

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

@mathaliulfalahofficial adalah sebuah akun Instagram lembaga pendidikan pesantren asal Pati, Jawa Tengah. Akun ini bergerak dalam dokumentasi dan publikasi kegiatan-kegiatan, maudizoh hasanah yang disampaikan oleh para Kyai, dan juga menyebarkan informasi terkait kajian kitab kuning.

@mathaliulfalahofficial, mengangkat keunikan dari lembaga pendidikan bernama Perguruan Islam Mathali'ul Falah, tentang penanaman nilai-nilai Salih Akram. Lembaga yang terletak di Desa Kajen, Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati ini, mempunyai visi untuk mempersiapkan anak didiknya “Menuju Insan Salih Akram”.

Salih Akram adalah sebuah konsep yang disusun dan dikembangkan oleh para guru/mashayekh Perguruan Islam Mathali'ul Falah, Pati. Konsep ini adalah sebuah usaha untuk mengarahkan lembaga kepada satu visi atau arah untuk menjawab tantangan di masa kini dan nanti(Supa'at & Muslim, 2023).

Salih berarti mengelola kehidupan di muka bumi sesuai dengan tuntutan zaman. Sedangkan Akram berarti kesalehan transendental dalam hubungan manusia dengan Tuhan(Hariroh, 2021).

Konsep dan formula dari karakter Salih Akram adalah sebuah inspirasi dari KH M.A. Sahal Mahfud. Istilah Salih berasal dari makna Surat Al Anbiya ayat 105:

وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزَّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرِثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya, "Dan sungguh, telah Kami tulis di dalam Zabur setelah (tertulis) di dalam Az-Zikr (Lauh Mahfuzh), bahwa bumi ini akan diwarisi oleh hamba-hamba-Ku yang saleh." (Q.S. 21: 105).

Sedangkan Akram adalah istilah yang diambil dari makna Surat Al Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya, "Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti." (Q.S. 49 : 13).

Nilai esensi dari karakter Salih Akram terbagi menjadi sembilan NDSA (Nilai-nilai Dasar Salih Akram): Al Khirs (keingin tahuan), Al Amanah (kejujuran), Al Tawadhu' (kerendah hatian), Al Istiqomah (komitmen), Al Uswah Al Hasanah (teladan), Al Zuhd (non materialistik), Al Kifah Al Mudawamah (keberanian untuk mengambil resiko dan berbenah), Al I'timad ala an Nafs (Independen), Tawasuth (tengah-tengah), dan Al Barakah (bertambahnya kemahiran). (Supa'at & Muslim, 2023).

Keunikan yang ditemukan di sini adalah sebuah formula dakwah yang berlandaskan nilai dari Salih dan Akram. Perpaduan antara esensi Salih dan Akram terbilang masih asing di telinga. Kita lebih sering mengenal dengan istilah hablum minannas dan hablum minallah, namun istilah ini terlalu global dan tidak spesifik Salih dan Akram.

Relasi Salih dan Akram sangat erat dengan hablum minannas dan hablum minallah. Di mana Salih adalah segala hubungan antara seorang hamba kepada seluruh ciptaan tuhan, sedangkan Akram adalah segala hubungan antara seorang hamba dan penciptanya.

Agar pesan dari akun instagram ini tersampaikan, @mathaliulfalahofficial merancang beberapa strategi dakwah yang digunakan sebagai penggait para audiensnya. Dakwah yang dilakukan oleh @mathaliulfalahofficial mengalami beberapa evaluasi, perubahan dan perbaikan sesuai dengan tuntutan zaman. @mathaliulfalahofficial melihat dakwah menjadi sebuah hal yang kompleks. Sehingga, dakwah dari @mathaliulfalahofficial mempunyai sebuah manajemen yang rapi dan tersusun. Strategi, materi, hingga media penyampaian dan target audiensnya harus diukur secara matang.

Dakwah adalah sebuah proses menginformasikan dan menyampaikan kebenaran yang berasal dari Kitab Al Quran dan Hadist Nabi kepada orang atau kelompok tertentu yang menjadi target dakwah (Baidowi & Salehudin, 2021).

