾Ulfah Wafa Almubarakah, ³⁾Raihan Aqhsal Arighi, ⁴⁾Muhammad Salman Abidin

^{1,2,3,4)} Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung,

Jalan Cimencrang, Panyileukan, Cimencrang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292

E-mail: yurinabilasaifatunnisa@gmail.com,¹ itsulfahwafa@gmail.com,² aqshalarighiraihan@gmail.com,³ muhsaldin@gmail.com.⁴

ABSTRAK

Dakwah memiliki tujuan yang mulia dalam mengantar seluruh umat manusia mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat kelak. Penelitian ini bermaksud untuk meninjau perkembangan paradigma dakwah di era media baru. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan solusi yang dapat dihadirkan oleh para praktisi dakwah dalam menyelesaikan permasalahan yang nyata di tengah-tengah masyarakat pada era media baru. Guna mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrika. Sumber data penelitian ini berasal dari sistem indeks Scopus dengan jumlah 799 artikel yang berentang dari tahun 1973 sampai dengan 2024. Ditemukan bahwa kajian terkait dakwah di media baru terkait memiliki tema-tema yang relevan terkait dengan Islam, yang terbagi menjadi dua bagian. Di satu sisi, dakwah di media baru terkait dengan isu negatif terhadap Islam seperti terorisme, radikalisme, jihadisme, dan lain sebagainya. Adapun, arus utama pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah di media baru tidak hanya sebagai bentuk menghadirkan nilai-nilai Islam di Internet, namun juga sebagai upaya dalam menghadirkan suaka yang menjamin rasa aman dan kebebasan umat muslim dalam berekspresi di internet. Terlebih, dakwah di media baru kemudian dapat dilihat sebagai upaya dalam mewujudkan civil society atau masyarakat madani. Hasil penelitian ini berkontribusi secara teoretis dalam memahami proyeksi perkembangan paradigma ilmu dakwah di era media baru. Sementara itu, secara praktis kajian ini berkontribusi terkait dengan bagaimana upaya dakwah dapat mewujudkan kesejahteraan, baik di tingkat individu maupun sosial.

Kata Kunci: Analisis Bibliometrika, CMC, Dakwah, Internet, Media Baru

A.PENDAHULUAN

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang memiliki cita-cita mulia. Samsul Munir Amin (dalam Asror, 2018, hal. 36) menyatakan bahwa secara umum, dakwah bertujuan untuk mewujudkan kebahagiaan manusia baik di dunia dan akhirat. Adapun, dalam praktiknya, dakwah bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang ideal dalam perspektif Islam, dimana terkait dengan kondisi sosial yang adil, makmur, damai dan sejahtera; dibawah limpahan rahmat, karunia dan ampunan Allah (Asror, 2018, hal. 141). Dakwah kemudian bukanlah suatu kegiatan yang mengarah kepada sesuatu yang abstrak, melainkan suatu upaya yang konkret dalam membangun peradaban manusia yang ideal dalam suatu tatanan nilai yang universal. Posisi universalitas dakwah terletak pada inti dari dakwah itu sendiri, *amar ma'ruf nahi munkar* –mengajak kepada kebaikan dan menjauhi keburukan.

Sementara itu, ilmu dakwah kini memasuki tantangan baru di era konvergensi media. Dulwahab (2010, hal. 19) menyatakan bahwa permasalahan dakwah di era media baru terletak pada

lemahnya kompetensi *da'i* (juru dakwah) dalam memanfaatkan teknologi komunikasi yang canggih. Jika dibiarkan, dakwah di media baru hanya akan menjadi hiburan dan tidak dapat mewujudkan transformasi sosial yang dicita-citakan. Sejarawan sains Thomas Kuhn (2020) menyatakan bahwa transisi yang mulus antara satu paradigma ke yang lainnya melalui revolusi ialah suatu pola yang lazim pada suatu bidang keilmuan yang sudah dewasa. Dalam praktiknya (dan dalam perspektif Islam), dakwah merupakan suatu kegiatan manusia yang tua, bahkan dimulai sejak manusia mulai bermasyarakat. Namun, secara keilmuan Asror (2018, hal. 132) menyatakan bahwa ilmu dakwah dianggap masih muda usianya. Adapun, Enjang AS dan Aliyudin (dalam Asror, 2018, hal. 59) menyatakan bahwa ilmu dakwah sudah melampaui tiga lompatan paradigma yang besar: (1) Ilmu dakwah dimulai sebagai kajian terkait dengan fenomena tauhid, (2) yang kemudian dikaji di perguruan tinggi. Paradigma ilmu dakwah hari ini ialah bertempat pada tatanan (3) penelaahan mendalam pada tingkatan epistemologi. Oleh karenanya dengan menelaah perkembangan paradigma keilmuan dakwah, kita dapat melihat bagaimana ilmu dakwah dapat hadir sebagai solusi di tengah kehidupan bermasyarakat yang saat ini memasuki era media baru. Memasuki era media baru –dan melanjutkan pemikiran dari Enjang AS dan Aliyudin, paradigma ilmu dakwah tengah menyambut perkembangan keempat, dan/atau jika kita mengikuti hegemoni istilah teknologi yang ada: Ilmu Dakwah 4.0.

Kuhn (2020) mendefinisikan paradigma sebagai “capaian ilmiah yang dikenali secara universal, dimana merupakan model terkait dengan permasalahan dan solusi yang dihadapi oleh suatu kelompok praktisi”. Dalam konteks ini, Ahidul Asror (2018, hal. 130) menyatakan bahwa secara ilmiah, dakwah bertumpu pada dua keilmuan: ilmu agama dan ilmu sosial. Akan tetapi, terdapat pandangan bahwa kedua ilmu tersebut belum terintegrasi, sehingga dianggap tidak dapat menyelesaikan berbagai permasalahan dalam realitas kehidupan masyarakat. Seiring dengan perkembangannya, dakwah secara keilmuan memiliki kerangka baru. Ilmu dakwah yang semula bersifat dikotomi hari ini berkembang dalam membangun hubungan antara ilmu-ilmu agama dan ilmu-ilmu sosial. Evolusi ilmu dakwah kemudian tidak hanya terjadi dalam ranah teoretis. Ilmu dakwah yang semula berpusat pada upaya menjelaskan realitas kini mengarah kepada pemecahan masalah masyarakat dalam bentuk transformasi sosial (Asror, 2018, hal. 142). Implikasi dari gagasan ini ialah, kajian ilmu dakwah yang ada saat ini tengah berupaya untuk merelevankan dan menghadirkan Islam sebagai solusi dari berbagai permasalahan yang ada di masyarakat.

Upaya dalam mengembangkan suatu bidang keilmuan antara lain ialah dengan mendalami literatur-literatur yang ada dalam cakupannya. Mempelajari literatur ilmiah sangat penting untuk membangun pengetahuan dan peningkatan paradigma suatu bidang keilmuan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menilai secara kritis teori yang ada, mengidentifikasi kesenjangan, dan mengembangkan temuan sebelumnya (Webster & Watson, 2002). Kajian literatur ilmiah yang terkait dengan ilmu dakwah telah banyak dilakukan. Kajian literatur sistematis oleh Burham (2023) menemukan bahwa dakwah digital di Indonesia berkembang dari isu pemanfaatan teknologi ke arah respons *da'i* dalam menyiasati pandemi COVID-19. Selain itu, Cipta dan Zakirman (2024) menemukan bahwa dengan menyampaikan pesan dakwah terkait ekonomi Islam, seorang *da'i* dapat memicu pemberdayaan masyarakat. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian pustaka ilmiah yang sistematis dapat menghasilkan luaran terkait gagasan yang dapat pedoman bagi para praktisi dakwah untuk menjadikan apa yang mereka lakukan semakin relevan dengan realitas yang ada.

Selain dengan menggunakan sistem ‘manual’ (dimana peneliti mengkaji satu demi satu suatu pustaka), perkembangan teknologi memungkinkan proses perolehan informasi dari suatu pustaka menggunakan perhitungan statistika. Metode ini kemudian disebut sebagai bibliometrika, yang hadir sebagai upaya dalam menggambarkan kedudukan suatu ilmu, dan bagaimana ilmu tersebut dapat berkembang. Selain itu, bibliometrika dapat mengukur bagaimana kinerja di tingkatan individu, lembaga ilmiah dan suatu negara secara keseluruhan (Bellis, 2009). Menggunakan pandangan tersebut, bibliometrika dapat menjadi tolok ukur perkembangan ilmu dakwah.

