



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 11119-11127

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Rekonstruksi Paradigma Komunikasi Publik Berbasis Nilai-Nilai Islam di Era Digital

Haryati, Yusuf Hanafi, Tamrin Sikumbang

Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sumatera Utara

haryati4004253007@uinsu.ac.id, yusuf4004253009@uinsu.ac.id, ahmadtamrin@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan merekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital melalui pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)*. Latar belakang penelitian berangkat dari perubahan ruang publik akibat transformasi teknologi digital yang memengaruhi pola komunikasi, otoritas keagamaan, serta praktik penyebaran informasi Islam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik terhadap dua puluh lima artikel ilmiah yang diseleksi secara sistematis menggunakan pedoman PRISMA 2020 dari basis data Scopus, Google Scholar, dan DOAJ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital mendorong perubahan komunikasi publik dari pola linear menuju komunikasi partisipatif, interaktif, dan berbasis jejaring. Konsep digital religion menjelaskan integrasi ruang daring dan luring dalam pembentukan identitas, komunitas, serta otoritas keagamaan digital. Penelitian ini juga menemukan bahwa nilai siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah merupakan fondasi etik yang memperkuat kredibilitas, transparansi, tanggung jawab, serta kepercayaan publik pada komunikasi digital. Rekonstruksi paradigma yang dihasilkan mengintegrasikan teori komunikasi publik, digital religion, dan nilai komunikasi Islam sebagai kerangka konseptual yang adaptif terhadap masyarakat digital. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan komunikasi Islam serta implikasi praktis bagi lembaga keagamaan, pemerintah, perguruan tinggi, dan praktisi komunikasi dalam merancang strategi komunikasi publik yang etis, inklusif, adaptif, berbasis literasi digital, serta relevan menghadapi tantangan disinformasi, polarisasi, dan krisis kepercayaan masyarakat.

Kata kunci: Komunikasi Publik, Nilai Islam, Digital Religion, Era Digital, Systematic Literature Review.

1. Latar Belakang

Transformasi teknologi digital telah merekonfigurasi struktur komunikasi publik melalui perubahan cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Perkembangan internet, media sosial, kecerdasan buatan, serta berbagai platform komunikasi digital tidak hanya mempercepat arus pertukaran informasi, tetapi juga mengubah pola interaksi antara komunikator dan khalayak. Ruang komunikasi yang sebelumnya didominasi oleh institusi formal, media massa, dan aktor-aktor yang memiliki otoritas komunikasi kini berkembang menjadi ruang publik digital (*digital public sphere*) yang bersifat lebih terbuka, partisipatif, dan terdesentralisasi. Dalam ruang tersebut, setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk memproduksi, menyebarkan, sekaligus menginterpretasikan informasi kepada khalayak yang lebih luas. Pergeseran ini menunjukkan bahwa komunikasi publik pada era digital tidak lagi sekadar dipahami sebagai proses penyampaian informasi, tetapi telah berkembang menjadi arena negosiasi makna, pembentukan identitas, dan kontestasi nilai yang berlangsung secara dinamis dalam masyarakat jaringan. Di sisi lain, perkembangan tersebut juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya disinformasi, polarisasi opini, krisis otoritas informasi, serta menurunnya kualitas komunikasi publik akibat dominasi logika algoritma media digital yang lebih mengutamakan popularitas dibandingkan kredibilitas informasi. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya paradigma komunikasi publik yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga memiliki landasan etik yang mampu menjaga kualitas ruang publik digital. Perspektif *digital religion* menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk memahami perubahan tersebut karena memandang ruang digital sebagai bagian integral dari kehidupan sosial dan praktik keberagamaan masyarakat modern.

Perubahan struktur komunikasi publik tersebut juga membawa implikasi yang signifikan terhadap praktik komunikasi Islam. Digitalisasi telah memperluas ruang dakwah, pendidikan agama, serta interaksi keagamaan melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, podcast, dan aplikasi pesan instan.

Fenomena ini melahirkan praktik keberagamaan yang semakin terdigitalisasi, ketika aktivitas belajar agama, konsultasi keagamaan, ritual, hingga pembentukan komunitas keagamaan berlangsung secara simultan pada ruang *online* dan *offline*. Dalam perspektif *digital religion*, teknologi digital tidak lagi diposisikan sekadar sebagai media penyampaian pesan, melainkan sebagai ruang sosial yang membentuk identitas, otoritas, komunitas, dan praktik keberagamaan secara bersamaan. Oleh karena itu, komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital tidak cukup dipahami sebagai aktivitas penyebaran pesan dakwah melalui media digital, tetapi harus ditempatkan sebagai proses komunikasi yang melibatkan pembentukan makna, legitimasi sosial, serta internalisasi nilai-nilai Islam dalam ruang publik digital yang semakin kompleks.

