



Analisis Scientometrik Tentang Komunikasi dan Dakwah Islam dalam Literatur Ilmiah

Nadia Nurul Izza

Tazkia Islamic University College

*Corresponding Author, e-mail: 2010103053.nadia@student.tazkia.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to examine research on Islamic communication and da'wah that has been published by Dimensions-indexed journals between 2012 and 2022. The study uses both qualitative and descriptive statistics methods. To analyze the 275 papers, VOSviewer was used to create bibliometric maps, while NVivo 12 Plus and frequency words were employed to evaluate them. The study found that the number of publications on Islamic communication and da'wah varied annually. The cluster analysis revealed that Islamic communication and da'wah research encompassed dawah communication, Islamic dawah media, Islamic broadcasting, and the movement or development of Islamic dawah communication. This research can serve as a starting point for experts to create graphical representations of research trends in Islamic communication and da'wah in published scientific research.

Keywords: *Communication, Da'wah, Islam*

Received December 10, 2023 Revised June 02, 2023

Published June 26, 2023



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Dalam kehidupan ini komunikasi menjadi kesatuan yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena hampir segala kegiatan manusia selalu disertai dengan komunikasi. Singkat kata, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dalam bentuk simbol atau kode antar manusia yang bisa mengubah sikap atau tindakan (Mansur et al., 2022; Safrizal, 2019). Dalam Islam, dakwah dapat diartikan sebagai proses komunikasi (tabligh) yang dapat dilakukan secara individual maupun massal (Fachrudin, 2019; Fauzi & Librianti, 2021).

Dakwah sendiri dalam artian luas merupakan menyiarkan ajaran agama Islam baik pada setiap insan baik individu maupun masyarakat. Dalam prosesnya, dakwah tidak dapat dilepaskan dan merupakan kesatuan dari komunikasi yakni dimana dua pihak baik antara dai sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan menyampaikan pesan dan lainnya sebagai pihak penerima pesan dakwah tersebut (Hadirman et al., 2019; Mubasyaroh, 2020). Hal senada juga disampaikan oleh Fauzi & Librianti (2021) bahwa ilmu komunikasi dan dakwah "sangatlah memiliki hubungan yang erat, terutama dalam cara penyampaian pesan dan informasi keagamaan kepada umat manusia. Baik dari segi metode penyampaian pesan atau informasi, dakwah dan tabligh memiliki bentuk berupa kitabah (jurnal), khitabah (retorika), 'ilam (drama, ilm atau sinetron). Dakwah dalam bentuk ini membutuhkan bantuan kajian one way communication. Selain itu dikenal juga dakwah dialogis yang memiliki bentuk berupa irshad (bimbingan konseling).

Selain itu, Mansur et al. (2022) juga menyampaikan bahwa dalam metode yang digunakan, dakwah dapat dilakukan melalui dakwah bil hal (tindakan), dakwah bil Qalam (tulisan), dakwah bil lisan (lisan), dan dakwah bil mall (harta). Jika dahulu dakwah hanya dikenal dengan metode ceramah atau pengajian, dalam era modern dakwah sudah dikemah

dalam bentuk sedemikian rupa, sehingga masyarakat sekitar akan dengan mudah menerima dan menyiarkan dakwah dimanapun dan kapanpun tanpa mengenal waktu, seperti halnya dakwah melalui media massa, cetak dan elektronik. Suatu seruan, ajakan dan perintah menuju kebaikan dan berusaha menjauhkan dari yang buruk dan dilarang oleh ajaran Islam, merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap manusia. Kemudian seiring berkembangnya teknologi dan digital, konten dan muatan dakwah turut mengalami perkembangan. Singkat kata perkembangan di era globalisasi ini membuat cara berdakwah pun ikut mengalami perkembangan yang signifikan (Handaru, 2021). Dengan demikian peran dan eksistensi media hari ini diharapkan secara khusus dapat memberikan warna tersendiri bagi kehidupan umat Islam dalam pelbagai aspek termasuk didalamnya komunikasi dakwah Islam (Aprilyawati & Nurudin, 2022; Juniawati, 2014).

Beberapa penelitian dengan fokus membahas topik ini. Diantara penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Fachrudin (2019) menjelaskan bahwa dakwah dapat diartikan sebagai proses komunikasi (tabligh) yang dapat dilakukan secara individual maupun massal. Dalam tulisan tersebut menggali sejauh mana penyiaran dalam perspektif hukum Islam. Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Agama Islam sudah mengatur masalah penyiaran melalui aturan-aturan dakwah. Prinsip yang mendasar adalah informasi yang disiarkan haruslah memiliki otentisitas dan validitas sumber dan kebenarannya serta didasarkan pada nilai-nilai mashlahat yang seiring dengan maqashid al syari'at. Secara lebih detail penelitian Muktaruddin (2018) membahas penggunaan radio sebagai media komunikasi dan penyiaran dakwah. Penelitian ini menawarkan dalam memaksimalkan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah dengan mendirikan radio siaran Islam dan memaksimalkan sumberdaya manusia yang beragama Islam untuk sama-sama memajukan stasiun radio Islam. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Sabilah & Arbi (2020) dengan memberikan solusi berupa menerapkan identitas media melalui ekspresi ide, fakta, dan referensi sebagai strategi komunikasi Framing Radio Fajri 99,3 FM Bogor, tahap objektivasi dikemas tujuh program live dan 32 program tapping melalui berbagai metode dakwah dan komunikasi. Kekuatan kata dan bahasa pada program tersebut diterapkan strategi signing, dan tahap internalisasi, radio Fajri FM memodifikasi program on air maupun kegiatan off air berupa kajian bulanan, publikasi, dan temu pendengar Fajri.