Terdapat suatu penelitian yang fokus mengkaji literatur terkait dengan praktik dakwah melalui radio menggunakan metodologi bibliometrika. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa

dakwah melalui radio bersinggungan dengan tema identitas Islam Indonesia dan salafisme (Ismandianto et al., 2024). Sementara itu, penelitian ini tidak hanya melihat ilmu dakwah dari sudut pandang satu lokus saja. Maksud dari penelitian ini adalah untuk meninjau perkembangan paradigma dakwah di era media baru. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan solusi yang dapat dihadirkan oleh para praktisi dakwah dalam menyelesaikan permasalahan yang nyata di tengah-tengah masyarakat pada era media baru.

B. LANDASAN TEORI

Kaidah ilmu dakwah menentukan kedudukan teori dalam tiga *manhaj* (metodologi): *istinbath* (teori sebagai turunan dari Al-Qur'an dan Sunnah), *iqtibas* (teori berasal dan meminjam dari bidang ilmu lain), dan *istiqra* (teori dibangun dari realitas yang ada di lapangan). Kajian ini kemudian menggunakan *manhaj iqtibas* dalam memandang hakikat ilmu dakwah dari perspektif ilmu komunikasi (Asror, 2018, hal. 55). Hal ini karena ilmu dakwah acap disulihkan dengan term 'Komunikasi Islam' di dunia akademis. Meskipun begitu, Islam tidak hanya menjadi label. Islam adalah keselamatan, sehingga komunikasi yang dilaksanakan dalam kerangka Islam seyogyanya dapat membawa keselamatan bagi seluruh umat manusia (Asror, 2018, hal. 142). Komunikasi dalam kajian ini kemudian berada pada lokus internet.

Kemunculan komputer multimedia pada 1980-an dan Internet sebagai media massa pada 1990-an mengubah peran teknologi komputer menjadi media sosial dan massa. Media baru ini mencakup berbagai bentuk digital, seperti dunia virtual dan siaran alir (*streaming*) film. Perkembangannya juga didorong oleh perangkat yang semakin ringkas dan saling terhubung, memungkinkan akses kapan saja dan di mana saja. Fitur utama media baru adalah kontribusi pengguna, yang memungkinkan pembuatan dan berbagi konten, serta interaksi dan kolaborasi dalam komunitas. Media baru menekankan komunikasi banyak-ke-banyak, menciptakan dunia maya yang mendorong partisipasi aktif dan kolaboratif (Brey & Søraaker, 2009). Interaksi melalui komputer ini kemudian acap disebut dengan CMC (*Computer Mediated Communication*, komunikasi yang dimediasi oleh komputer). Dalam CMC, proses komunikasi menjadi berbeda dengan komunikasi tatap muka pada umumnya. CMC memungkinkan komunikasi mengatur dan 'mengedit' pesannya secara lebih tertata, dimana komunikasi tatap muka dilakukan secara langsung dan spontan (Wrench et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa teori yang digunakan dalam mengkaji CMC perlu menitik beratkan pada media yang digunakan dalam komunikasi.

Salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan komunikasi yang dimediasi oleh komputer ini antara lain adalah Teori penggunaan dan pemenuhan kepuasan. Teori ini memiliki asumsi dasar bahwa orang menggunakan media untuk mendapatkan sesuatu dari media tersebut, atau media tersebut menjadikan mereka bahagia (Katz et al., 1973; cf. Lazarsfeld, 1940; Wrench et al., 2024). Zizi Papacharissi dan Alan Rubin (2000) adalah ilmuwan pertama yang menerapkan teori ini untuk memahami bagaimana orang menggunakan Internet. Mereka menemukan lima alasan utama orang menggunakan Internet: kegunaan interpersonal, mengisi waktu luang, mencari informasi, kenyamanan dan hiburan. Menggunakan teori ini, kekhawatiran Dulwahab (2010, hal. 19) dapat dibenarkan karena dakwah diasumsikan hanya menjadi sebatas konten yang melayang bebas di internet, yang disukai hanya jika mengandung unsur hiburan. Wrench dkk. (2024) berargumen bahwa teori-teori yang terkait dengan CMC (*Uses & Gratification*, *Social Presence*, dan *Media Richness*) menekankan argumen bahwa: karena CMC minim sekali dalam memfasilitasi pesan non-verbal, maka interaksi yang dihasilkan akan cenderung hambar. Sehingga, per pendapat Wrench dkk., (2024) teori yang paling relevan untuk menyikapi fenomena interaksi dalam CMC saat ini ialah teori Pemrosesan Informasi Sosial (*Social Information Processing Theory*, selanjutnya disingkat SIP).

Asumsi mendasar teori SIP adalah manusia berafiliasi. Mereka berkomunikasi untuk mempengaruhi cara mereka berafiliasi, dimana pesan-pesan tersebut membangun suatu bentuk

komunikasi relasional (Walther, 2015). Perkembangan dari impresi *interpersonal* terhadap orang lain diperoleh berdasarkan saluran non-verbal dan/atau verbal-tekstual dalam beberapa kesempatan interaksi. Rohmadi (2020) kemudian membuktikan bahwa adanya pengaruh positif antara intensitas menonton video dakwah secara daring dapat memperkuat religiositas para pemirsanya. Hutomo (2020, hal. 99) kemudian berpendapat bahwa dakwah melalui sosial media dapat menghasilkan terjadinya proses dalam mengkomunikasikan dakwah di dalam diri komunikan. Komunikasi *interpersonal* ini terjadi karena juru dakwah melalui media internet dapat menghantarkan sensasi, persepsi dan memori yang mengarahkan audiensi untuk memandangi dunia sesuai dengan cara-cara islami. Hal ini kemudian secara tidak langsung mempengaruhi sikap keberagamaan dalam diri pemirsa (Hutomo, 2020, hal. 99–100). Dapat disimpulkan bahwa dakwah di media baru selaras dengan teori SIP karena CMC dinilai memungkinkan juru dakwah dalam merangsang kontemplasi sehingga membangun sikap keagamaan pemirsa.

C.METODE

Analisis bibliometrika ialah suatu metode statistika yang digunakan untuk mengkaji secara kuantitatif materi bibliometrika dan mengevaluasi pengaruh keilmuan para peneliti akademis (Aria & Cuccurullo, 2017). Materi bibliometrika terkait dengan data meta dari suatu literatur ilmiah: penulis, judul, tahun, publikasi, penerbit, abstrak, kata kunci, jumlah kutipan, referensi dan lain sebagainya. Metode ini bertujuan untuk membantu kalangan akademis untuk menemukan kesenggangan teoretis dan mendefinisikan kembali suatu konsep yang menjadi perhatian (Sánchez-Cañizares et al., 2018). Analisis bibliometrika dapat dinyatakan sebagai metode yang memiliki tingkatan ketelitian dan popularitas yang tinggi dalam menjelajahi dan menganalisis data ilmiah dalam volume besar yang memungkinkan peneliti dalam memerhatikan evolusi dan titik terang dari suatu bidang keilmuan (Donthu et al., 2021).

Jika disandingkan, metode bibliometrika memiliki kaidah yang sama dengan metode analisis isi yang lazim dilaksanakan dalam kajian ilmu komunikasi. Metode analisis ini terkait dengan proses mengategorikan secara sistematis material teks, visual, maupun audio, sehingga dapat dianalisis secara mendalam. Inti dari proses analisis isi ialah mengkode, dimana mencari penekanan dari suatu materi yang sedang dikaji (Coe & Scacco, 2017). Sementara itu, apa yang dicari melalui analisis bibliometrika ialah struktur pengetahuan dan evolusi dari suatu bidang kajian (Toaza & Esztergár-Kiss, 2024). Baik analisis isi (kuantitatif) dan analisis bibliometrika sama-sama menggunakan statistika untuk menemukan nuansa inti dari materi yang dikaji. Adapun, materi yang dikaji dalam analisis isi “dipilih menggunakan tangan”, dimana meneliti menentukan dan memilih dan menentukan apa yang hendak dikaji. Sementara itu, analisis bibliometrika menggunakan data global, dimana meliputi seluruh literatur yang terkait dengan suatu keilmuan atau bidang kajian. Data yang dilibatkan dalam analisis bibliometrika bisa dalam hitungan ratusan, bahkan ribuan publikasi ilmiah (Passas, 2024).

