

DAKWAH DIGITAL DI ERA MEDIA SOSIAL: KAJIAN BIBLIOMETRIK TERHADAP PERTUMBUHAN DAN ARAH PERKEMBANGAN LITERASI ILMIAH

Fani Yasta Viora Tamiati* ; Wina Erwina ; Nurmaya Prahatmaja

¹Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Padjadjaran

korespondensi: fani22002@mail.unpad.ac.id

Naskah diterima: 27-02-2025, direvisi: 28-08-2025, disetujui: 19-11-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of scientific literature related to digital da'wah through social media using a bibliometric approach. Data were retrieved from the Dimensions database with the keywords "Da'wah AND Digital" for the period 2017-2024, resulting in 400 documents that were analyzed based on the number of publications, citations, affiliations, and thematic trends. The results showed that scholarly literacy on digital da'wah grew significantly with an average annual growth rate of 75.36%, reaching a peak in 2023 before declining in 2024. Publications are dominated by contributions from Indonesia, with international collaboration still low. Thematic analysis shows that "digital media da'wah" is a highly relevant but less dynamic Basic Themes, while "da'wah and social media" is a rapidly growing Motor Themes. This research confirms the importance of digital da'wah as a strategic topic with great potential for global development, although international collaboration and exploration of new themes need to be improved.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan literatur ilmiah terkait dakwah digital melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan bibliometrik. Data diambil dari database Dimensions dengan kata kunci "Dakwah dan Digital" untuk periode 2017-2024, menghasilkan 400 dokumen yang dianalisis berdasarkan jumlah publikasi, kutipan, afiliasi, dan tren tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keilmuan tentang dakwah digital tumbuh secara signifikan dengan tingkat pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 75,36%, mencapai puncaknya pada tahun 2023 sebelum menurun pada tahun 2024. Publikasi didominasi oleh kontribusi dari Indonesia, dengan kolaborasi internasional yang masih rendah. Analisis tematik menunjukkan bahwa "dakwah media digital" merupakan Tema Dasar yang sangat relevan namun kurang dinamis, sementara "dakwah dan media sosial" merupakan Tema Penggerak yang berkembang pesat. Penelitian ini menegaskan pentingnya dakwah digital sebagai topik strategis dengan potensi besar untuk pengembangan global, meskipun kolaborasi internasional dan eksplorasi tema-tema baru masih perlu ditingkatkan.

Keywords: Digital Da'wah; Bibliometric Analysis; Social Media; Research Trends

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Adanya media sosial mampu memberikan dampak yang signifikan dalam membantu aktivitas sehari-hari di berbagai aspek kehidupan. Statista (2025) melaporkan bahwa lebih dari 4,89 miliar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dan sekitar 4,26 miliar di antaranya aktif sebagai pengguna media sosial. Fungsi utamanya adalah sebagai media komunikasi real time, diseminasi informasi secara

global, dan sarana pengekspresian diri. Hal ini tentunya berkaitan dengan modernisasi dimana fenomena budaya yang ditandai dengan transformasi dari asosiasi tradisional menuju masyarakat dengan pola baru yang berfokus pada kemajuan teknologi dan pertukaran budaya. Media sosial dapat memungkinkan siapapun untuk berkomunikasi lintas daerah bahkan lintas negara tanpa batasan geografis. Selain itu, media sosial menjadi sarana diseminasi dan penyedia informasi yang dapat diakses dengan cepat serta mudah. Selain itu, media sosial juga berperan sebagai sarana pengekspresian diri dan sarana menunjukkan kreativitas dengan berbagi pikiran serta membagikan pengalaman hidup kepada khalayak media yang mendukung pembentukan komunitas berdasarkan minat tertentu (Lestari, 2020). Lebih jauh dari itu, media sosial juga berfungsi sebagai ruang edukasi, tempat berbagi pengetahuan, serta tempat untuk membangun komunitas yang mendukung minat atau kebutuhan kelompok tertentu. Hal ini sesuai dengan Auliya et al. (2023) bahwa keberadaan media sosial mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat. Dampak tersebut terlihat melalui perubahan dalam hubungan sosial, keseimbangan interaksi, serta pranata sosial yang berlaku. Perubahan ini pada akhirnya mempengaruhi sistem sosial secara keseluruhan, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku antar kelompok dalam masyarakat. Media sosial membantu meningkatkan koneksi antara individu, membangun komunitas online dan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial, politik dan lingkungan. Dengan peran tersebut, media sosial turut berkontribusi pada proses transformasi budaya dan mempengaruhi gaya hidup serta tren sosial yang baru. Meskipun demikian, tantangan seperti disinformasi, privasi, dan kecanduan perangkat digital menjadi isu yang perlu diatasi agar media sosial tetap memberikan dampak positif bagi penggunanya.

Adanya teknologi digital yang memberikan kemudahan dalam proses komunikasi dapat menjadi faktor pendukung dalam proses revolusi komunikasi termasuk dalam penyebaran nilai-nilai agama melalui platform digital atau media sosial. Penyebaran dakwah melalui media sosial terbukti mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta melampaui batas ruang dan waktu. Hal ini ditegaskan oleh Rini et al. (2025) yang menemukan bahwa platform seperti *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* dapat menjadi sarana penyampaian dakwah yang cepat dan efektif, meskipun tetap memiliki risiko, seperti misinformasi dan penyalahgunaan platform. Pemanfaatan media sosial dalam penyiaran konten dakwah merupakan strategi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu (Ilham et al., 2025). Media sosial tidak hanya memberikan ruang dalam nilai-nilai dan ideologi dapat diperkenalkan kepada seluruh dunia. Sebagai salah satu agama dengan jumlah pengikut terbesar di dunia, Islam memiliki pengaruh yang luas dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam hal adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Dengan lebih dari 1,9 miliar umat Muslim di seluruh dunia, penyebaran nilai-nilai Islam kini tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti ceramah di masjid atau pertemuan komunitas, melainkan telah merambah ke ranah digital. Sejalan dengan hal tersebut, Umbu Nay et al. (2025) menekankan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, berperan dalam meningkatkan akses dakwah di masyarakat. Teknologi ini memungkinkan interaksi antara ulama dan umat yang sebelumnya terkendala jarak dan waktu, sekaligus menjadi sarana melawan hoaks melalui informasi yang lebih kredibel. Teknologi digital dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau umat secara global, mempererat ukhuwah, dan menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang relevan dengan kehidupan masyarakat saat ini.

