

Tren Penelitian Komunikasi Islam di Indonesia: Analisis Bibliometrik Berbasis Data Scopus

Muhammad Choirin¹

Hadiyan²

Tajudin³

Rikza Maulan⁴

Kurniawan⁵

Indriyani Idris⁶

Corresponding Author: muhammad.choirin@umj.ac.id

Abstract: This study explores the evolution of Islamic communication studies in Indonesia as documented in prestigious Scopus-indexed journals from 2016 to 2024. This research employs a bibliometric approach and focuses on keyword analysis from eight selected journals to identify trends, publication patterns, author and institutional contributions, and the dominant themes within Islamic communication research in Indonesia. Data analysis includes the number of publications, citation counts, and collaboration networks among researchers. The findings reveal that while still limited, publications in the field of Islamic communication have grown over the past nine years, with key themes such as marketing, literacy, business, tourism, banking, and finance emerging as dominant focus areas.

Keywords: Bibliometric analysis, Islamic communication, scopus, research trends.

Abstrak: Studi ini mengkaji perkembangan kajian komunikasi Islam di Indonesia yang terdokumentasi dalam jurnal-jurnal bereputasi terindeks Scopus dari tahun 2016 hingga 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik dengan menekankan analisis kata kunci dari delapan jurnal terpilih untuk mengidentifikasi tren, pola publikasi, kontribusi penulis dan institusi, serta tema-tema dominan dalam penelitian komunikasi Islam di Indonesia. Analisis data mencakup jumlah publikasi, sitasi, serta jaringan kolaborasi antar peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah publikasi dalam bidang komunikasi Islam mengalami peningkatan signifikan selama sembilan tahun terakhir. Tema-tema utama seperti pemasaran, literasi, bisnis, pariwisata, perbankan, dan keuangan muncul sebagai area yang dominan dalam diskursus ini.

¹ Universitas Muhammadiyah Jakarta

² Universitas Muhammadiyah Jakarta

³ Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁴ Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁵ Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁶ Universitas Pamulang

Pendahuluan

Metode dakwah modern yang digunakan saat ini tidak lepas dari pengaruh pendekatan komunikasi Nabi Muhammad SAW. Choirin (2021) menjelaskan bahwa keteladanan nabi dalam perilaku, ucapan, dan tindakan menjadi kunci keberhasilan metode dakwahnya, yang tetap relevan hingga kini. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi strategis sangat diperlukan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan baik agar pesan tersebut dapat menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa menimbulkan kesalahpahaman (Rubino et al., 2023). Dengan kata lain, komunikasi Islam memainkan peran sentral dalam mendukung dakwah, khususnya bagi para da'i dalam menyebarkan ajaran Islam.

Secara konseptual, istilah komunikasi berasal dari kata Latin *communis*, yang berarti proses penyampaian pesan yang dapat dipahami oleh penerima. Giffin dan Patten (1976) mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna dan pertukaran ide antaranggota kelompok. Komunikasi yang efektif memerlukan keterampilan khusus agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan dipahami dengan tepat. Zuhri dkk(2023) menyoroti bahwa salah satu masalah utama dalam komunikasi adalah terjadinya kesalahan interpretasi, yang sering kali menghambat tercapainya pemahaman yang sama. Oleh karena itu, keterampilan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk memastikan efektivitas dalam penyampaian pesan (Schrodt & Phillips, 2016).

Kini, studi komunikasi Islam tidak hanya terbatas pada media tradisional, tetapi juga *platform* digital seperti YouTube, Instagram, dan media sosial lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai komunikasi Islam seperti kejujuran, kesantunan, dan kepedulian sosial dalam media digital sangat efektif dalam menjangkau generasi muda, yang merupakan pengguna utama teknologi ini (Rahman et al., 2022). Dalam konteks ini, komunikasi dakwah melalui media digital semakin relevan untuk diteliti, khususnya terkait bagaimana media tersebut dapat meningkatkan efektivitas penyebaran syiar Islam di tengah tantangan globalisasi.

Zulkifley, Mohd Asyraf, dan Naidatul Zamrizam (2015) menekankan pentingnya keterampilan komunikasi verbal yang sesuai dengan kaidah linguistik dan sosial. Komunikasi yang baik sangat mendukung kesuksesan dakwah Islam yang bertujuan menjadi rahmatan lil alamin. Selain itu, komunikasi yang moderat dapat mencegah terjadinya konflik antarumat beragama dan mendorong terjadinya dialog yang konstruktif (Indainanto et al., 2023). Penelitian lebih lanjut juga menunjukkan bahwa komunikasi dakwah dapat mempromosikan moderasi beragama dan memperkuat solidaritas sosial, yang dapat menjaga hubungan sosial yang harmonis (Indainanto et al., 2023).

Penelitian sebelumnya telah mengangkat berbagai aspek komunikasi dalam kehidupan sosial. Candrasari (2021) meneliti komunikasi non-verbal di platform media sosial seperti Facebook, Sementara Yusuf dkk(2021) mengeksplorasi strategi komunikasi diaspora melalui YouTube. Kuswanti dkk(2020) menyoroti peran komunikasi dalam memperkuat solidaritas sosial, sementara Kaur dkk(2021) mengeksplorasi komunikasi politik selama pandemi COVID-19. Dalam konteks dakwah, strategi komunikasi yang efektif sangat diperlukan agar pesan dapat diterima dengan baik dan tidak menimbulkan reaksi negatif atau kesalahpahaman (Parker, Haytko, & Hermans, 2009).