Analisis bibliometrika sebagaimana dijelaskan oleh Donthu *et al.* (2021) melibatkan beberapa tahapan. Langkah pertama dalam analisis bibliometrika ialah menentukan tujuan dan lingkup penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan solusi yang dapat dihadirkan oleh para praktisi dakwah dalam menyelesaikan permasalahan yang nyata di tengah-tengah masyarakat pada era media baru. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan menganalisis publikasi ilmiah yang relevan dalam sistem indeks Scopus. Sistem indeks ini dipilih karena Scopus hingga saat ini dianggap basis data abstrak dan kutipan yang dikurasi dengan baik, yang meliputi berbagai jenis publikasi global, dan dalam waktu bersamaan menjamin kualitas data terbaik dari publikasi-publikasi tersebut. Keandalan tersebut yang menjadikan Scopus menjadi sumber data utama dalam berbagai analisis bibliometrika (Baas et al., 2020).

Langkah kedua ialah menentukan teknis analisis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah Pemetaan keilmuan dan Visualisasi sains. Pemetaan keilmuan memungkinkan peneliti untuk meninjau pola evolusi dari literatur dan menelaah persebaran tema di dalamnya, serta menghubungkannya dengan akar multidisipliner yang menjadi fondasinya (Powell et al., 2016, hal. 193). Sementara itu, teknik visualisasi sains digunakan untuk memberikan gambaran umum terkait

dengan bidang kajian yang menarik secara visual, mudah dibaca, dan bermanfaat untuk pembuatan kebijakan dalam ranah keilmuan atau pengelolaan penelitian dan pustaka (Rafols et al., 2010).

Langkah ketiga ialah mengumpulkan data yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan kata kunci pencarian pada sistem indeks Scopus sebagai berikut:

TITLE-ABS-KEY ((islam OR muslim) AND disseminat* OR communicat* OR homilet* OR preach* OR (dawah OR dakwah OR dawa) AND (new OR social AND media) OR internet)

Menggunakan kata kunci tersebut pada 18 Juli 2024, ditemukan bahwa terdapat 799 literatur terkait di dalam sistem indeks Scopus. Penggunaan "(islam OR muslim)" memastikan bahwa penelitian yang diambil mencakup semua literatur yang berkaitan dengan Islam atau Muslim, mengingat dakwah adalah konsep yang erat kaitannya dengan agama Islam dan komunitas Muslim. Kata kunci "disseminat* OR communicat* OR homilet* OR preach* OR (dawah OR dakwah OR dawa)" digunakan untuk menjangkau penelitian yang berbicara tentang penyebaran, komunikasi, khotbah, dan penyampaian pesan agama, yang merupakan bagian integral dari dakwah. Variasi penulisan "dawah, dakwah, dan dawa" memastikan bahwa semua bentuk transliterasi dari bahasa Arab terliputi, mengingat variasi dalam penulisan di berbagai sumber. Kata kunci "(new OR social AND media) OR internet" digunakan untuk mengkaji peran media baru, media sosial, dan internet dalam penyebaran dakwah.

Langkah keempat ialah melakukan analisis. Analisis bibliometrika terkait dengan proses (1) Mengungkap literatur dan konsep inti yang memandu suatu bidang keilmuan, dan (2) Menelusuri evolusi dari konsep, daya tarik, dan pertanyaan-pertanyaan yang melingkupi suatu bidang keilmuan dari waktu ke waktu (Gilbert, 1977; Paisley, 1989).

Langkah kelima dan terakhir ialah pelaporan. Penelitian ini kemudian menggunakan piranti lunak bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017) dalam menghasilkan laporan bibliometrika dalam bentuk visual.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis menggunakan bibliometrix menunjukkan bahwa data penelitian yang bersumber dari Scopus terkait dengan dakwah di media baru terhimpun dalam 799 dokumen pada rentang waktu 1973 hingga 2024. Ditemukan 1523 penulis yang memiliki ketertarikan pada bidang penelitian ini, dengan 376 di antaranya adalah penulis tunggal. Kata kunci penulis berjumlah 2238, mencerminkan beragam topik yang dibahas. Rata-rata usia dokumen adalah 7.53 tahun, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 7.1%. Ditemukan bahwa literatur yang ada dalam data penelitian ditulis oleh rata-rata 2.04 penulis dan dikutip sebanyak rata-rata 10.41 kutipan per dokumen. Kerja sama internasional mencapai 12.27%, menunjukkan kolaborasi lintas negara yang cukup signifikan dalam bidang ini. Total referensi yang dikutip mencapai 35,991 rujukan.

Literatur tertua yang tertangkap dalam penelitian ini terkait dengan bagaimana komunikasi massa mempengaruhi pandangan perempuan di Turki terkait peran mereka sebagai istri di era modern (Fox, 1973). Adapun, literatur pertama yang menyentuh konteks media baru dan internet ialah karya Ghaffari-Farhangi (1998), yang mendiskusikan bagaimana masyarakat Islam memosisikan diri mereka di tengah media baru. Beberapa kalangan mennganggap bahwa umat muslim ialah korban dari perubahan paradigma media, dimana sebagian besar kalangan berupaya untuk menghambat adaptasi media baru di masyarakat muslim. Adapun, terdapat sekelompok kecil muslim yang mulai mencoba untuk menyebarkan pesan-pesan Islam melalui internet. Pionir dakwah di media baru ialah sekelompok mahasiswa muslim di University of Oklahoma, yang menyebut mereka sebagai 'Cybermuslims'. Kelompok tersebut menganggap bahwa apa yang mereka lakukan ialah sebagai 'Jihad Digital'. Pada masa tersebut, setidaknya terdapat sekitar 30 himpunan mahasiswa muslim Amerika Serikat yang aktif di Internet, dan tergabung dalam jejaring Muslim Student Network. Kelompok-kelompok 'cybermuslim' pada masa itu menggunakan internet untuk

(1) menggalang dukungan kepada Palestina dan (2) sebagai ‘suaka’, tempat mengadu tentang diskriminasi yang mereka dapatkan (Ghaffari-Farhangi, 1998, hal. 276).

Literatur yang paling banyak dikutip secara global (410 kali) berupa buku karya Howard (2010) yang memaparkan bagaimana internet memfasilitasi pergerakan politik masyarakat muslim. Literatur yang paling banyak dikutip oleh literatur lain dalam penelitian ini (9 kali) ialah karya Slama (2017) yang menggambarkan bagaimana sosial media mempengaruhi kehidupan ekonomi para juru dakwah di Indonesia. Referensi eksternal yang paling banyak dirujuk (24 kali) ialah buku karya Bunt (2003) yang menggambarkan kehidupan kaum muslim di era digital. Penelitian-penelitian pilar tersebut menunjukkan ketertarikan yang ada sejak lama terkait dengan bagaimana media dan internet mempengaruhi kehidupan masyarakat muslim.

Peneliti yang paling konsisten dalam data bibliometrika ini ialah Gary R. Bunt (1999) yang memulai penelitiannya dalam mengkaji bagaimana internet menjadi suatu alat komunikasi dalam mengekspresikan identitas keislaman dari individu di Inggris. Kajian terbarunya membahas perjalanan bagaimana Al-Quran dapat hadir di internet (Bunt, 2021). Menurutnya, kehadiran Al-Quran di internet merupakan hal yang signifikan karena menunjukkan adanya upaya bersama dalam melampaui keterbatasan teknologi internet, yang mana pada awal perkembangannya masih terbatas menggunakan abjad latin. Ironisnya, awal kehadiran Al-Quran di internet sebagian besar terwujud atas sumbangsih para pengguna internet dari Amerika Utara dan Eropa, sementara para ulama tidak dapat memberikan sumbangsih yang berarti dan malah berdebat untuk mengharamkan akses internet.

