BENTUK KAJIAN DAKWAH DIGITAL DI INDONESIA : *SISTEMATIC LITERATURE REVIEW*

MUHAMMAD BURHAM
UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Email:
muhammadburham@gmail.com

ABSTRACT

Digital da'wah is becoming a bentukd in Indonesia, both as a da'wah activity and also as a research bentukd today. Digital da'wah exists because of the penetration of digital media technology innovation in preaching, and changes in society (mad'u) in accessing da'wah. This article aims to mapping the bentukds of digital da'wah research in Indonesia, using systematic literature review method. Systematic literature review in this article involves 200 research articles on digital da'wah obtained from Google Scholar and Crossref databases in the period 2005-2021. The research instrument for systematic literature review in this article uses the Publish or Perish app to collect metadata from Google Scholar and Crossref and data visualizations using VOSviewer applications. The results of the study in the form of: 1) Mapping clusters of research themes related to digital da'wah, 2) Looking at the network of authors of digital da'wah themes and which are often a reference of research in the field of digital da'wah, and 3) Seeing the shortcomings and novelty (novelty) in digital da'wah research.
Keyword : *Digital Da'wah, Systematic Literature Review*

ABSTRAK

Dakwah digital yang menjadi bentuk di Indonesia, baik sebagai aktivitas dakwah dan juga sebagai bentuk kajian saat ini. Dakwah digital ada karena terpaan teknologi media digital, inovasi da'i dalam berdakwah, dan perubahan masyarakat (mad'u) dalam mengakses dakwah. Artikel ini bertujuan untuk memetakan bentuk kajian dakwah digital di Indonesia, dengan menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis (*systematic literature review*). Tinjauan Pustaka sistematis di artikel ini melibatkan 200 artikel kajian tentang dakwah digital yang didapatkan dari database *Google Scholar* dan *Crossref* dengan rentang tahun 2005-2021. Instrumen kajian untuk tinjauan pustaka sistematis di artikel ini menggunakan aplikasi *Publish or Perish* untuk mengumpulkan metadata dari *Google Scholar* dan *Crossref* dan visualisasi data menggunakan aplikasi *VOSviewer.* Hasil kajian berupa : 1)Pemetaan kluster tema-tema kajian yang berkaitan dengan dakwah digital, 2) Melihat jaringan para penulis tema dakwah digital dan yang sering menjadi rujukan kajian dalam bidang dakwah digital, dan 3) Melihat kekurangan dan kebaruan (*novelty*) dalam kajian dakwah digital.
Kata Kunci : *Dakwah Digital, Tinjauan Pustaka Sistematis*

I. PENDAHULUAN

Dakwah sebagai aktivitas menyeru kepada kebaikan yang memiliki muatan pesan akidah, syariah maupun muamalah telah melampaui berbagai perkembangan zaman.[1] Perkembangan zaman ini, salah satunya bisa ditandai dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang mengkategorisasikan tipologi dakwah menjadi dakwah di media massa konvensional dan dakwah di media digital (*new media*). Dakwah di media massa konvensional seperti dakwah di koran, majalah, radio dan televisi. Karakteristik dakwah di media konvensional lebih ke komunikasi searah dan ada proses *gatekeeping* yaitu proses penyaringan informasi sebelum disebarluarkan ke audien[2]. Sedangkan dakwah di media digital mempunyai karateristik seperti adanya jejaring (*network*), berisi informasi (*information*), bersifat *interface,* bisa diarsipkan (*archive*), berlangsung pada saat itu juga (*realtime)* dan adanya interaktifitas (*interactivity*)[3]. Dakwah di media digital seperti seperti dakwah di website, dan media sosial, seperti Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp dan aplikasi lainnya.

Dakwah di media digital menjadi bentuk saat ini, baik sebagai aktivitas dakwah maupun sebagai riset tentang dakwah. Aktivitas dakwah digital merupakan kegiatan praktisi dakwah (da'i) dan juga audien (mad'u) di media digital. Sedangkan riset tentang dakwah digital merupakan sumbangsih ilmuan atau akademisi dalam menganalisa fenomena dakwah yang bisa ditemui di literatur baik di buku, jurnal, maupun prosiding. Dakwah digital yang menjadi bentuk saat ini dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu : 1) Terpaan teknologi media digital, 2) Inovasi da'i dalam berdakwah, dan 3) Perubahan masyarakat (mad'u) dalam mengakses media dakwah.

Faktor terpaan teknologi media digital ini ditandai dengan masuknya internet di Indonesia sejak tahun 1995, dan kemudian muncullah media online seperti Republika, tempointeraktif.com (1995), kompas.com dan detik.com (1998) dan di tahun 19992000 media online menjadi sangat popular di Indonesia[4]. Di era tahun 2010 muncullah fenomena penggunaan media sosial. Orang Indonesia tergolong aktif sebagai pengguna media sosial tercatat di tahun 2015 sebanyak 64 juta penduduk Indonesia memiliki akun Facebook (pengguna tertinggi nomor 4 di dunia), sementara itu ada 20 juta penduduk Indonesia yang mempunyai akun Twitter (pengguna tertinggi nomor 4 di dunia)[5]. Satu dekade setelahnya, di tahun 2021 penetrasi pengguna media sosial meningkat selama pandemi COVID-19 sebesar sebesar 170 juta pengguna. Urutan aplikasi media sosial favorit yang digunakan masyarakat Indonesia yaitu YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook,dan Twitter dengan rata-rata penggunaan sebesar tiga jam 14 menit sehari [6].

---

[1] Asna Istya Marwantika, ―Pemetaan aliran pemikiran dakwah ditinjau dari periodisasi gerakan dakwah dan konsep keilmuan,‖ *qalamuna: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama* 7, no. 01 (April 25, 2015): 17–37, https://doi.org/10.37680/qalamuna.v7i01.364.

[2] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

[3] Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru :Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, 1st ed. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 60.

[4] Yanuar Nugroho, Andriani Dinita Putri, and Shita Laksmi, ―Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia,‖ 2012, 81–84.

[5] Ross Tapsell, *Kuasa Media Di Indonesia* (Tangerang: Margin Kiri, 2018), 5.