Agar sampai kepada target dakwah (mad'u), seorang pendakwah (da'i) harus memperhatikan aspek-aspek dakwah lain seperti media dakwah. Media dakwah (wasilah) merupakan sarana yang dipakai oleh para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah (Fahrezi dkk., 2024).

Demi tersampainya sebuah pesan dalam dakwah, strategi dan media yang digunakan dalam dakwah dapat bervariasi, tergantung medan dakwah dan target mad'u. Dengan strategi, media dan sistem yang kuat ini, pesan dakwah bisa tersampaikan secara terukur dan maksimal.

Pemanfaatan media tidak hanya sebatas kepada media cetak maupun massa. pada saat ini, media sosial lebih digandrungi oleh masyarakat. Media sosial menjadi tempat hiburan yang dekat dengan masyarakat saat ini. Pilihan aplikasi, konten hingga fitur dan cara penyampaianya yang melimpah menjadikan media sosial ini sebuah primadona baru untuk mencari hiburan. Akses yang mudah dan tidak memakan banyak waktu, membuat media sosial menjadi pendamping sehari-hari masyarakat dewasa ini.

Masyarakat di era digital adalah masyarakat yang memiliki ketergantungan terhadap teknologi, khususnya media sosial dan berbagai bentuknya, serta beragam aplikasi interaksi dan komunikasi (Ridwan, 2022).

Media sosial menjadi tempat hiburan yang dekat dengan masyarakat saat ini. Pilihan aplikasi, konten hingga fitur dan cara penyampaianya yang melimpah menjadikan media sosial sebuah primadona baru untuk mencari hiburan. Akses yang mudah dan tidak memakan banyak waktu, membuat media sosial menjadi pendamping sehari-hari masyarakat dewasa ini.

Instagram merupakan sosial media yang terlahir pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Fatmasari dkk., 2021: 118). Aplikasi ini bersifat gratis dan berfokus pada berbagi konten foto maupun video. Dewasa ini, instagram menjadi salah satu media sosial dengan paling banyak pengguna aktif di dunia.

Setelah diakuisisi oleh Facebook pada 2012, Instagram semakin berkembang pesat dan menjadi pusat bukan hanya berbagi foto dan video, namun juga berdagang. Instagram menjadi sebuah platform yang menyajikan berbagai konten interaktif dan lebih condong kepada branding media.

Banyak akun-akun yang mulai meramaikan Instagram. Pemanfaatan aplikasi Instagram sekarang menjadi sebuah tren tersendiri dan tergolong efektif untuk membagikan pesan-pesan keagamaan (Fahrezi dkk, 2024).

Beberapa konten dakwah yang tersaji di Instagram tergolong ramai dan banyak peminatnya. Dengan banyaknya pengguna yang menyebarkan dakwah melalui Instagram, platform ini menjadi sebuah ladang baru untuk melakukan dakwah. Begitu juga yang dilakukan oleh akun @mathaliulfalahofficial.

Dari sinilah, akun Instagram @mathaliulfalahofficial mengangkat keunikan dari Lembaga Pendidikan Pesantren Mathali'ul Falah, yaitu nilai Salih Akram. Yang merupakan sebuah visi yang ingin diwujudkan bersama.

Peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian tentang strategi dakwah yang digunakan oleh akun @mathaliulfalahofficial, terkhusus pada strategi konten dan implemementasi strategi terhadap konten postingan akun. Dengan inilah, peneliti membuat sebuah penelitian dengan judul: Strategi Dakwah Digital di Perguruan Islam Mathali'ul Falah dalam Menanamkan Nilai Salih Akram: Studi Deskriptif pada Akun Instagram @mathaliulfalahofficial

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut penelitian berfokus pada :

1. Bagaimana proses perumusan strategi dakwah pada akun Instagram @mathaliulfalahofficial?
2. Bagaimana proses implementasi strategi dakwah pada akun Instagram @mathaliulfalahofficial?