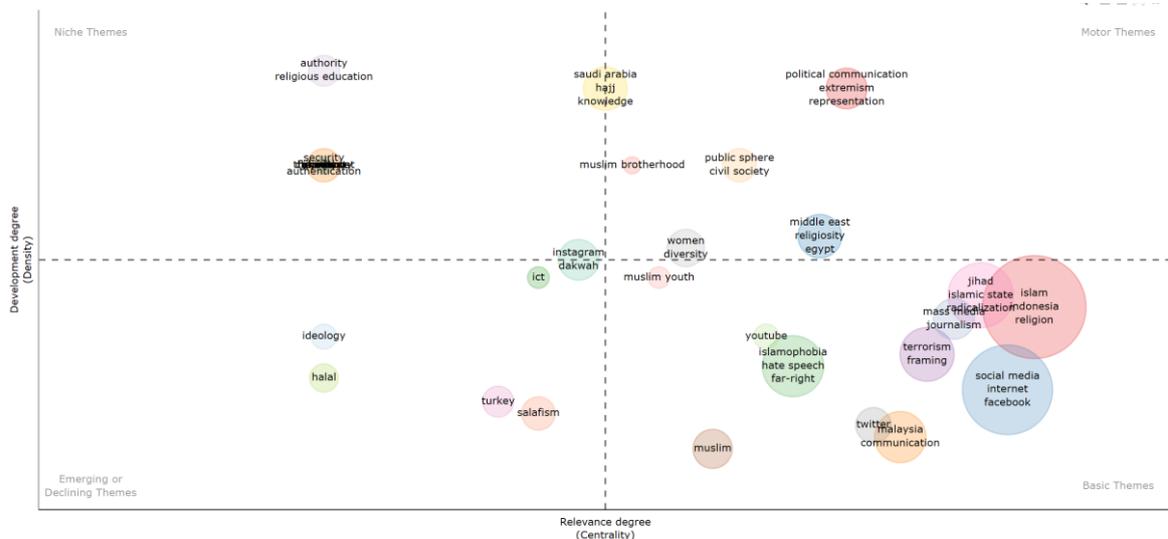
Peneliti yang paling produktif dalam data bibliometrika ini ialah Göran Larsson yang tercatat menulis 7 artikel. Kajian pertama dari Larsson menghadirkan pemikiran bahwa bagaimana teknologi internet dapat membantu melawan isu islamofobia (Larsson, 2007). Momentum paling produktifnya berada pada tahun 2013, dimana ia berperan sebagai salah satu editor dan penulis pada buku yang berjudul “*Muslims and the New Information and Communication Technologies*” (Hoffmann & Larsson, 2013). Buku tersebut membahas bagaimana media baru (yang awal perkembangannya didominasi oleh pengguna yang ‘melek’ teknologi) kini digunakan oleh masyarakat ‘umum’, dimana sepersepuluh pengguna internet ialah kaum muslimin.

Total institusi yang tercatat dalam data penelitian ini ialah 533 lembaga. Lembaga yang paling banyak menaruh perhatian terkait dengan dakwah di media baru sebagian besar berasal dari regional Asia. Ditemukan bahwa institusi dengan afiliasi terbanyak (dengan jumlah lebih dari sepuluh) berasal dari University of Malaya (12), Internasional Islamic University Malaysia (11), UIN Sumatera Utara (11), Southern Medical University China (10) Universiti Sains Malaysia (10), dan Universiti Teknologi Mara (10).

Terdapat 69 negara yang terlibat dalam kajian ini. Adapun, sepuluh besar negara yang paling produktif dalam menghasilkan publikasi ilmiah adalah Amerika Serikat (253), Indonesia (231), Malaysia (177), Inggris (123) dan Australia (75), Jerman (50), India (46), Arab Saudi (43), Belanda (35) dan Kanada (30). Sementara itu, dokumen yang paling banyak dikutip berasal dari negara: Amerika Serikat (total kutipan 1152), Inggris (530), Australia (340), Malaysia (335), Kanada (308), Jerman (249), Indonesia (237), Arab Saudi (237) Swedia (164) dan Selandia Baru (134). Data ini menunjukkan adanya anomali terkait dengan Indonesia. Perbandingan antara jumlah produksi artikel dan total kutipan menunjukkan kualitas relatif dari luaran penelitian (Hirsch, 2005). Dalam kata lain, luaran penelitian dari Indonesia –walaupun relatif banyak, belum bisa menarik perhatian dunia. Diperlukan upaya bersama guna mewujudkan Indonesia (yang notabene adalah negara mayoritas muslim terbesar) untuk menjadi *state of the art* kajian dakwah di media baru.

Terkait dengan konsep inti suatu bidang kajian, piranti lunak bibliometrix menyediakan fitur *thematic analysis*. Fitur ini memungkinkan peneliti dalam mengetahui derajat perkembangan dan relevansi dari tema yang ada dalam suatu data bibliometrika. Kata kunci yang ada dalam data bibliometrika dikelompokkan dalam suatu gugusan tema. yang Semakin ke atas, suatu gugusan tema

dianggap semakin padat, dimana semakin ke kanan, suatu tema dianggap semakin relevan; begitu juga sebaliknya. Ukuran gelembung merepresentasikan kemunculan kata kunci dalam suatu gugusan tema (Aria & Cuccurullo, 2017). Hasil analisis peta tematis dapat dilihat pada Gambar 1.

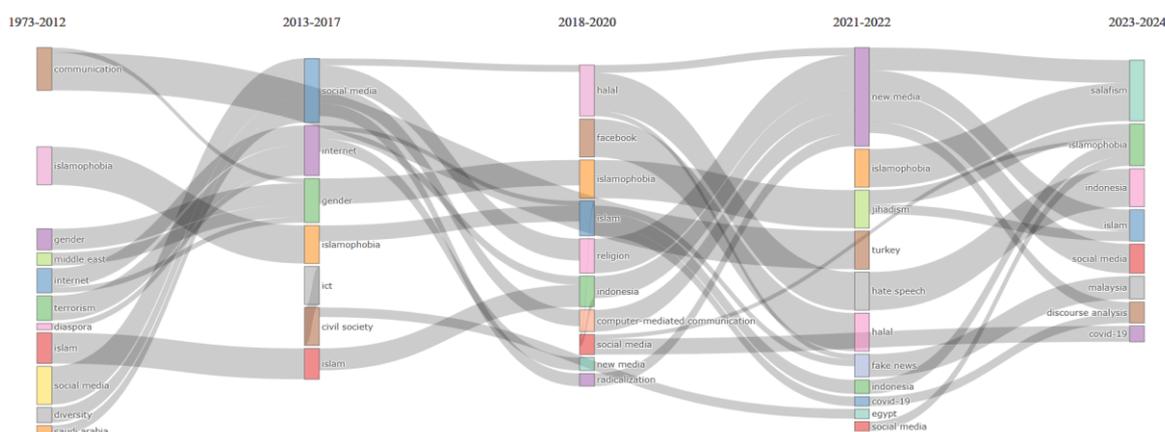


Gambar 1, Analisis Peta Tematis dari data bibliometrika terkait dengan dakwah media baru

Pada penelitian ini, tema-tema yang timbul dan tenggelam (memiliki perkembangan fluktuatif) terkait dengan tema ideologi, halal, turki, salafisme dan ICT (teknologi informasi komunikasi). Sementara itu, instagram dan dakwah berada di posisi sentral, baik relevansi dan perkembangannya. Tergabung dalam tema *niche* (ceruk) ialah tema-tema terkait dengan yang menunjukkan bahwa dakwah di media baru dapat dimanfaatkan untuk mendefinisikan kembali otoritas keagamaan dan mengembangkan pendidikan keagamaan bagi para pemuda. Adapun, aspek seperti keamanan dan otentikasi perlu senantiasa diperhatikan, mengingat bahwa internet merupakan media yang rentan diretas.

Tema-tema mendasar (*basic themes*) yang ada dalam penelitian ini terkait dengan negara mayoritas muslim, sosial media dan sikap para penggunanya terkait dengan dakwah di era media baru. Ditemukan masih ada unsur islamofobia yang laten yang digambarkan dengan kemunculan isu-isu seperti jihad, negara Islam, radikalisasi, dan terorisme. Tema-tema penggerak terkait dengan bagaimana dakwah di media baru menjadi bagian dalam ranah publik dan sebagai bentuk pengejawantahan masyarakat madani (*civil society*). Hal ini juga diperkuat dengan adanya tema seperti perempuan dan kebinekaan. Gugusan tema yang paling padat dan berkembang kemudian terkait dengan komunikasi politik, ekstremisme dan keterwakilan.

Analisis kedua terkait dengan evolusi tematis. Dengan menyertakan variabel waktu kepada tema-tema yang ada dalam kata kunci, analisis bibliometrika dapat mengelompokkan karakteristik isi, lintasan, reorganisasi, dan kemunculan dari suatu tema (Galeano-Barrera et al., 2022). Hasil analisis evolusi tematis dapat dilihat pada Gambar 2.