Dakwah merupakan upaya dalam menyampaikan, mengajak, atau menyeru seseorang atau sekelompok orang untuk memahami, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam. Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a* yang berarti “mengajak” atau “memanggil.” Secara terminologis, dakwah merujuk pada upaya menyampaikan nilai-nilai Islam untuk menumbuhkan kesadaran religius, memperbaiki perilaku, dan membangun kehidupan yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Adapun tujuan dari dakwah adalah untuk membawa perubahan positif dalam kehidupan individu maupun kelompok, sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dari dakwah yang telah dilakukan sedari zaman Rasul sebagai utusan Allah SWT bertujuan untuk mengajak manusia untuk selalu berada dalam jalan kebenaran. Hal ini tertuang dalam surah Ali Imran ayat 110 yang berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.

Ayat tersebut sangat erat kaitannya dengan dakwah, karena ayat tersebut menggambarkan peran utama umat Islam dalam menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan mencegah perilaku buruk di tengah kehidupan bermasyarakat serta berusaha mengarahkan manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, dakwah juga dilakukan dengan landasan keimanan kepada Allah sehingga, prosesnya dilaksanakan dengan ikhlas dan penuh tanggung jawab. Melalui dakwah, umat Islam berkontribusi dalam membangun ruang lingkup yang harmonis, berkeadilan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran.

Tren dakwah melalui media sosial semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan platform digital, khususnya di kalangan generasi muda (Usulu et al. 2025). Dakwah pada hakikatnya merupakan seni kreatif yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman, sehingga keterampilan dalam teknik penyampaian menjadi faktor penting untuk memperkuat penerimaan pesan, baik pada individu maupun kelompok sasaran (Kushardiyanti 2021). Variasi dan kreativitas dalam pengemasan pesan keagamaan juga berperan besar dalam memperluas penyebaran nilai-nilai Islam. Media sosial memudahkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk mereka yang jarang menghadiri pengajian konvensional namun tetap membutuhkan kajian keagamaan (Nawawi 2025).

Perkembangan dakwah digital kini ditandai dengan pemanfaatan berbagai platform populer seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X. Pendakwah muda menggunakan format inovatif, mulai dari video pendek di TikTok, vlog di YouTube, hingga postingan visual di Instagram. Ika et al. (2025) menunjukkan bahwa akun TikTok Kadam Sidik, misalnya, mengintegrasikan storytelling, humor, dan tren sebagai strategi untuk menarik perhatian generasi muda Muslim. Gaya komunikasi yang santai dan relatable membuat dakwah terasa lebih ringan dan dekat dengan audiens muda. Selain itu, media sosial juga menghadirkan ruang interaksi dua arah melalui fitur seperti sesi Q&A atau diskusi di kolom komentar, yang menciptakan dialog antara pendakwah dan audiens (Nashoihul Ibad 2025).

Dalam era digital, dakwah menghadapi tantangan serius terkait relevansi pesan dengan konteks sosial dan budaya masyarakat. Salah satu problem utama adalah gap komunikasi ketika dakwah disampaikan dengan pendekatan yang terlalu generik, formal, atau jauh dari keseharian audiens, sehingga pesan agama kurang efektif diterima, khususnya oleh generasi muda. Oleh karena itu, muncul kebutuhan mendesak untuk menghadirkan strategi dakwah yang lebih kontekstual dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam budaya lokal.

Budaya lokal dapat memegang peran krusial sebagai media dakwah karena mampu menghadirkan pesan yang lebih dekat, relevan, dan dapat diterima oleh masyarakat. Integrasi ini bukan hanya memperkaya metode dakwah, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara pesan agama

dan audiensnya melalui tradisi, bahasa, serta kebiasaan yang akrab bagi masyarakat setempat. Representasi budaya lokal dalam dakwah digital kini semakin relevan karena media sosial memungkinkan penyajian konten yang variatif, interaktif, dan berbasis kearifan lokal.

Di Indonesia, misalnya, beberapa pendakwah mengemas pesan Islam melalui tradisi lokal seperti wayang, musik daerah, atau cerita rakyat untuk menjelaskan konsep-konsep keagamaan. Salah satu contoh konkret adalah penggunaan bahasa daerah dalam ceramah, seperti Ustadzah Mumpuni yang menggunakan Bahasa Jawa Ngapak dalam dakwahnya yang kemudian diunggah ke platform media sosial untuk menarik perhatian audiens lokal. Keberhasilan dakwah pada akhirnya ditentukan oleh bagaimana pendakwah membawakan pesan kepada khalayak, baik orang dewasa maupun generasi muda, dengan memilih materi yang relevan serta gaya penyampaian yang sesuai dengan fenomena yang terjadi di masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terkait dakwah digital telah dikaji oleh berbagai peneliti lain yang dimuat dalam bentuk artikel jurnal. Pertama, penelitian dengan judul *Optimalisasi Dakwah di Era Modern Melalui Media Sosial* yang ditulis oleh Lestari pada tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana peran dan strategi yang dapat dilakukan sebagai upaya optimalisasi dakwah melalui media sosial, khususnya dalam konteks generasi milenial. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana tantangan yang ditemukan khususnya dalam menghadapi preferensi komunikasi dan gaya hidup generasi milenial yang memiliki kecenderungan online. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dalam pengumpulan data dan melakukan analisis secara deskriptif untuk merepresentasikan data temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi dakwah tercapai melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, terutama melalui media massa dan media sosial. Pendekatan dakwah yang efektif di era saat ini menuntut penguasaan media sosial sebagai platform utama dalam menyampaikan pesan keagamaan, terutama untuk menjangkau generasi milenial yang menjadi sasaran utama di era digital.