Namun demikian, pengembangan riset mengenai komunikasi Islam, khususnya yang dianalisis melalui pendekatan bibliometrik dari jurnal-jurnal terkemuka yang terindeks Scopus, masih tergolong terbatas. Publikasi terkait juga menunjukkan fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir (Choirin, 2024). Oleh karena nya, kajian bibliometrik terhadap tren penelitian komunikasi Islam menjadi penting untuk dilakukan guna memahami kontribusi kajian ini terhadap dakwah global, serta untuk mendorong perkembangan studi komunikasi Islam ke arah yang lebih sistematis dan strategis.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman tentang komunikasi Islam di Indonesia. Dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan

bibliometrik, penelitian ini menawarkan analisis yang mendalam dan komprehensif mengenai dinamika studi komunikasi Islam, serta memberikan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan dakwah Islam di Indonesia.

**Kajian
Literatur**

Komunikasi Islam dalam Dakwah Global

Munawwir (1994) menjelaskan arti dakwah sebagai tindakan untuk memanggil, mengundang, menyeru, mengusulkan, mendesak, dan mendoakan. Menurutnya, dakwah juga sering dipahami sebagai tindakan memanggil, mengundang, atau menyeru individu untuk menerima Islam. Dalam beberapa waktu terakhir, terutama dalam seratus lima puluh tahun terakhir, pentingnya dakwah telah meningkat secara signifikan, muncul sebagai konsep yang menonjol dan berpengaruh dalam wacana dan aktivisme Islam modern (Kuiper, 2021). Kerangka analitis utama yang digunakan oleh Kuiper dalam bukunya membedakan antara dakwah Mekah dan dakwah Madinah. Dakwah Mekah melibatkan upaya misi, sering kali tanpa nuansa politik yang signifikan, dan umumnya diasosiasikan dengan posisi yang kurang berpengaruh secara politik. Ini sangat efektif untuk misi yang dilakukan dalam komunitas minoritas. Sebaliknya, Dakwah Madinah, sebagaimana dijelaskan oleh Kuiper, merupakan perpaduan antara unsur agama dan politik, yang terdiri dari ajakan untuk terlibat dalam aktivisme politik Islam dan berjanji setia kepada hal tersebut.

Lebih lanjut, Choirin (2011) mendefinisikan dakwah sebagai upaya yang disengaja dan komprehensif untuk mendorong pengembangan seluruh potensi dalam diri seseorang. Tujuan utamanya adalah mencapai kesuksesan, kebahagiaan, dan keridhaan Allah. Definisi ini sejalan dengan

pandangan al-Ghazali, al-Bayanuni, dan Ab. Aziz Mohd. Zin (Mahfud, 1975; al-Bayanuni, 1991; Zin, 2005). Ini berarti bahwa semangat Dakwah adalah pengetahuan, kesadaran, dan penghargaan terhadap ajaran Islam untuk mewujudkan manusia yang utuh demi menciptakan kehidupan yang harmonis, objektif, dan sejahtera. Muhammad Fuad Abd al-Baqi menjelaskan bahwa kata Dakwah dan akar katanya muncul sebanyak 213 kali dalam Al-Qur'an (al-Baqi, tt) Dalam bahasa instruksional, Allah menyatakan bahwa kaum Muslimin berusaha untuk menyampaikan kebaikan (*al-khayr*), menyeru kepada kebaikan (*al-ma'ruf*), dan mencegah keburukan (*al-munkar*) untuk mewujudkan keselamatan di dunia dan akhirat (Al-Qur'an 3:104) (al-Tabari, 2000).

Komunikasi Islam berperan penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam dan dakwah. Studi tentang komunikasi Islam telah mencakup berbagai topik, termasuk perbankan Islam (Insani dkk., 2019), tantangan pendidikan Islam (Dalimunthe dkk., 2023), keterampilan komunikasi dalam pengajaran Islam (Rubino et al., 2023), dan kehidupan keluarga Muslim (Zuhri dkk., 2023). Rubino dkk (2023) menekankan pentingnya keterampilan komunikasi dalam pengajaran Islam. Sementara itu, Indainanto dkk (2023) membahas peran vital komunikasi Islam dalam menyuarakan moderasi beragama dan menghindari konflik di masyarakat yang plural. Komunikasi Islam memberikan kontribusi sosial yang signifikan. Menurut Indainanto dkk (2023), manfaat komunikasi Islam mencakup regulasi pemerintah yang mendukung moderasi agama, penguatan nilai-nilai keberagaman, dan peningkatan harmoni antar komunitas beragama. Komunikasi yang baik dalam dakwah dapat mendorong penerapan moderasi beragama dan mencegah konflik antar umat beragama yang memiliki keyakinan berbeda (Idris dkk., 2021; Mahfud, Ghofur, & Musyafak, 2022).

