

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah merupakan aktivitas komunikasi Islam yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai kebaikan, mengajak kepada ketakwaan, dan menjauhi larangan Allah SWT. dalam konteks sosial, dakwah berfungsi bukan hanya sebagai penyebaran ajaran Islam, tetapi juga sebagai upaya membangun kesadaran moral dan spiritual masyarakat. Seiring perkembangan zaman, aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada forum keagamaan seperti majelis taklim atau mimbar masjid, tetapi telah meluas ke berbagai ranah kehidupan sosial, termasuk dunia digital.

Perkembangan teknologi komunikasi dan munculnya media sosial telah mengubah cara dakwah disampaikan dan diterima. Sebelum era digital, penyampaian pesan keislaman bersifat satu arah dan bergantung pada keberadaan dai serta jamaah di ruang fisik tertentu. Namun, kini dakwah berkembang menjadi aktivitas komunikasi dua arah yang lebih dinamis, interaktif, dan mudah diakses. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Youtube tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga medium penyebaran nilai-nilai Islam yang adaptif terhadap kebutuhan generasi muda.

Menurut laporan dalam website *We Are Social* dan *DataReportal* (2024), Indonesia memperingati peringkat keempat dunia dalam jumlah pengguna media sosial aktif, dengan tingkat penetrasi mencapai lebih dari 85% dari total populasi. Sementara berdasarkan data *NapoleonCat* (Januari 2025), pengguna aktif

Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 akun atau sekitar 32,8% dari populasi, dengan kelompok usia 25-34 tahun sebagai pengguna terbanyak, yakni 36 juta akun. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, menjadi ruang strategi untuk berdakwah karena didominasi oleh generasi muda yang aktif, dinamis, dan responsif terhadap konten visual.

Transformasi ini menuntut para dai dan pelaku dakwah untuk mengemas pesan keagamaan secara lebih kreatif dan relevan. Dakwah kini tidak cukup hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga perlu hadir dalam format yang sesuai dengan konteks komunikasi digital: singkat, visual, dan berorientasi pada gaya hidup masyarakat modern. Oleh karena itu, muncul kebutuhan akan inovasi dalam metode penyampaian dakwah agar pesan Islam tidak tertinggal di tengah arus informasi yang cepat dan beragam.

Salah satu bentuk inovasi dakwah yang menarik perhatian adalah penggabungan dakwah dengan aktivitas yang dekat dengan keseharian masyarakat, seperti musik, konten kreatif, dan olahraga. Pendekatan ini dikenal sebagai dakwah kontekstual, yaitu strategi penyampaian ajaran Islam dengan menyesuaikan bentuk dan gaya komunikasi terhadap minat audiens. Dalam konteks modern, olahraga menjadi salah satu medium yang efektif untuk menyampaikan pesan moral dan spiritual, karena aktivitas fisik tidak hanya berfungsi menjaga kesehatan jasmani, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri dan penguatan nilai-nilai positif seperti disiplin, kesabaran, dan semangat juang.

Fenomena ini semakin berkembang di Indonesia dengan munculnya konten dakwah yang dikombinasikan dengan aktivitas olahraga. Salah satu contohnya

adalah akun Instagram @mizann.z milik Mizan Jundulloh, seorang pengajar, pelatih, relawan, dan *sport enthusiast* yang aktif di bidang olahraga lari. Sejak tahun 2023, Mizan secara konsisten memproduksi konten yang menggabungkan olahraga lari dengan pesan-pesan dakwah ringan, seperti refleksi spiritual, kutipan Al-Qur'an, hadis, dan motivasi Islami.

Keunikan konten yang dikembangkan Mizan terletak pada integrasi dua ranah yang berbeda: fisik dan spiritual. Melalui moto akun Instagram-nya, “Berlari dengan syar’i. Melangkah sambil berdakwah”, Mizan menampilkan aktivitas olahraga dapat menjadi media untuk memperkuat nilai keislaman. Konten yang diunggah dalam bentuk *reels*, foto, maupun *caption* menggambarkan perjalanan spiritual melalui olahraga, memperlihatkan bahwa dakwah tidak harus disampaikan melalui ceramah formal, tetapi juga dapat melalui aktivitas keseharian yang inspiratif.