Kedua, penelitian Syihabudin dan Rahman (2024) dengan judul *Strategi Dakwah Digital: Meningkatkan Misi Dakwah dan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah digital melalui media sosial yang dapat memberikan peluang besar dalam menyebarkan agama Islam secara meluas di era globalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menjelaskan fenomena dakwah secara mendalam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan fasilitas jaringan dengan memastikan metode, konsep, dan pesan dakwah tersampaikan secara efektif, sehingga media tersebut menjadi familiar bagi generasi baru. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah melampaui batas-batas geografis dan waktu, mencegah penyebaran misi peradaban Barat di kalangan anak muda Muslim.

Ketiga, penelitian dengan judul *Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru "e-Jihad" atau Latah Bersosial Media* oleh Dhora et al. pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk melihat mengenai bagaimana pelaksanaan dakwah Islam di era digital, khususnya melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada era digital, dapat membuka peluang baru bagi pelaksanaan dakwah Islam melalui media sosial. Meski menawarkan berbagai kesempatan inovatif, dakwah melalui platform ini juga menghadirkan tantangan yang harus dihadapi. Isi konten dari dakwah serta metode penyampaian yang digunakan juga akan menentukan keberhasilan melaksanakan dakwah di era digital ini.

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, dapat dilihat bahwa kajian dakwah digital masih banyak berfokus pada strategi umum, tantangan, serta potensi media sosial sebagai sarana dakwah. Namun, masih terdapat celah penelitian mengenai bagaimana dakwah digital dapat dipadukan dengan representasi budaya lokal sebagai strategi kontekstual yang lebih dekat dengan audiens. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menitikberatkan pada integrasi nilai-nilai Islam dan kearifan lokal dalam konten dakwah digital, sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara pendekatan dakwah tradisional dan kebutuhan komunikasi generasi muda di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan diri sebagai upaya melengkapi studi-studi sebelumnya yang lebih menyoroti aspek teknologi dan strategi global, dengan memberikan perspektif baru terkait pentingnya pendekatan berbasis budaya lokal dalam dakwah digital.

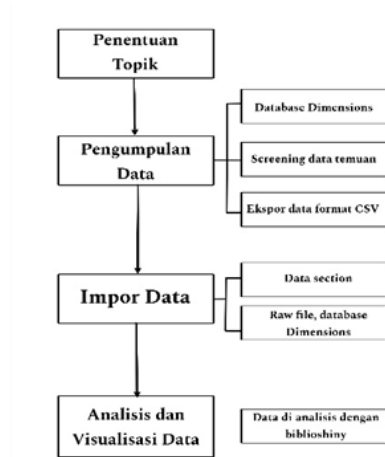
3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis bibliometrik. Analisis bibliometrik bermanfaat untuk mengetahui berbagai topik penelitian yang sedang diminati dan dilakukan oleh para peneliti dari berbagai negara di seluruh dunia (Donthu et al. 2021). Dengan analisis bibliometrik juga ditunjukkan untuk mengetahui perkembangan dari jumlah dan ragam suatu topik penelitian (Aria and Cuccurullo 2017). Pendekatan bibliometrik digunakan dalam menganalisis perkembangan berbagai disiplin ilmu berdasarkan struktur intelektual, struktur sosial, dan struktur konseptual (Zupic and Čater 2015). Analisis bibliometrik memiliki peran dalam mengevaluasi hasil penelitian ilmiah di seluruh dunia serta berperan dalam pementaan suatu bidang ilmu. Indikator dari bibliometrik dihitung dalam periode waktu tertentu yang pada umumnya menggunakan pendekatan jumlah publikasi dan indikator untuk mengukur produktivitas, jumlah kutipan, serta mengukur dampak atau kontribusi yang diberikan dari artikel yang dihasilkan.

Data penelitian ini berasal dari database Dimensions karena memiliki cakupan luas dan multidisipliner dengan lebih dari seratus juta publikasi, mencakup artikel jurnal, prosiding, buku, hingga preprint, sehingga lebih komprehensif dibanding basis data tunggal (Hook, Porter, and Crotty 2018). Keunggulan lainnya adalah akses terbuka dengan fitur analisis lengkap, yang memungkinkan peneliti dari berbagai institusi, termasuk di negara berkembang, memperoleh data terkini tanpa hambatan biaya (Thelwall 2018). Selain publikasi dan sitasi, Dimensions juga menyediakan indikator lain seperti altmetrics, paten, pendanaan riset, hingga uji klinis, sehingga mampu menggambarkan dampak akademik maupun praktis dari publikasi (Herzog, Hook, and Porter 2020). Dari sisi teknis, data dapat diekspor dan dianalisis dengan perangkat seperti VOSviewer atau Bibliometrik, serta diperbarui secara real-time, menjadikannya sumber yang tepat untuk memetakan tren penelitian mutakhir.

Adapun topik yang diambil adalah dakwah digital menggunakan media sosial berdasarkan rentang tahun 2017 – 2024 dan dibatasi untuk artikel ilmiah saja. Rentang waktu tersebut dipilih karena mencerminkan periode penting dalam perkembangan dakwah digital. Tahun 2017 menjadi titik awal maraknya penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok yang relevan dengan kajian ini (Statista 2023). Rentang delapan tahun dianggap memadai dalam analisis bibliometrik untuk melihat tren dan dinamika penelitian secara longitudinal. Selain itu, periode ini juga mencakup masa pandemi COVID-19 yang mempercepat pergeseran aktivitas dakwah ke ruang digital, sehingga hasil analisis lebih aktual dan kontekstual (Campbell and Tsuria 2021). Peneliti dapat melakukan interpretasi dan visualisasi data dengan pendekatan bibliometrik dengan tahapan alur sebagai berikut.