[6] Kompas.com, ―Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia _Melek' Media Sosial,‖ 2021, https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-pendudukin donesia -melek-media-sosial.

[7] Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru :Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, 197.

Faktor terpaan media digital ini turut mengubah lanskap dakwah di Indonesia menuju dakwah digital. Aktifitas dakwah digital dapat dilihat dari ekspresi dan representasi Islam meliputi konteks komunikasi keagamaan yang dimediasi oleh fitur-fitur media digital, gerakan-gerakan sosial keagamaan yang muncul melalui komunitas-komunitas internet, dan upaya sistematis untuk memfasilitasi interaksi dakwah yang dilakukan secara online.

Faktor kedua, tentang inovasi da'i dalam berdakwah bisa dilihat dari banyaknya da'i baik dari otoritas keagamaan ataupun dari personal da'i yang merambah dakwah digital. Secara teknis fenomena dakwah digital dapat diidentifikasi melalui beragam ekspresi secara umum dapat dikategorikan dalam 5 (lima) kategori besar yakni website Islam, media sosial Islam, file sharing, chat Islam dan aplikasi Islam di playstore [7]. Website Islam ini bisa seperti nu.or.id, muhammadiyah.or.id, muslim.or.id, islami.co, yufid.com. Media sosial seperti YouTube menurut Akmaliah tercatat ada lima akun otoritas agama Islam yang popular di youtube seperti Yufid TV 491ribu subscriber, Rodja TV 136 ribu subscriber, Ammar TV 405 ribu subscriber, Aswaja Tube 47 ribu subscriber, dan tvMU 7 ribu subscriber [7]. Sedangkan dakwah di youtube dari personal da'i/ kyai/ ustadz/ gus menurut Mukarom tercatat per April 2020 ada lima channel terbanyak dari segi subscriber diantaranya : Buya Yahya 2,08 juta subsciber, Hanan
Attaki, 1,16 juta subscriber, Abdul Somad 749 ribu subscriber, Adi Hidayat 696 ribu subscriber dan Abdullah Gymnastiar sebanyak 353 ribu subscriber [8]. Dakwah menggunakan aplikasi Islami seperti aplikasi Aa Gym Official App yang berisi fitur Motivasi Hari Ini, Ceramah Aa Gym, Social Media, Donasi Online, Streaming, Umrah & Haji, Info&Jadwal, Info Niaga dan Daarut Tauhiid [9].

Faktor ketiga, tentang perubahan masyarakat (mad'u) dalam mengakses dakwah digital secara signifikan membawa perubahan pola produksi, distribusi, maupun konsumsi pesan. Perubahan-perubahan yang terjadi terkait dengan media baru, membawa perubahan pada karakter audiens, terkait dengan relasi antara media dengan audiens. Pada era digital, beriring perkembangan *user generated content*, bentuk media interaktif mulai berkembang. Konsekwensi keberadaan media digital bisa mengubah jejaring muslim, mengubah *public sphere* Islam dan pergeseran otoritas keagamaan tradisional [10]. Perkembangan konsep audiens akibat dari perkembangan media membawa beberapa konsekuensi menarik. Derajat interaktivitas yang lebih tinggi dalam media baru dianggap mempunyai peluang untuk menyeimbangkan kekuasaan audiens dengan media, yang selama ini berperan sebagai pengontrol. Partisipasi aktif dari audiens dianggap sebagai _kejayaan' baru bagi individu-individu yang selama ini hanya bertindak sebagai audiens pasif saja. Hanya saja, ada beberapa hal lain yang membuat optimisme itu menjadi kabur,

---

[7] W akmaliah, ―the demise of moderate islam: new media, contestation, and reclaiming religious authorities,‖ *indonesian journal of islam and muslim societies* 10, no. 1 (2020): 1–24, https://doi.org/10.18326/ijims.v10i1.1-24.

[8] zaenal mukarom, imron rosyidi, and faisal muzzammil, ―mediatization of da ' wah in disruption era (study of islamic da 'wah in social media),‖ *american journal of humanities and social sciences research (ajhssr)* 4, no. 9 (2020): 190–202.

[9] moch fakhruroji, ―digitalizing islamic lectures: islamic apps and religious engagement in contemporary indonesia,‖ *contemporary islam*, 2019, https://link.springer.com/article/10.1007/s11562018-0427-9.

[10] asep m. Iqbal, ―internet, identity and islamic movements: the case of salafism in indonesia,‖ *islamika indonesiana* 1, no. 1 (june 7, 2014): 81, https://doi.org/10.15575/isin.v1i1.42.

seperti radikalisme, informasi hoaks dan *echo chamber* (ruang gema) yang harus diperhatikan dalam dalam aktifitas dakwah[11].

Dari ketiga faktor di atas, menandai aktifitas dakwah di media digital berlangsung sangat cepat dan adaptif menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Tetapi apakah kecepatan dalam aktifitas dakwah ini seiring dengan riset yang dilakukan oleh para akademisi. Oleh karena itu artikel ini lebih melihat bentuk riset tentang dakwah digital di Indonesia, dengan menganalisis sebagai berikut : 1)Pemetaan kluster tematema kajian yang berkaitan dengan dakwah digital, 2) Melihat jaringan para penulis tema dakwah digital dan yang sering menjadi rujukan kajian dalam bidang dakwah digital, dan 3) Melihat kekurangan dan kebaruan (*novelty*) dalam kajian dakwah digital.

II. METODE PENELITIAN

Metode kajian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode tinjauan pustaka sistematis (systematic literature review). *Systematic Literature Review* merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi kajian atau riset tertentu dan pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi kajian yang terkait pada fokus topik tertentu. Tujuan dari *Systematic Literature Review* adalah untuk mengidentifikasi, mengkaji, mengevaluasi, dan menafsirkan semua kajian yang tersedia dengan bidang topik kajian yang menarik, dengan pertanyaan kajian tertentu yang relevan[12]. Tinjauan literatur ini juga bermaksud memberikan karakterisasi dan gambaran terkait bentuk riset, metode, dan coverage fields yang dikaji dalam kajian terkait basis data digital literatur ilmiah pada rentang waktu tertentu[13].