Fenomena ini juga sejalan dengan tren gaya hidup modern yang menjadikan olahraga sebagai bagian dari identitas sosial masyarakat urban. Laporan *Strava 2023 Year in Sport* menunjukkan bahwa aktivitas lari di Indonesia meningkat hingga 5,8 kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, *Pocari Sweat Run Indonesia 2024* mencatat partisipasi lebih dari 42 ribu peserta, meningkat sekitar 53% dari tahun 2023 (Kompas, 2024). Jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia yang mencapai 283,5 juta jiwa (BPS, 2025), angka tersebut memang tidak merepresentasikan keseluruhan populasi. Namun, data ini mencerminkan adanya peningkatan signifikan minat masyarakat, terutama di perkotaan, terhadap gaya hidup sehat dan aktivitas olahraga lari yang kini

berkembang menjadi fenomena sosial baru. Data tersebut pula memperlihatkan bahwa olahraga, khususnya lari, kini tidak hanya menjadi aktivitas jasmani, tetapi juga bagian dari gaya hidup yang memiliki nilai sosial, estetika, dan simbolik.

Dengan demikian, kombinasi antara dakwah dan olahraga lari yang dilakukan oleh Mizan Jundulloh menjadi bentuk inovasi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman. Melalui platform Instagram, Mizan tidak hanya menyebarkan pesan keislaman, tetapi juga membangun komunitas dan sistem sosial digital yang aktif berinteraksi dengan nilai-nilai positif yang ia bagikan. Fenomena ini membuka ruang baru dalam kajian komunikasi dakwah, di mana dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau forum pengajian, tetapi melalui ruang digital dengan pendekatan yang adaptif terhadap gaya hidup masyarakat. Namun, meskipun tren olahraga lari dan konten gaya hidup di media sosial semakin berkembang, kajian akademik yang secara khusus membahas integrasi dakwah dan olahraga lari melalui media sosial masih sangat terbatas.

Fenomena ini dapat dianalisis menggunakan teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers, yang menjelaskan bagaimana ide atau praktik baru dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu dalam sistem sosial. Dalam konteks penelitian ini, inovasi terletak pada integrasi dakwah dan olahraga lari; saluran komunikasinya adalah media sosial Instagram; sementara proses penerimaan dan keterlibatan audiens mencerminkan elemen waktu dan sistem sosial yang berperan dalam penyebaran inovasi tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana inovasi dakwah digital dikembangkan dan disebarkan melalui media

sosial, serta bagaimana penerimaan audiens terhadap bentuk dakwah yang dikemas secara modern. Selain itu, penelitian ini juga menjawab tantangan dakwah kontemporer: bagaimana nilai-nilai keislaman tetap bisa disampaikan secara menarik tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai penelitian yang berjudul “Difusi Inovasi Konten Dakwah Dan Olahraga Lari Di Media Sosial Oleh Mizan Jundulloh (Studi Kasus Pada Akun Instagram @mizann.z)”.

B. Fokus Penelitian

Dengan memperhatikan latar belakang masalah penelitian yang diuraikan di atas, maka fokus penelitian masalah ini adalah :

1. Bagaimana bentuk inovasi konten dakwah dan olahraga lari yang dikembangkan oleh Mizan Jundulloh melalui akun Instagram @mizann.z?
2. Bagaimana strategi penyaluran inovasi konten yang digunakan Mizan Jundulloh dalam menyampaikan konten dakwah dan olahraga lari di Instagram @mizann.z?
3. Bagaimana interaksi audiens terhadap inovasi konten dakwah dan olahraga lari oleh Mizan Jundulloh melalui akun Instagram @mizann.z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang ada, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji “Difusi Inovasi Konten Dakwah Dan Olahraga Lari Di Media Sosial Oleh Mizan Jundulloh (Studi Kasus Pada Akun Instagram @mizann.z)” meliputi:

1. Mengetahui bagaimana bentuk inovasi konten dakwah dan olahraga lari yang dikembangkan oleh Mizan Jundulloh melalui akun Instagram @mizann.z
2. Mengetahui bagaimana strategi penyaluran inovasi yang digunakan Mizan Jundulloh dalam menyampaikan konten dakwah dan olahraga lari di Instagram @mizann.z
3. Mengetahui bagaimana interaksi audiens terhadap inovasi konten dakwah dan olahraga lari Mizan Jundulloh di Instagram @mizann.z

