

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi dan media telah membawa perubahan signifikan dalam kegiatan dakwah, yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke ranah digital. Dakwah merupakan suatu tindakan mengajak, menyampaikan, atau menyeru masyarakat untuk mempelajari, memeluk, dan mengamalkan ajaran-ajaran agama secara sadar dengan tujuan untuk membangkitkan dan mengembalikan potensi fitrah serta meraih kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat.

Media merupakan salah satu elemen terpenting dalam kegiatan dakwah. Kata "media" berasal dari bahasa Latin *medius*, yang berarti tengah, perantara, atau penghubung. Sementara itu, dalam bahasa Arab, media diartikan sebagai perantara atau alat yang menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Sementara itu, media dakwah, yang juga disebut *wasilah*, adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah sesuai dengan situasi dan kondisi para *mad'u*. (Nasrullah;Rulli, 2015 : 35)

Kemunculan berbagai jenis media saat ini mempermudah proses dakwah dalam menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan untuk

berdakwah pun semakin beragam dan salah satu yang paling populer adalah media sosial.

Media Sosial merupakan alat yang di gunakan media komunikasi antara satu orang dengan orang lain melalui internet (dunia maya). (Pahlevi, 2021:64) Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperluas jaringan pertemanan di dunia maya, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang. Penggunaan media sosial telah berkembang secara luas, tidak hanya untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai ruang persaingan di pasar jual beli, serta sebagai sumber informasi terkini. Saat ini, media sosial banyak dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk berdakwah. Media sosial, khususnya Instagram, salah satu platform yang sangat populer di kalangan generasi muda. Penekanan pada fitur *Reels* menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto, tetapi juga untuk membuat konten video yang menarik. Dengan demikian, *Reels* menjadi alat yang potensial untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan menarik bagi audiens muda.

Dakwah adalah aktivitas untuk mengajak, menyeru, dan mendorong manusia agar memeluk ajaran Islam, dengan mengikuti perintah serta petunjuk dari Allah secara sungguh-sungguh. Dakwah ini melibatkan ketulusan hati, kebenaran ucapan, dan penerapan tindakan secara lahir dan batin, semata-mata demi menaati Allah dan meraih rida-Nya. Aktivitas ini telah berlangsung sejak

masa Nabi Adam 'Alaihissalam hingga Nabi Muhammad SAW, dan menjadi kewajiban umat Islam hingga akhir zaman.

Seiring dengan kemajuan teknologi, dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai cara dan menggunakan berbagai *platform* media. Pada saat ini, dakwah tidak terbatas hanya pada waktu-waktu tertentu, seperti dalam pengajian atau perayaan hari besar Islam. Selain itu, dakwah juga tidak terbatas pada tempat-tempat seperti masjid, majlis ta'lim, atau tempat ibadah Muslim lainnya. Dengan perkembangan media yang tidak mengenal batasan waktu dan tempat, dakwah kini bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja. Instagram dianggap sebagai platform untuk menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan karakteristik utamanya sebagai media sosial yang berfokus pada unggahan foto dan video.

Fenomena ini menjadi sebuah strategi untuk memperluas jangkauan dan memperbarui metode dakwah, sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang di berbagai belahan dunia.

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video, serta memberikan ruang bagi interaksi sosial melalui fitur *likes*, komentar, dan pesan langsung. Instagram menekankan pada konten visual sebagai media komunikasi yang interaktif dan mudah diakses oleh penggunanya. (Nasrullah, 2015:53).

Pada tahun 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 90,183,200 orang pada bulan Agustus, yang setara dengan 31.6% (Riyanto,2021:96) dari total populasi negara tersebut,selain itu,laporan menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan proyeksi bahwa 85,3% dari populasi menggunakan platform ini. (Julius, 2024) Popularitas fitur *reels* ini meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna aktif. Sehingga para dai dan aktivis dakwah bisa memanfaatkan *reels* sebagai alat untuk berdakwah untuk meningkatkan engagement dan menarik perhatian madu.