Adapun untuk mempermudah tahapan proses dan cara kerja *Sistematic Literature Review* seperti di bawah ini :

Tabel 1. Tahapan Proses *Sistematic Literature Review*

Nomor	Tahapan Proses	Tujuan
1	Identifikasi pertanyaan kajian	Melakukan transformasi masalah menjadi pertanyaan kajian
2	Mengembangkan protokol kajian systematic review	Memberikan penuntun dalam melakukan systematic review
3	Menetapkan lokasi data-base hasil kajian sebagai wilayah pencarian (misalnya Scopus, Web of Science, Google Scholar, Crossref)	Memberikan batasan wilayah pencarian terhadap hasil kajian yang relevan
4	Seleksi hasil-hasil kajian yang relevan	Mengumpulkan hasil-hasil kajian yang relevan dengan pertanyaan kajian

[11] asna istya marwantika, ―potret dan segmentasi mad'u dalam perkembangan media di indonesia,‖ *jurnal al-adabiya*, vol. 14, august 29, 2019, https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100.

[12] E triandini et al., ―metode systematic literature review untuk identifikasi platform dan metode Pengembangan sistem informasi di indonesia,‖ *indonesian journal of information systems (ijis*, vol. 1, accessed july 2, 2021, https://www.google.com.

[13] aris yaman et al., ―tinjauan pustaka sistematis pada basis data pustaka Digital: bentuk riset, metodologi, dan coverage fields,‖ *baca: jurnal dokumentasi dan informasi* 40, no. 1 (may 14, 2019): 1, https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i1.481.

5	Pilih hasil-hasil kajian yang berkualitas	Melakukan eksklusi dan inklusi terhadap kajian yang akan dimasukkan dalam systematic review berdasarkan kualitas artikel
6	Ekstraksi data dari studi individual	Melakukan ekstraksi data dari studi individual untuk mendapatkan temuan pentingnya
Nomor	**Tahapan Proses**	**Tujuan**
7	Sintesis hasil dengan metode metaanalisis (kalau memungkinkan), atau metode naratif (bila tidak memungkinkan)	Melakukan sintesis hasil dengan teknik metaanalisis (forest plot) atau teknik naratif (metasintesis)
8	Penyajian hasil Menuliskan hasil kajian dalam dokumen	menuliskan laporan hasil systematic review

Sumber: Perry & Hammond, *Systematic Literature Review*[14]

Tahapan proses Systematic Literature Review diatas membutuhkan bantuan aplikasi untuk mempermudah prosesnya. Aplikasi yang digunakan adalah Publish or Perish dan VOSviewer. Kedua aplikasi ini merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk melakukan analisis bibliograpi. Publish or Perish didesain bisa menggambarkan metrik sitasi dari metadata yang diambil dari lembaga pengindeks seperti Google Scholar, Crossref, Scopus, Web of Science, Microsoft Academic dan Pubmed. Aplikasi Publish or Perish bisa mencari penulis, nama publikasi, judul, kata kunci, bisa memetakan rentang tahun artikel dan jumlah sitasi [15]. Sedangkan VOSviewer digunakan untuk memvisualisasikan bibliografi, atau data set yang berisi *field bibliographi* (judul, pengarang, penulis, nama jurnal, dan sebagainya). Dalam dunia kajian , VOSviewer digunakan untuk analisis bibliometrik, mencari topik yang masih ada peluang untuk diteliti (research gap), mencari referensi yang paling banyak digunakan pada bidang tertentu dan sebagainya[16].

Kajian dakwah digital yang dianalisis di artikel ini, berasal dari metadata database Google Scholar dan Crossref. Penulis tidak mengambil dari Scopus dan Web of Science karena fokus artikel ini hanya di Indonesia. Adapun tahapan dalam proses pengumpulan data yang kemudian dianalisis di VOSviewer dilakukan dalam beberapa tahap yang terdiri dari: Tahap pertama. Pada tahap ini penulis melakukan beberapa proses, yaitu 1). Mendownload metadata artikel jurnal dengan kata kunci ―dakwah digital‖ dari Google Scholar dan Crossref menggunakan Publish or Perish 2). Data disimpan dalam format RIS. 3). Data RIS dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer untuk mendapatkan visual. 4). Hasil analisis dengan VOSviewer dituliskan di artikel ini.

Tahap kedua. Pada tahap ini penulis melakukan beberapa proses, yaitu: 1). Mendownload artikel jurnal dengan menggunakan Publish or Perish yang bersumber dari crossreff, 2). Data disimpan dalam format RIS, 3). Mengubah data di program reference

[14] siswanto, ―systematic review sebagai metode penelitian untuk mensintesis hasil-hasil penelitian (sebuah pengantar),‖ 2010, Https://media.neliti.com/media/publications/21312-id-systematic-review-sebagai-metode-penelitianuntuk-mensintesis-hasil-hasil-peneli.pdf.

[15] ―Publish or Perish,‖ accessed July 2, 2021, https://harzing.com/resources/publish-or-perish.

[16] ―VOSviewer - Visualizing Scientific Landscapes,‖ accessed July 2, 2021, https://www.vosviewer.com/.

mendeley penulis dengan folder dakwah digital menjadi format RIS. 4). Data dalam format RIS yang didapatkan dari Publish or Perish baik dari Google Scholars, Crossreff, dan Mendeley penulis selanjutnya di analisa dengan VOSviewer untuk mendapatkan data visual. 5). Hasil analisa disajikan pada artikel ini.