Muniruddin (2019) meneliti terkait pengaruh humor dalam komunikasi dakwah dalam pengembangan masyarakat Islam. Dalam penelitian yang dilakukannya menemukan bahwa humor menjadi salah satu tool yang diselipkan dalam berdakwah dengan tujuan mendapat hasil yang menyenangkan untuk berdakwah pengembangan masyarakat Islam.

Saputra et al. (2020) meneliti terkait komunikasi dakwah antara kyai dan santri dalam analisis strategi dakwah dengan studi kasus pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis, Kalirejo, Lampung Tengah. Komunikasi dakwah antara kyai dan santri dipandang urgen dalam berbagai aktivitas dakwah untuk pembinaan ibadah santri. Sehingga dibutuhkan berbagai pilihan strategi komunikasi dakwah yang dapat digali dan dikembangkan dalam rangka mengemangkan teori keilmuan komunikasi.

Handaru (2021) menganalisis tantangan agama di era globalisasi, dengan menggunakan analisis strategi komunikasi, karakteristik dan materi dakwah. Secara praktis penelitian ini memberikan jawaban bahwa pergerakan dakwah dalam teknologi dan media informasi di era globalisasi di dasari oleh Islam rahmatan lil 'alamin. Kedua, orientasi dalam penyebaran dakwah secara global adalah ukhuwah basyariyah yang selalu membina persaudaraan sesama manusia.

Berdasarkan penelitian terdahulu serta pengamatan peneliti belum ditemukannya kajian analisis scientometrik terkait topik ini. Scientometrics adalah studi tentang aspek-aspek kuantitatif ilmu sebagai suatu disiplin serta analisis statistik untuk mengkaji pula perkembangan penelitian secara khusus di bidang ilmu-ilmu tertentu. Adapun penelitian ini menjadi penelitian yang pertama. Adapun tujuan mengidentifikasi dan memetakan penelitian terkait sejauh mana perkembangan penelitian komunikasi Islam dan dakwah dalam dunia penelitian. Penelitian ini juga mencoba merangkum hasil baru dan mengumpulkan studi penelitian terkait kata kunci tersebut dari berbagai literatur yang telah diterbitkan di berbagai

jurnal terindeks Dimensions dengan data yang dianalisis terdiri dari 275 jurnal yang diterbitkan 2012-2022. Data diolah dan dianalisis mengombinasikan aplikasi software VOSviewer dan NVivo 12 Plus untuk pengkodean secara otomatis dengan pendekatan kualitatif. Selanjutnya, paper ini disusun sebagai berikut. Pertama, paper ini menyajikan latar belakang dan tujuan penelitian, Bagian kedua mengulas literatur terkait, sedangkan bagian ketiga menjelaskan metodologi, termasuk data dan pendekatan. Bagian keempat menyajikan dan melaporkan hasil. Bagian kelima adalah penutup yang berisi ringkasan pembahasan utama dan rekomendasi.

Metode

Penelitian ini menggunakan metadata terindeks Dimensions.ai untuk menganalisis data dari publikasi penelitian dengan kata kunci "komunikasi Islam dan dakwah" berdasarkan judul dan abstrak yang diterbitkan dengan rentang waktu 2012-2022. Adapun hasil yang didapatkan yakni 275 artikel terpilih.

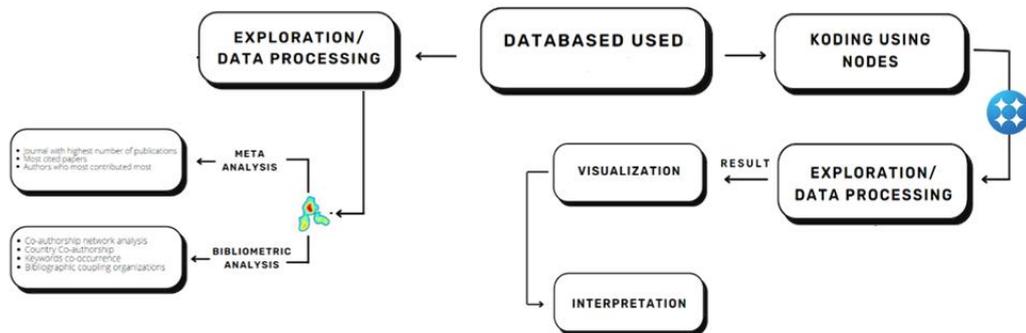
Adapun dalam analisis dari 275 paper ini menggabungkan metode kualitatif dengan statistik deskriptif. Menurut Yusuf (2017:328), pendalaman kualitatif adalah teknik penelitian yang berfokus pada penggalian makna, karakteristik, gejala, pemahaman, konsep, simbol, dan deskripsi suatu fenomena dengan menggunakan banyak metodologi dan gaya naratif. Metode kualitatif adalah mencari, mengumpulkan, mengevaluasi, dan menafsirkan data visual dan naratif yang luas untuk memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam tentang suatu peristiwa atau topik yang diminati. Penelitian deskriptif bersifat kualitatif, mempelajari teknik mengumpulkan, menyusun, dan meringkas data penelitian dalam disiplin statistik. Data harus sering dan cukup diringkas untuk evaluasi dalam tabel, grafik, dan tampilan grafis lainnya. Selain itu, keunggulan lain dari metode kualitatif adalah kekayaan dalam pengumpulan data, pengkodean yang valid, dan interpretasi yang andal (Moretti et al., 2011).