Transformasi tersebut semakin nyata melalui perubahan pola otoritas komunikasi keagamaan. Otoritas yang sebelumnya didominasi oleh lembaga keagamaan formal dan ulama kini mulai berbagi ruang dengan aktor-aktor baru, seperti *religious influencers*, kreator konten Islami, dan komunitas digital yang memiliki kemampuan membentuk opini publik serta memengaruhi praktik keberagamaan masyarakat, khususnya generasi muda. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah mekanisme pembentukan otoritas keagamaan melalui perpaduan antara narasi keislaman, budaya digital, dan strategi komunikasi yang lebih interaktif. Di sisi lain, ruang digital juga menjadi arena negosiasi identitas keagamaan yang mempertemukan nilai agama, budaya, dan ekspektasi audiens dalam satu ekosistem komunikasi. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi publik berbasis agama tidak lagi berlangsung secara linear dari komunikator kepada khalayak, tetapi berkembang menjadi komunikasi yang bersifat dialogis, multidirectional, dan dipengaruhi oleh karakteristik media digital. Dengan demikian, transformasi media digital tidak hanya melahirkan aktor komunikasi baru, tetapi juga mengubah mekanisme pembentukan legitimasi dalam ruang publik keagamaan.

Perkembangan kajian *digital religion* dalam dua dekade terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebagian besar penelitian berfokus pada identitas keagamaan digital, komunitas virtual, ritual *online*, otoritas keagamaan digital, serta penggunaan media sosial oleh komunitas keagamaan. Kajian tersebut telah memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan hubungan antara teknologi digital dan praktik keberagamaan. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih menempatkan komunikasi publik sebagai konteks pembahasan, bukan sebagai objek rekonstruksi paradigma. Akibatnya, perubahan mendasar yang terjadi pada komunikasi publik sebagai konsekuensi dari digitalisasi belum banyak dijelaskan secara komprehensif dalam perspektif komunikasi Islam.

Dari sisi teori, komunikasi publik modern umumnya dibangun di atas paradigma rasionalitas komunikatif, efektivitas penyampaian pesan, manajemen komunikasi, dan pembentukan opini publik. Sebaliknya, komunikasi Islam lebih banyak dikembangkan dalam konteks dakwah, komunikasi profetik, dan etika komunikasi tanpa secara eksplisit merumuskan paradigma komunikasi publik yang sesuai dengan karakteristik masyarakat digital. Sementara itu, kajian *digital religion* lebih menitikberatkan pada transformasi praktik keagamaan, identitas digital, komunitas virtual, dan perubahan otoritas keagamaan. Ketiga perspektif tersebut berkembang secara paralel sehingga belum tersedia kerangka konseptual yang secara eksplisit mengintegrasikan teori komunikasi publik, perspektif *digital religion*, dan nilai-nilai komunikasi Islam dalam menjelaskan dinamika komunikasi publik di era digital. Kondisi inilah yang menunjukkan adanya *theoretical gap* sekaligus *research gap* yang masih terbuka untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan telaah terhadap berbagai literatur, penelitian ini mengidentifikasi dua kesenjangan utama. Pertama, masih terbatas penelitian yang secara sistematis menghubungkan perkembangan *digital religion* dengan paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam. Kedua, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berorientasi pada deskripsi fenomena penggunaan media digital dalam praktik keagamaan daripada menghasilkan sintesis konseptual mengenai perubahan paradigma komunikasi publik. Akibatnya, belum tersedia model konseptual yang mampu menjelaskan bagaimana nilai-nilai komunikasi Islam dapat diintegrasikan ke dalam komunikasi publik pada masyarakat digital. Kesenjangan tersebut menjadi dasar perlunya rekonstruksi paradigma komunikasi publik yang tidak hanya responsif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai Islam sebagai fondasi etik komunikasi.