Instagram telah diakui sebagai media sosial yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada para mad'u yang sebelumnya sulit dijangkau. Inilah yang membuat para dai atau pendakwah memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan dakwah mereka. Konten-konten dakwah yang dihasilkan mengikuti perkembangan zaman, tetapi tetap menjaga inti dari pesan dakwah yang disampaikan. Keberhasilan dakwah dapat dilihat dari kemampuan dai dalam memanfaatkan metode, kreativitas, dan inovasi dalam menyampaikan pesan. Oleh karena itu, konten dakwah di Instagram hadir dengan berbagai variasi dan disajikan secara menarik. Dakwah dinilai efektif ketika mad'u dapat merespons positif, mengalami perubahan dalam diri mereka, dan semakin tertarik pada konten dakwah yang disajikan oleh para dai.

Maulidya Putri Aji dengan akun Instagram @maulidya\_a, merupakan salah satu contoh pendakwah yang berhasil memanfaatkan fitur *Reels* untuk menyampaikan pesan dakwah. Dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan kaum muda, Maulidya mampu menarik perhatian dan membangun interaksi yang positif dengan pengikutnya. Konten yang disajikan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan isu-isu yang dihadapi oleh generasi muda saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan spiritualitas dan kesadaran agama di kalangan kaum muda. Dengan menyajikan konten yang menarik dan pembahasan yang sesuai dengan keadaan para mad'u saat ini khusus para kaum muda dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah di pahami dan juga beberapa konten juga ada yang menggunakan bahasa asing seperti korea, inggris dan arab. instagram dengan nama akun @maulidya\_a berhasil mendapatkan 26,3 ribu *followers*. Konsistensinya dalam berdakwah mendapatkan respon positif dari pengikutnya, terlihat dari jumlah penonton, *like*, komentar dalam setiap unggahan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang dakwah yang di sampaikan oleh Maulidya melalui fitur *reels* instagram pribadinya.

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi dakwah kreatif melalui *reels* instagram di akun instagram @maulidya\_a. Adapun fokus penelitian ini mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana perencanaan (*Plan*) yang dilakukan oleh akun Instagram @hannyensa dalam menyusun strategi dakwah melalui *Reels*?
- 1.2.2 Bagaimana pola (*Pattern*) penyampaian dakwah dalam konten *Reels* yang dibuat oleh @hannyensa, termasuk konsistensi tema, gaya komunikasi, dan jenis konten?
- 1.2.3 Bagaimana taktik (*Ploy*) yang digunakan oleh akun @maulidya\_a untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens dalam konten dakwah
- 1.2.4 Bagaimana posisi (*Position*) akun @maulidya\_a dalam media sosial Instagram sebagai pendakwah digital di tengah persaingan konten lainnya?
- 1.2.5 Bagaimana perspektif (*Perspective*) yang digunakan akun @maulidya\_a dalam memahami kebutuhan dakwah generasi muda dan bagaimana hal ini tercermin dalam konten *Reels* yang dibuat?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengungkapkan hasil yang akan didapatkan setelah melakukan penelitian. Gunakan kalimat yang sama dengan fokus penelitian namun menggunakan kalimat positif sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk menganalisis perencanaan (*Plan*) yang dilakukan oleh akun Instagram @hannyensa dalam menyusun strategi dakwah melalui *Reels*.
- 1.3.2 Untuk menganalisis pola (*Pattern*) penyampaian dakwah dalam konten *Reels* yang dibuat oleh @maulidya\_a, termasuk konsistensi tema, gaya komunikasi, dan jenis konten.
- 1.3.3 Untuk memahami taktik (*Ploy*) yang digunakan oleh akun @maulidya\_a untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens dalam konten dakwah.
- 1.3.4 Untuk menganalisis posisi (*Position*) akun @maulidya\_a dalam media sosial Instagram sebagai pendakwah digital di tengah persaingan konten lainnya
- 1.3.5 Untuk mengetahui perspektif (*Perspective*) yang digunakan akun @maulidya\_a dalam memahami kebutuhan dakwah generasi muda dan bagaimana hal ini tercermin dalam konten *Reels* yang dibuat