Selanjutnya, penulis membangun kerangka studi seperti yang terlihat pada Gambar 1, yang menjelaskan metodologi yang digunakan untuk melakukan studi kualitatif menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Plus dan VOSviewer.

NVivo, salah satu program manajemen data kualitatif paling populer saat ini yang berakar pada NUD*IST. Pengembang perangkat lunak telah menggambarkannya sebagai versi NUD*IST3 yang ditingkatkan dan diperluas. NVivo memiliki fitur seperti pengkodean berbasis karakter, kemampuan analisis teks yang kaya, dan fungsi multimedia yang sangat penting untuk manajemen data kualitatif. Salah satu kekuatan NVivo terletak pada kompatibilitasnya yang tinggi dengan desain penelitian. Perangkat lunak ini tidak spesifik secara metodologis dan bekerja dengan baik dengan berbagai desain penelitian kualitatif dan metode analisis data seperti analisis wacana, grounded theory, analisis percakapan, etnografi, tinjauan pustaka, fenomenologi, dan metode campuran (Zamawe, 2015). Selain itu, keuntungan lain menggunakan NVivo 12 Plus adalah dapat mengumpulkan, mengatur, menganalisis, dan memvisualisasikan data tidak terstruktur atau semi terstruktur dengan mengimpor data dalam berbagai format file, mengatur data demografis, kode sumber, menangkap ide, menjalankan kueri, dan memvisualisasikan item proyek (Izza & Rusydiana, 2022).

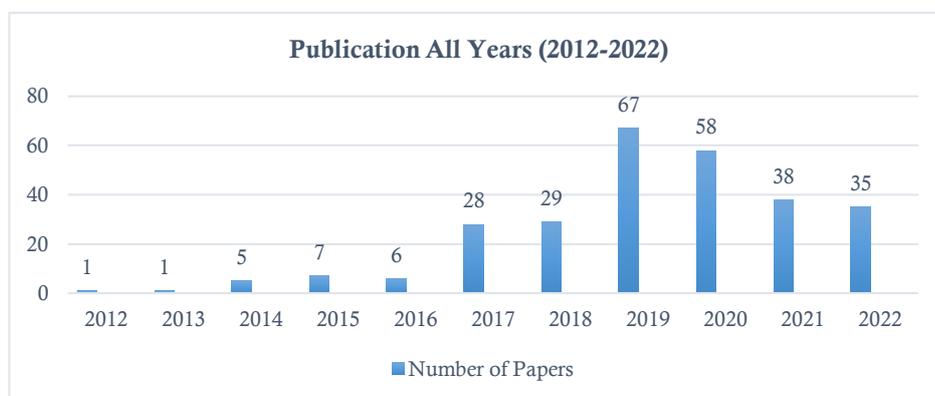
Sementara itu, VOSviewer dikembangkan untuk membangun dan melihat peta bibliometrik dan tersedia secara bebas untuk komunitas studi bibliometrik (lihat www.VOSviewer.com). VOSviewer dapat membuat peta penulis atau peta jurnal berdasarkan data co-authorship dan keyword co-occurrence, yakni membangun peta penulis dan juga kata kunci berdasarkan pada data insiden bersama. Program ini menawarkan pembaca bahwa peta memungkinkan bibliometrik diperiksa secara detail (Izza, 2022).

Terakhir, data dalam format excel dan csv diolah kemudian dianalisis menggunakan software NVivo 12 Plus untuk secara otomatis memanfaatkan dan memisahkan data dalam file dengan kalimat, paragraf, atau string teks unik melalui kode serta VOSviewer untuk melihat pemetaan penelitian secara detail.



Gambar 1. Pendekatan Kualitatif Mengkombinasikan NVIVO 12 Plus dan VOSviewer

HASIL



Grafik 1. Jumlah Publikasi Per Tahun

Tabel 1. Jenis Dokumen

No.	Jenis Dokumen	Jumlah	Persentase
1.	Artikel	258	94%
2.	Preprint	17	6%
Total		275	100%

Berdasarkan hasil analisis pencarian awal dalam melakukan meta analisis didapatkan setelah menjalankan kueri pencarian maka didapatkan informasi dan gambaran secara umum terkait artikel penelitian dengan kata kunci “komunikasi Islam dan dakwah”. Dari hasil tersebut terdapat 275 dokumen dengan periode pengamatan 11 tahun, yakni 2012-2022 dengan jumlah publikasi mulai dari 1 hingga 67 dengan publikasi yang paling banyak diterbitkan adalah pada 2019 yakni dengan 67 artikel. Sedangkan publikasi untuk tahun 2022 belum mencakup keseluruhan mengingat data diambil pada November 2022.

Adapun artikel penelitian dikategorikan ke dalam dua kelompok sebagai artikel (258) dan preprint (17). Dari hasil analisis jenis dokumen tersebut, Adapun yang banyak digunakan

adalah artikel yang menyumbang 94% dari total subjek penelitian. Artinya referensi yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya karena sebagian besar berasal dari artikel jurnal.