Penelitian ini bertujuan merekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Rekonstruksi dilakukan dengan mengidentifikasi perkembangan konsep komunikasi publik, menganalisis kontribusi perspektif *digital religion* dalam menjelaskan transformasi komunikasi keagamaan, serta mengintegrasikan nilai-nilai komunikasi Islam—*siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* ke dalam paradigma komunikasi publik kontemporer. **Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang mengintegrasikan teori komunikasi publik, perspektif *digital***

religion, dan nilai-nilai komunikasi Islam dalam satu paradigma komunikasi publik yang adaptif terhadap karakteristik masyarakat digital. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung mengkaji ketiga aspek tersebut secara terpisah, penelitian ini menawarkan sintesis konseptual yang menempatkan nilai-nilai komunikasi Islam sebagai fondasi normatif dalam membangun komunikasi publik di era digital.

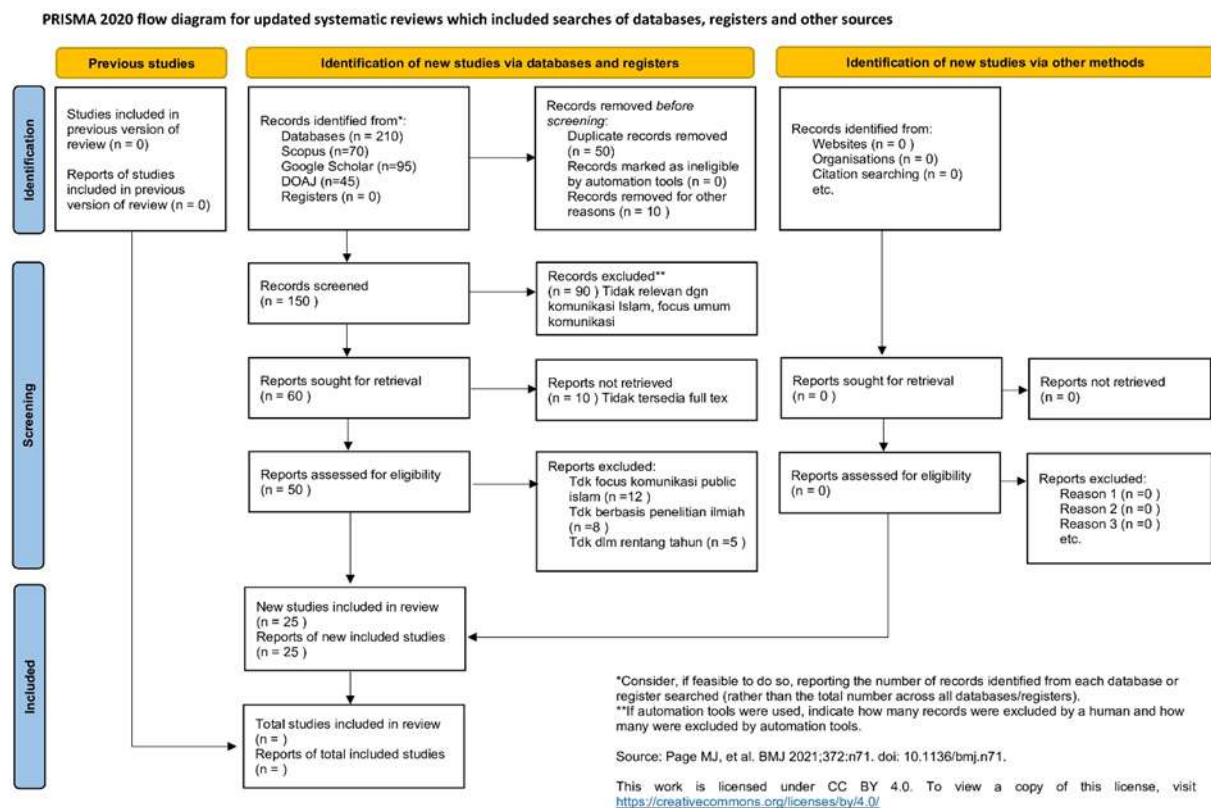
Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya pengembangan literatur komunikasi Islam melalui perluasan perspektif komunikasi publik berbasis nilai dalam konteks masyarakat digital. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *digital religion*, penelitian ini juga menawarkan kerangka konseptual yang dapat menjadi dasar pengembangan model komunikasi publik yang lebih integratif. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi rujukan bagi akademisi, lembaga keagamaan, pemerintah, organisasi kemasyarakatan, dan praktisi komunikasi dalam merancang strategi komunikasi publik yang tidak hanya efektif memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga berorientasi pada etika komunikasi, literasi digital, penguatan kepercayaan publik, serta kemaslahatan sosial.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) yang dipadukan dengan analisis tematik (thematic analysis). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan merekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital melalui sintesis konseptual terhadap berbagai publikasi ilmiah yang relevan. Berbeda dengan penelitian empiris yang berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel, penelitian ini menitikberatkan pada interpretasi terhadap konsep, teori, dan temuan penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perkembangan komunikasi publik dalam perspektif komunikasi Islam. Metode SLR digunakan karena menyediakan prosedur yang sistematis, transparan, dan dapat direplikasi dalam proses identifikasi, seleksi, evaluasi, serta sintesis literatur sehingga mampu meminimalkan bias peneliti dalam menyusun kesimpulan konseptual.