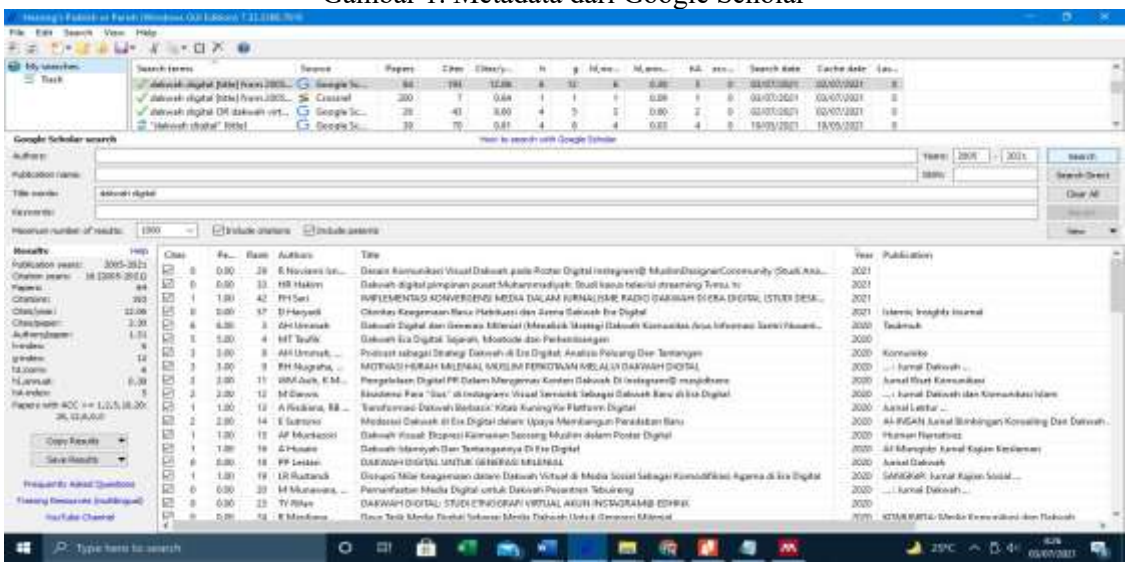
Tahap ketiga. Pada tahap ini, penulis mer*unning* untuk ketiga kalinya untuk mendapatkan hasil tentang jejaring author yang telah berkontribusi dalam kajian dakwah digital dalam kurun waktu 2005-2021. Hasil analisa data yang didapatkan dalam bentuk gambar yang menunjukkan tentang peta dan tema-tema yang muncul berdasarkan kategorisasi dalam output program VOSviewer yang berisi tentang visualisasi data seperti 1) besar kecilnya garis yang menghubungkan, serta lingkaran. Hal ini berkaitan dengan besar kecilnya angka hasil analisis VOSViewer, 2). Beberapa angka ini menjadi terbagi menjadi link (jejaring yang dimiliki) dengan menghitung kekuatan link (dihitung berdasarkan full atau fractional counting) dan banyaknya kemunculan. Selain itu, beberapa jenis analisa yang dilakukan dalam paper ini mencakup: a). Sitasi akan menvisualisasiksan dokumen yang diamati. Dokumen yang diuji/diamati akan dihubungkan dengan dokumen lain, jika mereka menyitir artikel lain yang sama-sama diamati. Analisis ini berguna untuk memperlihatkan sitasi antar dokumen, b). Bibliographi coupling artikel diuji dengan menvisulisasi dan dibuatkan networknya jika memiliki referensi yang sama. Analisis ini menunjukkan kedekatan kajian antar dokumen. c). Co-authorship, menganalisis kolaborasi penulis dengan penulis lain. Analisis ini akan menvisualisasikan hasil berdasarkan nama penulis, organisasi penulis. Adapun hasil output VOSViewer memiliki tiga tampilan visualisasi, yaitu *network*, *overlay*, dan *density visualization*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Kluster Kajian Dakwah Digital

Tahapan proses awal untuk melihat bentuk kajian dakwah digital dengan menggunakan *systematic literature review* melalui 1). Mendownload metadata artikel jurnal dengan kata kunci ―dakwah digital‖ dari Google Scholar dan Crossref menggunakan Publish or Perish 2). Data disimpan dalam format RIS. 3). Data RIS dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer untuk mendapatkan visual. 4). Hasil analisis dengan VOSviewer dituliskan di artikel ini.

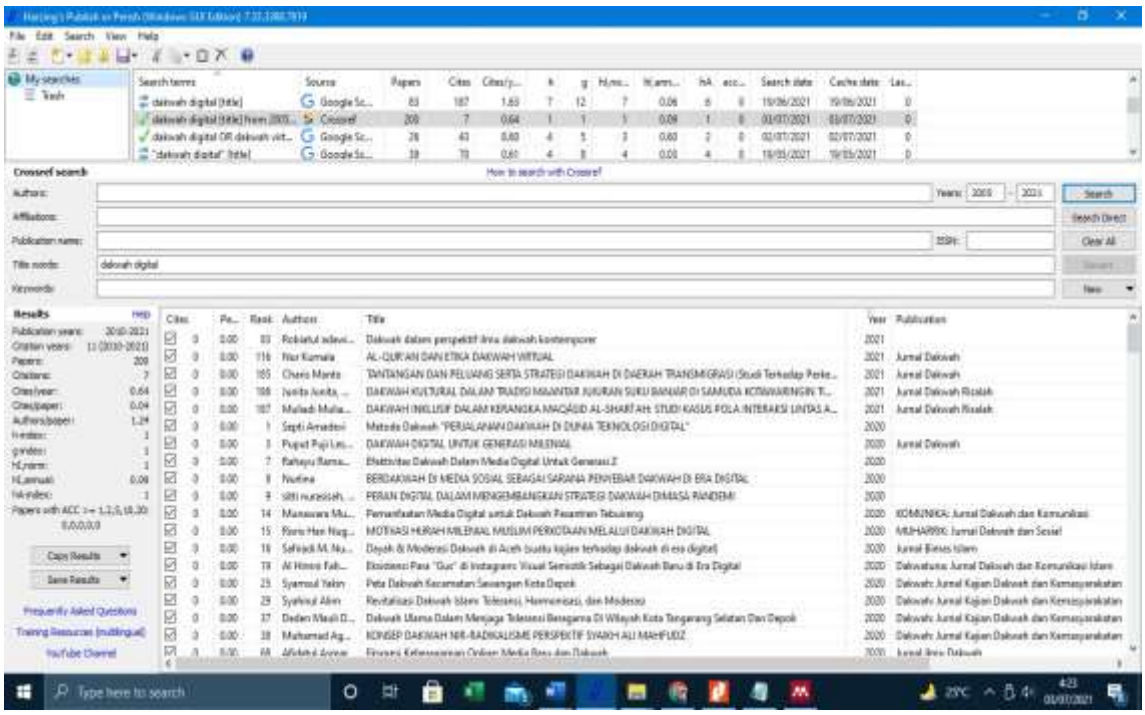
Gambar 1. Metadata dari Google Scholar



Dari meta data Google Scholar dari rentang tahun 2005-2021 didapatkan sejumlah 84 artikel, dengan jumlah sitasi sebanyak 193, rata-rata sitasi pertahun sebanyak 12,06, rata-rata

sitasi per artikel sejumlah 2,30, h-index sebesar 6, g-index sejumlah 12, hI norm sebesar 6, hI pertahun sebesar 0,38 dan hA-index sebesar 5.