3. Bagaimana proses evaluasi strategi dakwah yang dilakukan terhadap akun Instagram @mathaliulfalahofficial?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis proses perumusan strategi dakwah yang mencakup perencanaan, analisis, dan pemilihan strategi pada akun Instagram @mathaliulfalahofficial dalam mengidentifikasi audiens dan peluang komunikasi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis proses implementasi strategi dakwah yang berkaitan dengan eksekusi konten, metode, dan penggunaan media pada akun Instagram @mathaliulfalahofficial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis proses evaluasi strategi dakwah yang digunakan untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian pada akun Instagram @mathaliulfalahofficial.

D. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dan keanekaragaman dunia kajian ilmu dakwah, komunikasi dan penyiaran Islam. Di mana perkembangan sistem komunikasi dan media penyiaran dakwah menjadi lebih dinamis dan beragam, serta teori dan esensi dakwah yang semakin berkembang, sehingga diperlukan sebuah kajian baru yang membahas

tentang ragam bentuk strategi pemanfaatan ragam sistem dari dakwah, komunikasi maupun sistem penyiarnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menggali potensi dari keberagaman strategi, sistem, media dan substansi dakwah. Penelitian ini pula dapat berguna bagi para da'i dan para peminat dalam bidang dakwah yang tertarik untuk mengembangkan dakwah dengan ciri khasnya masing-masing yang ingin terjun ke media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan Teori Manajemen Strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David sebagai kerangka analisis utama. Teori ini memberikan panduan sistematis untuk memahami bagaimana sebuah organisasi merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut David (2011:5), manajemen strategis merupakan seni dan ilmu dalam merumuskan, melaksanakan, serta mengevaluasi keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Definisi ini menegaskan bahwa manajemen strategis adalah proses yang bersifat komprehensif, mencakup tahapan perencanaan hingga penilaian, untuk memastikan keberhasilan organisasi secara berkelanjutan.

Teori ini didasari oleh beberapa asumsi mendasar. Muhsin (2024:272) menjelaskan bahwa teori ini berasumsi setiap organisasi harus mampu

beradaptasi dengan lingkungan eksternal sekaligus memanfaatkan kekuatan internal secara efektif agar tetap kompetitif. Asumsi tersebut menekankan pentingnya keseimbangan antara adaptasi terhadap perubahan lingkungan dan optimalisasi potensi internal. Selain itu, Muharam (2025:7) menambahkan bahwa lingkungan bisnis yang dinamis menuntut organisasi untuk senantiasa mengevaluasi serta menyesuaikan strateginya guna mencapai tujuan jangka panjang. Hal ini menegaskan bahwa strategi bersifat fleksibel dan perlu diperbarui secara berkelanjutan agar tetap relevan di tengah perubahan lingkungan.

Secara konseptual, proses manajemen strategis terdiri atas tiga tahapan fundamental (David, 2011:6–7), yaitu perumusan strategi (*strategy formulation*), implementasi strategi (*strategy implementation*), dan evaluasi strategi (*strategy evaluation*). Tahap pertama, perumusan strategi, mencakup pengembangan visi dan misi organisasi, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta penyusunan alternatif strategi yang akan dipilih. Tahap kedua, implementasi strategi, merupakan fase penerapan dari rencana yang telah dirumuskan agar tujuan organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien. Tahap ketiga, evaluasi strategi, adalah proses pengawasan dan penilaian terhadap efektivitas pelaksanaan strategi, termasuk identifikasi permasalahan serta penyesuaian strategi bila diperlukan.