Selain itu, bagian ini membahas publikasi artikel berdasarkan jurnal dari berbagai publikasi terindeks Dimensions. Di antara 275 penelitian tersebut, terbitan berkala berikut memuat penelitian tentang pengembangan komunikasi Islam dan dakwah:

Tabel 2. Klasifikasi Jurnal

<i>Focus Study</i>	Total
OSF Preprints	14
AL-HIKMAH: Media Dakwah Komunikasi Sosial dan Budaya	12
Jurnal Ilmu Dakwah	12
Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam	8
KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi	8

Berdasarkan tabel di atas, terdapat kecenderungan adanya disparitas kontribusi dari jurnal dalam artikel yang membahas tentang pengembangan komunikasi Islam dan dakwah. Topik multidisiplin seperti komunikasi, dakwah, dan penyiaran adalah semua bidang penelitian yang tertarik pada peran yang dimainkan oleh komunikasi Islam dan dakwah. Dengan demikian, berbagai jurnal dengan berbagai disiplin ilmu disajikan dalam OSF Preprints, Al Hikmah, Jurnal Ilmu Dakwah, Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jumlah publikasi masih dimungkinkan untuk berubah dan bertambah seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan meningkatnya trend komunikasi Islam dan dakwah di dunia penelitian.

Tabel 3. Penulis Teratas

Penulis	Jumlah Publikasi
Armawati Arbi	4
Ridwan Rustandi	3
Mohammad Zamroni	3
Muliaty Amin	3
Usman Jasad	3

Tabel 3 mencantumkan lima penulis artikel paling produktif tentang komunikasi Islam dan dakwah yang diterbitkan dalam 11 tahun terakhir. Armawati Arbi memiliki publikasi terbanyak dengan empat publikasi, diikuti oleh Ridwan Rustandi, Mohammad Zamroni, Muliaty Amin, dan Usman Jasad dengan tiga publikasi.

Diantara penelitian yang dilakukan oleh penulis di atas adalah penelitian yang dilakukan oleh Arbi & Sabilah (2020) yang meneliti strategi komunikasi radio Fajri 99,3 FM Bogor dalam mempertahankan citra radio dakwah. Fajri radio terus mengembangkan ITC (*Information Tehnology, and Communication*) menjaga identitas radionya sebagai radio dakwah. Dengan menggunakan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme penelitian menemukan 1) Tahap eksternalisasi adalah menerapkan identitas media melalui ekspresi ide, fakta, dan referensi sebagai strategi komunikasi Framing Radio Fajri 99,3 FM Bogor, 2) Tahap objektivasi dikemas 7 program live dan 32 program tapping melalui berbagai metode dakwah dan komunikasi. Kekuatan kata dan bahasa pada program tersebut diterapkan strategi

signing, dan 3) Tahap internalisasi, radio Fajri FM memodifikasi program *on air* maupun kegiatan *off air*nya berupa kajian bulanan, publikasi, dan temu pendengar Fajri.

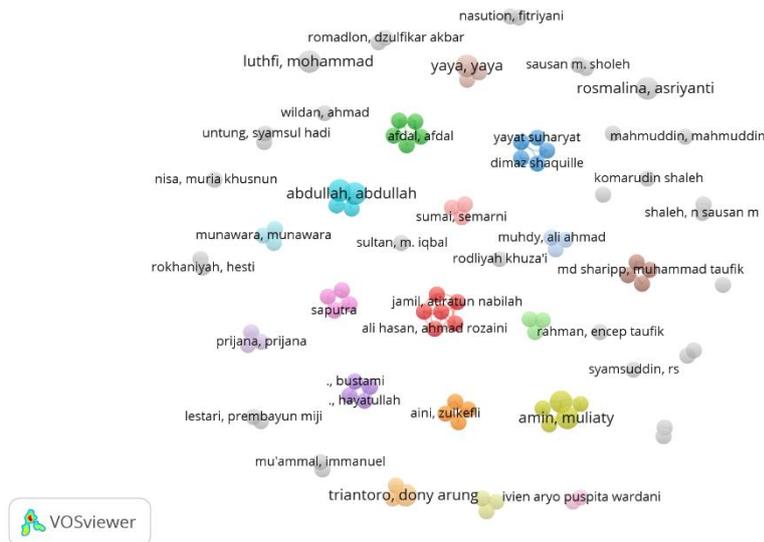
Tabel 4. Sitasi Terbanyak

Jumlah Sitasi	Nama Paper	Tahun
10	Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam	2020
7	Youtube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran	2019
5	Pentingnya Penggunaan Bahasa Inggris dalam Komunikasi Dakwah pada Era Global	2018
4	Dakwah dan Kesalehan: Studi tentang Gerakan Teras Dakwah di Kalangan Remaja Yogyakarta	2018
4	Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi	2020
3	Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah	2019
2	Humor dan Komunikasi Dakwah Pengembangan Masyarakat Islam	2019
2	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi dengan Penggunaan Line Dakwah Islam	2017
2	Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang	2021
2	Model Penguatan E-dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online	2019

Tabel berikut mencantumkan sepuluh publikasi dengan kutipan tertinggi di setiap jurnal, sebagaimana ditentukan oleh metadata Dimensions. Rustandi (2019) menulis studi yang paling banyak dikutip, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam" yang membahas wacana cyberdakwah, yakni sebuah aktifitas amar ma'ruf nahi munkar dengan menggunakan media internet dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena cyberdakwah secara teoritik dipandang sebagai metode kontemporer dalam penyebaran pesan dakwah. Secara praktik, penggunaan media internet sebagai media baru dalam dakwah Islam membuka peluang untuk menyebarluaskan pesan-pesan dakwah secara masif dan signifikan.