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian dapat dirinci dengan manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat secara Akademis**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi pada kajian ilmu dakwah dan komunikasi serta penyiaran Islam, khususnya dalam memahami bagaimana proses penyampaian dakwah melalui berbagai media sosial salah

satunya menggunakan *reels* di instagram agar dapat memperluas jangkauan dakwah. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang transformasi konten dakwah melalui media digital, memberikan pemahaman tentang strategi adaptasi konten dakwah agar sesuai dengan platform digital, serta mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para dai dalam berdakwah di sosial media. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi bagi akademisi dan praktisi dalam mengembangkan model dakwah berbasis media digital yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

#### **1.4.2 Manfaat secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi dakwah, dengan menyoroti bagaimana pendekatan kreatif seperti *Reels* Instagram, dapat mengubah pola penyebaran dakwah secara efektif. Dengan fokus pada elemen visual dan keterlibatan audiens, penelitian ini bisa menawarkan perspektif baru mengenai bagaimana media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai sarana dakwah yang interaktif dan dinamis. Sehingga mampu menciptakan konten yang lebih relevan, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Landasan Teoritis

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori *5 P's of Strategy* yang dikembangkan oleh Henry Mintzberg mencakup lima aspek utama, yaitu *Plan*, *Ploy*, *Pattern*, *Position*, dan *Perspective*. Kelima aspek ini membentuk kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis serta merumuskan strategi secara efektif. *Plan* berdasarkan perencanaan strategis, terdapat langkah-langkah serta tujuan yang ditetapkan untuk jangka pendek dan jangka panjang guna mencapai hasil yang diinginkan dan juga untuk menggambarkan strategi sebagai perencanaan terstruktur yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu, *Ploy* mengacu pada kumpulan tindakan atau taktik yang diterapkan untuk mencapai tujuan strategis, seperti pemanfaatan media atau strategi pemasaran tertentu, hal tersebut lebih menitik beratkan pada taktik yang digunakan untuk mengalahkan pesaing. *Pattern* mengacu pada pola-pola yang muncul dari tindakan dan taktik yang diterapkan dalam strategi, serta keberlanjutan dan konsistensi dalam pendekatan strategis tersebut. *Position* berfokus pada bagaimana suatu organisasi menempatkan dirinya dalam pasar atau lingkungan persaingan. Terakhir, *Perspective* mengacu pada cara pandang, nilai-nilai, dan prinsip-prinsip yang menjadi dasar pendekatan strategis yang diambil. Perspektif ini memberikan pedoman dan kerangkakerja dalam proses pengambilan keputusan strategis, mencerminkan sudut pandang kolektif dalam

memahami operasi organisasi serta mendorong inovasi. (Mintzberg & Lampel, 2020:9). Hubungan Teori 5 P's of strategy dengan penelitian ini yaitu :

1) *Plan* 'Perencanaan'

Dalam penelitian ini, strategi dakwah melalui *Reels* di Instagram membutuhkan perencanaan matang, termasuk tema, gaya penyampaian, serta elemen visual seperti teks, grafis, dan musik.

Peneliti menganalisis bagaimana akun @maulidya\_a merancang konten dakwah agar sesuai dengan kebutuhan dan minat generasi muda.

2) *Ploy* 'Taktik'

Untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas dakwah, akun @maulidya\_a menggunakan berbagai taktik, seperti pemilihan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, pemanfaatan tren media sosial, serta interaksi aktif dengan pengikutnya.

3) *Pattern* 'Pola'

Penelitian ini mengeksplorasi pola konsisten dalam cara @maulidya\_a menyampaikan pesan dakwah melalui Reels, seperti jenis konten yang dibuat, frekuensi unggahan, serta gaya penyampaian yang digunakan.

