

ABSTRAK

Irsan Septia Nurahman. 2200100057: Dakwah Audiovisual Pada Fitur Reels Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @aab_elkarimi).

Media sosial, khususnya Instagram menjadi platform strategis dalam menyampaikan dakwah kepada audiens digital yang luas, terutama generasi muda. Pada kanal media sosial pengguna Instagram di Indonesia ada seorang pegiat kreator konten video menggunakan fitur *Reels* Instagram untuk membuat video-video yang aktif dalam beropini, menyampaikan gagasan pribadi mengenai isu-isu dan fenomena sosial. Adalah Aab Elkarimi dengan nama akun Instagram @aab_elkarimi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis dakwah audiovisual pada fitur reels akun Instagram @aab_elkarimi dengan fokus pada tiga aspek utama yaitu audiovisual, narasi dan pesan dakwah. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, memanfaatkan teori Gestalt. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, observasi terhadap aktivitas video reels akun Instagram @aab_elkarimi, dan wawancara dengan Aab El-Karimi untuk mengetahui motivasi dan tujuan dakwah melalui media digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen audiovisual pada video Reels @aab_elkarimi menerapkan prinsip-prinsip Gestalt, seperti *figure-ground* yang menonjolkan pembicara sebagai pusat perhatian, serta *proximity* melalui penempatan teks yang mendukung pemahaman pesan. Penggunaan audio dengan tonasi jelas dan musik latar yang lembut memperkuat suasana tanpa mengganggu narasi. Narasi dalam video bersifat sederhana namun efektif, mengadopsi pola storytelling yang menarik dengan pembukaan yang memancing perhatian, isi yang mengaitkan fenomena sosial dengan nilai-nilai agama, dan penutup yang mengajak audiens untuk refleksi. Pesan dakwah dalam video Reels ini dominan menyampaikan nilai-nilai akhlak, mengajak audiens untuk introspeksi dan memperbaiki sikap. Meskipun ada pesan yang terkait dengan aqidah dan syariah, fokus utama tetap pada pembentukan karakter. Integrasi audiovisual, narasi, dan pesan dakwah menciptakan konten yang kohesif, mendidik, dan relevan bagi audiens digital. Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah di era digital dapat dilakukan secara modern dan efektif dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform media untuk melakukan aktivitas dakwah.

Kata kunci : Dakwah audiovisual, Reels Instagram, teori Gestalt, pesan dakwah, media sosial.

ABSTRACT

Irsan Septia Nurahman. 2200100057: *Audiovisual Da'wah on the Instagram Reels Feature (A Case Study of the Instagram Account @aab_elkarimi).*

Social media, especially Instagram, has become a strategic platform for delivering da'wah to a wide digital audience, particularly among the youth. On social media channels, an Instagram user in Indonesia, a content creator named Aab Elkarimi with the Instagram handle @aab_elkarimi, actively creates Reels videos to express opinions and share personal insights on social and societal issues.

This study aims to analyze da'wah audiovisuals on the Instagram Reels feature of the @aab_elkarimi account, focusing on three main aspects: audiovisuals, narrative, and da'wah messages. The method used is a qualitative research method with a case study approach, utilizing Gestalt theory. Data collection techniques include documentation, observation of video Reels activities on the @aab_elkarimi Instagram account, and interviews with Aab Elkarimi to understand his motivation and goals in delivering da'wah through digital media.

The study results show that the audiovisual elements in @aab_elkarimi's Reels apply Gestalt principles, such as figure-ground, which highlights the speaker as the center of attention, and proximity through the placement of text that supports message comprehension. The use of clear-toned audio and soft background music enhances the atmosphere without distracting from the narrative. The narrative in the videos is simple but effective, adopting an engaging storytelling pattern with an attention-grabbing opening, content that links social phenomena to religious values, and a closing that invites the audience to reflect. The da'wah messages in these Reels predominantly emphasize moral values, encouraging the audience to introspect and improve their behavior. While there are messages related to aqidah and sharia, the primary focus remains on character building. The integration of audiovisuals, narrative, and da'wah messages creates cohesive, educational, and relevant content for a digital audience. This study affirms that da'wah in the digital era can be conducted in a modern and effective way by utilizing social media as a platform for da'wah activities.

