

ABSTRAK

Hamzah Akmal Al Haqqi: Analisis Penyajian Pesan Dakwah di Instagram
(Studi Kasus pada Akun @asadedulloh).

Pesan dakwah merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan berdakwah. Di era modern ini, penyajian pesan dakwah juga harus memperhitungkan keberadaan teknologi dan perubahan pola komunikasi Masyarakat. Instagram yang menjadi media sosial yang populer dalam beberapa tahun terakhir menjadi media dakwah yang sangat efektif, sehingga tema tentang analisis penyajian pesan dakwah di Instagram ini relevan untuk dikaji. Akun instagram @asadedulloh memiliki penyajian pesan tersendiri yang sudah meraih cakupan audiens yang luas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis; (1) Bagaimana proses penyajian pesan dakwah pada akun instagram @asadedulloh; (2) Bagaimana pemahaman audiens pada pesan dakwah akun instagram @asadedulloh. Teori yang digunakan adalah teori decoding-encoding Stuart Hall (1973) dan teori komunikasi persuasif Jalaluddin Rakhmat (2008) yang membahas hubungan antara pesan dakwah dan pemahaman audiens serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam penyampaian pesan dakwah di Instagram.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang menekankan bahwa realitas merupakan hasil konstruksi dari pengalaman individual, interaksi sosial, serta penggunaan bahasa dalam konteks tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu dengan mengintegrasikan berbagai sumber data, metode, dan perspektif teoretis untuk memahami terhadap analisis penyajian pesan dakwah yang dikaji.

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa penyajian pesan dakwah pada akun instagram @asadedulloh dikonstruksi melalui tiga temuan utama, yaitu; Pertama, penyajian pesan dakwah yang efisien dan mudah dipahami dalam meningkatkan jangkauan audiens; Kedua, Pesan dakwah berbasis pengalaman pribadi mendorong perubahan perilaku audiens; Ketiga, konsistensi sebagai prinsip utama sekaligus tantangan dalam penyajian pesan dakwah @asadedulloh di instagram. Temuan ini menegaskan bahwa cara penyajian pesan dakwah memiliki peran yang sama pentingnya dengan substansi pesan itu sendiri dalam membangun keterhubungan dengan audiens. Berdasarkan temuan tersebut, studi ini merekomendasikan adanya penelitian lanjutan untuk mendalami lebih jauh analisis penyajian pesan dakwah di media sosial, khususnya di instagram.

Kata Kunci: Instagram; komunikasi persuasif; penyajian pesan; pesan dakwah.