Populasi penelitian meliputi seluruh artikel ilmiah yang membahas komunikasi publik, komunikasi Islam, digital religion, dakwah digital, media sosial, serta praktik komunikasi keagamaan di ruang digital yang dipublikasikan pada periode 2020–2026. Literatur diperoleh dari tiga pangkalan data akademik, yaitu Scopus, Google Scholar, dan Directory of Open Access Journals (DOAJ). Teknik pemilihan artikel menggunakan purposive sampling berbasis kriteria (criterion-based purposive sampling), yaitu memilih artikel yang secara langsung berkaitan dengan fokus penelitian berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel membahas komunikasi publik, komunikasi Islam, digital religion, atau dakwah digital; (2) dipublikasikan dalam jurnal ilmiah; (3) tersedia dalam bentuk full text; dan (4) menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Sementara itu, artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian, tidak tersedia secara lengkap, atau berada di luar rentang waktu penelitian dikeluarkan dari proses seleksi. Berdasarkan proses identifikasi awal diperoleh sebanyak 210 artikel yang selanjutnya menjadi populasi awal penelitian.

Proses seleksi artikel mengacu pada pedoman Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) 2020, yang terdiri atas empat tahapan, yaitu identification, screening, eligibility, dan included. Tahap identification dilakukan melalui penelusuran artikel menggunakan kata kunci public communication, Islamic communication, digital religion, digital Islam, religious communication, dan digital da'wah pada basis data Scopus, Google Scholar, dan DOAJ sehingga diperoleh 210 artikel. Setelah dilakukan pemeriksaan duplikasi, sebanyak 50 artikel teridentifikasi sebagai data ganda dan 10 artikel dieliminasi karena tidak sesuai dengan fokus penelitian. Tahap screening dilakukan dengan menelaah judul, kata kunci, dan abstrak terhadap 150 artikel yang tersisa sehingga diperoleh 60 artikel yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, pada tahap eligibility dilakukan penelaahan terhadap naskah lengkap (full text). Sebanyak 10 artikel tidak dapat diakses secara penuh, sedangkan 25 artikel lainnya dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi. Dengan demikian, sebanyak 25 artikel dinyatakan memenuhi seluruh persyaratan dan digunakan sebagai unit analisis dalam penelitian ini. Keseluruhan proses seleksi literatur disajikan pada Gambar 1 untuk memberikan gambaran yang transparan mengenai tahapan seleksi artikel.



Gambar 2.1 Diagram PRISMA 2020

Pengumpulan data dilakukan melalui **studi dokumentasi** terhadap artikel-artikel yang telah memenuhi kriteria seleksi. Setiap artikel dibaca secara kritis, kemudian dilakukan ekstraksi data ke dalam matriks literatur yang memuat informasi mengenai tujuan penelitian, pendekatan metodologis, teori yang digunakan, objek kajian, dan temuan utama. Selanjutnya, data dikelompokkan ke dalam tema-tema yang berkaitan dengan komunikasi publik, komunikasi Islam, *digital religion*, otoritas keagamaan digital, etika komunikasi Islam, dan transformasi ruang publik digital. Tahapan ini bertujuan menghasilkan sintesis literatur yang sistematis sebagai dasar penyusunan temuan penelitian.

Analisis data menggunakan **analisis tematik** yang dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu memahami isi artikel (*familiarization*), melakukan pengodean awal (*open coding*), mengelompokkan data ke dalam kategori, mengembangkan tema-tema utama, meninjau kembali hubungan antartema, dan menginterpretasikan hasil sintesis secara konseptual. Analisis dilakukan secara induktif untuk mengidentifikasi pola-pola yang berkembang dalam literatur, kemudian menghubungkannya dengan teori komunikasi publik, perspektif *digital religion*, serta nilai-nilai komunikasi Islam yang meliputi *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. Proses sintesis tersebut menghasilkan kerangka konseptual mengenai rekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital.