Dakwah digital di era media sosial: Kajian bibliometrik terhadap pertumbuhan dan arah perkembangan literasi ilmiah



Gambar 1. Alur penelitian menggunakan Biblio Shiny
Sumber: Peneliti (2025)

Penelitian ini dimulai dengan pemilihan topik terkait dakwah digital melalui media sosial sebagai topik yang akan diteliti lebih lanjut. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data yang relevan dan kredibel melalui database Dimensions. Artikel yang relevan dapat ditemukan dengan menggunakan fitur Advanced Search untuk memastikan bahwa data yang ditemukan merupakan data yang relevan dengan topik penelitian. Database akan mengekstrak hal-hal penting yang nantinya akan di impor ke Biblio Shiny untuk di analisis bibliometrik. Dari hasil advanced search menghasilkan 1.534 artikel ilmiah yang diterbitkan oleh Dimensions dengan keyword “Da’wah AND Digital”. Kemudian dilakukan penyaringan dengan melihat kriteria spesifik untuk mendapatkan data berupa artikel ilmiah yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian. Dari hasil cleaning didapati sebanyak 400 artikel ilmiah yang dinilai dapat memenuhi kebutuhan analisis dan benar-benar sesuai dengan kebutuhan topik penelitian. Selanjutnya, data temuan akan di ekspor dalam bentuk CSV (Comma Separated Values) yang dapat memudahkan dalam proses analisis pada Biblio Shiny.

Penggunaan Biblio Shiny untuk menganalisis data bibliometrik digunakan guna menghasilkan analisis secara komprehensif dan mendalam, Biblio Shiny merupakan sebuah alat berbasis web yang dapat memfasilitasi analisis bibliometrik melalui antarmuka yang dapat diakses dengan mudah dan gratis (R Team, 2021). Dalam penelitian ini, Biblio Shiny dipilih sebagai perangkat lunak untuk analisis karena kemampuannya dalam mengolah data bibliografis yang dapat dikemas secara sistematis serta menyajikan hasil dalam bentuk visualisasi yang informatif dan interaktif.

Tabel 1. Himpunan Sumber Data Penelitian

Kategori	Informasi
Basis Data Penelitian	Dimensions
Rentang Waktu	2017-2024
Bahasa	Inggris
Pencarian Kata Kunci	“Da’wah AND Digital”
Tipe Dokumen	Artikel
Ekspor Data	Diekspor dalam format CSV dengan informasi cited, bibliography, abstract, keyword dan informasi lainnya
Jumlah Sampel	400

Sumber: Peneliti (2025)

Dalam penelitian ini, hasil dari proses pencarian dan penyaringan data sebanyak 400 artikel ilmiah yang dianalisis lebih lanjut menggunakan Biblio Shiny. Penggunaan Biblio Shiny mampu memberikan gambaran yang komprehensif dari analisis terkait dakwah digital dengan penggunaan media sosial sebagai sarana penyebarluasannya. Berbagai fitur analisis dan visualisasi yang tersedia pada Biblio Shiny, dapat menghasilkan identifikasi terkait tren penelitian, kolaborasi antar penulis, serta topik-topik yang paling banyak dibahas dalam literatur. Hasil dari analisis ini dapat digunakan sebagai dasar penelitian lebih lanjut karena analisis ini menghasilkan data yang berkualitas dalam mendukung interpretasi hasil temuan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Informasi Utama tentang Dataset

Keyword yang digunakan dalam proses pencarian pada database Dimensions adalah “Da’wah AND Digital” dengan rentang waktu 2017-2024 dalam bentuk artikel yang akan digunakan pada dataset penelitian ini. Berikut informasi terkait dataset yang telah di ekspor dan dirangkum dalam bentuk tabel.

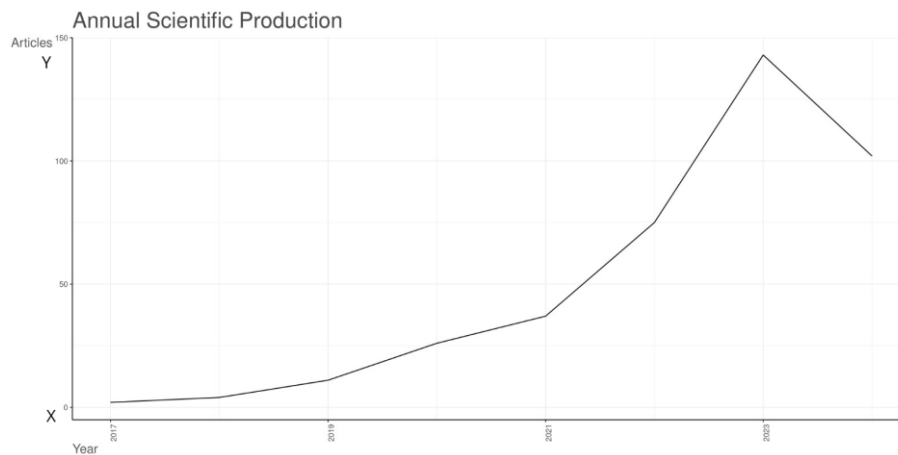
Tabel 2. Informasi Utama tentang Dataset

Deksripsi	Informasi
Timespan	2017:2024
Sources (Journals, Books, etc)	266
Documents	400
Annual Growth Rate %	75.36
Document Average Age	1.5
Average citations per doc	0.7525
Authors	908
Single-authored docs	122
Co-Authors per Doc	2.47
International co-authorships %	1.5
Document Type (Article)	400

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil gambaran umum dataset menunjukkan bahwa sebanyak 400 dokumen dalam bentuk artikel dalam rentang waktu 2017-2024 yang membahas terkait dakwah digital melalui media sosial dengan rata-rata tingkat pertumbuhan tahunan dalam bentuk persen sebesar 75.36% yang menunjukkan bahwa penelitian terkait dakwah digital berkembang dengan sangat cepat. Dalam penelitian ini, data yang telah diekstraksi dijadikan sebagai landasan penting dalam interpretasi analisis bibliometrik dengan topik dakwah digital. Penyusunan dataset seperti tabel diatas mampu memberikan kemudahan dalam pemahaman terkait gambaran komprehensif yang menjadi faktor pendukung dalam penelitian.