Analisis Co-Authorsip

Analisis co-authorship adalah bentuk analisis yang berdasarkan pada keterkaitan antar item yang ditentukan berdasarkan jumlah dokumen yang ditulis bersama oleh penulis. Salah satu jenis co-authorship adalah unit analisis authors. Dalam analisis ini, software akan memproses keseluruhan literatur untuk menemukan deskripsi kluster penulis yang telah menerbitkan studinya dengan tema "komunikasi Islam dan dakwah". Dalam menggunakan software VOSViewer, kami menemukan pemetaan bibliometrik dari penulis seperti pada gambar berikut:



Gambar 2. Network Visualization

Berdasarkan gambar di atas, hasilnya menunjukkan bahwa kluster yang dihasilkan jika literatur dikelompokkan berdasarkan nama penulis. Dari gambar tersebut turut menunjukkan keterlibatan penulis dengan berkolaborasi. Terdapat 100 penulis yang dikelompokkan dalam 41 kluster penulis-penulis yang saling berkaitan yakni ditandai dengan warna yang sama dan terdapat garis halus antara satu dan lainnya. Di antaranya terdapat kluster berwarna merah, hijau biru, kuning, coklat, ungu, oren, dan sebagainya. Berdasarkan hasil yang ditampilkan, dari tiga kluster terbesar dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Kluster berwarna merah merupakan kluster terbesar dengan 6 penulis yakni, Ali Hasan, Masthurhah Ismail, Khafizatunnisa Jaapar, Atiratun Nabilah, Ahmad Bakhtiar Mohd Zainal Abidin.
- 2) Kluster berwarna hijau terdiri dari 5 penulis yakni Afdal, Mansur, Nuranisah, Ferry Payuhi, dan Zakariah
- 3) Kluster berwarna biru terdiri dari 5 penulis yakni Dimaz Shaquille, Muhammad Subur Wijaya, Nadhir Skha Ramadhan, dan Yayat Suharyat.

Word Frequency Query

Wordclouds

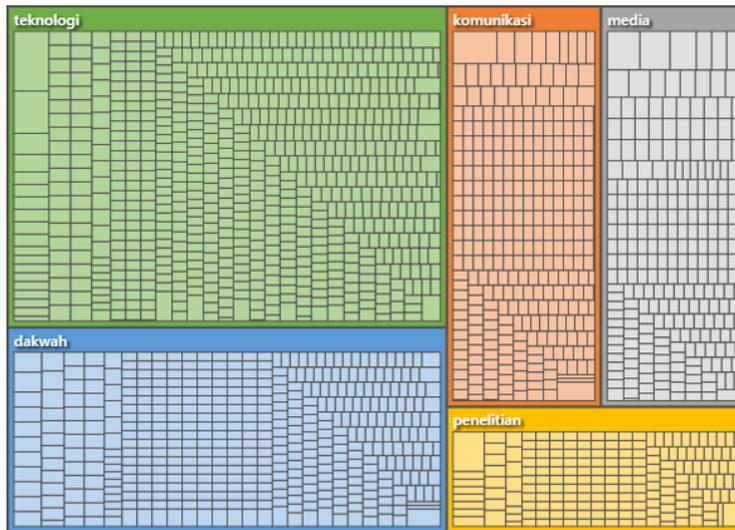


Gambar 3. Wordcloud Komunikasi Islam dan Dakwah

Analisis melalui alat frekuensi kata bertujuan untuk menemukan masalah penelitian dengan pengulangan tertinggi dilihat dari materi yang dicari. Kata dan istilah yang sering digunakan dalam teks ditunjukkan pada Gambar 2 berdasarkan pengkodean otomatis. Ukuran kata pada hasil frekuensi kata menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih tinggi dibandingkan yang lain.

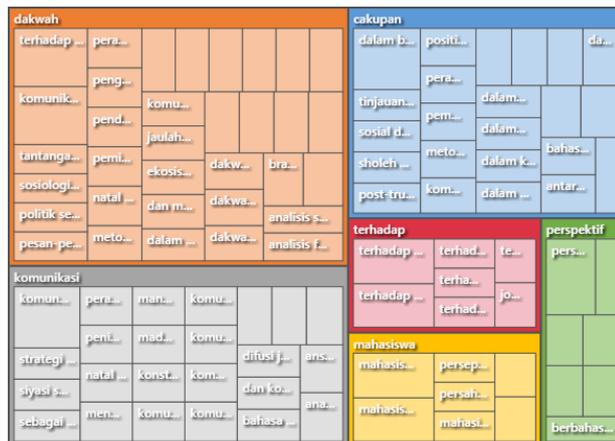
Berdasarkan hasil frekuensi kata dari 275 publikasi terindeks Dimensions.ai dengan kata kunci “komunikasi Islam dan dakwah” yang diperoleh dari pemetaan dan persentase yang dihitung secara otomatis oleh Nvivo 12 Plus Wizard. Adapun kata-kata dengan frekuensi tertinggi dalam penelitian yang diterbitkan setelah kata komunikasi Islam dan dakwah adalah media (1%), digital (0,17%), dan teknologi (0,16%). Selain itu, dalam hasil pengkodean otomatis juga menunjukkan beberapa istilah menarik lainnya seperti masyarakat, sosial, pesantren, radio, masjid, penyiaran, lembaga, bahasa, universitas, youtube, preaching, politik, dan komunitas.