4) *Position* 'Posisi'

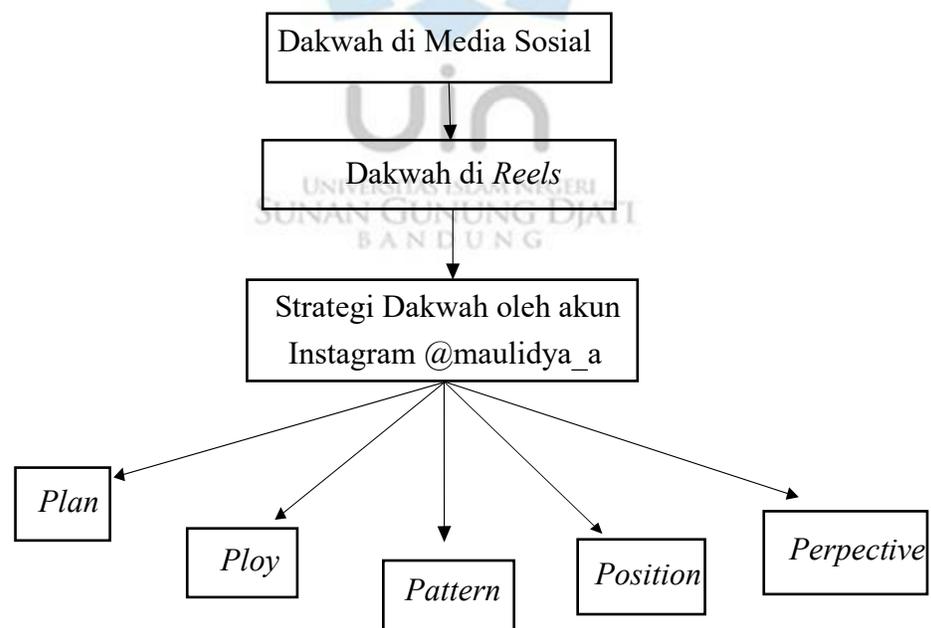
Penelitian ini melihat bagaimana akun @maulidya\_a memposisikan dirinya sebagai pendakwah digital di Instagram. Dengan menyesuaikan kontennya agar relevan dengan isu-isu yang dihadapi generasi muda, akun ini berhasil

menarik banyak pengikut dan menjadi salah satu referensi dakwah kreatif di media sosial.

5) *Perspective* ‘Sudut Pandang’

Penelitian ini berusaha memahami bagaimana akun @maulidya\_a melihat kebutuhan spiritual generasi muda dan bagaimana sudut pandang tersebut diterjemahkan ke dalam konten yang menarik dan relevan.

Dengan menggunakan kerangka kerja *5 P's of Strategy*, penelitian ini dapat memberikan analisis mendalam tentang bagaimana strategi dakwah kreatif di media sosial dapat meningkatkan pemahaman dan religiusitas generasi muda secara efektif.



**Gambar 1.1 Bagan Model Komunikasi 5 P's of Strategy Henry Mintzberg**

*Sumber : Observasi Penulis 2025*

## **1.6 Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini berfokus pada akun Instagram @maulidya\_a, yang aktif dalam menyebarkan konten dakwah kreatif. Akun ini memiliki banyak pengikut, terutama dari kalangan generasi muda, yang menjadi sasaran utama penelitian ini. Dengan menggunakan fitur Reels, @maulidya\_a menyajikan konten yang menarik dan mudah dipahami, sehingga dapat menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi. Penelitian ini akan menganalisis jenis konten yang dibuat dan cara penyampaian pesan, serta pengaruhnya terhadap religiusitas generasi muda. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten dakwah di Instagram dapat memengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan di kalangan generasi muda, serta bagaimana mereka merespons dan berinteraksi dengan konten tersebut. Dengan demikian, akun Instagram @maulidya\_a menjadi lokasi yang tepat untuk mengetahui bagaimana dakwah kreatif berkembang di era digital.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif. Paradigma interpretif dalam ilmu komunikasi menekankan pada pemahaman makna yang diberikan individu terhadap pengalaman mereka. Metode utama yang digunakan adalah analisis teks dan wawancara mendalam. Peneliti menganalisis komunikasi tertulis atau lisan serta konteks sosial, budaya, dan