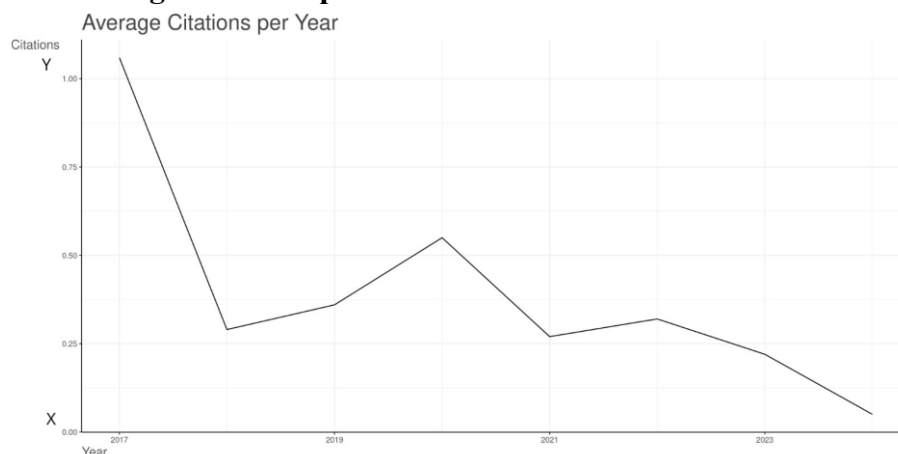
4.2 Analisis Annual Scientific Production



Gambar 2. Annual Scientific Production
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa secara keseluruhan grafik ini memberikan gambaran tentang bagaimana topik dakwah digital berkembang dan berubah dari waktu ke waktu dalam literatur ilmiah. Dilihat dari rentang tahun terkait penelitian dakwah digital menggunakan media sosial mulai masuk pada Dimensions sejak tahun 2017 dan semakin meningkat dan puncaknya pada tahun 2023 berkisar 145 artikel. Dari analisis pada gambar 2 dapat dilihat bahwa pada awalnya, produksi artikel ilmiah tentang dakwah digital meningkat secara bertahap. Hal ini mungkin disebabkan oleh meningkatnya minat dan kesadaran akan pentingnya dakwah digital di kalangan akademisi dan praktisi dakwah. Kemudian grafik mencapai puncaknya pada tahun 2023, yang menunjukkan bahwa pada tahun tersebut topik dakwah digital mendapatkan perhatian yang sangat besar. Hal ini dapat terjadi karena adanya perkembangan teknologi baru atau terdapat peningkatan penggunaan media sosial untuk dakwah. Setelah mencapai puncak di tahun 2023, grafik menunjukkan penurunan tajam dalam produksi artikel ilmiah di tahun 2024. Penurunan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah adanya perubahan pada fokus penelitian yang memungkinkan peneliti beralih pada topik lain yang lebih relevan atau lebih baru di tahun 2024.

4.3 Analisis Average Citations per Year



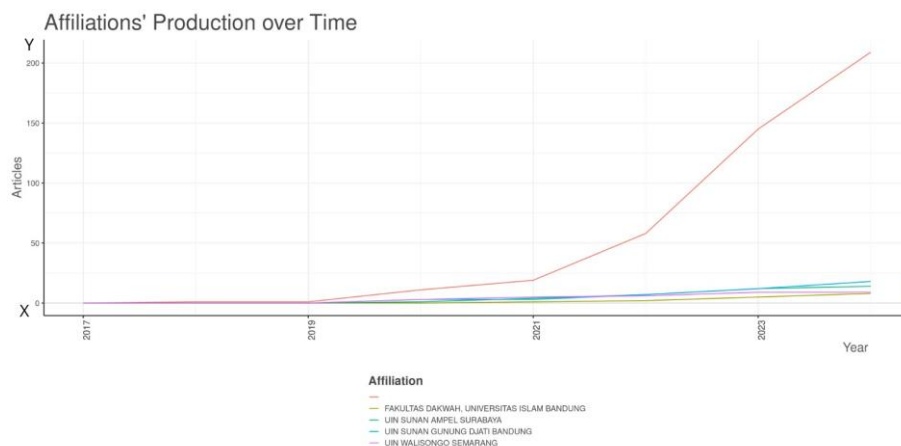
Gambar 3. Average Citations per year
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Pada Gambar 3 dapat dilihat secara keseluruhan bahwa grafik ini memberikan gambaran mengenai bagaimana topik dakwah digital mendapatkan perhatian dan pengaruhnya dalam literatur ilmiah dari waktu ke waktu melalui jumlah sitasi. Grafik menunjukkan bahwa pada tahun 2017

nilai sitasi berada pada kisaran 1,75, yang mengindikasikan tingginya perhatian peneliti terhadap dakwah digital pada periode tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa topik dakwah digital dianggap relevan dan banyak dibahas, sehingga menarik minat akademisi untuk mengutipnya. Namun, pada tahun 2018 terjadi penurunan tajam hampir setengahnya, yang kemungkinan dipengaruhi oleh pergeseran fokus penelitian, munculnya isu-isu baru, atau menurunnya minat terhadap topik ini. Selanjutnya, pada tahun 2020 grafik kembali menunjukkan peningkatan yang signifikan bahkan melampaui nilai awal tahun 2017, menandakan bahwa dakwah digital kembali memperoleh perhatian besar seiring dengan meningkatnya penggunaan media digital, khususnya pada masa pandemi COVID-19 yang mendorong intensifikasi aktivitas daring.

Setelah itu, tren grafik memperlihatkan fluktuasi kecil pada tahun-tahun berikutnya dengan kecenderungan menurun hingga tahun 2021. Hal ini dapat dimaknai bahwa meskipun dakwah digital tetap menjadi tema yang relevan, terdapat faktor eksternal seperti perkembangan teknologi, isu sosial-keagamaan lain, maupun pergeseran fokus penelitian yang memengaruhi jumlah sitasi. Puncaknya, grafik menunjukkan penurunan drastis pada tahun 2023 hingga 2024, yang dapat mencerminkan menurunnya intensitas perhatian akademis atau terjadinya diversifikasi kajian dakwah ke arah tema-tema baru yang lebih kontekstual dengan perkembangan zaman.