Dalam konteks dakwah, komunikasi Islam dapat dijadikan sebagai pilar untuk mendorong moderasi beragama. Salah satu ajaran penting dalam Islam adalah dialog atau musyawarah dalam pengambilan keputusan, sebagaimana disebutkan dalam Surah Ali

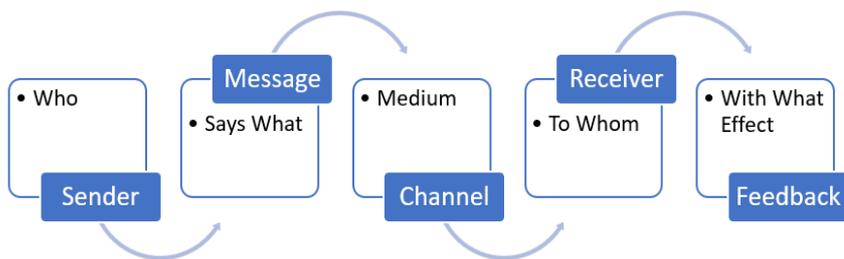
Imran ayat 159. Islam juga mendorong pentingnya menjaga hubungan harmonis antar umat beragama, yang menjadi landasan moderasi beragama (Djainudin, 2022). Penelitian di Aceh oleh Indainanto dkk (2023) menemukan bahwa komunikasi yang baik merupakan kunci dalam menjaga hubungan sosial yang pluralistik. Komunikasi dakwah yang efektif dapat mengelola perbedaan tanpa merusak nilai-nilai agama. Hal ini menegaskan bahwa dialog antaragama menjadi solusi utama dalam masyarakat plural. Selain dalam konteks dakwah, komunikasi Islam juga memainkan peran penting dalam menangani persoalan sosial yang lebih luas. Saragih dkk (2023) menyoroti peran strategis komunikasi antara pemimpin agama dan pemerintah selama pandemi COVID-19. Pendekatan dialog dan musyawarah menjadi kunci dalam menangani masalah sosial. Penelitian Doorley dan Garcia (2007) menekankan pentingnya integrasi komunikasi yang menggabungkan media offline dan online untuk mencapai tujuan organisasi, yang juga relevan dalam penyebaran dakwah Islam.

Keterampilan komunikasi ditunjukkan melalui kemampuan untuk memproses informasi, mengintegrasikan pikiran dan ucapan, serta beradaptasi dengan lingkungan. Oleh karena itu, komunikasi sangat terkait dengan tingkat literasi individu atau kelompok. (Fatmawati, 2022) Teori komunikasi yang diajukan oleh Harold D. Lasswell sering disebut sebagai "Formula Lasswell" atau "Model SMCRF." Lasswell adalah seorang ilmuwan politik dan teoretikus komunikasi terkemuka yang mengembangkan model ini untuk menganalisis proses komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi politik. Model SMCRF terdiri dari *sender*, *message*, *channel*, *receiver*, dan *feedback*. *Sender (who)* merujuk pada sumber atau penggagas komunikasi. Ini bisa berupa individu, kelompok, atau institusi yang memulai proses komunikasi. *Message (what)* merupakan konten atau informasi yang ditransmisikan oleh pengirim kepada penerima. Ini mencakup ide, pemikiran, atau data yang ingin disampaikan oleh pengirim.

Adapun *channel (through what medium)* adalah saluran atau sarana atau media melalui mana pesan ditransmisikan dari pengirim

kepada penerima. Ini dapat mencakup berbagai bentuk media seperti surat kabar, televisi, radio, media sosial, dan komunikasi tatap muka. *Receiver (to whom)* adalah penerima, individu, atau audiens yang dituju oleh pesan tersebut. Ini mewakili target atau tujuan dari proses komunikasi. Selain itu, *(the impact or effect)* dampak atau efek dari komunikasi juga penting dalam model komunikasi untuk memastikan bahwa proses komunikasi mencapai tujuannya. Secara keseluruhan, komunikasi memainkan peran sentral dalam kehidupan sosial dan dakwah Islam. Dalam konteks dakwah, komunikasi Islam berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan moderasi, mencegah konflik, dan memperkuat solidaritas sosial.

Gambar 1: Model Komunikasi Laswell



Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang komunikasi Islam di Indonesia dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan teknik bibliometrik. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali makna, konteks, dan dinamika yang terlibat dalam komunikasi Islam lebih dalam. Dengannya, penelitian ini dapat mengeksplorasi dan menganalisis perkembangan kajian komunikasi Islam dengan cara yang lebih deskriptif dan kritis. Hal ini penting untuk memahami bagaimana isu-isu komunikasi Islam berkembang dalam literatur dan konteks sosial yang lebih luas. Teknik ini berfungsi sebagai alat untuk

Metodologi

mengidentifikasi tren, pola, dan dinamika topik dalam studi komunikasi Islam. Sedangkan melalui bibliometrik, penelitian ini memetakan dan menganalisis jumlah publikasi, serta mengevaluasi kualitas dan relevansi dari setiap kontribusi yang ada dalam literatur. Dengannya, peneliti memungkinkan untuk melihat bagaimana tema-tema tertentu dalam komunikasi Islam telah berkembang dan berkontribusi terhadap dakwah Islam di Indonesia.