Hierarchy Chart



Gambar 4. Hierarchy Chart "Abstrak"

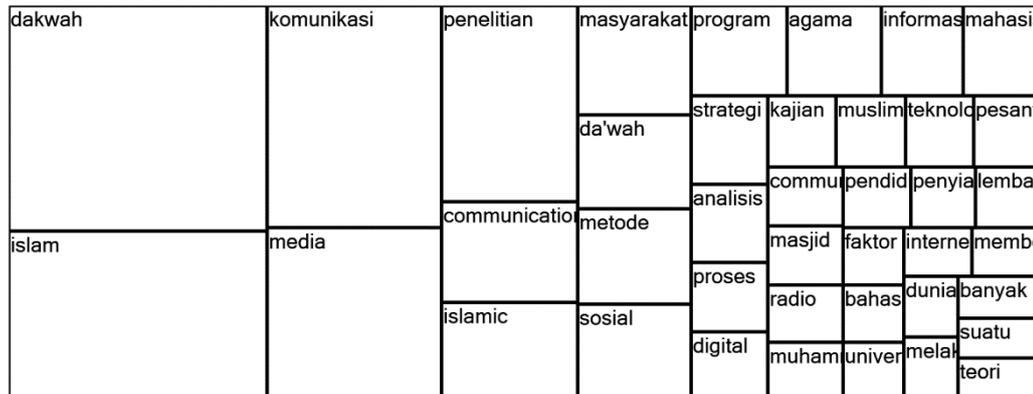
Berdasarkan pengkodean, secara otomatis menghasilkan bagan hierarki pada judul memunculkan beberapa tema relevan yang sering muncul, antara lain teknologi, dakwah, komunikasi, media, dan penelitian. Di antara bagan-bagan tersebut kata "teknologi" memiliki ukuran persegi yang lebih besar dari yang lain.



Gambar 5. Hierarchy Chart "Judul"

Berdasarkan pengkodean, secara otomatis menghasilkan bagan hierarki berdasarkan judul artikel. Pada Gambar 4 menyajikan tema-tema relevan yang sering muncul diantaranya dakwah, cakupan, komunikasi, terhadap, mahasiswa, dan perspektif. Adapun kata "dakwah" memiliki ukuran persegi yang lebih besar dari yang lain.

4.2.3 Treemap



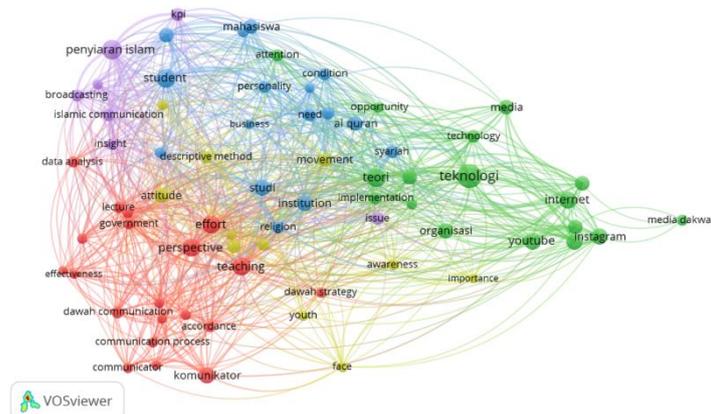
Gambar 6. Treemap of Essential Concerns and Focus

Tools selanjutnya yang dihadirkan dari analisis Word Frequency adalah treemap. Treemap adalah diagram yang menunjukkan data dalam urutan hierarkis, sebagai kumpulan persegi panjang bersarang dengan dimensi, ukuran, dan bentuk yang berbeda. Ukuran menunjukkan jumlah berdasarkan frekuensi dan persentase. Treemap diskalakan agar sesuai dengan ruang yang ditawarkan. Ukuran persegi panjang harus dipertimbangkan dalam hubungan jaringan satu sama lain yang menghasilkan tampilan area yang lebih luas di kiri atas bagan, dibandingkan, tampilan persegi panjang yang lebih kecil di kanan bawah (Help NVivo, 2020). Dari analisis Word frequency berupa treemap yang dihasilkan dari analisis ini telah menunjukkan dua aspek berbeda, yakni:

- 1) Concerns adalah perhatian utama dalam pengelompokan topik umum terkait. Diantara yang terkait topik ini adalah Komunikasi Islam dan Dakwah.
- 2) Fokus, bagian ini membahas fokus pembahasan dalam penelitian komunikasi Islam dan dakwah. Adapun fokus yang dibahas terkait dengan media sosial (Nurlina, 2020; Rosmalina et al., 2020), program (Pradesa & Yunda Presti Ardilla, 2020), mahasiswa (Melindasari & Rachman, 2019), strategi (Sakhinah & Arbi, 2019), digital (Salsabila & Muslim, 2022), kajian (Azhar, 2018), teknologi (Aini, 2019), pesantren, masjid, radio, pendidikan, lembaga, internet, dan universitas.

Analisis Co-Occurrence Word

Gambar 7. Co-Occurrence Network Visualization diolah menggunakan VOSviewer



Pada gambar di atas disajikan pemetaan visual grafis dari publikasi paper dengan tema komunikasi Islam dan dakwah. Hasil analisis pemetaan kata kunci menjadi dasar untuk pemetaan co-occurrence dari istilah-istilah penting atau unik yang terkandung dalam artikel tertentu. Pemetaan adalah proses yang memungkinkan seseorang untuk mengenali elemen pengetahuan dan konfigurasinya, dinamika, saling ketergantungan, dan interaksinya. Terkait dengan scientometrik, science mapping merupakan metode visualisasi suatu bidang ilmu. Visualisasi ini dilakukan dengan membuat peta lanskap yang dapat menampilkan topik-topik dari ilmu pengetahuan. Hasil visualisasi jaringan peta co-occurrence word dapat dilihat pada gambar di atas.