Untuk menjamin kualitas penelitian, diterapkan prinsip **trustworthiness** yang meliputi *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Kredibilitas dijaga melalui penggunaan sumber-sumber ilmiah yang relevan dan penerapan prosedur seleksi artikel berdasarkan pedoman PRISMA 2020. Transferabilitas diwujudkan melalui penyajian prosedur penelitian secara rinci sehingga memungkinkan penelitian direplikasi pada konteks yang berbeda. Dependabilitas dilakukan dengan mendokumentasikan seluruh tahapan penelitian secara sistematis, sedangkan *confirmability* dijaga melalui penyajian hasil sintesis yang didasarkan pada bukti-bukti ilmiah dari literatur yang dianalisis. Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan menjunjung tinggi etika akademik melalui ketepatan sitasi, penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual, serta penggunaan referensi yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Hasil

3.1.1 Karakteristik Literatur yang Dianalisis

Berdasarkan proses seleksi menggunakan pedoman PRISMA 2020, penelitian ini memperoleh **25 artikel** yang memenuhi seluruh kriteria inklusi dan ditetapkan sebagai unit analisis. Artikel-artikel tersebut berasal dari publikasi nasional dan internasional yang membahas komunikasi publik, komunikasi Islam, *digital religion*, otoritas keagamaan digital, media sosial, serta transformasi praktik keberagamaan di ruang digital. Seluruh artikel dipublikasikan pada periode 2020–2026 sehingga merepresentasikan perkembangan mutakhir kajian komunikasi dan agama pada era digital.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa penelitian mengenai komunikasi Islam di era digital berkembang secara multidisipliner dengan melibatkan perspektif ilmu komunikasi, studi media, sosiologi agama, kajian budaya digital, dan studi internet. Variasi pendekatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik berbasis nilai Islam berkembang sebagai bidang kajian yang semakin luas dan tidak lagi terbatas pada aktivitas dakwah, tetapi juga mencakup persoalan ruang publik, otoritas digital, identitas keagamaan, serta etika komunikasi.

Tabel.3.1 Karakteristik Literatur yang Dianalisis

Aspek	Hasil Sintesis
Jumlah artikel	25 artikel
Rentang publikasi	2020 – 2026
Sumber literatur	Scopus, Google Scholar, DOAJ
Pendekatan	Kualitatif, Literatur Review, studi kasus, konseptual
Tema utama	Digital Religion, Komunikasi Islam, Komunikasi Publik, Otoritas Digital, Media Sosial
Objek kajian	Komunitas keagamaan, media social, influencer muslim, ruang publik digital

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus utama pada *digital religion*, komunikasi Islam, dan komunikasi publik. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan literatur telah bergeser dari kajian penggunaan media digital menuju pembahasan mengenai perubahan struktur komunikasi keagamaan pada masyarakat digital.

3.1.2 Sintesis Konseptual Literatur

Berdasarkan hasil ekstraksi dan analisis terhadap seluruh artikel, diperoleh lima perspektif utama yang secara konsisten muncul dalam berbagai penelitian, yaitu komunikasi publik, *digital religion*, komunikasi Islam, media digital, dan literasi digital. Kelima perspektif tersebut memiliki keterkaitan dalam menjelaskan transformasi komunikasi publik pada era digital sekaligus menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah pola komunikasi, struktur otoritas, serta praktik keberagamaan dalam ruang publik.

Tabel 2. Sintesis Konseptual Literatur

Perspektif Kajian	Fokus Kajian	Temuan Sintesis	Kontribusi Terhadap Penelitian
Komunikasi publi	Transformasi ruang publik	Komunikasi bergembang menjadi partisipatif, interaktif, dan berbasis jejaring	Menjadi dasar rekonstruksi paradigma komunikasi publik
Digital religion	Integrasi teknologi dan praktik	Ruang digital menjadi arena pembentukan identitas, komunitas, dan otoritas keagamaan	Menjelaskan perubahan komunikasi keagamaan di era digital
Komunikasi Islam	Nilai komunikasi Islam	<i>Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah</i> , menjadi pondasi etika komunikasi	Memberikan dimensi normatif komunikasi publik

Media digital	Media sosial dan ruang publik digital	Terjadi pergeseran otoritas komunikasi menuju aktor digital	Menjelaskan perubahan pola komunikasi Masyarakat Muslim.
Literasi digital	Etika komunikasi digital	Literasi digital diperlukan untuk mengurangi disinformasi dan polarisasi	Mendukung implementasi komunikasi publik berbasis nilai Islam

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh perspektif tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan perubahan komunikasi publik pada era digital. Hasil sintesis memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya memengaruhi aspek teknis komunikasi, tetapi juga membentuk dimensi sosial, budaya, dan etik dalam praktik komunikasi publik.