Adapun obyek analisis penelitian ini adalah delapan dokumen ilmiah yang dipublikasikan di jurnal bereputasi Scopus antara tahun 2016 hingga 2024. Pemilihan periode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap tren terbaru dalam kajian komunikasi Islam. Dari delapan dokumen tersebut, tujuh adalah artikel jurnal, sedangkan satu adalah tinjauan sistematis. Ini menunjukkan bahwa penelitian ini mencakup berbagai jenis publikasi yang memberikan perspektif yang berbeda dalam studi komunikasi Islam.

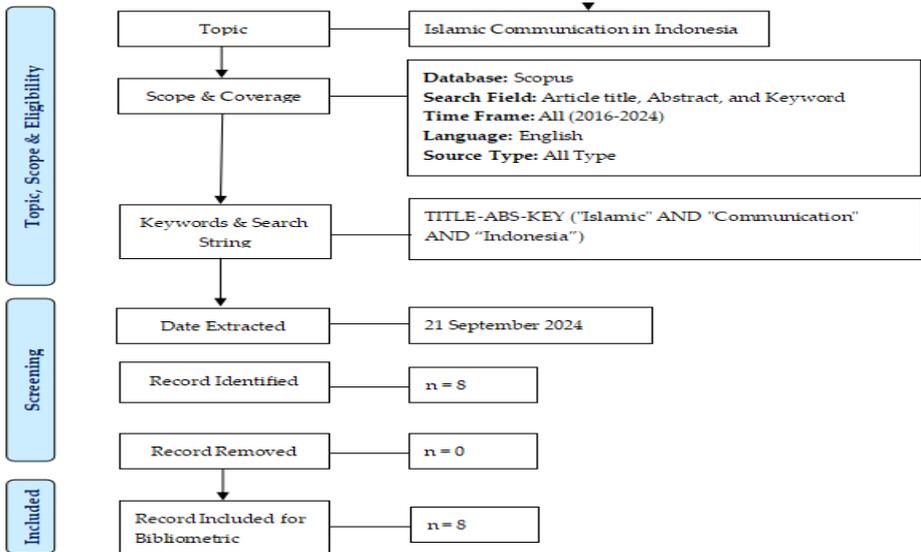
Pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan kata kunci “Islamic” AND “Communication” AND “Indonesia.” Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa hanya publikasi yang relevan yang disertakan dalam analisis. Selanjutnya, data yang diperoleh diproses melalui perangkat Biblioshiny yang didukung oleh Software R. Penggunaan perangkat ini memungkinkan visualisasi dan analisis data secara komprehensif, sehingga mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi pola dan hubungan yang ada.

Dalam analisis ini, peneliti tidak hanya menggambarkan jumlah publikasi yang ada, tetapi juga mengevaluasi kontribusi dari tiap literatur yang dianalisis. Hal ini penting untuk memahami dampak yang dihasilkan oleh masing-masing penelitian terhadap perkembangan pemikiran dan praktik komunikasi Islam. Dengan teknik bibliometrik, penelitian ini dapat mengidentifikasi tema-tema dominan dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang arah penelitian dalam bidang ini.

Analisis yang dilakukan dirancang untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pola penyebaran literatur dalam kajian komunikasi Islam. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi

tema-tema dominan, tetapi juga pada jaringan kolaborasi antara peneliti dalam bidang ini. Ini memberikan gambaran mengenai bagaimana para akademisi dan praktisi bekerja sama untuk mengembangkan kajian komunikasi Islam, serta bagaimana mereka berkontribusi terhadap penyebaran dakwah Islam di Indonesia. Analisis ini dirancang untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pola penyebaran literatur, identifikasi tema dominan, dan jaringan kolaborasi peneliti dalam kajian komunikasi Islam di Indonesia.

Gambar 2: Diagram Alur Strategi Penilaian



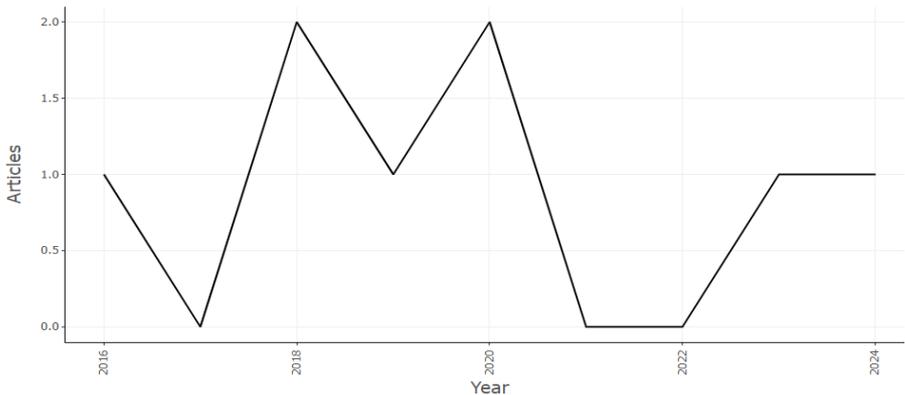
Catatan: Dimodifikasi dari Zakaria, dkk (2024)