Teori Manajemen Strategis ini sangat relevan digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian “Strategi Dakwah Digital Di Perguruan Islam Mathaliul Falah.” Melalui tiga tahapan utama—perumusan, implementasi, dan

evaluasi—penelitian ini dapat menguraikan secara sistematis bagaimana tim Unit Pengembangan Media PIM merancang strategi dakwahnya, melaksanakan strategi tersebut dalam praktik media sosial, serta melakukan evaluasi terhadap efektivitasnya sebagai dasar untuk perbaikan di masa mendatang. Dengan demikian, teori ini membantu peneliti memahami strategi dakwah sebagai sebuah proses manajerial yang utuh dan berkelanjutan, bukan sekadar kegiatan unggahan sosmed semata.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu Strategi Dakwah Digital, Media Sosial dan Nilai Salih Akram. Dari ketiga konsep, peneliti meirincikan dengan lebih mendalam tentang unsur-unsur yang diperlukan untuk mendapatkan hasil dari konsep yang diambil.

a. Strategi Dakwah Digital

Strategi adalah kumpulan dan aksi yang ditujukan untuk mengembangkan rencana yang efektif agar mencapai tujuan tertentu dengan lebih mudah (Gunawan & Muhid, 2022: 35).

Strategi dakwah digital adalah metode untuk menyampaikan dakwah melalui media digital. Menurut Al Bayanuni (2014), bentuk strategi dakwah dibagi menjadi empat bentuk, yaitu berdasarkan materi atau sumber, berdasarkan subyek, berdasarkan karakter, dan berdasarkan poros. Menurut Sodiq (2020), bukan hanya soal menyusun langkah-langkah berdakwah, tetapi juga memperhatikan esensi dan substansi dalam dakwah.

Strategi dakwah mengkolaborasikan pemilihan media, penggunaan bahasa dan pemilihan pesan dakwah yang relevan untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Perkembangan zaman menuntut dakwah untuk masuk kepada media-media baru, agar pesan dari dakwah dapat secara lebih luas tersebar dan sampai kepada khalayak yang lebih luas (Sodiq, 2020: 82).

b. Media Sosial (Instagram)

Media sosial (Instagram) adalah sebuah sarana atau media untuk pergaulan sosial yang dilakukan melalui jaringan internet. Para penggunanya dapat berkomunikasi, interaksi, saling berkirim pesan teks, gambar maupun audio visual, saling berbagi dan membuat beberapa jejaring atau networking (Yusrin, 2017: 16).

Instagram adalah salah satu bentuk platform yang dapat menjadi media untuk berdakwah, di mana para pengguna lain seperti ustadz dan para aktivis telah memilih Instagram sebagai wadah untuk berdakwah. Instagram memiliki banyak fitur seperti komentar dan membalas komentar, Direct Message, Instagram Story, Live, dan Reels, dapat mendukung untuk memberi dakwah secara langsung dan terus-menerus.

c. Nilai Salih Akram

Nilai Salih Akram adalah sebuah konsep yang dikembangkan dan diformulasi oleh Mathali'ul Falah, Pati. Di mana konsep ini diharapkan menjadi sebuah visi untuk menjawab dan menghadapi tantangan di masa kini dan masa depan (Supa'at & Muslim, 2023: 192).

Salih/Shalih dalam KBBI bermakna taat dan bersungguh-sungguh. Secara sederhana, Salih adalah hubungan antar sesama makhluk hidup. Salih dapat diartikan sebagai seseorang yang memiliki kemampuan untuk mengelola dunia dengan baik, yaitu sebuah sifat yang berdampak positif tidak hanya untuk sesama manusia melainkan juga untuk lingkungan sekitarnya (Nikmah, 2020: 73).

Sedangkan Akram/Akrom, adalah bentuk relasi transendental antara hamba dan Allah. Akram dapat diartikan sebagai bentuk ideal seorang muslim yang mempunyai sifat salih horizontal kepada sesama makhluk maupun salih vertikal yang menghubungkan makhluk dengan penciptanya (Nikmah, 2020: 72).

Nilai Salih Akram terdiri dari sepuluh NDSA (Nilai-nilai Dasar Salih Akram), yaitu: Al Khirs (keingin tahuan), Al Amanah (kejujuran), Al Tawadhu' (kerendah hatian), Al Istiqomah (komitmen), Al Uswah Al Hasanah (teladan), Al Zuhd (non materialistik), Al Kifah Al Mudawamah (keberanian untuk mengambil resiko dan berbenah), Al I'timad ala an Nafs (Independen), Tawasuth (tengah-tengah), dan Al Barakah (bertambahnya kemahiran) (Supaat & Muslim, 2023: 13).

