

## ABSTRAK

**Rio Mughni Firdaus :** Penggunaan *The Circular Model of SOME* Dalam Dakwah di Media Sosial Instagram (Studi deskriptif pada akun instagram @percikaniman)

Instagram, sebagai platform media sosial yang populer, efektif digunakan untuk dakwah. Yayasan Percikan Iman (YPI) memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Akun Instagram @percikaniman berfungsi sebagai media komunikasi berbagai konten dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahap pembagian konten (*share*), tahap optimalisasi konten (*optimize*), tahap pengelolaan konten (*manage*) dan tahap pengikutsertaan publik (*engage*), dalam akun media sosial instagram @percikaniman.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Circular Model of SOME (Share, Optimize, Manage, dan Engage)* oleh Regina Luttrell. *Share* merupakan tahap pembagian konten di media sosial, seperti Instagram. *Optimize* merupakan tahap mendengarkan, belajar, dan berpartisipasi dalam percakapan autentik dengan audience. *Manage* mengacu pada pengelolaan komunikasi yang responsif antara pengelola akun Instagram (seperti @percikaniman) dan pengikut. *Engage* berarti membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan influencer di media sosial

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktif, dengan menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh melalui penelitian lapangan dengan melakukan observasi, sumber data diperoleh dari hasil wawancara mendalam, dan dokumentasi serta menganalisa data dengan teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian penggunaan *The Circular Model of SOME* dalam dakwah di Instagram @percikaniman melalui empat tahap utama: *Share, Optimize, Manage, dan Engage*. Pada tahap pembagian konten (*share*) pertama, dakwah dilakukan dengan membagikan kajian, edukasi, dan dokumentasi kegiatan melalui feeds, reels, dan stories. Kedua, menargetkan audiens usia 30-55 tahun. Ketiga, membangun kepercayaan publik dengan menyampaikan informasi yang valid dan transparan. Tahap optimalisasi konten (*optimize*) pertama, melibatkan evaluasi berdasarkan respons audiens. Kedua interaksi langsung tanpa chatbot, serta respons edukatif terhadap isu penting. Pada tahap pengelolaan konten (*manage*) pertama, pemantauan insight Instagram dan evaluasi bulanan digunakan untuk meningkatkan kualitas konten. Kedua, interaksi yang responsif terhadap feedback audiens, meski fitur live streaming belum dimanfaatkan. Terakhir, tahap pengikutsertaan publik (*engage*) pertama, memperluas keterlibatan melalui kolaborasi dengan tokoh dakwah. Kedua, interaksi diperluas melalui giveaway, serta kegiatan sosial seperti “Run for Palestine” dan program “Tanya Bundo Yanti.”

**Kata Kunci:** *The Circular Model of SOME*, Instagram

## **ABSTRACT**

**Rio Mughni Firdaus:** *The Use of The Circular Model of SOME in Da'wah on Instagram (A descriptive study on the Instagram account @percikaniman)*

*Instagram, as a popular social media platform, is effectively utilized for da'wah. Yayasan Percikan Iman (YPI) leverages Instagram as a medium for Islamic preaching, with the @percikaniman account serving as a communication channel for various da'wah-related content.*

*This study aims to examine the implementation of the four stages of content management Share, Optimize, Manage, and Engage on the @percikaniman Instagram account. The theoretical framework employed is the Circular Model of SOME (Share, Optimize, Manage, and Engage) by Regina Luttrell. Share refers to the distribution of content on social media platforms like Instagram. Optimize involves listening, learning, and participating in authentic conversations with the audience. Manage pertains to the responsive communication management between the Instagram account administrators (such as @percikaniman) and their followers. Engage focuses on building strong relationships with the audience and influencers on social media.*

*This research adopts a constructivist paradigm with a qualitative methodology. Data were collected through field research, including observations, in-depth interviews, documentation, and analyzed using descriptive analysis techniques.*

*The findings reveal that the application of the Circular Model of SOME in da'wah on Instagram @percikaniman follows four main stages. In the Share stage, da'wah content is disseminated through feeds, reels, and stories, targeting audiences aged 30-55 years with relevant and transparent information to build public trust. In the Optimize stage, content evaluation is conducted based on audience feedback, prioritizing direct interaction without chatbots and providing educational responses to important issues. The Manage stage involves monitoring Instagram insights and conducting monthly evaluations to enhance content quality, while audience feedback is actively addressed, though live streaming features have not yet been utilized. Finally, the Engage stage expands audience involvement through collaborations with Islamic scholars, giveaways, and social initiatives such as "Run for Palestine" and the interactive program "Tanya Bundo Yanti."*

**Keywords:** *The Circular Model of SOME, Instagram*