Perkembangan publikasi ilmiah tentang komunikasi Islam dari tahun 2016 hingga 2024 memperlihatkan pola fluktuatif. Sebelum tahun 2018, hanya terdapat satu publikasi dalam bidang ini. Namun pada rentang tahun 2018 hingga 2020 terjadi akselerasi signifikan dengan jumlah 5 artikel

Hasil dan Pembahasan

ilmiah. Angka ini sekaligus menjadi angka tertinggi dalam periode tersebut. Lonjakan ini mencerminkan meningkatnya perhatian dan komitmen cendekiawan muslim dalam memperdalam serta memperluas diskursus ilmiah mengenai komunikasi Islam. Perkembangan ini sekaligus menegaskan pentingnya studi komunikasi dalam konteks dakwah Islam sebagai salah satu bidang kajian yang semakin relevan di tengah dinamika global. Meskipun demikian, dalam rentang waktu selama 4 tahun (2020– 2024), terjadi penurunan jumlah artikel dengan hanya menghasilkan 2 buah artikel; di tahun 2023 dan 2024.

Gambar 3: Produksi Ilmiah Tahunan

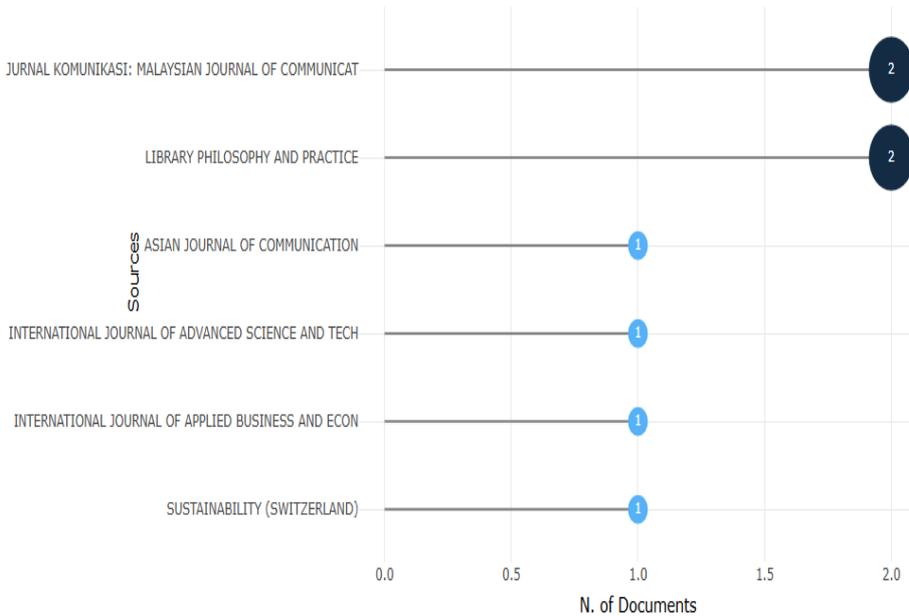


Produktivitas Jurnal

Berdasarkan produktivitas jurnal yang memublikasikan studi terkait komunikasi Islam, Jurnal *Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* dan Jurnal *Library Philosophy and Prattice* tercatat sebagai jurnal paling produktif dengan menerbitkan masing-masing 2 (dua) artikel. Jurnal pertama berasal dari Malaysia ini terindeks Scopus pada peringkat Q3. Sedangkan jurnal kedua berkedudukan di USA ini, terindeks Scopus dan tercatat *Discontinued in Scopus* sejak tahun 2021. Adapun sisanya, masing-masing menerbitkan satu artikel; *Asian Journal of Communication (Q1)*, *International Journal of Advanced Science and Technology (Q4)*, *Internatinal Journal of Aplied Bussines and Economic*

Research, Sustainability (Q2). Dari keempat jurnal tersebut, *Asian Journal of Communication* menempati posisi paling atas, karena memiliki dampak publikasi paling tinggi.