Kata kunci yang dibagi menjadi 5 kluster di atas yang tersusun dalam lingkaran berwarna yang menunjukkan kluster. Data ini dapat digunakan untuk mengetahui tren kata kunci. Analisis ini menunjukkan beberapa kata kunci yang banyak digunakan dalam paper, yang merupakan objek dari studi. Semakin banyak kata kunci yang muncul, semakin luas lingkaran yang ditunjukkan. Sementara itu, hubungan garis antar kata kunci menunjukkan seberapa besar hubungan antara kata kunci satu dengan kata kunci yang lainnya.

Berikut ini adalah kata kunci yang sering muncul dalam paper bertema komunikasi Islam dan dakwah ditampilkan dan hubungannya dengan kata kunci lain dalam 5 kluster, yaitu:

- 1) Cluster 1 berwarna merah, pada cluster ini lebih fokus pada pembahasan komunikasi dakwah terdiri dari kata, yakni: *dawah strategy, communication process, communicator, lecture, government, teaching*.
- 2) Cluster 2 berwarna hijau, pada cluster ini lebih fokus pada pembahasan pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah Islam. Adapun keywords yang terkait adalah *technology, opportunity, media, implementation, youtube, instagram, internet*.
- 3) Cluster 3 berwarna biru, yang mendiskusikan terkait peran institusi dan keterlibatan mahasiswa dalam komunikasi dakwah Islam dengan kata yang terkait yakni mahasiswa, studi, institution, student, syariahdan sebagainya.
- 4) Cluster 4 berwarna ungu yang mendiskusikan terkait penyiaran Islam dengan kata yang terkait yakni broadcasting, kpi, *Islamic communication* dan sebagainya.
- 5) Kluster 5 berwarna kuning merupakan cluster terkecil yang berisi publikasi yang mengeksplorasi hubungan pergerakan atau perkembangan komunikasi dakwah Islam.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan terdapat beberapa temuan dari penelitian ini. Temuan pertama yakni jumlah publikasi yang cenderung berfluktuasi dari tahun ke tahun terkait penelitian komunikasi Islam dan dakwah (Grafik 1). Hal ini mengindikasikan bahwa topik ini menjadi topik yang menarik didiskusikan dalam literatur ilmiah. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya literatur ilmiah terkait topik ini yang diterbitkan oleh jurnal-jurnal (Tabel 2) dan banyaknya penulis yang turut berafiliasi dalam meneliti topik ini (Gambar 2).

Temuan kedua dari penelitian ini dapat dilihat dari hasil wordcloud (Gambar 3) dan hierarchy chat (Gambar 4&5) yang menunjukkan bahwa kata media, teknologi, dan digital menjadi tema banyak dibahas dalam penelitian komunikasi Islam dan dakwah. Hal ini mengindikasikan bahwa berkembangnya teknologi menjadi salah satu strategi yang dimanfaatkan dalam efektifitas dan efisisensi komunikasi dan dakwah Islam dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial (Rustandi, 2019).

Temuan ketiga dari penelitian ini terkait fokus pembahasan dalam penelitian komunikasi Islam dan dakwah yang mencakup media sosial, program, mahasiswa, strategi, digital, kajian, teknologi, pesantren, masjid, radio, pendidikan, lembaga, internet, dan universitas. Dari fokus pembahasan tersebut selanjutnya dapat diperluas lagi melalui kajian akademis untuk penelitian dimasa akan datang.

Terakhir adalah terkait kluster terkait topik pembahasan penelitian komunikasi Islam dan dakwah. Adapun dalam temuan ini masih memiliki keterkaitan dengan temuan sebelumnya

terkait fokus pembahasan. Hanya saja pada bagian ini menyajikan dalam bentuk kluster sehingga memaparkan hasil yang lebih terkategori. Dari hasil tersebut ditemukan setidaknya terdapat 5 kluster yang menunjukkan jalur penelitian dalam penelitian komunikasi Islam dan dakwah meliputi komunikasi dakwah, media dakwah Islam, penyiaran Islam, dan pergerakan atau perkembangan komunikasi dakwah Islam. Kluster penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai acuan dasar untuk melihat bagaimana visualisasi grafis perkembangan tren penelitian komunikasi Islam dan dakwah dalam penelitian ilmiah oleh para ahli tersebut sebagai gambaran untuk memperluas kajian ini di penelitian masa depan.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan penelitian terkait sejauh mana perkembangan penelitian komunikasi Islam dan dakwah dalam literatur ilmiah. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat sejumlah publikasi paper bertemakan komunikasi Islam dan dakwah dalam 11 tahun terakhir terhitung sejak 2012 hingga 2022 dengan 275 penelitian dilengkapi *Digital-Object-Identifier* (DOI) terindeks Dimensions.

Selain itu, tinjauan ini mencakup meta analisis, frekuensi kata, co-occurrence word. Penelitian ini juga menemukan bahwa terjadinya jumlah publikasi yang berfluktuasi dari tahun ke tahun terkait penelitian komunikasi Islam dan dakwah (Grafik 1) yang mengindikasikan bahwa topik ini menjadi topik yang menarik dan harus terus dikembangkan. Selain itu, berbagai fokus pembahasan serta analisis kluster yang memaparkan jalur penelitian dalam penelitian komunikasi Islam dan dakwah meliputi komunikasi dakwah, media dakwah Islam, penyiaran Islam, dan pergerakan atau perkembangan komunikasi dakwah Islam.