Keywords: *Audiovisual da'wah, Instagram Reels, Gestalt theory, da'wah messages, social media.*

الملخص

إرسان سبتيا نور الرحمن، ٢٢٠٠١٠٠٠٥٧ : الدعوة السمعية البصرية على إنستغرام
(دراسة حالة على حساب إنستغرام @aab_elkarimi)

إن وسائل الإعلام الاجتماعية، وخاصة إنستغرام، تكون منصة إستراتيجية في إيصال الدعوة إلى جماهير إلكترونية واسعة، وخصوصًا من جيل الشباب. وأن في قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية لمستخدمي إنستغرام في إندونيسيا، يوجد ناشط منشئ محتوى فيديو يستخدم خاصية ”إنستغرام ريلز“ لإنشاء مقاطع فيديو نشطة في صناعة الرأي ونقل الأفكار الشخصية حول القضايا والأحداث الاجتماعية. وهو أ ب الكريمي صاحب حساب على إنستغرام باسم @aab_elkarimi.

والهدف من هذا البحث هو تحليل الدعوة السمعية البصرية على خاصية ريلز في حساب @aab_elkarimi على إنستغرام من خلال التركيز على ثلاثة جوانب رئيسية، وهي السمعي البصري، السرد الروائي والرسائل الدعوية. والمنهج المستخدم هو منهج البحث الكيفي الوصفي مع منهج دراسة الحالة، باستخدام نظرية جستالت. وتقنيات جمع البيانات المستخدمة هي تقنيات التوثيق، وملاحظة أنشطة مقاطع الفيديو المنشورة على حساب @aab_elkarimi على إنستغرام، ومقابلات مع أ ب الكريمي لمعرفة الدوافع والأغراض الدعوية من خلال وسائل الإعلام الإلكترونية.

وتُظهر النتائج أن العناصر السمعية والبصرية في فيديو ريلز @aab_elkarimi تطبق مبادئ جيستالت، مثل أرضية الشكل التي تظهر المتكلم كمرکز الإهتمام، وكذلك التقريب من خلال وضع النصوص التي تدعم فهم الرسالة. وإستخدام الصوت الواضح والموسيقى الهادئة في الخلفية يحسّن البيئة المحيطة دون التشويش على السرد الروائي. وإن سرد روائي الفيديو بسيط وفعال في الوقت نفسه، حيث يتبنى نمطًا قصصيًا ممتعًا مع إفتتاحية مثيرة للإنتباه، ويربط المحتوى الظواهر الاجتماعية بالقيم الدينية، و يدعو الختام الجماهير إلى التفكير. وأن رسائل الدعوة في هذه الفيديو ريلز تحمل غالبًا على القيم الأخلاقية وتدعو الجماهير إلى التأمل وتحسين السلوكيات. وعلى الرغم من وجود الرسائل المتعلقة بالعقيدة والشرعية، إلا أن التركيز الرئيسي يبقى على بناء الشخصية. وأن التكامل بين المواد السمعية والبصرية والروايات ورسائل الدعوة يخلق محتوى متماسكًا وتربويًا وملائمًا للجماهير الإلكترونية. ويؤكد هذا البحث أن الدعوة في العصر الإلكتروني يمكن أن تتم بطريقة حديثة وفعالة من خلال إستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كمنصة إعلامية للقيام بأنشطة الدعوة.

الكلمات الرئيسية: الدعوة السمعية والبصرية، إنستغرام ريلز، نظرية جستالت، رسالة الدعوة، وسائل الإعلام الاجتماعية.