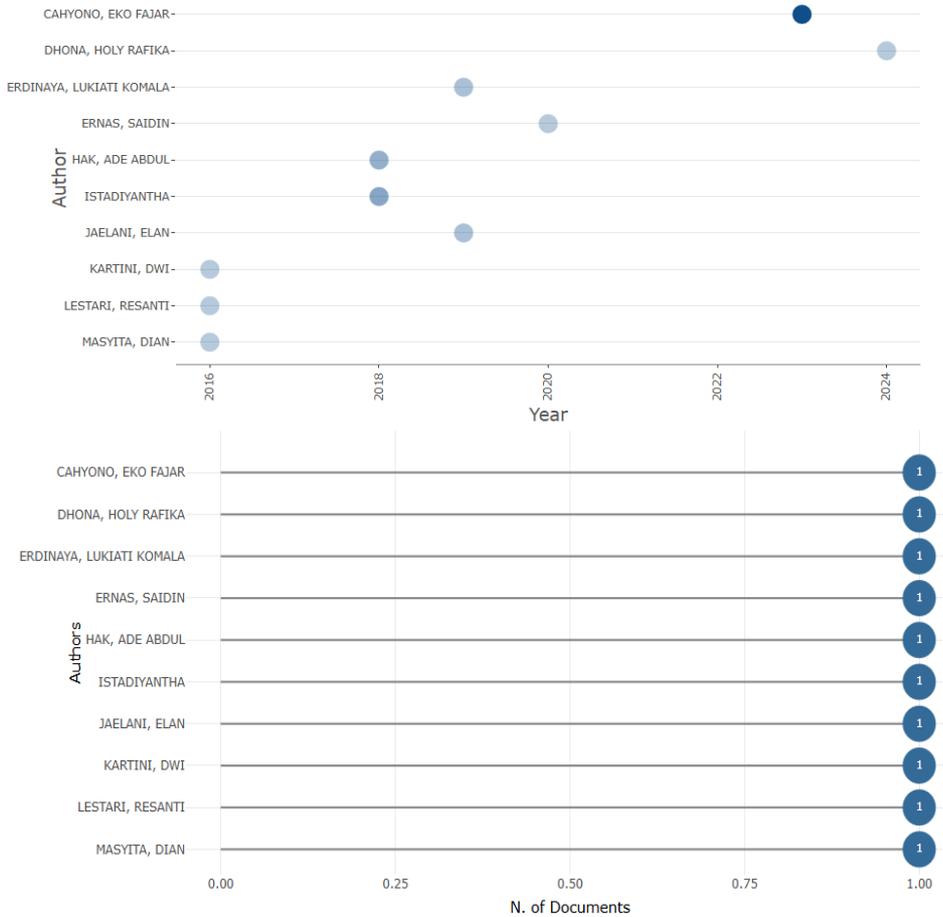
Gambar 4: Sumber Paling Produktif



Produktifitas Penulis

Berdasarkan temuan studi Komunikasi Islam, tidak terdapat penulis yang menghasilkan publikasi paling produktif. Dari sepuluh penulis yang ada, semuanya hanya menghasilkan satu artikel. Dengan demikian, bidang Komuniaksi Islam ini tergolong bidang yang belum mendapatkan perhatian dari para akademisi dan penelitian (*Blue Ocean*). Hal ini mendorong agar para penulis dan cendekiawan muslim lain di Indonesia untuk berkontribusi secara signifikan dalam menghasilkan literatur mengenai perkembangan komunikasi Islam.

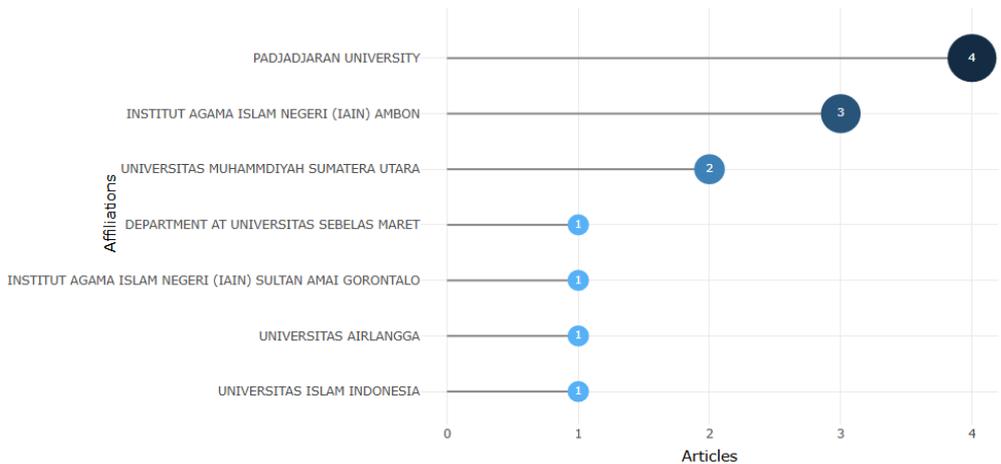
Gambar 5: Penulis Paling Produktif



Afiliasi Paling Produktif

Berdasarkan afiliasi penulis, jumlah publikasi penulis terbanyak studi komunikasi Islam berasal dari Universitas Padjajaran dengan jumlah publikasi sebanyak empat artikel ilmiah. Kemudian disusul penulis dari AIIN Ambon sebanyak tiga artikel dan UMSU sebanyak dua artikel ilmiah.

Gambar 6: Afiliasi Paling Relevan



Analisis Kata Kunci (*Keywords Analysis*)

Hasil temuan berikutnya studi komunikasi Islam di Indonesia melihat kata kunci dengan menganalisis dalam bentuk *word cloud*. *Word cloud* menyajikan dalam representasi visual dari istilah-istilah yang sering muncul dalam kumpulan literatur yang diteliti, dengan menggunakan kata kunci “*Islamic Communication in Indonesia*” dari judulnya. Selanjutnya, dari format *word cloud*, istilah tersebut ditampilkan dalam berbagai ukuran dan warna berdasarkan frekuensinya dengan bentuk format penempatannya diacak. Istilah yang paling sering muncul ditaruh di tengah dan disajikan dalam ukuran yang lebih besar untuk visibilitas yang lebih baik. Selanjutnya, istilah yang jarang didiskusikan direpresentasikan dengan ukuran kecil dan di posisikan paling ujung sehingga agak sulit terbaca.