sejarah di sekitarnya. Paradigma ini berfokus pada bagaimana makna dibentuk dalam interaksi sosial dan bagaimana interpretasi dapat berbeda antarindividu atau kelompok (Faustyna, (2023). Dengan menggunakan paradigma interpretif yaitu untuk mencari tahu bagaimana audiens Instagram menafsirkan pesan dakwah yang disampaikan melalui konten reels. Selain itu, pendekatan ini membantu dalam memahami pengalaman dan konteks dari kedua belah pihak: kreator konten, seperti @maulidya\_a dan *audiens* yang menerima pesan tersebut. Mengingat media sosial merupakan ruang interaksi yang selalu berubah, paradigma interpretif menawarkan fleksibilitas dalam menafsirkan berbagai elemen, seperti visual, teks, musik, dan efek dalam *reels*.

Lalu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman makna, penalaran, dan definisi dari situasi tertentu dalam konteks spesifik, terutama yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini lebih mengutamakan proses daripada hasil akhir, sehingga urutan kegiatan bisa berubah sesuai dengan kondisi dan banyaknya fenomena yang ditemukan selama penelitian. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk mengembangkan pemahaman dan konsep-konsep, yang pada akhirnya dapat menghasilkan teori. Tahapan ini dikenal sebagai *grounded theory research* (Bado, 2022:234).

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif akan digunakan untuk mengetahui bagaimana madu memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui

fitur Reels. Melalui metode wawancara, observasi, dan analisis dokumen, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang cara penyampain pesan dakwah, tantangan, peluang yang di hadapi selama berdakwah menggunakan fitur reels di instagram.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode yang di pakai dalam penelitian ini adalah studi deskriptif dan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan faktual tentang fenomena dakwah kreatif melalui konten Reels di Instagram. Metode ini membantu peneliti untuk memahami konteks sosial dan interaksi di media sosial, serta melihat bagaimana konten dakwah diterima oleh audiens, terutama generasi muda. Dengan terlibat langsung dengan pemilik akun Instagram @maulidya\_a, peneliti bisa mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang praktik dakwah yang dilakukan. Selain itu, penelitian deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman dan pandangan dari para pelaku dakwah dan penerima pesan, sehingga bisa memahami bagaimana konten Reels mempengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan di kalangan generasi muda. Metode ini juga memberikan kemudahan dalam pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis konten, yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih dalam.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan interpretasi dari para pelaku dakwah dan penerima

secara lebih detail. Selain itu, penelitian ini berfokus pada proses, konteks sosial, dan interaksi di media sosial yang lebih baik dijelaskan melalui metode kualitatif daripada kuantitatif.

#### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data dan sumber data merupakan jawaban atau pertanyaan peneliti yang di ajukan terhadap fokus penelitian dan tujuan penelitian, maka jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1) Jenis Data**

Untuk penelitian ini yang menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi deskriptif, jenis data yang akan dikumpulkan adalah data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa kata-kata, kalimat, atau gambaran yang diperoleh melalui wawancara dengan hannyensa, dokumentasi terkait proses produksi konten dakwah, serta observasi langsung terhadap aktivitas dan interaksi dalam pengelolaan konten dakwah di reels Instagram.

Dengan menggunakan data kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan deskripsi yang mendetail dan kontekstual tentang strategi kreatif dalam menyampaikan dakwah melalui konten reels di instagram.