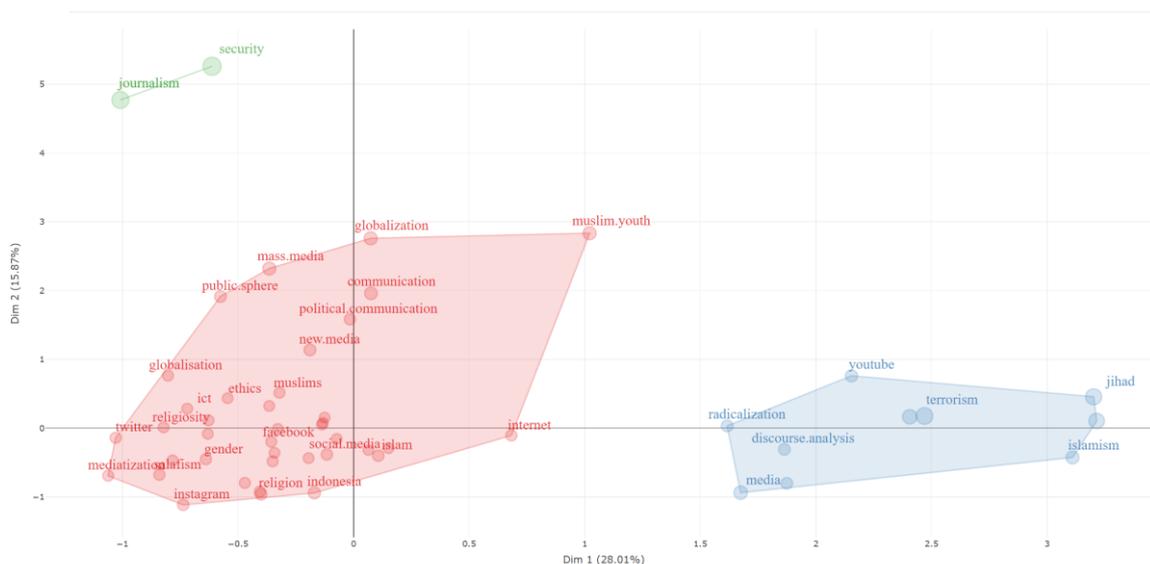


Gambar 2, Analisis Evolusi Tematis dari data bibliometrika terkait dengan dakwah media baru

Pada periode awal 1973-2012, topik yang dominan adalah komunikasi dan islamophobia. Pada periode 2013-2017, fokus bergeser ke media sosial, internet, dan gender, menunjukkan adaptasi dakwah terhadap platform digital. Pada periode 2018-2020, perhatian meningkat pada halal, Facebook, dan islamophobia. Selanjutnya, pada 2021-2022, topik utama meliputi media baru, islamophobia, dan jihadisme, mencerminkan isu-isu kontemporer yang lebih kompleks. Di periode terbaru 2023-2024, salafisme, islamophobia, dan Indonesia menjadi topik utama, menunjukkan peningkatan spesifik dalam kajian regional dan ideologis terkait dakwah di media baru.

Ditemukan bahwa tema media baru yang muncul pada periode 2018-2020 dipicu oleh tema internet dari 2013-2017. Adapun, tema media baru yang ada pada periode 2021-2022 terbentuk atas berbagai wacana seperti isu halal, agama, Indonesia, CMC dan radikalisasi. Hal ini menunjukkan bahwa media baru dalam konteks dakwah tidak hanya hadir secara serta-merta akibat adanya internet, namun juga dilandasi oleh berbagai isu yang melingkupinya. Sementara itu, isu yang paling laten dan ada dalam tiap perkembangan wacana ialah islamofobia, tidak seperti tema terorisme yang hanya membekas di periode 1973-2012. Artinya, ‘trauma’ dari kejadian terorisme yang didalangi kelompok radikal yang mengatasnamakan Islam seperti Al-Qaeda dan peristiwa 9/11 masih ada dan menghadirkan luka lama yang membekas. Adapun, pada perkembangan berikutnya, isu islamofobia mempengaruhi tema jihadisme. Implikasi dari temuan ini ialah; para pelaku dakwah di media baru mesti sadar dengan adanya trauma yang mendalam dari kalangan eksternal ketika berhadapan dengan isu Islam. Atas kesadaran inilah, dakwah di media baru kemudian terkait dengan upaya memperbaiki citra Islam di mata dunia.

Analisis yang ketiga yang dilaksanakan dalam penelitian ini ialah analisis faktorial. Analisis tersebut terkait dengan metode statistika yang diterapkan untuk menemukan korelasi dan hubungan antar faktor (Nettleton, 2014). Dalam konteks bibliometrika, analisis faktorial digunakan untuk memetakan struktur konsep dari suatu bidang berdasarkan frekuensi kata dalam suatu kelompok bibliografi. Hal ini dapat memberikan wawasan untuk kalangan akademis dan praktisi untuk memahami hubungan antara tema utama dan sub-tema lainnya yang mungkin muncul (Zaidan et al., 2023). Hasil analisis faktorial ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3, Analisis Faktorial dari data bibliometrika terkait dengan dakwah media baru

Analisis faktorial terkait dakwah di media baru ini menunjukkan tiga kelompok utama topik penelitian. Kelompok pertama (ditandai dengan warna hijau) mencakup topik seperti keamanan dan jurnalisme, menyoroti perhatian pada aspek keamanan dan peliputan media dalam dakwah. Kelompok kedua (ditandai dengan warna merah) mencakup topik seperti globalisasi, komunikasi politik, media baru, dan pemuda Muslim, menunjukkan fokus pada pengaruh globalisasi dan peran pemuda dalam dakwah melalui media baru. Kelompok ketiga (ditandai dengan warna biru) mencakup topik seperti YouTube, radikalisasi, jihad, dan analisis wacana, menunjukkan perhatian pada penggunaan platform media sosial dan isu-isu radikalisasi serta ekstremisme dalam konteks dakwah. Pembagian ini menunjukkan variasi fokus penelitian dakwah di media baru, dari aspek keamanan hingga peran pemuda dan tantangan radikalisasi.

Interpretasi dari analisis faktorial ialah berdasarkan posisi relatif dari titik dan distribusinya pada suatu dimensi; sebagaimana kata-kata yang berkaitan akan cenderung berdekatan (Aria & Cuccurullo, 2017, hal. 969). Gugusan merah kemudian dapat dinyatakan sebagai tema inti dari dakwah media baru. Hal ini karena gugusan merah berada pada posisi relatif di tengah, dan memiliki tema-tema terkait dengan gagasan yang mengandung pesan, media, dan lingkup yang dapat berkorelasi dengan dakwah di media baru. Sementara itu, gugusan biru terkait dengan ‘stigma negatif’ yang disandangkan kepada Islam.

Berdasarkan analisis bibliometrika yang telah dilaksanakan kita dapat menyimpulkan apa yang termasuk dan tidak termasuk dalam konteks dakwah di era media baru. Yang termasuk dakwah di era media baru terkait dengan segala bentuk upaya dalam mempromosikan Islam melalui saluran yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi (internet). Yang tidak termasuk dakwah di era media baru kemudian terkait dengan penyampaian pesan berbau terorisme, radikalisme, ekstremisme, jihadisme, ujaran kebencian, berita bohong dan isu-isu lainnya yang dapat mencoreng nama baik Islam (selanjutnya disebut sebagai stigma negatif).

Terdapat suatu temuan yang menarik yang ditunjukkan dari hasil analisis bibliometrika yang telah dilaksanakan. Bahwasanya, terdeteksi kemunculan tema yang terkait dengan komunikasi politik sebagai tema penggerak. Secara formal, komunikasi politik didefinisikan sebagai “produksi dan pengaruh dari pesan politis, kampanye dan pariwisata yang melibatkan media massa” (Chandler, 2011). Sementara itu, dalam makna yang lebih halus, komunikasi politik didefinisikan sebagai

“pertukaran informasi, pesan dan simbol ...guna mencapai keseimbangan kekuatan dalam tatanan masyarakat” (McLeod et al., 2009). Pelaku dakwah seyogyanya tidak naif dan memahami bahwa media massa –dan internet, senantiasa terikat dengan kepentingan para pemanggunya. Acap ditemukan bahwa sosial media secara sepihak menyensor akun dan konten terkait dengan Islam (Miladi, 2023). Ini menunjukkan adanya ketimpangan kekuatan, dimana para pelaku dakwah harus bisa teguh dalam pendiriannya dan memperjuangkan kesetaraannya di media baru. Kekuasaan di tangan yang tepat tentunya akan mengarah kepada kebaikan.

Secara historis, diriwayatkan bahwa Sultan Sulaiman al-Qanuni (di belahan dunia barat dikenal sebagai Suleiman I the Magnificent) pada masa kepemimpinannya pernah mengirimkan surat kepada Raja Perancis untuk menegur praktik dansa yang sedang menjadi tren. Bukanlah dansanya yang bermasalah, namun praktik berdua-duaan dengan lawan jenis dan menjadi tontonan di depan umum yang menjadi persoalan. Dikhawatirkan bahwa kegiatan yang mendekati zina tersebut dapat menular ke masyarakat kesultanan Usmani pada masa itu. Dikabarkan bahwa Perancis berhenti berdansa selama 100 tahun sejak surat tersebut diterima (Efendi, 2017). Pada masa tersebut, sebenarnya bukan hanya kalangan muslim yang mengecam perbuatan tidak senonoh di muka umum, melainkan juga para pemuka agama Kristen (cf. Brundage, 2009). Apa yang dilaksanakan oleh Sultan Sulaiman ini dapat dinilai tidak hanya sebagai bentuk unjuk kekuatan politik, namun juga sebagai bagian dari inti dakwah itu sendiri: *amar ma'ruf nahi munkar* –mengajak kepada kebaikan dan melarang kepada keburukan. Dengan demikian, upaya dakwah perlu senantiasa disokong oleh kekuatan politik guna mencapai tujuan mulianya.