4.4 Analisis Affiliations' Production over Time



Gambar 4. Affiliations' Production over Time
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Pada gambar 4 menunjukkan produksi artikel dari berbagai afiliasi selama rentang tahun 2017 hingga 2021. Garis merah yang mewakili afiliasi ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam produksi artikel dari waktu ke waktu, mencapai lebih dari 200 artikel pada tahun 2024. Namun pada hasil analisis tidak memunculkan afiliasi yang menaungi produksi artikel tersebut. Garis yang mewakili warna afiliasi lainnya mulai dari Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung, UIN Sunan Ampel Surabaya, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dan UIN walisono Semarang menunjukkan menunjukkan trayektori yang relatif datar di dekat bagian bawah grafik. Hal ini menunjukkan bahwa produksi artikel dari afiliasi-afiliasi ini relatif stabil. Secara keseluruhan, grafik ini memberikan gambaran tentang bagaimana berbagai afiliasi berkontribusi terhadap produksi artikel tentang dakwah digital dari waktu ke waktu.

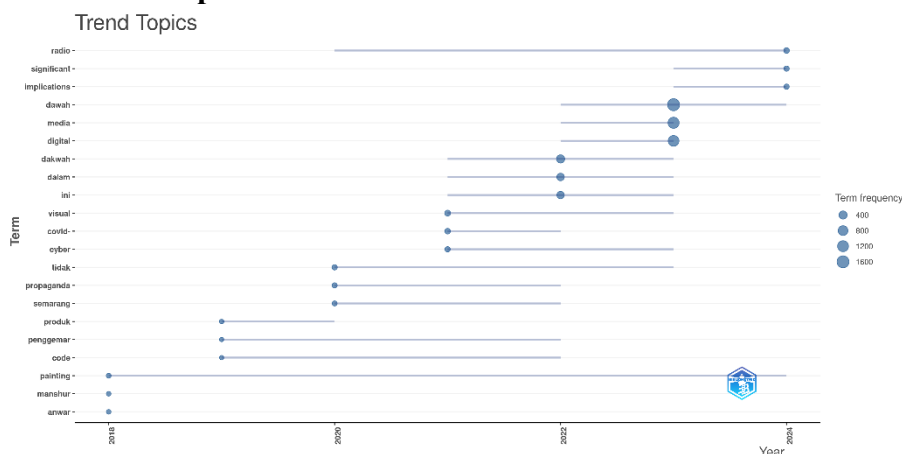
4.5 Analisis Worldcloud



Gambar 5. Worldcloud
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Gambar 5 berisikan berbagai kata yang terkait dengan media digital dan dakwah Islam. Kata-kata terbesar di tengah adalah "dawah," "digital," dan "media," menunjukkan bahwa topik utama yang sering dibahas adalah dakwah melalui media digital. Di sekelilingnya terdapat kata-kata lain seperti "Islamic," "research," "social," "content," dan "study," yang menunjukkan aspek-aspek lain yang relevan dengan dakwah digital. Misalnya, "Islamic" menunjukkan bahwa konten yang dibahas berkaitan dengan ajaran Islam, "research" menunjukkan adanya penelitian yang dilakukan dalam bidang ini, "social" menunjukkan penggunaan media sosial, "content" menunjukkan pentingnya konten yang disampaikan, dan "study" menunjukkan adanya studi atau kajian yang dilakukan. Kata-kata lain seperti "information," "preaching," "youtube," "generation," "community," "technology," dan "communication" menunjukkan berbagai aspek dan platform yang digunakan dalam dakwah digital. Misalnya, "youtube" menunjukkan penggunaan platform YouTube untuk dakwah, "community" menunjukkan pentingnya membangun komunitas, dan "technology" menunjukkan penggunaan teknologi dalam dakwah. Secara keseluruhan, word cloud ini memberikan gambaran tentang berbagai aspek yang terkait dengan dakwah digital, menunjukkan pentingnya media digital dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah dan berbagai platform serta aspek yang relevan dalam konteks ini.

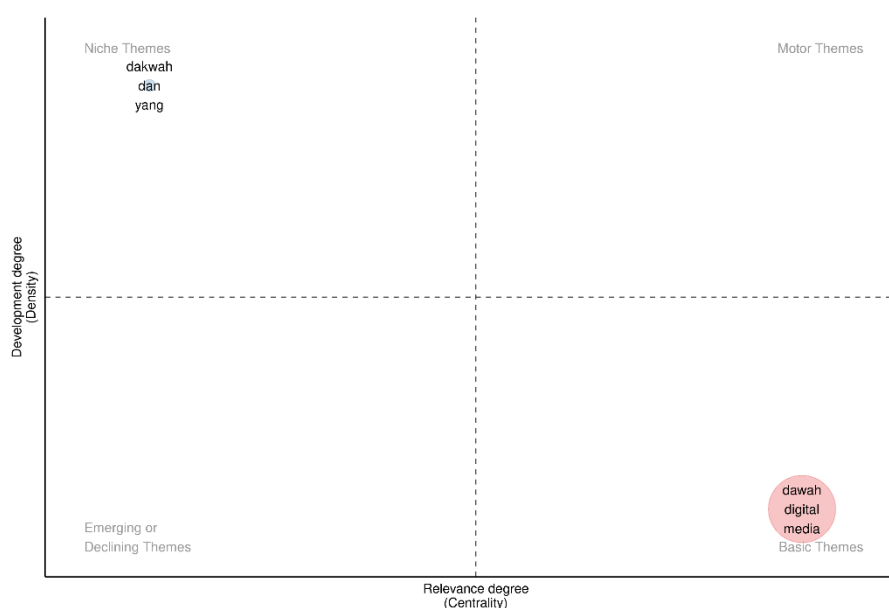
4.6 Analisis Trend Topics



Gambar 6. Trend Topics
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Secara keseluruhan, grafik Trend Topics ini memberikan gambaran tentang bagaimana topik-topik tertentu telah berkembang dan berubah dalam popularitas dari tahun 2018 hingga 2024. Setiap istilah memiliki dua titik yang dihubungkan oleh garis horizontal, mewakili frekuensi istilah tersebut pada masing-masing tahun, yang ditunjukkan oleh titik biru dengan ukuran yang berbeda. Semakin besar titik, semakin tinggi frekuensi istilah tersebut pada tahun yang bersangkutan. Beberapa topik yang tercantum termasuk "dawah," "media," "digital" menjadi topik yang memiliki popularitas tertinggi pada tahun 2023. Grafik ini memberikan representasi visual tentang perubahan prevalensi topik tertentu dari waktu ke waktu, menunjukkan pergeseran fokus atau diskursus dalam masyarakat. Istilah "media" dan "digital" mungkin menunjukkan peningkatan frekuensi pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2018 yang dapat mencerminkan perkembangan teknologi dan perubahan cara komunikasi. Sebaliknya, istilah seperti "radio" mungkin menunjukkan penurunan frekuensi, mencerminkan perubahan dalam preferensi media.