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ingin dikaji menurut Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam serta menjawab pertanyaan fokus penelitian, penelitian ini dapat memberikan dua kegunaan yaitu:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah karya untuk mengembangkan khazanah keilmuan komunikasi oleh peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Selain itu, diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi dakwah, khususnya terkait penerapan teori *Difusi Inovasi* dalam konteks dakwah digital. Penelitian ini juga menjadi rujukan akademik mengenai bentuk-bentuk inovasi dakwah yang sesuai dengan karakteristik masyarakat modern.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi para dai, kreator konten, maupun lembaga dakwah untuk mengembangkan strategi penyampaian pesan

yang lebih kreatif, kontekstual, dan efektif di media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu umat Islam melakukan dakwah dengan tetap mempertahankan minatnya terkhusus dalam olahraga dan memanfaatkan media sosial Instagram. Sehingga penyebaran dakwah tetap terus tersiarkan dalam berbagai bidang minat. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian teoritis yang lebih sempurna mengenai pemanfaatan media sosial sebagai bentuk media komunikasi.

E. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan fokus penelitian yang dikaji, penelitian ini memiliki beberapa kerangka konseptual dan satu teori yang akan menjadi landasan penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini terdiri dari konten dakwah, olahraga lari, media sosial serta difusi inovasi sebagai bagian dari kerangka teoritis yang digunakan.

1. Difusi Inovasi Everett M. Rogers

Difusi inovasi adalah teori yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi menyebar di masyarakat melalui saluran tertentu dan dalam kurung waktu tertentu. Teori difusi inovasi memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana inovasi menyebar dan diterima oleh masyarakat. Gaberiel Tarde yang pertama kali memunculkan dan memperkenalkan teori ini dengan Kurva Difusi yang berbentuk S (*S-Shaped Diffusion Curve*). Kurva ini menggambarkan proses suatu inovasi (misalnya gagasan, teknik baru,

teknologi baru, dan lain – lain) diadopsi seseorang atau sekelompok orang dilihat dari dimensi waktu (Rogers, 2003: 32).

Dalam perkembangannya pada tahun 1960, waktu studi maupun penelitian difusi mulai dikaitkan dengan berbagai topik kontemporer. Disinilah muncul tokoh Teori Difusi Inovasi seperti Everett M. Rogers dengan bukunya Everett M. Rogers (1961) yang berjudul “*Diffusion of Innovation*”. Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Hal ini sejalan dengan pengertian difusi dari Rogers (1961), yaitu “*as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a sosial system*”. Lebih jauh, difusi adalah bentuk komunikasi bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan berupa gagasan baru. Menurut Rogers (1961) difusi menyangkut “*the spread of a new idea from its source of invention of creation to its ultimate users of adopters*”. Dalam teori Difusi Inovasi menurut Rogers terdapat empat elemen utama (Rogers, 2003: 38).

Secara sederhana, elemen utama dalam proses penyebaran dan penerimaan inovasi meliputi: (1) adanya suatu inovasi, (2) yang disampaikan melalui saluran tertentu, (3) dalam kurun waktu tertentu, (4) di antara anggota sebuah sistem sosial. Istilah "baru" di sini tidak hanya merujuk pada waktu sejak inovasi ditemukan atau pertama kali digunakan. Menurut Rogers dan Shoemaker dalam Nasution (1996), yang lebih penting adalah kebaruan

dalam persepsi atau pandangan subjektif seseorang terhadap inovasi tersebut, karena hal inilah yang menentukan reaksinya. Dengan kata lain, jika sesuatu dianggap baru oleh seseorang, maka itu dapat disebut sebagai inovasi (Nasution: 1996).