Nilai Salih Akram adalah sebuah konsep yang diusung oleh Kyai Abdussalam. Pasca kepemimpinan Kyai Abdussalam, para pemimpin Mathali'ul Falah kemudian melestarikan dan mengembangkan konsep Salih Akram ini, termasuk KH Muhammad Ahmad Sahal Mahfudz,

seorang tokoh agama terkemuka dari Pati, sekaligus direktur Mathali'ul Falah (Nikmah, 2020: 74).



Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

F. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah yang dijalankan dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan, yakni Lokasi Penelitian, Pemilihan Paradigma dan Pendekatan, Penetapan Metode Penelitian, Identifikasi Jenis Data dan Sumber Data, Pemilihan Informan atau Unit Analisis, Implementasi Teknik Pengumpulan Data, Penentuan Keabsahan Data, dan Penyusunan Teknik Analisis.

1. Lokasi Penelitian

Lokasi untuk penelitian ini adalah akun Instagram @mathaliulfalahofficial, yang dimiliki oleh Perguruan Islam Mathali'ul Falah, bertempat di desa Kajen, Kecamatan Margoyoso, Kabupaten Pati, Provinsi

Jawa Tengah. Di mana akun ini secara aktif menyebar luaskan dakwah bernilai Salih Akram kepada khalayak luas. Unggahan yang disajikan juga beragam sesuai dengan strategi konten dan ide konten dari pengelolanya. Di mana semua unggahan, selalu ramai dengan viewers dan komentar yang bersifat membangun dan mendukung. Hal ini menjadi daya tarik bagi peneliti untuk meneliti strategi akun.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Landasan filosofis yang memayungi penelitian ini adalah paradigma interpretif. Paradigma ini, yang berakar pada tradisi sosiologi Jerman tentang *verstehen* atau pemahaman, memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dikonstruksikan secara subjektif oleh individu melalui interaksi dan interpretasi. Peneliti dalam tradisi ini berusaha untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang para aktor yang terlibat di dalamnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell, penelitian interpretif adalah proses "mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana individu mengalami suatu fenomena dan makna apa yang mereka lekatkan pada pengalaman tersebut" (Creswell, 2014: 48). Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk menelusuri realitas yang dikonstruksikan oleh tim UPM PIM dalam aktivitas manajemen media sosial di Instagram @mathaliulfalahofficial. Peneliti memposisikan diri bukan sebagai pengamat yang berjarak, melainkan sebagai instrumen yang berupaya memasuki dunia konseptual para informan untuk memahami "mengapa" dan "bagaimana" mereka merumuskan strategi dakwah digital, bukan sekadar melaporkan "apa" yang mereka lakukan.

Sebagai konsekuensi logis dari paradigma tersebut, penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini merupakan sebuah proses inkuiri untuk memahami suatu masalah sosial secara mendalam dalam latar alamiahnya. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk menangkap kompleksitas, konteks, dan detail yang tidak dapat diukur oleh angka. Menurut Sugiyono (2018), "Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif" (Sugiyono, 2018: 15). Dengan pendekatan ini, peneliti membangun gambaran yang holistik dengan menganalisis narasi dan melaporkan pandangan informan secara detail, sehingga diharapkan dapat menghasilkan temuan yang kaya dan kontekstual.

3. Metode Penelitian

Untuk mengimplementasikan pendekatan tersebut, digunakanlah metode deskriptif kualitatif. Metode ini tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan fakta, tetapi untuk melukiskan sebuah "deskripsi tebal" (*thick description*), sebuah istilah yang dipopulerkan oleh antropolog Clifford Geertz yang merujuk pada deskripsi yang tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga interpretasi dan makna di baliknya. Moleong (2017) menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk "melukiskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena

yang diselidiki" (Moleong, 2017: 24). Metode ini sangat sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan secara rinci dan mendalam mengenai strategi dakwah dalam menanamkan nilai-nilai Salih Akram di Instagram, termasuk alur kerja tim, dinamika internal, serta filosofi yang melandasi setiap konten yang diproduksi.