4.7 Analisis Peta Tematik



Gambar 7. Peta Tematik
Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025)

Pada gambar 7 menggambarkan grafik yang berisi tentang bagaimana berbagai tema dapat dikategorikan berdasarkan tingkat relevansi dan dinamisitasnya, yang dapat berguna untuk perencanaan strategis maupun analisis. Grafik ini menunjukkan empat kuadran yang dibentuk oleh sumbu vertikal berlabel "Dynamism degree (Centrality)" dan sumbu horizontal berlabel "Relevance degree (Centrality)" dan grafik ini dibagi menjadi empat bagian dengan label: "Niche Themes" di kuadran kiri atas, "Motor Themes" di kuadran kanan atas "Emerging or Declining Themes" di kuadran kiri bawah, dan "Basic Themes" di kuadran kanan bawah. Tema-tema yang berada di kuadran Niche Themes memiliki tingkat relevansi yang rendah tetapi tingkat dinamisme yang tinggi. Tema "dakwah dan yang" berada di kuadran ini, menunjukkan bahwa tema ini mungkin memiliki relevansi yang lebih rendah tetapi masih dinamis dalam konteks tertentu. Selanjutnya tema-tema yang berada di kuadran Motor Themes memiliki tingkat relevansi dan dinamisme yang tinggi dimana tema-tema ini dianggap penting dan berkembang pesat dalam bidangnya. Kemudian pada kuadran Emerging or Declining Themes, tema-tema ini memiliki tingkat relevansi dan dinamisme yang rendah. Tema-tema ini mungkin sedang muncul atau menurun dalam popularitas dan relevansi di kalangan peneliti. Kemudian untuk kuadran Basic Themes, tema-tema di kuadran ini memiliki tingkat relevansi yang tinggi tetapi tingkat dinamisme

yang rendah. Tema “dakwah digital media” berada di kuadran ini, menunjukkan bahwa tema ini sangat relevan tetapi mungkin tidak berkembang secepat tema lainnya.

Gambar 7 memperlihatkan pemetaan tematik penelitian dakwah digital ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat relevansi (*relevance degree*) dan dinamisme (*development degree*). Tema “dakwah digital media” berada pada kuadran *Basic Themes*, artinya tema ini sangat relevan tetapi perkembangannya relatif stabil. Sementara itu, tema “dakwah dan yang” berada di kuadran *Niche Themes*, menunjukkan dinamisme yang tinggi namun relevansi yang lebih rendah. Hasil ini menegaskan bahwa dakwah digital telah menjadi isu utama (*basic*) dalam penelitian, meski peluang inovasi masih terbuka terutama untuk mengembangkan tema-tema baru yang berpotensi masuk ke *Motor Themes*. Dengan demikian, arah penelitian selanjutnya sebaiknya berfokus pada bagaimana dakwah digital dapat beradaptasi dengan teknologi baru dan kebutuhan masyarakat, sehingga dapat memperkuat perannya sebagai motor penggerak kajian keislaman di era digital.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literatur terkait dakwah digital berkembang pesat dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 75,36%, mencapai puncak produksi pada tahun 2023. Namun, terjadi penurunan pada tahun 2024, yang kemungkinan disebabkan oleh perubahan fokus penelitian ke topik lain. Dampak penelitian ini terlihat dari kutipan rata-rata per dokumen sebesar 0,7525, dengan fluktuasi tahunan yang mencerminkan dinamika sosial dan teknologi. Dari segi kontribusi, institusi di Indonesia seperti Fakultas Dakwah UIN menjadi afiliasi yang produktif, meskipun kolaborasi internasional masih terbatas.

Analisis tematik menunjukkan bahwa topik dakwah digital termasuk dalam kategori *Basic Themes*, menunjukkan relevansi tinggi tetapi dinamisme rendah, sedangkan tema "dakwah dan media sosial" masuk dalam *Motor Themes*, menunjukkan perkembangan yang signifikan. Dari sisi geografis, Indonesia menjadi negara dengan kontribusi publikasi tertinggi, meskipun kolaborasi internasional belum optimal, berbeda dengan Amerika Serikat dan Jerman yang menunjukkan keseimbangan antara publikasi nasional dan internasional. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa dakwah digital melalui media sosial merupakan topik yang dinamis dan relevan, dengan potensi besar untuk mendukung penyebaran nilai-nilai Islam secara global.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, analisis hanya memanfaatkan satu basis data sehingga berpotensi mengabaikan publikasi relevan dari sumber lain. Kedua, pendekatan bibliometrik yang digunakan lebih menekankan aspek kuantitatif sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan konteks sosial maupun teologis dakwah digital. Ketiga, keterbatasan kolaborasi internasional membuat perspektif global belum tergambar secara menyeluruh. Penelitian ini menyoroti pentingnya media sosial sebagai platform strategis dalam dakwah yang mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan inklusif, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan kolaborasi internasional dan eksplorasi tema baru yang lebih kontekstual terhadap perkembangan zaman.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini membuka ruang bagi kajian lanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan basis data yang lebih beragam agar cakupan literatur lebih komprehensif, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh analisis yang lebih kontekstual. Kolaborasi internasional juga penting dikembangkan guna menghadirkan perspektif global yang lebih utuh. Selain itu, eksplorasi tema-tema baru seperti