Kebaruan inovasi tidak selalu berarti sebuah pengetahuan yang benar-benar baru. Sebab, meskipun seseorang telah mengetahui inovasi tersebut untuk waktu tertentu dan menyadari keberadaannya, jika ia belum memutuskan apakah menyukai atau menolaknya, maka bagi orang tersebut, inovasi itu tetap dianggap baru. Dengan demikian, kebaruan suatu inovasi tercermin melalui pengetahuan, sikap, atau keputusan yang diambil terhadapnya. Oleh karena itu, sesuatu yang dianggap inovasi oleh satu kelompok masyarakat mungkin tidak lagi dirasakan sebagai hal baru oleh kelompok atau individu lain (Nasution: 1996).

Teori Difusi Inovasi berkembang dengan fokus pada pembangunan masyarakat, di mana inovasi memicu perubahan sosial. Rogers dan Shoemaker menjelaskan bahwa difusi merupakan bagian dari perubahan sosial, yaitu meliputi penemuan (penciptaan ide baru), difusi (penyebaran ide ke anggota masyarakat), dan konsekuensi (perubahan dalam system sosial akibat adopsi atau penolakan inovasi).

Dengan demikian, teori Difusi Inovasi adalah teori yang menjelaskan adanya penyebaran inovasi yang dibuat oleh inovator dari hasil difusi sebagai proses penambahan nilai pada produksi ataupun teknik sebagai bagian dari kegiatan produktif atas respons perubahan sosial. Sejalan dengan ini, teori

tersebut relevan untuk menguji penelitian peneliti. Proses dalam difusi inovasi melibatkan empat elemen pokok: inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial. Maka peneliti memetakan analisis proses difusi inovasi pada fenomena dakwah dan olahraga lari sebagai berikut.

- a. Inovasi adalah gagasan baru atau praktik yang dianggap baru oleh individu atau kelompok (Rogers, 2003). Dalam penelitian ini, inovasi yang dimaksud adalah konsep konten dakwah yang dipadukan dengan aktivitas lari, di mana unsur keagamaan disampaikan sekaligus saat berolahraga.
- b. Saluran komunikasi adalah media atau sarana penyampaian informasi inovasi dari sumber kepada penerima (Rogers, 2003). Saluran ini bisa berupa media massa atau media digital. Dalam kasus @mizann.z, saluran komunikasinya adalah platform Instagram (video dakwah lari), sehingga strategi penyaluran inovasi berkaitan dengan cara dan frekuensi posting, penggunaan tagar, serta format video yang menarik.
- c. Jangka waktu (elemen waktu) mengacu pada durasi proses difusi dan pengambilan keputusan adopsi oleh individu atau kelompok (Rogers, 2003). Aspek ini mencakup seberapa cepat inovasi diterima oleh pengikut, tahap-tahap yang dilalui (misalnya: pengetahuan, persuasi, keputusan), dan kecepatan adopsi dalam sistem sosial.
- d. Sistem Sosial adalah sekumpulan individu atau kelompok yang saling terikat dalam struktur sosial (Rogers, 2003). Dalam penelitian ini, sistem sosial mencakup komunitas pengikut akun @mizaan.z, yaitu

masyarakat Muslim di Bandung khususnya generasi muda yang tertarik pada olahraga. Karakteristik sosial dan budaya audiens ini (misalnya nilai, agama, minat) mempengaruhi proses difusi.

Rogers menekankan bahwa difusi terjadi ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu oleh anggota sistem sosial. Maka dari itu, dalam penelitian ini difusi inovasi dikaji melalui tiga fokus utama yang telah dirumuskan. Fokus penelitian pertama menangkap elemen inovasi (bentuk inovasi), fokus penelitian kedua menangkap saluran komunikasi dan strategi penyebaran (proses difusi di Instagram), sedangkan fokus penelitian yang ketiga mencakup sistem sosial dan jangka waktu (bagaimana audiens sebagai sistem sosial menerima dan berinteraksi dengan inovasi tersebut dalam rentang waktu tertentu). Dengan cara ini, ketiga fokus penelitian tersebut diharapkan cukup mewakili keempat elemen teori difusi, karena aspek waktu dan konteks sosial audiens di satukan dalam analisis interaksi dan penerimaan audiens