3.1.3 Sintesis Tema Utama Penelitian

Analisis tematik menghasilkan empat tema utama yang menjadi dasar rekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam. Tema-tema tersebut menggambarkan hubungan antara transformasi teknologi, perubahan struktur komunikasi, penguatan nilai komunikasi Islam, dan kebutuhan membangun paradigma komunikasi publik yang adaptif terhadap karakteristik masyarakat digital. Tabel 1 Sintesis Tema Utama Hasil Kajian

Tabel 3. Sintesis Tema Utama Penelitian

Tema Utama	Indikator	Makna Konseptual
Transformasi komunikasi publik	Perubahan pola komunikasi dari linear menuju partisipatif	Komunikasi publik berkembang menjadi komunikasi berbasis jejaring
Digital Religion	Integrasi ruang online dan offline	Ruang digital menjadi ruang praktik keberagamaan
Nilai komunikasi Islam	Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah.	Nilai Islam menjadi fondasi etika komunikasi publik
Paradigma komunikasi	Integrasi teknologi, etika, dan komunikasi	Terbentuk paradigma komunikasi publik adaptif, etis, dan inklusif

Berdasarkan Tabel 3 dapat dipahami bahwa rekonstruksi paradigma komunikasi publik tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan nilai-nilai komunikasi Islam ke dalam praktik komunikasi publik. Sintesis tersebut menjadi dasar dalam penyusunan model konseptual yang dibahas pada bagian berikutnya.

3.2 Diskusi

3.2.1 Transformasi Komunikasi Publik dalam Perspektif *Digital Religion*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah media komunikasi, tetapi juga mengubah struktur komunikasi publik secara mendasar. Pergeseran dari komunikasi yang bersifat hierarkis menuju komunikasi partisipatif menunjukkan bahwa ruang publik digital telah berkembang menjadi arena interaksi sosial yang memungkinkan setiap individu berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi publik pada era digital tidak lagi didominasi oleh lembaga formal, melainkan dibentuk melalui interaksi berbagai aktor dalam jaringan digital.

Temuan tersebut sejalan dengan perspektif *digital religion* yang menjelaskan bahwa teknologi digital telah mengintegrasikan praktik keberagamaan ke dalam kehidupan sehari-hari sehingga batas antara ruang *online* dan *offline* menjadi semakin kabur. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk identitas, komunitas, dan otoritas keagamaan. Hasil penelitian ini juga memperkuat berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa transformasi digital telah menggeser praktik komunikasi keagamaan dari pola institusional menuju komunikasi berbasis jejaring.

3.2.2 Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Paradigma Komunikasi Publik Digital