Gambar 2. Metadata dari Crossref

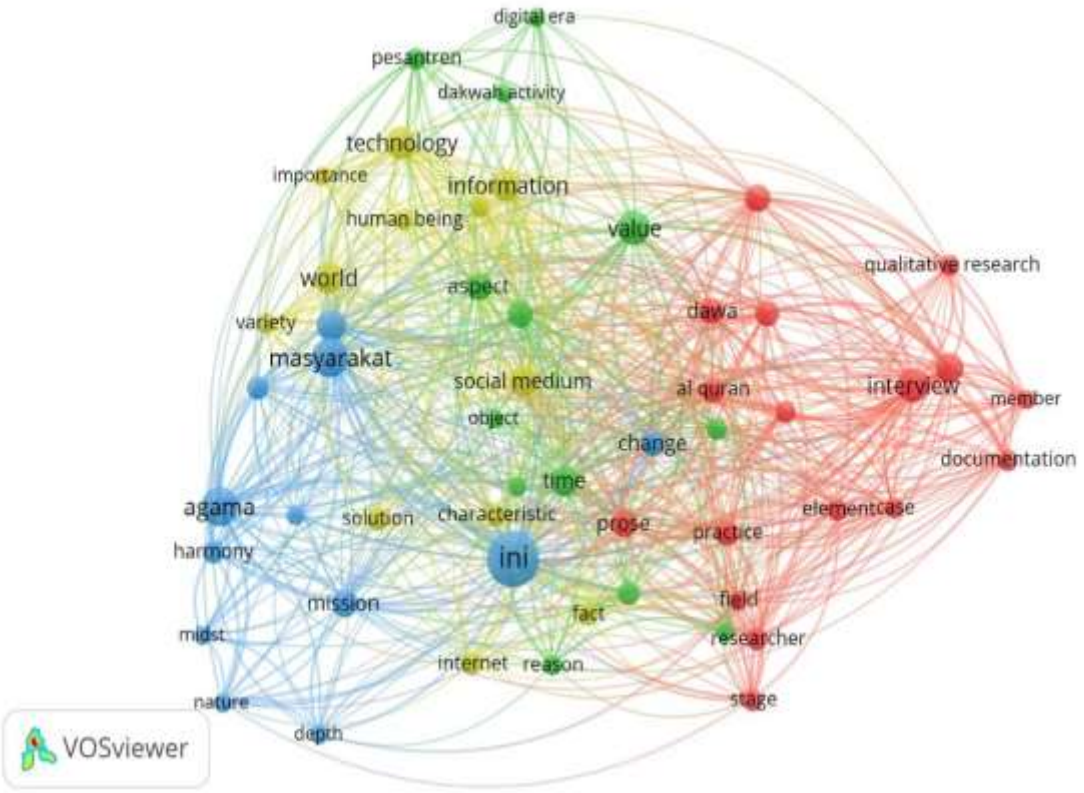


Dari meta data Google Scholar dari rentang tahun 2005-2021 didapatkan sejumlah 200 artikel, dengan jumlah sitasi sebanyak 7, rata-rata sitasi pertahun sebanyak 0,64 , rata-rata sitasi per artikel sejumlah 0,04, h-index sebesar 1, g-index sejumlah 1, hI norm sebesar 1, hI pertahun sebesar 0,09 dan hA-index sebesar 1.

Perbandingan dari dua data di atas, jumlah sitasi antara Google Scholar lebih tinggi dibanding dengan Crossref, meskipun meta data yang didapatkan dari Google Scholar hanya 83 artikel tetapi total jumlah sitasinya mencapai 183. Berbeda dengan Crossref, hasil artikel sejumlah 200 tetapi total jumlah sitasinya hanya 7.

Setelah mendapatkan metadata dari Google Scholar dan Crossref melalui aplikasi Publish or Perish, metadata disimpan dengan format file RIS. Format RIS ini kemudian dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer dengan tampilan data sebagai berikut ini :

Gambar 3. Hasil Visualisasi dari VOSviewer



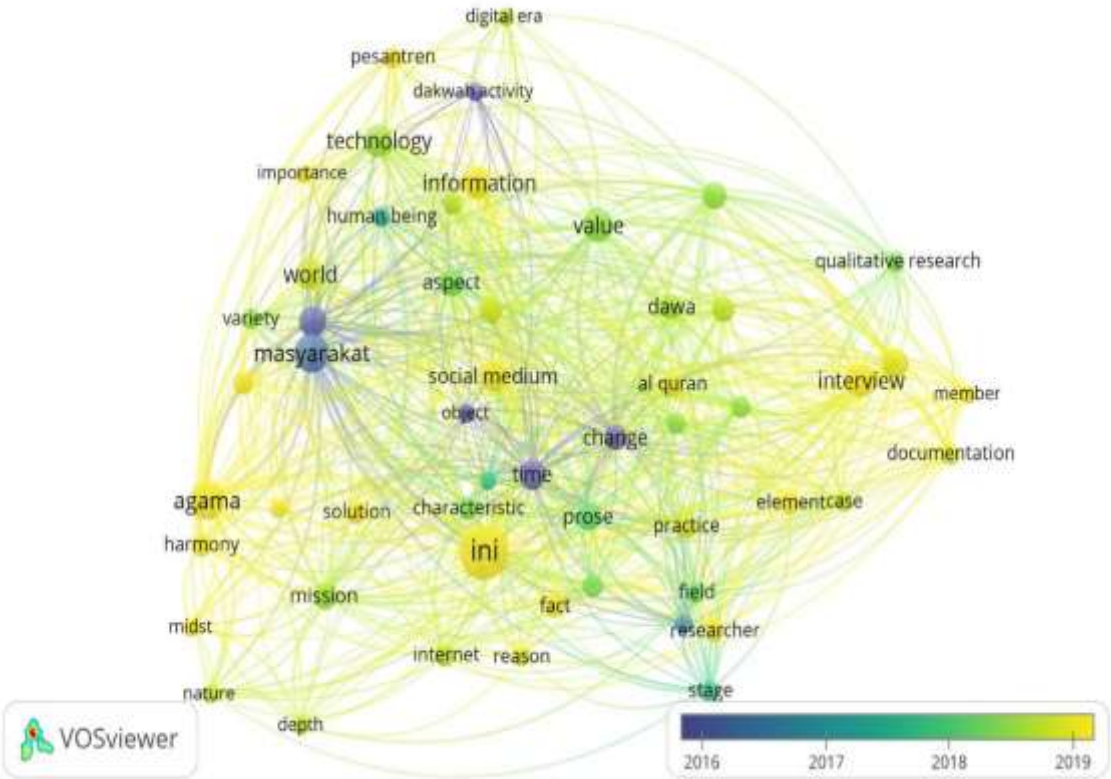
Gambar 3. di atas adalah hasil visualisasi menggunakan VOSviewer setelah memasukkan metadata yang diperoleh dari aplikasi Publish or Perish, penulis melakukan *include* (memilah keyword yang sesuai dengan dakwah digital), dan melakukan exclude (memilah data yang tidak sesuai dengan keyword dakwah digital).