##### **2) Sumber Data**

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini Peneliti mengumpulkan data primer secara langsung dari pemilik akun instagram @maulidya\_a. Oleh karena itu, teknik yang digunakan untuk pengambilan data primer adalah melalui wawancara langsung dengan pemilik akun @maulidya\_a, yang merupakan kreator konten dakwah di Instagram.

Dengan mewawancarai pemilik akun, peneliti dapat menggali pemahaman yang lebih dalam mengenai proses kreatif, motivasi, dan tujuan di balik konten yang dihasilkan. Pemilik akun memiliki pengalaman langsung dalam menciptakan dan mengelola konten dakwah, sehingga peneliti bisa memahami tantangan yang dihadapi dan bagaimana interaksi dengan audiens berlangsung. Pemilik akun juga bisa berbagi motivasi pribadi dan nilai-nilai yang mendorong mereka untuk berdakwah melalui media sosial.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diambil dari sumber-sumber lain yang relevan, termasuk hasil penelitian sebelumnya, literatur akademik, dan referensi lainnya. Data ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, serta materi lain yang berkaitan dakwah di era di gital. Informasi ini mendukung analisis dan

memberikan konteks yang lebih luas tentang persepsi madu terhadap dakwah melalui media sosial.

Dengan kombinasi sumber data primer dan sekunder, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang strategi kreatif dalam konteks penyiaran dakwah di era digital, serta mendukung analisis yang mendalam terhadap peran dan dampak media dalam penyebaran pesan dakwah melalui konten *reels* instagram.

#### **1.6.5 Informan atau Unit Analisis**

Bagian ini menjelaskan bagaimana informan atau unit analisis dalam mencari sumber data sangat penting karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang pengalaman dan praktik yang relevan. Misalnya, pemilik akun Instagram @maulidya\_a memiliki pengetahuan langsung tentang strategi dakwah yang diterapkan, sehingga informasi yang diperoleh lebih banyak dan kontekstual. Dengan berbicara langsung kepada informan, peneliti dapat menggali informasi spesifik, seperti proses kreatif di balik konten *Reels* dan tantangan yang dihadapi dalam berinteraksi dengan *audiens*. Data dari informan juga membantu memvalidasi informasi dari sumber sekunder, memastikan akurasi dan konsistensi data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan wawancara yang dinamis, sehingga dapat memahami bagaimana orang berinteraksi dengan konten dakwah dan meresponsnya.

### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan terdiri dari tiga metode utama: wawancara, observasi, dan analisis konten.

#### 1) Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas pemilik akun Instagram @maulidya\_a yaitu Maulidya Putri Aji. Peneliti mencatat berbagai hal, seperti jenis konten yang diunggah, seberapa sering konten tersebut diposting, dan bagaimana interaksi antara pemilik akun dan pengikutnya. Dengan cara ini, peneliti bisa melihat secara langsung bagaimana konten dakwah disajikan dan diterima oleh *audiens*.

Dengan menggunakan teknik ini untuk memahami dinamika yang terjadi di media sosial, termasuk bagaimana audiens merespons konten yang diunggah. Peneliti dapat melihat apakah konten tertentu mendapatkan lebih banyak like atau komentar, yang bisa menunjukkan seberapa menarik atau relevan konten tersebut bagi pengikut.

#### 2) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi langsung dari pemilik akun. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali motivasi di balik pembuatan konten, strategi dakwah yang digunakan, dan bagaimana audiens merespons konten dan tantangan yang dihadapi selama proses tersebut. Metode ini juga memberikan kesempatan untuk menjelaskan pertanyaan yang mungkin

tidak terjawab melalui metode lain, serta mendapatkan perspektif pribadi yang kaya tentang pengaruh konten terhadap religiusitas generasi muda. Wawancara memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman pribadi pemilik akun, yang tidak bisa didapatkan hanya dari melihat konten. Dengan mendengarkan langsung dari pemilik akun, peneliti bisa mendapatkan perspektif yang lebih dalam dan memahami konteks di balik setiap konten yang diunggah.