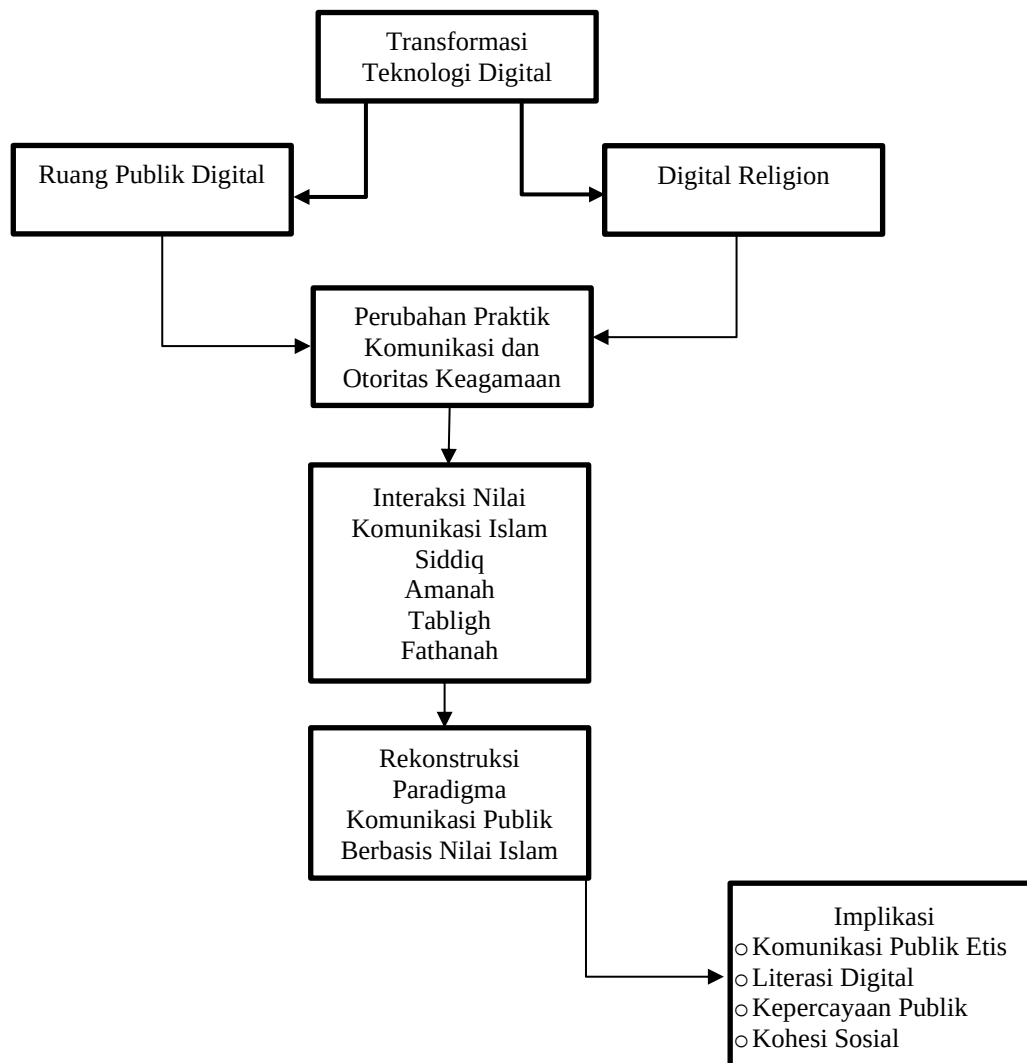
Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai komunikasi Islam memiliki peran yang sangat penting dalam menjawab tantangan komunikasi publik pada era digital. Nilai *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* tidak hanya berfungsi sebagai etika personal komunikator, tetapi juga sebagai prinsip normatif yang mengarahkan praktik komunikasi publik agar tetap berorientasi pada kejujuran, tanggung jawab, keterbukaan, dan kebijaksanaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan dengan sebagian penelitian terdahulu yang lebih menekankan aspek teknologi dalam kajian *digital religion*. Penelitian ini menempatkan dimensi etik sebagai unsur utama dalam rekonstruksi paradigma komunikasi publik. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian *digital religion* melalui integrasi nilai-nilai komunikasi Islam sebagai fondasi normatif komunikasi publik di ruang digital.

3.2.3 Implikasi Teoretis dan Praktis Rekonstruksi Paradigma

Hasil sintesis menunjukkan bahwa rekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam tidak hanya merupakan integrasi antara perkembangan teknologi digital dan praktik komunikasi keagamaan, tetapi juga menghasilkan suatu kerangka konseptual baru yang menempatkan nilai-nilai komunikasi Islam sebagai fondasi etik komunikasi publik pada era digital.

Gambar 1. Model Konseptual Rekonstruksi Paradigma Komunikasi Publik Berbasis Nilai Islam



Model konseptual tersebut menunjukkan bahwa transformasi teknologi digital menjadi faktor utama yang mendorong perubahan ruang publik digital dan praktik *digital religion*. Perubahan tersebut selanjutnya direspons melalui integrasi nilai-nilai komunikasi Islam sebagai fondasi etik dalam membangun komunikasi publik yang kredibel, bertanggung jawab, dan adaptif terhadap perkembangan masyarakat digital. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang menghubungkan teori komunikasi publik, perspektif *digital religion*, dan nilai-nilai komunikasi Islam dalam satu paradigma komunikasi publik yang utuh.

Secara teoretis, penelitian ini menghasilkan sintesis konseptual yang menghubungkan teori komunikasi publik, perspektif *digital religion*, dan nilai-nilai komunikasi Islam dalam satu kerangka analisis yang utuh. Integrasi tersebut memperkaya pengembangan kajian komunikasi Islam, khususnya dalam menjelaskan perubahan komunikasi publik pada masyarakat digital.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi lembaga keagamaan, perguruan tinggi, pemerintah, organisasi masyarakat, dan praktisi komunikasi dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penguatan literasi digital, etika komunikasi, dan internalisasi nilai-nilai komunikasi Islam menjadi faktor penting dalam membangun ruang publik digital yang kredibel, inklusif, dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Sebagai kontribusi konseptual, penelitian ini menawarkan paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam yang mengintegrasikan transformasi ruang publik digital, perspektif *digital religion*, serta nilai-nilai komunikasi Islam sebagai landasan etik komunikasi. Paradigma tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi publik pada era digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan dimensi moral, sosial, dan keagamaan dalam setiap proses komunikasi.

4. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merekonstruksi paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam di era digital melalui pendekatan *Systematic Literature Review* terhadap 25 artikel ilmiah yang relevan. Hasil sintesis menunjukkan bahwa transformasi teknologi digital telah mengubah komunikasi publik dari pola yang bersifat linear menjadi komunikasi yang partisipatif, interaktif, dan berbasis jejaring. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi cara penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga mengubah struktur otoritas, praktik komunikasi, dan pembentukan ruang publik digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai-nilai komunikasi Islam, yaitu *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*, memiliki peran strategis sebagai fondasi etik dalam membangun komunikasi publik yang kredibel, bertanggung jawab, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Berdasarkan hasil sintesis tersebut, penelitian ini menghasilkan sebuah model konseptual yang mengintegrasikan teori komunikasi publik, perspektif *digital religion*, dan nilai-nilai komunikasi Islam sebagai paradigma komunikasi publik berbasis nilai Islam pada era digital. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi Islam melalui penyusunan kerangka konseptual yang menghubungkan dimensi teknologi, komunikasi publik, dan etika Islam dalam satu paradigma yang utuh. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi lembaga keagamaan, perguruan tinggi, pemerintah, organisasi masyarakat, dan praktisi komunikasi dalam merancang strategi komunikasi publik yang tidak hanya efektif memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga berorientasi pada integritas informasi, literasi digital, dan penguatan kepercayaan publik. Penelitian ini masih terbatas pada sintesis literatur sehingga model konseptual yang dihasilkan belum diuji secara empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model tersebut pada berbagai konteks kelembagaan maupun sosial budaya dengan menggunakan pendekatan empiris atau metode campuran (*mixed methods*) sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implementasi komunikasi publik berbasis nilai Islam di masyarakat digital.

Referensi

1. V. Braun and V. Clarke, "Using thematic analysis in psychology," *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101, 2006. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
2. H. A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge, 2013.
3. H. A. Campbell and G. Evolvi, "Contextualizing current digital religion research on emerging technologies," *Human Behavior and Emerging Technologies*, vol. 2, no. 1, pp. 5–17, 2020. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>

4. H. A. Campbell and R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. 2nd ed. London: Routledge, 2022.
5. M. Castells, *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.
6. G. Evolvi, "Religion and the Internet: Digital Religion, (Hyper)mediated Spaces, and Materiality," *Zeitschrift für Religion, Gesellschaft und Politik*, vol. 6, no. 1, pp. 9–25, 2022. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>
7. J. Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press, 1989.
8. S. Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013.
9. S. Hjarvard and M. Lövheim (Eds.), *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Gothenburg: Nordicom, 2012.
10. M. A. K. Halliday, *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold, 1978.
11. N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018.
12. M. J. Page, J. E. McKenzie, P. M. Bossuyt, et al., "The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews," *The BMJ*, vol. 372, 2021. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
13. P. Siuda, "Mapping Digital Religion: Exploring the Need for New Typologies," *Religions*, vol. 12, no. 6, 2021. <https://doi.org/10.3390/rel12060373>
14. K. Creswell and J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018.
15. R. Tsuria, *Mediating the Divine: Religion, Technology and Digital Culture*. London: Routledge, 2021.
16. F. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022.
17. M. Munir, *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2018.
18. A. Muis, *Komunikasi Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
19. O. U. Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
20. H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers, 2021.
21. A. Faiz, "Komunikasi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang," *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 12, no. 2, pp. 145–160, 2022.
22. M. N. Huda, "Digital Religion dan Transformasi Otoritas Keagamaan di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 13, no. 1, pp. 1–18, 2023.
23. S. A. Rahman, "Literasi Digital dalam Penguatan Moderasi Beragama di Era Disrupsi," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 8, no. 2, pp. 85–101, 2023.
24. A. Syukur, "Etika Komunikasi Islam dalam Ruang Publik Digital," *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 44, no. 1, pp. 33–49, 2024.
25. M. Yusuf and A. Karim, "Komunikasi Publik Berbasis Nilai Islam di Era Digital," *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 15, no. 1, pp. 25–42, 2024.