Terkait dengan komunikasi politik, Gambar 1 menunjukkan bahwa adanya isu otoritas yang menjadi tema *niche* (ceruk) dalam pembahasan dakwah di era media baru. Kembali bahwa internet ialah medan dakwah yang memiliki banyak pemangku kepentingan. Isu otoritas ini mengajak kita berpikir kembali terkait siapa yang sebenarnya berhak dalam melaksanakan dakwah di era media baru. Apakah (a) asosiasi profesi dakwah, (b) pemerintah, atau (c) pengelola internet? Dalam konteks Indonesia, terdapat suatu wacana bahwa setiap pelaku dakwah diwajibkan mengikuti program sertifikasi, sehingga dakwah yang disampaikan sesuai dengan rambu-rambu yang ditetapkan (Kamaludin, 2024). Adapun, bergulir juga wacana Rancangan Undang-Undang Penyiaran yang dinilai akan membatasi hak untuk berekspresi di Internet (Pattiasina et al., 2024). Terakhir, perlu diingat bahwa internet ialah media komersial (Greenstein, 2000), sehingga apa-apa yang dianggap tidak menguntungkan bagi para pengelola internet dapat dientaskan begitu saja.

Menyikapi isu otoritas ini, mari kita kembali kepada kaidah fikih (yurisprudensi) dari kegiatan dakwah. Terdapat perbedaan pendapat terkait dengan status kewajiban dari dakwah. Sekelompok ulama memandang bahwa dakwah memiliki sifat fardu kifayah atau kewajiban bagi sebagian orang saja. Kelompok ulama lain menyatakan bahwa dakwah bersifat fardu ain, atau kewajiban bagi seluruh umat muslim (Asror, 2018, hal. 29). Berbicara terkait sebagian dan seluruh, maka yang patut diperhitungkan adalah populasi. Umat Islam merupakan seperempat dan populasi dunia (Pew Research Center, 2017) dan merupakan sepersepuluh dari pengguna internet (Hoffmann & Larsson, 2013). Sehingga, populasi muslim di dunia maya dapat dianggap sebagai perwakilan dari seluruh populasi muslim global. Dapat difatwakan bahwa telah jatuh kewajiban dakwah bagi setiap muslim yang ada di internet.

Kaitan hukum fikih dan otoritas berimplikasi kepada penegasan gagasan bahwa dakwah merupakan titah Ilahi. Asep Muhiddin (dalam Asror, 2018, hal. 34) menilai bahwa tujuan dari dakwah ialah membentangkan jalan Allah di atas bumi agar dapat dilalui oleh umat manusia untuk mencapai kebahagiaan. Dalam kata lain, ketika Tuhan berkehendak, manusia bisa apa? Artinya, selagi juru dakwah menyadari bahwa apa yang mereka lakukan sebagai bagian dari perintah Allah dan benar-benar mengikuti jalan-Nya, mereka tidak perlu gentar dan takut atas ancaman manusia. Demokrasi membuka peluang yang luas bagi siapa saja yang ingin terlibat dalam kegiatan dakwah serta mengabdikan kepada umat (Feillard, 2004). Maka, dakwah di media baru tidak terikat lagi dengan dikotomi *awwamun—arifun* (pemula dan mahir), melainkan terbuka bagi siapa saja yang peduli

terhadap keselamatan umat manusia. Fakta ini didukung dengan adanya fenomena bahwa algoritma sosial media dapat memunculkan tren internet yang tidak terduga (de Gemmis et al., 2015). Hal ini menjadi kesempatan dalam meningkatkan volume dakwah dengan melibatkan seluruh masyarakat Islam di dunia maya untuk meningkatkan kemungkinan pesan dakwah diangkat oleh algoritma sosial media dan menjadi tren di internet.

Pada Gambar 1, ditunjukkan juga bahwa terdapat suatu tema penggerak lain selain komunikasi politik. Tema tersebut berada pada gugusan ruang publik dan masyarakat sipil (*civil society*). Kedua tema tersebut dapat dikaitkan dengan pemikiran Habermas, dimana ruang publik ialah media yang menghubungkan antara kekuasaan dan masyarakat sipil (Seeliger & Sevignani, 2022). Pandangan klasik memandang masyarakat sipil terlahir atas upaya dalam melindungi para anggotanya dari kesewenang-wenangan kapitalisme. Serikat pekerja ialah salah satu contoh awal masyarakat sipil dalam pandangan klasik. Adapun, pandangan kontemporer melihat masyarakat sipil terkait dengan segala upaya yang secara langsung menantang atau membatasi pihak-pihak yang menggunakan kekuatan negara secara sewenang-wenang (Schwedler, 1995, hal. 1–5). Secara garis besar, tujuan dari suatu masyarakat sipil ialah kebahagiaan dari tiap-tiap individu yang ada di dalamnya (cf. Ferguson, 1996). Apa kemudian sangkut-paut masyarakat sipil dalam kajian dakwah di media baru?

Di kalangan cendekia muslim Indonesia, *civil society* acap didefinisikan dan diterjemahkan sebagai masyarakat madani (Feillard, 2004). Masyarakat madani sebagai konsep digagas oleh Muhammad Naguib al-Attas pada 1991 (Bakti, 2005, hal. 491). Gagasan masyarakat madani kemudian dipopulerkan dalam berbagai kesempatan. Momentum yang paling monumental ialah ketika Anwar Ibrahim pada tahun 1995 –yang kala itu menjabat sebagai wakil perdana menteri Malaysia, ketika ia memberikan pidatonya di sela kunjungannya ke Indonesia. Menurutnya, masyarakat madani ialah suatu sistem sosial yang makmur, yang berprinsip untuk menyeimbangkan hak individu dan stabilitas masyarakat. Secara etimologis, madani merujuk kota Madinah, tempat Nabi Muhammad berhijrah. Adapun, secara maknawi, madani dapat disangkutkan dengan kata *midan*, yang berarti ruang publik (Feillard, 2004). Terlepas dari nuansa islami yang dibawa oleh term ‘madani’, Bakti (2005, hal. 500) menyatakan bahwa masyarakat madani ialah terjemahan langsung yang valid dari *civil society* itu sendiri. Menggunakan pandangan tersebut, gagasan masyarakat madani dapat masuk ke dalam kerangka mazhab Habermas. Pada perkembangan selanjutnya, konsep masyarakat madani senantiasa dikaji oleh Nurcholis Majid dan lembaga Paramadina yang ia rintis. Bagi mereka, nilai-nilai terkait dengan masyarakat madani meliputi inklusivisme, pluralisme, integralisme, toleransi dan demokrasi (Bakti, 2005).

Gagasan terkait dengan masyarakat madani bukanlah tanpa kritik. Bakti (2003) menyatakan bahwa masyarakat sipil tidak akan ada tanpa adanya intervensi negara dalam meregulasikan masyarakat. Kembali kepada gagasan adanya masyarakat sipil ialah sebagai bentuk perlindungan dan perjuangan dalam menghadapi ancaman penyalahgunaan kekuatan negara yang sewenang-wenang. Feillard (2004) kemudian menunjukkan bagaimana para pendukung konsep masyarakat madani menggunakan Piagam Madinah sebagai landasan argumen mereka. Poin-poin yang digunakan ialah (1) baik masyarakat muslim maupun non-muslim hidup berdampingan di bawah kepemimpinan Nabi Muhammad; (2) terdapat tanggung jawab bersama untuk saling melindungi dari ancaman eksternal; dan (3) hak untuk beragama bagi setiap individu.

Kritik kedua dari Bakti (2005) ialah masyarakat madani bukanlah ‘masyarakat’ *per se*. Ia meminjam pemikiran Toennies (1988) yang membedakan antara *Gemeinschaft* (komunitas, *ummat*, *paguyuban*) dan *Gesellschaft* (masyarakat, *mujtama*’, *patembayan*). Gagasan inilah yang kemudian menjadi pisau analisis dalam membedah konsep masyarakat madani. Ditemukan bahwa Paramadina –sebagai institusi yang dianggap vokal dalam menyuarakan konsep masyarakat madani, memiliki landasan sistem sosial paguyuban (Bakti, 2005, hal. 496). Oleh karenanya, masyarakat madani dianggap berada pada posisi komunitas –gugusan komunikasi (cf. Underwood & Frey, 2007). Sebagaimana komunikasi ialah upaya dalam membangun budaya, masyarakat madani juga dapat

dianggap sebagai upaya dalam mempromosikan hak asasi manusia dan nilai-nilai serta kebenaran yang universal (Bakti, 2005, hal. 500).