Hasil yang diperoleh bisa memetakan kluster *keyword* menjadi 4 kluster, yaitu warna biru, kuning, hijau dan merah. Adapun penjelasan tiap kluster disajikan dalam tabel di bawah ini dengan mentranslasi menggunakan bahasa Indonesia

Tabel 2. Kluster tema-tema yang berkaitan dengan dakwah digital

Kluster	Indikator yang terkandung di dalamnya
1 (biru)	Agama, harmoni, masyarakat, perubahan, misi, moderat
2 (kuning)	Teknologi, media sosial, informasi, internet, karakteristik, solusi
3 (hijau)	Era digital, pesanbentuk, aktivitas dakwah, nilai
4 (merah)	Dakwah, Al-Qur'an, kajian kualitatif, interview, dokumentasi, studi kasus

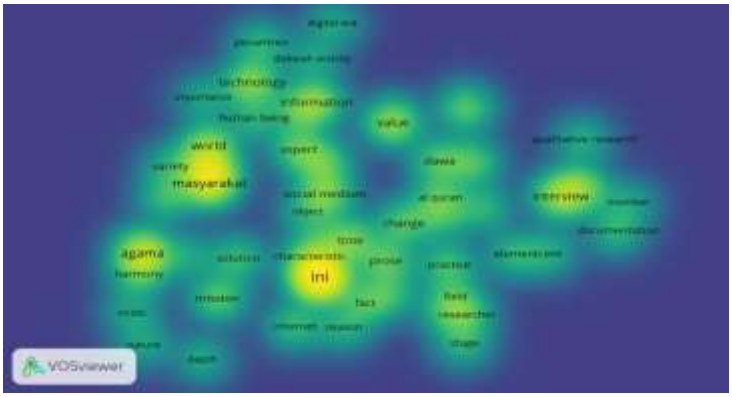
Gambar 4. Hasil Visualisasi dari VOSviewer



Gambar 4 di atas merupakan hasil dari *overlay visualization,* hasil ini mengkategorisasikan tahun artikel. VOSviewer memetakan jaringan artikel yang tertulis di tahun 2016 dengan warna ungu yaitu dengan tema masyarakat, aktifitas dakwah, perubahan, obyek dakwah. Tahun 2017 divisualisasikan dengan warna hijau tosca dengan tematema berupa peneliti, tempat kajian , aktifitas dakwah, proses dakwah, karakteristik,
manusia. Tahun 2018 divisualisasikan dengan warna hijau, dengan tema-tema seperti teknologi, nilai, dakwah, informasi,era digital, internet, kajian kualitatif, misi. Tahun 2019 divisualisasikan dengan warna kuning dengan tema-tema seperti agama, harmoni, pesanbentuk, media sosial, al Qur'an, interview, dokumentasi, moderat, solusi.

Gambar 5 di bawah ini merupakan visualisasi *density visualization*. Density visualization ini memvisualisasikan kluster yang dapat dijelaskan bahwa kata kunci yang kuning dengan bulatan besar adalah item yang banyak diteliti oleh para ilmuwan, cendekiawan, sedangkan yang masih berwarana hijau dengan bulatan cenderung kecil adalah tema-tema yang sedikit, dan belum banyak kurang diteliti. Dari gambar ini dapat dilihat research gap atau kajian yang masih masih sedikit. Tema-tema yang masih terbuka untuk didalami dan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

Gambar 5. Hasil Visualisasi dari VOSviewer



Jaringan Penulis Tema Kajian Dakwah Digital

Untuk lebih mendalami tentang penulis yang banyak dan sering menulis tentang dakwah digital, maka penulis menggunakan aplikasi VOSviewer dengan pilihan pada co-citation dan didapatkan hasil sebagai berikut :