Berdasarkan temuan *word cloud*, kata yang paling sering muncul ada tujuh: pemasaran, literasi, bisnis, pariwisata, perbankan, keuangan, dan Indonesia. Semua kata kunci tersebut sebagian besar berada dalam kategori ekonomi, bisnis, dan keuangan. Oleh karena itu, studi komunikasi Islam memberikan penekanan dalam praktek muamalah yang sesuai koridor syariah. Keberhasilan dakwah dan syiar Islam di

masyarakat Indonesia tidak terlepas dari keterampilan dan strategi komunikasi yang dimiliki oleh kalangan dai atau muballigh dalam menyampaikan ajaran Islam di masyarakat.

Gambar 6: Awan Kata (Representasi Visual)



Simpulan

Studi ini menganalisis delapan artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal bereputasi Scopus antara tahun 2016 hingga 2024, dengan fokus pada kata kunci komunikasi Islam di Indonesia. Melalui teknik bibliometrik, penelitian ini mengidentifikasi topik-topik yang sering dibahas dalam literatur sebelumnya, sehingga menjadi prioritas penelitian di masa mendatang. Hasil analisis menunjukkan bahwa kata kunci yang paling sering muncul meliputi pemasaran, literasi, bisnis, pariwisata, perbankan, keuangan, dan Indonesia. Dengan demikian, topik mengenai muamalah direkomendasikan untuk diteliti lebih lanjut. Dari segi afiliasi penulis, Universitas Padjajaran menempati posisi teratas dengan empat publikasi ilmiah, diikuti oleh IAIN Ambon dengan tiga artikel, dan UMSU dengan dua artikel. Temuan ini memberikan peluang dan wawasan berharga untuk pengembangan lebih lanjut di bidang komunikasi Islam di Indonesia.

Peran cendekiawan Muslim sangat krusial dalam kemajuan dakwah Islam ke depan. Keterampilan komunikasi yang baik, sesuai

dengan ajaran Islam, menjadi aspek paling penting yang perlu dibangun. Penelitian tentang komunikasi Islam di Indonesia dapat memberikan alternatif solusi untuk meningkatkan efektivitas dakwah Islam di masa mendatang.

Disarankan bagi para peneliti dan akademisi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai muamalah dalam konteks komunikasi Islam, dengan mengeksplorasi tema-tema seperti pemasaran syariah, literasi keuangan, dan dampak komunikasi dalam bisnis dan pariwisata.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan penelitian dan praktik komunikasi Islam dapat berkontribusi lebih besar terhadap perkembangan dakwah Islam di Indonesia. Peran dari cendekiawan muslim sangat penting untuk menghasilkan kemajuan dakwah Islam di masa mendatang. Aspek paling penting untuk dimiliki adalah bagaimana membangun keterampilan komunikasi yang baik sesuai ajaran Islam. Studi komunikasi Islam di Indonesia dapat memberikan alternatif solusi untuk peningkatan dakwah Islam lebih baik di masa mendatang.

Referensi

- Al-Baqi, M. F. A. (tt). *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfadz al-Qur'an*. Kairo: Dar al-Kutub al-'Arabiyah.
- Al-Bayanuni, M. A. F. (1991). *Al-Madkhal ila 'ilm al-dakwah; Dirasah manhajiyah shamilah*. Beirut: Muassasah al-Risalah.
- Al-Tabari, M. J. (2000). *Jami' al-Bayan fi Ta'wil al-Qur'an*, tahqiq: Ahmad Muhammad Shakir, Damaskus: *Mu'assasah al-Risalah*.
- Choirin, M. (2021). Pendekatan Dakwah Rasulullah saw di era Mekkah dan Relevansinya di Era Modern. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.24853/ma.4.2.97-114>
- Choirin, M., *Dakwah Program of Ikatan Dai Indonesia in Jakarta*. (Disertasi Magister, Universiti Malaya Kuala Lumpur).

- Choirin, M., Saoqi, A. A. Y., Sopa, S., Kadir, A., F., Mokhtar, A., & Guleng, M. (2024). Developing a Conceptual Model for Dakwah Literacy Index (DLI). *Ulumuna*, 28(1), 24-49. <https://doi.org/10.20414/ujis.v28i1.773>
- Dalimunthe, M. A., Pallathadka, H., Muda, I., Manoharmayum, D. D., Shah, A. H., Prodanova, N. A., Mamarajabov, M. E., & Singer, N. (2023). Challenges of Islamic Education in the New Era of Information and Communication Technologies. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(1), 1–6. <https://doi.org/10.4102/hts.v79i1.8608>
- Djainudin, H. (2022). The Conception of Religious Moderation in Interfaith Dialogue in Indonesia; Case Study in Flores Nusa Tenggara Timur. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 22(2), 139-146. [Available online at <https://doi.org/10.21831/hum.v22i2.54304>].
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2007). *Reputation management: The key to successful public relations and corporate communication*. Routledge.
- Dzul kifli, I., Suhid, A., Fakhruddin, F. M., & Ahmad, N. A. (2020). Communication Challenges in Teaching Islamic Education to Pupils with Hearing Impairment. *International Journal of Islamic Thought*, 18, 13–26. <https://doi.org/10.24035/IJIT.18.2020.177>
- Fatmawati, F, Pengaruh Teknologi dan Literasi Terhadap Komunikasi Siswa Sekolah Dasar, *Journal on Teacher Education*, 3 (3), (2022); 585-581.
- Giffin, K. & B. R. Patten. (1976). *Basic Readings in Interpersonal Communication: Theory and application*. New York: Harper & Row.
- Hamid. Z., Zulkifley, M. A. & Abu, N. Z. (2015). Strategi Komunikasi dalam Kalangan Murid Pelbagai Etnik. *Jurnal*

- Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 171-186.
- Mustaffa, C. S., Marzuki, N. A., Khalid, M. S., Sakdan M. F. & Sipon, S. (2018). Understanding Malaysian Malays Communication Characteristics in Reducing Psychological Impact on Flood Victims. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(1), 20-36. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3401-02>
- Idris, M., bin Tahir, S. Z., Yusuf, N., Willya, E., Mokodenseho, S. & Yusriadi, Y. (2021). The Implementation of Religious Moderation Values in Islamic Education and Character Subject at State Senior High School 9 Manado. *Academy of Strategic Management Journal*, 20, 1-16. <https://www.proquest.com/openview/0dd748cb79bcfc7ac50c65c8878184af/1?pqorigsite=scholar&cbl=38745>
- Indainanto, Y. I., Dalimunthe, M. A., Sazali, H., Rubino, & Kholil, S. (2023). Islamic Communication in Voicing Religious Moderation as an Effort to Prevent Conflicts of Differences in Beliefs. *Pharos Journal of Theology*, 104(4), 1–13. <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.415>
- Insani, T. D., Widiastuti, T., Mawardi, I., & Anova, D. F. (2019). Islamic Bank vs Conventional Bank: The Differences of Management Communication to Stakeholders using Internet Financial Reporting. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(4), 261–266. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7433>
- Lasswell, H. D., The Theory of Political Propaganda. *American Political Science Review*, 21 (3), (1927); 627-631.
- Mahfud, A. (1975). *Hidayah al-Mursyidin ila Turuq al-Wa'dzi wa al-Kotabah*. Madinah: Maktabah al-Ilmiyah.
- Mahmuddin, & St. Aisyah, B. M. (2019). Strategy of Communication and Dakwah in Reducing Ung Panai' of Marriage in Bulukumba. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of*

- Communication*, 35(3), 92–107. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3503-06>
- Kuiper, M. J. (2021). *Da'wa: A Global History of Islamic Missionary Thought and Practice*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 2004. Oxford: Oxford University Press.
- Parker, R.S., Haytko, D.L. & Hermans, C.M., 2009, Individualism and Collectivism: Reconsidering Old Assumptions. *Journal of International Business Research* 8(1), 127–140.
- Rubino, R., Muda, I., Almedee, A., Alam, S., Ali, A. D., Sadikov, R., & Panova, E. (2023). Communication Skills according to Islamic Teachings and Students' Life Skills. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(2), 1–6. <https://doi.org/10.4102/hts.v79i2.8623>
- Saragih, N., Mansur, S., Pambayun, E. L., & Topikurohman. (2023). Organizational Ethnography Analysis: Participation of Islamic Religious Leaders in Handling Covid-19 through Integrative Communication. *Journal of Intercultural Communication*, 23(4), 27–40. <https://doi.org/10.36923/jicc.v23i4.163>
- Schrodt, P. & Phillips, K.E., (2016). Self-disclosure and Relational Uncertainty as Mediators of Family Communication Patterns and Relational Outcomes in Sibling Relationships. *Communication Monographs* 83(4), 486–504. <https://doi.org/10.1080/03637751.2016.1146406>
- Schrodt, P., Witt, P.L. & Messersmith, A.S. (2008). A Meta-analytical Review of Family Communication Patterns and their Associations with Information Processing, Behavioral, and Psychosocial Outcomes. *Communication Monographs* 75(3), 248–269. <https://doi.org/10.1080/03637750802256318>
- Shearman, S.M. & Dumlao, R. (2008). A Cross-cultural Comparison of Family Communication Patterns and Conflict between

- Young Adults and Parents. *Journal of Family Communication* 8(3), 186–211. <https://doi.org/10.1080/15267430802182456>
- Munawwir, W. (1994). *Kamus al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- World Population Review. 2020. 'World Population by Religion.' Available online at <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/religion-by-country>
- Worldometer. 2023. World Population by Religion. Available online at [https://www.worldometers.info/world-population/#:-:text=2%2C173%2C180%2C000%20Christians%20\(31%25%20of%20world,identify%20with%20any%20particular%20religion.](https://www.worldometers.info/world-population/#:-:text=2%2C173%2C180%2C000%20Christians%20(31%25%20of%20world,identify%20with%20any%20particular%20religion.)
- Zin, Ab. A. M. (2005). *Pengantar Dakwah Islamiyah*, Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Zuhri, A., Ramírez-Coronel, A. A., Al-Hawary, S. I. S., Dwijendra, N. K. A., Muda, I., Pallathadka, H., Amiruddin, M. M., & Sunarsi, D. (2023). Evaluation of the Role of Islamic Lifestyle in Communication Skills of Muslim Couples. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 79(1), 1–6. <https://doi.org/10.4102/HTS.V79I1.8185>