pemanfaatan kecerdasan buatan, etika dakwah digital, serta pengaruhnya terhadap literasi keagamaan generasi muda dapat memperkaya kajian dakwah digital di era kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Berhanundin, Abdul Qahhar Ibrahim, Ahmad Faizol Ismail, and Muhamad Nurul Hafiz Abdul Latif. 2022. "Dakwah Digital Dalam Perkembangan Islam Di Malaysia." *BHITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* 5 (3).
- Aria, Massimo, and Corrado Cuccurullo. 2017. "bibliometrix: An R-tool for Comprehensive Science Mapping Analysis." *Journal of Informetrics* 11 (4). <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Auliya, Achmad Alie, Aliefan Badar Yahya, and Faizah Kanahaya Hurryos. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia." *Jurnal harmoni Nusa Bangsa* 1, no. 1 (2023).
- Dhora, Sony Tian, Ofi Hidayat, M Tahir, Andi Asy'hary J. Arsyad, and Ahmad Khairul Nuzuli. 2023. "Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru 'e-Jihad' Atau Latah Bersosial Media." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17 (1).
- Donthu, Naveen, Satish Kumar, Debmalya Mukherjee, Nitesh Pandey, and Weng Marc Lim. 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>
- Effendy, Femmy, Vanessa Gaffar, Ratih Hurriyati, and Heny Hendrayati. 2021. "Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Penggunaan Pembayaran Seluler Dengan Vosviewer." *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 16 (1).
- Herzog, Christian, Daniel Hook, and Simon Porter. 2020. "Dimensions: Bringing Down Barriers Between Scientometricians and Data." *Quantitative Science Studies* 1 (1). https://doi.org/10.1162/qss_a_00020
- Hook, Daniel W., Simon J. Porter, and Christopher Crotty. 2018. "Dimensions: Building Context for Search and Evaluation." *Frontiers in Research Metrics and Analytics* 3. <https://doi.org/10.3389/frma.2018.00023>
- Ika, Jenny Az-Zahra, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha. 2025. "Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z: (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun TikTok Kadam Sidik)." *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* (1) 4.
- Ilham, Ulan Dari, Siti Nuraini, Dini Septia, and Khairul Azwar. "Integration of Da'wah Values in Broadcasting Content: A Perspective of Positive Law and Sharia." *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)* 5 (1).
- Kushardiyanti, Dessy. 2021. "Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial melalui Media Sosial TikTok di Era Pandemi COVID-19." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* (12) 1.
- Lestari, Nisa. "Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga dalam Masyarakat Desa Ganting, Kecamatan Simeulue Timur." PhD diss., UIN AR-RANIRY, 2020.
- Lestari, Novita. 2024. "Optimalisasi Dakwah Di Era Modern Melalui Media Sosial." *Qawwam: The Leader's Writing* 5 (1). doi:<https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>.
- M. Marsh, Robert. 2014. "Modernization Theory, Then and Now." *Comparative Sociology* 13 (3). doi:<https://doi.org/10.1163/15691330-12341311>.
- Nashoihul Ibad, M. 2025. "Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok: Tantangan dan Peluang." *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (1) 2.

Dakwah digital di era media sosial: Kajian bibliometrik terhadap pertumbuhan dan arah perkembangan literasi ilmiah

- Nawawi, Ade. 2025. "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Islam bagi Generasi Z." *Indonesian Journal of Research and Service Studies* (2) 3.
- Rahmawati, Ayu, and Prembayun Miji Lestari. 2024. "Pendakwah Berbahasa Jawa Ngapak Dalam Ceramah Ustadzah Mumpuni Pada Channel Youtube: Kajian Sociolinguistik." *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa Dan Sastra* 10 (2).
- Randani, Yulia Nafa Fitri, Jalimah Zulfah Latuconsina, Safrinal Safrinal, and Muhammad Roy Purwanto. 2021. "Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial." *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3 (1). doi:<https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>.
- Rani, Fifi Aulia Rani Fifi Aulia, Muhammad Ghilman Kafa Muhammad Ghilman Kafa, Annisa Hanifa Annisa Hanifa, Nailis Sa'adah Nailis Sa'adah, and Qomariyah Qomariyah. 2025. "Peran Media Sosial Dalam Dakwah Islam: Antara Peluang dan Tantangan di Era Teknologi." *Jurnal Komunikasi dan Media* 2 (1).
- Saleh, Sadhriany Pertiw, Hafied Cangara, Safiyyah Sabreen, and Syamsuddin AB. 2022. "Digital Da'wah Transformation: Cultural and Methodological Change of Islamic Communication in the Current Digital Age." *Interntional Journal of Multidisciplinary Research and Analysis* 5 (8). doi:<https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i8-18>.
- Statista. (2025). "Most Popular Social Networks Worldwide as of January 2023, Ranked by Number of Monthly Active Users." Accessed August 28, 2025. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Statista. (2025). "Number of social media users worldwide from 2019 to 2029". Accessed August 28, 2025. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Syihabudin, Bubuh, and Ajeng Nurbaeti Rahman. 2024. "Strategi Dakwah Digital: Meningkatkan Misi Dakwah Dan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial." *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1 (1).
- Thelwall, Mike. 2018. "Dimensions: A Competitor to Scopus and the Web of Science?" *Journal of Informetrics* 12 (2). <https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.03.006>
- T. Tupan, N. W. 2020. "Analisis Bibliometrik Publikasi Ilmiah Tentang Prediksi Gempa Bumi Berbasis Data Scopus Periode 2015-2020." *Libr.J.Perpustakaan* 8 (1).
- Umbu Nay, Dinda Sofya, Muhammad Adib Afiq, dan Sayidah Afyatul Masruroh. 2025. "Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Akses Dakwah di Kalangan Masyarakat." *Jurnal Kajian Agama Islam* (9) 2.
- Usulu, Reyhan Qatrunada, Muhammad Farhan Hanif Effendi, Lanina Astrid Chrysant Vrij, Ai Solihat, dan Syarip Hidayat. 2025. "Efektivitas Dakwah di Internet untuk Gen-Z." *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (28) 1.
- Zupic, Ivan, and Tomaž Čater. 2014. "Bibliometric Methods in Management and Organization." *Organizational Research Methods* 18 (3).