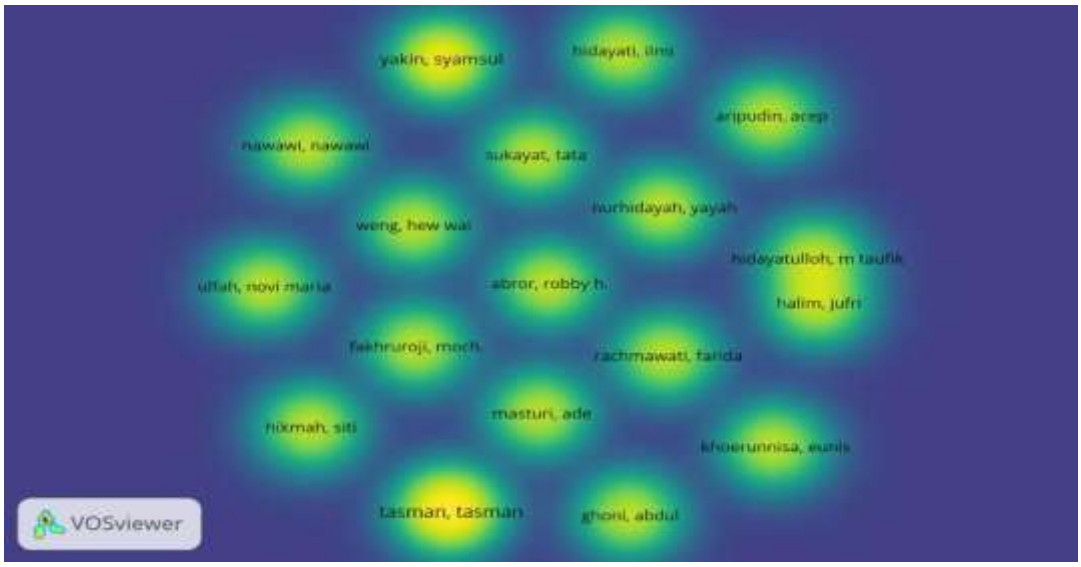
Gambar 6. Hasil Visualisasi dari VOSviewer

Adapun hasil Overlay visualisasi keterhubungan antar penulis dapat digambarkan dalam gambar di bawah ini.

Gambar 7. Hasil Visualisasi dari VOSviewer

Hasil dari overlay ini bisa dipetakan penulis tema dakwah digital mulai tahun 2014 dengan warna ungu yaitu Moch Fakhruroji, Siti Hikmah, Robby H Abror, Tata Sukayat dan Nawawi. Jaringan penulis tema dakwah digital tahun 2016 dengan warna hijau tosca yaitu Hew Wai Weng, Abdul Ghoni, Novia Maria Ulfah, Ilmi Hidayati. Tahun 2018 dengan warna hijau yaitu Eunis Khoerunnisa, Yayah Nurhidayah, M Taufik Hidayatulloh dan tahun 2020 dengan warna kuning yaitu Tasman, Jufri Halim dan Syamsul Yakin.

Gambar 8. Hasil Visualisasi dari VOSviewer



Tabel 3. Kluster Penulis Tema Dakwah Digital

Kluster	Nama Penulis	Institusi
1	Moch Fakhruroji	UIN Sunan Gunung Djati Bandung
2	Tasman	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
3	Hew Wai Weng	National University of Malaysia
4	Eunis Khoerunnisa	STID Sirnarasa

5	Farida Rachmawati	UIN Walisongo Semarang
6	Siti Hikmah	UIN Walisongo Semarang
7	Tata Sukayat	UIN Sunan Gunung Djati Bandung
8	Roby H Abror	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
9	Acep Aripudin	UIN Sunan Gunung Djati Bandung
10	Yayah Nurhidayah	IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Sumber: Data Penelitian 2021

Tabel 3 di atas, memetakan jaringan penulis tema dakwah digital. Pemerolehan data ini berasal dari meta data dari Google Scholar dan Crossreff yang diambil menggunakan aplikasi Publish or Perish dan kemudian divisualisasikan menggunakan VOSviewer. Kluster jaringan penulis ini bisa dipetakan dari jumlah banyak sitasi artikel mereka. Pemetaan kluster di VOSviewer ini hanya bisa menjangkau dari tahun 2014 sampai 2020, data dari tahun sebelumnya tidak terpetakan karena jumlah sitasi yang mungkin masih rendah dan belum masuk di database Google Scholar dan Crossref. Analisa dari jaringan penulis tema dakwah digital terlihat antara penulis satu dengan lainnya tidak terhubung satu persatu, dan menandakan tidak ada kontinuitas ataupun kolaborasi dalam meneliti dakwah digital.

Kebaruan (*Novelty*) dan Kekurangan dalam Kajian Dakwah Digital

Kajian tentang dakwah digital membentang sangat luas dan dapat didekati dengan berbagai perspektif. Ilmu dakwah sejatinya adalah ilmu lintas multidisiplin keilmuan baik dari ilmu agama mulai dari Al-Qur'an, hadis, tafsir, fikih, tauhid maupun ilmu umum seperti ilmu komunikasi, sosiologi, psikologi, sejarah, manajemen dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan ilmu dakwah bersifat multidisiplin dalam mengkaji fenomena dakwah yang semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman[17]. Namun sebagai batasan kajian dalam artikel ini, penulis hanya membahas dakwah digital dengan menggunakan perpektif kajian ilmu komunikasi dan kajian media.

Dari batasan tema yang dikaji, diperoleh dan diolah data dari database Google Scholar dan Crossref[20], bisa dipetakan secara naratif hasil dari perkembangan tema kajian dakwah digital dari tahun 2005-2021. Tema atau wacana tentang dakwah digital, pertama kali dibahas oleh Najahan Musyafa sebagai dengan judul "Posisi Dakwah Islam di Era Digital" di tahun 2005. Tahun 2005 ini menandai kajian konseptual tentang dakwah digital. Di era ini seiring dengan perkembangan internet di Indonesia yang populer dengan websitenya dan perkembangan website-website Islami. Kajian konseptual dakwah digital sebenarnya juga marak di bahas di buku-buku ilmu dakwah, tetapi penulis membatasi kajian kajian dakwah digital berasal dari artikel yang terindeks di database Google Scholar dan Crossref.

Selanjutnya tema kajian dakwah digital secara konseptual mulai marak diteliti lagi di tahun 2013 dengan judul "Dakwah Era Digital", "Konsep dakwah digital Yasraf Amir Piliang", Dakwah 2.0: digital dakwah, street dakwah and cyber-urban activism of Chinese Muslims in Malaysia and Indonesia. Di era pasca 2010 ini kondisi masyarakat Indonesia memang sudah marak menggunakan media sosial, dan kajian dakwah digital juga mengikuti pergerakan bentuk masyarakat yang menggunakan media digital.

[17] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 2nd ed. (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2009). [20] Asna Istya Marwantika, Data Set Penelitian Dakwah Digital (2021).