Dengan demikian, hasil kajian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dasar untuk melihat bagaimana visualisasi grafis perkembangan tren penelitian komunikasi Islam dan dakwah dalam penelitian ilmiah yang dipublikasikan sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut oleh para ahli. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat merujuk pada kata kunci terpopuler yang dapat didiskusikan lebih lanjut. Selain itu, dimungkinkan untuk melakukan analisis bibliometrik yang lebih lengkap dengan perangkat lunak jenis lain. Akhirnya, perlu dicatat bahwa dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yakni kerangka waktu terbatas dan hasil yang ditawarkan masih dinamis selain itu database yang digunakan adalah Dimensions. Saran untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan database yang lebih baik seperti Scopus, WoS, dan sumber lainnya untuk hasil yang lebih komprehensif.

Ucapan Terima Kasih

Sebagai tanda terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan manuskrip atau penelitian, kami juga ingin menyampaikan penghargaan kepada editor Journal Al Kawakib dan para reviewer untuk kesempatan ini.

Daftar Pustaka

- Aini, Z. (2019). Ekosistem Dakwah dalam Era Teknologi Disruptif. *Al Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial, Dan Kebudayaan*, 10(2).
- Aprilyawati, F. D., & Nurudin, N. (2022). Strategi Komunikasi Media Islam alif.id dan ibtimes.id dalam Penyebaran Paham Moderasi. *Islamic Communication Journal*, 7(1), 35–52. <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.1.9044>
- Azhar, A. (2018). Komunikasi Antarpribadi: Suatu Kajian dalam Perspektif Komunikasi Islam. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8(1), 79–91. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.400>

-
- Fachrudin, F. (2019). Implementasi Penyiaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 7(02), 181. <https://doi.org/10.30868/am.v7i02.593>
- Fauzi, F. N., & Librianti, E. O. I. (2021). Kontribusi Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Dakwah. *Ath Thariq*, 05(01), 71–83.
- Hadirman, Ardianto, & Musafar. (2019). Analisis Pesan Dakwah Islam dalam Komunikasi Tradisional Katoba Pada Masyarakat Muna. *Potret Pemikiran*, 23(2).
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan Agama di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik dan Materi Dakwah. *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(01), 1–24. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.188>
- Help NVivo 12 Plus. (2020). <https://help-nv.qsrinternational.com/12/win/v12.1.112-d3ea61/Content/queries/text-search-query.htm>
- Izza, N. N. (2022). Bibliometric Mapping of Halal Fashion Research Development With Scopus Index. 3(2).
- Izza, N. N., & Rusydiana, A. S. (2022). What Scopus Metadata Says About 32 Years of Islamic Accounting. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 2(1), 323–338.
- Juniawati. (2014). Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran dan Potensi Media Elektronik dalam Dakwah Islam di Kalimantan Barat. *Jurnal Dakwah*, XV(2), 211–233.
- Mansur, M., Nuranisah, N., Afdal, A., Zakariah, Z., & Payuhi, F. (2022). Peranan Komunikasi Dakwah dalam Keluarga Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(6), 359–364. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i6.2518>
- Melindasari, M., & Rachman, A. (2019). Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (Kpi) Fakultas Usuluddin Adab Dan Dakwah Iain Syekh Nurjati Cirebon Menjadi Jurnal. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5141>
- Moretti, F., Vliet, L. van, Bensing, J., Deledda, G., Mazzi, M., Rimondini, M., Zimmerman, C., & Fletcher, I. (2011). A Standardized Approach to Qualitative Content Analysis of Focus Discussions from Different Countries. *Patient Education and Counseling*, 8(3), 420–428.
- Mubasyaroh. (2020). Intensitas Komunikasi Kelompok sebagai Alternatif Model Dakwah. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1), 21–41.
- Muktarruddin. (2018). Penggunaan Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 5(2).
- Muniruddin, M. (2019). Humor Dan Komunikasi Dakwah Pengembangan Masyarakat Islam. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 5(2), 95–107. <https://doi.org/10.37064/jki.v5i2.3998>
- Nurlina. (2020). Berdakwah Di Media Sosial Sebagai Sarana Penyebar Dakwah Di Era Digital. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/b2cvm>
- Pradesa, D., & Yunda Presti Ardilla. (2020). Komodifikasi Dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 2(1), 81–106. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v2i1.85>
- Rosmalina, A., Matin, N. A., Komunikasi, J., Islam, P., Syekh, I., & Cirebon, N. (2020). Orientasi Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi (Media Massa). *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.24235/ORASI.V11I1.6436>
-

- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/NJPPI.V3I2.1678>
- Sabilah, N., & Arbi, A. (2020). Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah. *Al-MUNZIR*, 13(2), 135. <https://doi.org/10.31332/am.v13i2.1979>
- Safrizal. (2019). Komunikasi Massa Sebagai Media Dakwah. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 10(1), 52–70. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1707>
- Sakhinah, S., & Arbi, A. (2019). Persuasive Strategic Communication: Tabligh in Komunitas Anak Muda Berhijrah or Hijrah Youth Community. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 23(1), 22–39. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v23i1.13925>
- Salsabila, F., & Muslim, I. F. (2022). Utilization of Whatsapp as a Digital Literature Media for Dakwah Among Students. *Jurnal Pendidikan Intelektium*, 3(1). <https://doi.org/10.37010/int.v3i1.MARET>
- Saputra, D., Syukur, A., & Muawanah, L. (2020). Komunikasi Dakwah Antara Kyai Dan Santri Dalam Analisis Strategi Dakwah Di Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah. *Komunika*, 3(2), 126. <https://doi.org/10.24042/komunika.v3i2.7352>
- Yusuf, A. M. (2017). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan. KENCANA.
- Zamawe, F. C. (2015). The implication of Using NVivo Software in Qualitative Data Analysis: Evidence-based Reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1), 13–15. <https://doi.org/10.4314/mmj.v27i1.4>