4. Jenis dan Sumber Data

Bagian ini menjelaskan jenis data dan sumber data sebagai berikut:

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang tidak berbentuk angka statistik, melainkan berupa narasi, teks, dan artefak visual. Data ini akan mencakup transkrip wawancara verbatim, catatan lapangan yang rinci, dokumentasi foto dan video, serta artefak digital seperti tangkapan layar unggahan Instagram.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara dan hasil observasi yang dilakukan peneliti langsung (*field research*) bersama Koordinator Utama dan para admin dari @mathaliulfalahofficial. Sumber data primer ini akan ditambahkan dengan wawancara dan observasi peneliti bersama para *Mashayekh*, dan *followers* @mathaliulfalahofficial.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder peneliti akan didapatkan dari referensi berbagai penelitian lain atau buku yang bersangkutan dan sesuai dengan tema dan topik bahasan penelitian.

5. Informan atau Unit Analisis

Subjek utama yang menjadi sumber data, atau informan penelitian, dipilih secara sengaja menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini, menurut Patton (2015), berfokus pada "pemilihan kasus-kasus yang kaya akan informasi untuk studi mendalam" (Patton, 2015: 264). Artinya, informan tidak dipilih secara acak, melainkan berdasarkan kriteria bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah Koordinator Utama dari UPM PIM (@mathaliulfalahofficial) beserta para staf dan petugas yang terlibat langsung dalam pengelolaan strategis dan teknis akun Instagram tersebut.

6. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi lapangan akan dilakukan secara langsung oleh peneliti di kantor UPM PIM (Unit Pengembangan Media Perguruan Islam Mathali'ul Falah) yang bertempat di Gedung Perguruan Islam Mathali'ul Falah, Pati. Observasi tambahan dapat dilakukan secara daring. Hasil observasi akan didokumentasikan secara sistematis.

b) Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini akan disesuaikan dengan kehendak narasumber dan informan penelitian. Karena melihat bahwa para

narasumber punya kesibukan mengajar di madrasah dan hanya mempunyai waktu luang yang terbatas. Wawancara dapat dilakukan secara langsung, dengan media aplikasi meeting, ataupun berbalas pesan secara pribadi.

c) Dokumentasi

Pengumpulan data melalui foto, catatan, berkas content plan, atau tulisan yang dilakuakn selama observasi dan wawancara dengan narasumber dan observasi perkembangan akun.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Guna menjamin keabsahan dan kepercayaan data kualitatif, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi. Denzin (1978) mendefinisikan triangulasi sebagai "kombinasi berbagai metodologi dalam studi tentang fenomena yang sama" (Denzin, 1978: 291) untuk meningkatkan validitas temuan. Proses pengecekan silang data ini dilakukan melalui dua cara. Pertama, triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil wawancara dari berbagai informan untuk melihat konsistensi. Kedua, triangulasi metode dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan data yang didapat dari hasil observasi dan analisis dokumentasi, untuk memastikan temuan yang kokoh.

8. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini akan mengadopsi model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Mereka berpendapat bahwa analisis kualitatif bukanlah proses linear, melainkan terdiri dari "tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan:

kondensasi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan" (Miles, Huberman, dan Saldana, 2014: 12). Proses ini diawali dengan kondensasi data, di mana data mentah yang melimpah diseleksi dan diorganisir melalui proses pengkodean. Selanjutnya, data tersebut melalui tahap penyajian data dalam bentuk matriks atau bagan untuk memudahkan peneliti melihat pola. Dari sajian data inilah, peneliti mulai melakukan penarikan kesimpulan awal yang kemudian akan terus-menerus diverifikasi dengan kembali merujuk pada data mentah hingga didapatkan sebuah kesimpulan akhir yang matang dan dapat dipertanggungjawabkan.