Tahun 2016 kajian dakwah sudah mulai ke analisis media digital seperti perangkat mobile, majalah digital dakwah, pemanfaatan media sosial untuk dakwah, juga mulai di bahas fenomena Ustadz yang populer di Media Sosial seperti Ustadz Abdul Somad, Hanan Attaki, Aa Gym, dan ustadz populer di media sosial. Tahun 2017 mulai dikemukakan dakwah digital dari akademisi dakwah ,analisis radikalisme di media digital, pengarusutamaan kajian Islam Moderat di media digital. Tahun 2018 mulai dikemukakan wacana literasi digital dalam aktifitas dakwah. Tahun 2019 banyak dikemukakan wacana efek dakwah digital bagi masyarakat, seperti fenomena hijrah milennial di media sosial, fenomena ustadz selebritas, komunitas Islam di media digital, komodifikasi agama di media digital. Dan tahun 2020-2021 wacana dakwah digital lebih melihat respon da'i ketika masa pandemi COVID-19.

Dari hasil pemetaan naratif yang diperoleh penulis dari dataset Google Scholar dan Crossref membuka peluang masih adanya kebaruan (novelty) dari dakwah digital baik secara konseptual dengan berbagai multidisiplin ilmu, selain itu fenomena perkembangan media digital yang bergerak cepat harus diiringi dengan banyaknya kajian dakwah digital baik dari segi da‘i, pesan dakwah, maupun perkembangan mad‘u, dan wacana keindonesiaan dan dunia Islam. Apalagi kondisi pandemi COVID-19 turut mengubah penetrasi media dakwah yang menuju media digital. Perlu juga kajian *research development* atau uji coba pengembangan media digital. Peluang kebaruan kajian dakwah digital ini akan memperkokoh ilmu dakwah sebagai induk kajian dakwah kedepannya.

IV. KESIMPULAN

Bentuk kajian dakwah digital di Indonesia bisa dipetakan menggunakan *Systematic Literature Review* dengan menggunakan aplikasi Publish or Perish, dengan melibatkan 200 artikel dengan tema dakwah digital yang didapatkan dari database Google Scholar dan Crossref rentang tahun 2005-2021. Hasil pemetaan dari kluster tema-tema kajian yang berkaitan dengan dakwah digital yaitu : Agama, harmoni, masyarakat, perubahan, misi, moderat, teknologi, media sosial, informasi, internet, karakteristik, solusi, era digital, pesanbentuk, aktivitas dakwah, nilai, dakwah, Al-Qur‘an, kajian kualitatif, interview, dokumentasi dan studi kasus. Jaringan penulis tema dakwah digital dan yang sering menjadi rujukan kajian dalam bidang dakwah digital yaitu : Moch Fakhruroji, Tasman, Hew Wai Weng, Eunis Khoerunnisa, Farida Rachmawati, Siti Hikmah , Tata Sukayat, Roby H Abror, Acep Aripudin, dan Yayah Nurhidayah. Sedangkan kebaruan (novelty) dari kajian dakwah digital berupa: perlu adanya kajian konseptual dakwah digital, kajian tentang fenomena perkembangan media digital yang bertransformasi secara cepat dan inovatif, perlu juga kajian *research development* atau uji coba pengembangan media digital

Systematic Literature Review yang digunakan di artikel ini mempunyai beberapa kekurangan dalam memetakan bentuk kajian dakwah digital di Indonesia. Batasan kata kunci yang hanya ―dakwah digital‖ turut mempengaruhi jumlah data yang diperoleh. Masih belum dieksplorasi lebih lanjut padanan dari kata kunci ―dakwah digital‖, seperti ―virtual‖, ―media siber‖, ―media baru‖ dan lain sebagainya. Tema-tema artikel dakwah digital di Indonesia yang rata-rata berbahasa Indonesia tidak bisa secara maksimal divisualisasikan di VOSviewer. VOSviewer bisa bekerja secara maksimal memetakan metadata dari Scopus dan Web of Science. Sehingga analisis di artikel ini masih belum

optimal memetakan bentuk kajian dakwah digital. Selanjutnya dibutuhkan aplikasi bibliometrik lainnya selain VOSviewer yang bisa memetakan secara optimal dari metadata yang berbahasa Indonesia.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan artikel ini. Dan juga kepada redaksi jurnal yang telah membantu mempublikasikan artikel ini. Semoga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan kita.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Aziz, moh ali. *Ilmu dakwah*. 2nd ed. Jakarta: kencana prenadamedia, 2009.

Fakhruroji, moch. *Dakwah di era media baru :teori dan aktivisme dakwah di internet*. 1st ed. Bandung: simbiosa rekatama media, 2017. digitalizing islamic lectures: islamic apps and religious engagement in contemporary indonesia.‖ *contemporary islam*, 2019. Https://link.springer.com/article/10.1007/s11562-018-0427-9.

Ilaihi, wahyu. *Komunikasi dakwah*. Bandung: remaja rosdakarya, 2010.

Indozone.id. ―7 situs (website) terpercaya untuk belajar agama islam lebih dalam.‖ accessed july 2, 2021. Https://www.indozone.id/tech/ersqem/7-situs-website-terpercayauntuk-belajar-agama-islam-lebih-dalam/read-all.

Iqbal, asep m. ―internet, identity and islamic movements: the case of salafism in indonesia.‖ *islamika indonesiana* 1, no. 1 (june 7, 2014): 81. Https://doi.org/10.15575/isin.v1i1.42.

Kompas.com. ―riset ungkap lebih dari separuh penduduk indonesia ‗melek' media sosial,‖ 2021. Https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-darisepar uh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial.

Mukarom, zaenal, imron rosyidi, and faisal muzzammil. ―mediatization of da ' wah in disruption era (study of islamic da 'wah in social media).‖ *american journal of humanities and social sciences research (ajhssr)* 4, no. 9 (2020): 190–202.

Nugroho, yanuar, andriani dinita putri, and shita laksmi. ―mapping the landscape of the media industry in contemporary indonesia,‖ 2012.

Siswanto. ―systematic review sebagai metode kajian untuk mensintesis hasil-hasil kajian (sebuah pengantar),‖ 2010. Https://media.neliti.com/media/publications/21312-id-systematic-review-sebagai-metodekajian -untuk-mensintesis-hasil-hasil-peneli.pdf.