Diskusi ini kemudian ditutup sebagaimana yang ditunjukkan oleh Ghaffari-Farhangi (1998), apa yang diupayakan oleh generasi pionir muslim di Internet ialah penyebaran nilai-nilai Islam dan juga perjuangan dalam pemenuhan hak-hak individu. Oleh karenanya, dakwah di media baru perlu senantiasa berada dalam spirit dan irama yang sama dengan para pendahulunya untuk mewujudkan suatu tatanan masyarakat yang ideal.

E. KESIMPULAN

Analisis bibliometrika yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa terdapat perkembangan yang signifikan terkait dengan dakwah di media baru. Adapun, selain sebagai bentuk penyebaran nilai-nilai Islam, dakwah di media baru sangat erat kaitannya dengan relasi kekuasaan. Dakwah di era media baru dapat dinyatakan sebagai pengejawantahan dari *civil society*. Internet ialah suaka dimana orang-orang berupaya untuk menemukan tempat bernaung dan mencari dukungan atas penindasan yang mereka alami di dunia nyata. Posisi internet sebagai suaka inilah yang memungkinkan kebebasan untuk berekspresi bagi para penggunanya, termasuk juga kalangan muslim. Adapun, diskriminasi dan stigma negatif yang ada di dunia nyata terhadap muslim kini semakin meluas di internet. Dakwah di media baru kemudian selaras dengan gagasan *civil society*, dimana sebagai upaya untuk melindungi suatu tatanan masyarakat dari penindasan dan kesewenang-wenangan kekuasaan.

Penelitian ini bukanlah tanpa cela, dimana banyak aspek yang perlu diperhatikan oleh peneliti di masa depan. Seiring dengan berjalannya penelitian, ditemukan bahwa terdapat penelitian dari tahun 1973 yang terjaring dalam penelitian ini. Sementara itu, kajian yang ‘benar-benar’ mengkaji masyarakat Islam di internet baru ada pada tahun 1998. Keputusan untuk menyertakan artikel tahun 1973 tersebut ialah selaras dengan prinsip analisis bibliometrika itu sendiri, dimana berupaya untuk menunjukkan nuansa evolusi dari bidang kajian. Artinya, penelitian tersebut penting bagi para peneliti untuk mengetahui permulaan wacana pengaruh media baru terhadap kehidupan muslim. Peneliti di masa mendatang dapat menggunakan strategi penyaringan yang lebih baku guna menghindari data yang bertentangan seperti ini, terutama terkait dengan tema yang terikat dengan waktu.

Implikasi teoretis dari kajian ini ialah penyegaran ulang (*refresh*) dari paradigma ilmu dakwah. Secara epistemologi, ilmu dakwah di media baru diprediksi akan semakin dekat dengan teori-teori komunikasi (*iqtibas*). Hal ini mengingat, relasi antar manusia yang dibangun melalui internet terkait dengan teori-teori CMC. Kemudian, mengingat dakwah di media baru kini telah menjadi suatu fenomena global, terdapat peluang yang luas bagi para peneliti dakwah untuk mengembangkan teori dari realitas yang ada di lapangan (*istiqra*). Adapun, kita tidak bisa melupakan sumber utama yang menjadi pedoman dakwah itu sendiri. Para peneliti dapat memanfaatkan teknologi yang semakin canggih untuk mengkaji Al-Qur’an dan Sunnah secara lebih mendalam (*istinbath*). Pada aspek aksiologi, nilai dakwah semakin jelas karena berdasarkan literatur-literatur terdahulu, dakwah di media baru selain merupakan upaya dalam penyebaran nilai-nilai Islam juga sebagai ekosistem dalam memperjuangkan kesejahteraan individu maupun masyarakat. Adapun, secara ontologi, dakwah di media baru dihadapkan dengan realitas yang semakin nyata terkait dengan stigma negatif yang masih melekat terhadap Islam di internet.

Implikasi praktis dari kajian ini adalah, dakwah di media baru dapat didefinisikan sebagai: segala upaya dalam mempromosikan nilai-nilai Islam yang universal melalui media berbasis internet dalam rangka memperjuangkan kesejahteraan individu dan mewujudkan masyarakat yang ideal. “segala upaya” terkait dengan posisi juru dakwah (*da'i*) dan metode (*ushlub*) yang mereka gunakan. Umat muslim di internet ialah representasi dari keseluruhan populasi masyarakat Islam, sehingga jatuh kepada mereka kewajiban untuk berdakwah. Oleh karenanya, dakwah di media baru tidak terikat dengan satu metode saja. Mereka harus dapat mengerahkan segala potensi dan talenta untuk

“mempromosikan nilai-nilai Islam”. Adapun, mereka tidak boleh ‘asyik sendiri’, mengingat masih banyak stigma negatif di kalangan eksternal terhadap Islam. Sehingga, apa yang dicari adalah persamaan “yang universal”. Dakwah di media baru harus dapat hadir dalam mengatasi kemungkaran yang bersifat global; misalnya perzinahan, penyalahgunaan narkoba, perjudian, dan segala bentuk kegiatan yang dianggap negatif secara umum. Pesan-pesan dakwah kemudian disalurkan melalui “media berbasis internet”. Talenta dakwah kini tidak hanya dapat disebarakan melalui media teks, gambar, audio dan video. Pelaku dakwah juga harus dapat masuk dan mahir dalam teknologi media baru yang lebih canggih, seperti *augmented reality*, *virtual reality*, dan bahkan *metaverse*.

Dakwah di media baru berada di ranah terbuka sehingga semakin relevan dengan konsep *civil society*. Artinya, dakwah harus bisa “memperjuangkan kesejahteraan individu”. Dalam Islam, kesejahteraan individu terkait dengan konsep *maqashid al-syariah*; dimana mengandung aspek agama, kehidupan, intelektualitas, keturunan dan harta benda. Dakwah di media baru kemudian harus bisa mengarahkan manusia untuk mencapai potensi tertingginya agar mereka berdaya dan sejahtera. Kumpulan individu yang sejahtera kemudian akan membentuk “masyarakat yang ideal”. *Civil society* atau masyarakat madani ialah gambaran suatu sistem sosial yang dicita-citakan itu. Diharapkan, dakwah di media baru dapat menuntun seluruh umat manusia ke arah keselamatan, baik di dunia nyata, dunia maya, dan kelak di akhirat.

Atas simpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan oleh para peneliti di masa mendatang. Banyak metode kajian pustaka yang patut dicoba dalam mengkaji fenomena dakwah di media baru seperti halnya *Systematic Literature Review*, *Systematic Mapping Studies* dan lain sebagainya. Kajian-kajian menggunakan metode tersebut diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bersifat ‘kulit’, melainkan juga dapat masuk ke dalam inti dari suatu bidang kajian. Saran kedua kemudian berkorelasi erat dengan temuan penelitian ini. Hal ini karena, metode kajian pustaka sistematis mengarahkan para peneliti untuk menyortir dan membaca secara menyeluruh literatur-literatur yang terkait dengan suatu bidang penelitian. Gagasan bahwa dakwah sebagai ejawantah dari *civil society* perlu dikaji lebih mendalam. Fakta-fakta relevan di lapangan perlu senantiasa diperoleh guna menemukan bukti konkret terkait dengan bagaimana dakwah dapat membentuk suatu tatanan masyarakat yang ideal.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix : An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Asror, A. (2018). *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*. LKiS Yogyakarta.
- Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G., & Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 377–386. https://doi.org/10.1162/qss_a_00019
- Bakti, A. F. (2003). Communication and Dakwah: Religious Learning Groups and Their Role In the Protection of Islamic Human Security and Rights for Indonesian Civil Society. In *Comparative Education, Terrorism and Human Security* (hal. 109–125). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1057/9781403982391_8
- Bakti, A. F. (2005). Islam and Modernity: Nurcholish Madjid’s Interpretation of Civil Society, Pluralism, Secularization, and Democracy. *Asian Journal of Social Science*, 33(3), 486–505. <https://doi.org/10.1163/156853105775013634>
- Bellis, N. De. (2009). *Bibliometrics and Citation Analysis: From the Science Citation Index to Cybermetrics*. Scarecrow Press.
- Brey, P., & Søraker, J. H. (2009). Philosophy of Computing and Information Technology. In *Philosophy of Technology and Engineering Sciences* (hal. 1341–1407). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-51667-1.50051-3>
- Brundage, J. A. (2009). *Law, Sex, and Christian Society in Medieval Europe*. University of Chicago Press.
- Bunt, G. R. (1999). islam@britain.net: ‘ British Muslim’ identities in Cyberspace. *Islam and Christian–Muslim Relations*, 10(3), 353–362. <https://doi.org/10.1080/09596419908721192>

- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the Digital Age*. Pluto Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt18fs6ck>
- Bunt, G. R. (2021). The Qur'an and the Internet. In *The Routledge Companion to the Qur'an* (hal. 384–393). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315885360-38>
- Burham, M. (2023). Bentuk Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Sistematis Literature Review. *Qawwam: The Leader's Writing*, 4(2).
- Chandler, D. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Cipta, H., & Zakirman, A.-F. (2024). A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW STUDY ON DA'WAH AND ISLAMIC ECONOMIC EMPOWERMENT. *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN*, 15(1), 102–131. <https://doi.org/10.32923/maw.v15i1.4358>
- Coe, K., & Scacco, J. M. (2017). Content Analysis, Quantitative. In *The International Encyclopedia of Communication Research Methods* (hal. 1–11). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0045>
- de Gemmis, M., Lops, P., Semeraro, G., & Musto, C. (2015). An investigation on the serendipity problem in recommender systems. *Information Processing & Management*, 51(5), 695–717. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2015.06.008>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah di Era Konvergensi Media. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 19–34. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.353>
- Efendi, L. (2017). *The Sickness of Tribalism*. Sahibul Saif. <https://sahibulsaif.wordpress.com/2017/09/09/the-sickness-of-tribalism/>
- Feillard, G. (2004). Adapting to Reformasi: Democracy, Human Rights, and Civil Society in the Indonesian Islamist Discourse. *Moussons*, 7, 17–37. <https://doi.org/10.4000/moussons.2461>
- Ferguson, A. (1996). *An Essay on the History of Civil Society* (F. Oz-Salzberger (Ed.)). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511806599>
- Fox, G. L. (1973). Some Determinants of Modernism among Women in Ankara, Turkey. *Journal of Marriage and the Family*, 35(3), 520. <https://doi.org/10.2307/350588>
- Galeano-Barrera, C. J., Arango Ospina, M. E., Mendoza García, E. M., Rico-Bautista, D., & Romero-Riaño, E. (2022). Exploring the Evolution of the Topics and Research Fields of Territorial Development from a Comprehensive Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 14(11), 6515. <https://doi.org/10.3390/su14116515>
- Ghaffari-Farhangi, S. (1998). The Era of Global Communication as Perceived by Muslims. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 60(4), 267–280. <https://doi.org/10.1177/0016549298060004001>
- Gilbert, N. G. (1977). Referencing as Persuasion. *Social Studies of Science*, 7(1), 113–122. <https://doi.org/10.1177/030631277700700112>
- Greenstein, S. (2000). The Evolving Structure of Commercial Internet Markets. In *Understanding the Digital Economy* (hal. 151–184). The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/6986.003.0009>
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 102(46), 16569–16572. <https://doi.org/10.1073/pnas.0507655102>
- Hoffmann, T., & Larsson, G. (Ed.). (2013). *Muslims and the New Information and Communication Technologies*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-7247-2>
- Howard, P. N. (2010). *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199736416.001.0001>
- Hutomo, H. T. N. (2020). *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah Rumaysho.com Terhadap Sikap Keberagamaan (Survei pada Followers Instagram @Rumaysho.com)* (Nomor 11160510000121).
- Ismandianto, Sazali, H., & Sikumbang, A. T. (2024). Bibliometric Analysis of the Radio Da'wah Research. *Jurnal Dakwah Risalah*, 35(1), 1–xx. <https://doi.org/10.24014/jdr.v35i1.28927>
- Kamaludin, M. (2024). Polemik Program Sertifikasi Dai: Studi Wacana Kritis di Media Massa. *Lenvari: Journal of Social Science*, 2(1), 25–41.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kuhn, T. (2020). The structure of scientific revolutions. In *Knowledge and Postmodernism in Historical Perspective*. Chicago. <https://doi.org/10.5840/philstudies196413082>
- Larsson, G. (2007). Cyber-Islamophobia? The case of WikiIslam. *Contemporary Islam*, 1(1), 53–67. <https://doi.org/10.1007/s11562-007-0002-2>
- Lazarsfeld, P. F. (1940). *Radio and the Printed Page; An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*. Duell, Sloan, and Pearce.
- McLeod, D., Kosicki, G., & McLeod, J. (2009). Political communication effects. *Media effects: Advances in theory and research*, 228–251.
- Miladi, N. (2023). *Global Media Coverage of the Palestinian-Israeli Conflict*. Bloomsbury Publishing.
- Nettleton, D. (2014). Selection of Variables and Factor Derivation. In *Commercial Data Mining* (hal. 79–104). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-416602-8.00006-6>
- Paisley, W. (1989). Bibliometrics, Scholarly Communication, and Communication Research. *Communication Research*, 16(5), 701–717. <https://doi.org/10.1177/009365089016005010>
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2
- Passas, I. (2024). Bibliometric Analysis: The Main Steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014–1025. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Pattiasina, R. J., Iqbal, M., Pratama, G. P. A., Fasya, R. R., & Triadi, I. (2024). RUU PENYIARAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM TATA NEGARA: MENJAGA KESEIMBANGAN ANTARA KEBEBASAN DAN REGULASI. *Quantum Juris: Jurnal Hukum Modern*, 6(3).
- Pew Research Center. (2017). *The Changing Global Religious Landscape*. Pew-Templeton Global Religious Futures Project. <https://www.pewresearch.org/religion/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>
- Powell, T. H., Kouropalatis, Y., Morgan, R. E., & Karhu, P. (2016). Mapping knowledge and innovation research themes: using bibliometrics for classification, evolution, proliferation and determinism. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 20(3/4), 174. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2016.077960>
- Rafols, I., Porter, A. L., & Leydesdorff, L. (2010). Science overlay maps: A new tool for research policy and library management. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(9), 1871–1887. <https://doi.org/10.1002/asi.21368>
- Romadi, P. (2020). Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas. *Idarotuna*, 2. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v2i2.9994>
- Sánchez-Cañizares, S., Castillo-Canalejo, A., & Cabeza-Ramírez, L. (2018). Sustainable Tourism in Sensitive Areas: Bibliometric Characterisation and Content Analysis of Specialised Literature. *Sustainability*, 10(5), 1525. <https://doi.org/10.3390/su10051525>
- Schwedler, J. (1995). Introduction: Civil Society and the Study of Middle East Politics. In *Toward Civil Society in the Middle East?* (hal. 1–32). Lynne Rienner Publishers. <https://doi.org/10.1515/9781685852740-003>
- Seeliger, M., & Sevnigani, S. (2022). A New Structural Transformation of the Public Sphere? An Introduction. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 3–16. <https://doi.org/10.1177/02632764221109439>
- Slama, M. (2017). A subtle economy of time: Social media and the transformation of Indonesia's Islamic preacher economy. *Economic Anthropology*, 4(1), 94–106. <https://doi.org/10.1002/sea2.12075>
- Toaza, B., & Esztergár-Kiss, D. (2024). Automated bibliometric data generation in Python from a bibliographic database. *Software Impacts*, 19, 100602. <https://doi.org/10.1016/j.simpa.2023.100602>
- Tonnies, F. (1988). *Community and Society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080871>
- Underwood, E. D., & Frey, L. R. (2007). Communication and Community: Clarifying the Connection Across the Communication Community. *Annals of the International Communication Association*, 31(1), 370–418. <https://doi.org/10.1080/23808985.2007.11679071>

- Walther, J. B. (2015). Social Information Processing Theory (CMC). In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (hal. 1–13). Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic192>
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. *MIS Quarterly*, 26(2), xiii--xxiii.
- Wrench, J. S., Punyanunt-Carter, N. M., & Thweatt, K. S. (2024). *Interpersonal Communication - A Mindful Approach to Relationships*. OpenSUNY.
- Zaidan, A. A., Alnoor, A., Albahri, O. S., Mohammed, R. T., Alamoodi, A. H., Albahri, A. S., Zaidan, B. B., Garfan, S., Hameed, H., Al-Samarraay, M. S., Jasim, A. N., & Malik, R. Q. (2023). Review of artificial neural networks-contribution methods integrated with structural equation modeling and multi-criteria decision analysis for selection customization. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 124, 106643.
<https://doi.org/10.1016/j.engappai.2023.106643>