### 3) Dokumentasi

Dalam melaksanakan Teknik dokumentasi, penulis memperoleh data dengan cara mengamati setiap postingan *reels* yang berkaitan dengan dakwah di akun @maulidya\_a

### 4) Analisis Konten

Teknik analisis konten digunakan untuk menilai dan menganalisis tema, pesan, dan elemen visual dalam konten yang diposting di akun Instagram. Peneliti akan melihat bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui berbagai elemen, seperti teks, gambar, grafis, dan musik. Dengan menganalisis konten, peneliti dapat mengidentifikasi pola dan tren dalam cara dakwah disampaikan. Misalnya, peneliti bisa melihat apakah ada tema tertentu yang sering muncul atau bagaimana penggunaan elemen visual dapat menarik perhatian audiens. Analisis ini membantu peneliti untuk memahami efektivitas konten dalam menyampaikan pesan dakwah dan bagaimana konten tersebut dapat mempengaruhi *audiens*.

Dengan menggabungkan ketiga teknik ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang strategi dakwah yang digunakan di Instagram.

#### 1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan cara pengujian keabsahan data dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, dan *member check*.

##### 1) Perpanjangan pengamatan

Peneliti memperpanjang waktu pengamatan di lapangan untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan mendalam.

##### 2) Peningkatan ketekunan

Peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan untuk memastikan data yang diperoleh akurat.

##### 3) Triangulasi

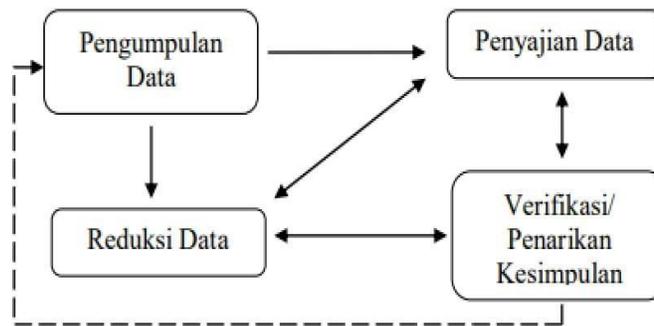
Peneliti menggunakan berbagai sumber data, metode, dan teori untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan mewawancarai pemilik akun @maulidya\_a. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

##### 4) *Member check*

Peneliti mengecek kembali data yang diperoleh kepada sumber data untuk memastikan kesesuaian data dengan apa yang dimaksud sumber data.

### 1.6.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data akan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.



**Gambar 1.2 Komponen Analisis Data**

(Sumber : Analisis Penulis 2025)

#### 1) Reduksi Data

Pada tahap dilakukan dengan menyederhanakan, memilih, dan memfokuskan data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan. Reduksi data bertujuan untuk mengidentifikasi informasi yang penting dan sesuai dengan fokus penelitian, seperti strategi dakwah, elemen visual dalam *reels* di akun @maulidya\_a, serta tantangan dan peluang dakwah di Instagram.

#### 2) Penyajian Data

Langkah berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk narasi, penyajian data visual berupa tabel yang memperlihatkan elemen-elemen konten

*reels* seperti teks, grafis, musik, serta keterlibatan mad'u *like*, *share*, dan komentar. yang mudah dipahami. Penyajian data memudahkan peneliti untuk melihat hubungan antar variabel atau tema yang muncul. Data disajikan secara sistematis berdasarkan hasil observasi terhadap konten *reels*, respon mad'u, dan strategi kreatif yang digunakan.

### 3) Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan dan diverifikasi. Dalam tahap ini, peneliti menarik kesimpulan dari bagaimana elemen visual dan interaksi mad'u mempengaruhi efektivitas dakwah di Instagram. Peneliti juga memverifikasi temuan dengan cara melakukan "*member check*" atau triangulasi untuk memastikan keabsahan kesimpulan yang diambil.