2. Konten Dakwah

Dakwah dalam pengertian umum adalah proses penyampaian pesan Islam dengan tujuan membimbing umat ke jalan yang benar menurut ajaran Islam. Di era digital, konten dakwah mengalami transformasi bentuk dan medium. Dakwah kontemporer menurut Fahrurrozi (2017) dituntut untuk mengembangkan pendekatan yang akomodatif terhadap budaya lokal dan berpijak pada nilai – nilai kemanusiaan universal. Pendekatan ini mencerminkan bahwa dakwah menjadi bagian dari proses sosial yang aktif

dan partisipatif, bukan sekadar penyampaian pesan religius secara vertikal semata (Fahrurrozi, 2017). Konten dakwah kini tampil dalam berbagai format visual dan interaktif di media sosial, menyesuaikan gaya hidup serta kebutuhan audiens modern.

Konten dakwah digital harus memiliki kekuatan pesan, daya tarik visual, dan pendekatan kontekstual. Sebagaimana diungkapkan oleh Subakti (2023), strategi dakwah yang efektif dalam era digital bergantung pada kemampuan pendakwah membangun koneksi dengan generasi milenial melalui konten yang relevan, interaktif, dan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta personal. Oleh karena itu, konsep konten dakwah digital tidak hanya melibatkan aspek teologis, tetapi juga aspek desain komunikasi, sensitivitas terhadap konteks generasi, dan pemanfaatan optimal media sosial sebagai medium utama dakwah.

3. Olahraga Lari

Olahraga lari merupakan aktivitas fisik yang mudah diakses, murah, dan memiliki manfaat kesehatan yang luas. Dalam pandangan Islam, menjaga kesehatan fisik merupakan bagian dari *maqashid syaria'ah*, sebagaimana ditegaskan dalam hadis riwayat Muslim “mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada mukmin yang lemah” (Yusuf Yunan & Nasir Haedar, 2020). Oleh karena itu, aktivitas olahraga seperti lari tidak hanya bernilai jasmani, tetapi juga memiliki dimensi spiritual.

Lari sebagai aktivitas rutin juga dapat membentuk kedisiplinan, kesabaran, dan refleksi diri, yang sangat dekat dengan prinsip – prinsip dalam

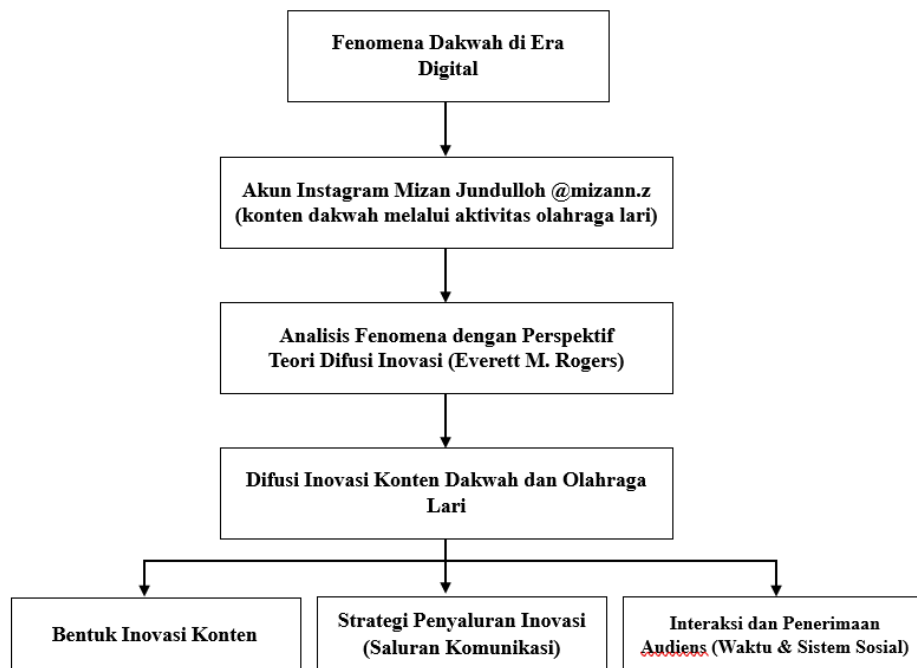
spiritualitas Islam. Olahraga memiliki pengaruh positif terhadap kesehatan fisik dan mental, serta didukung oleh ajaran Islam sebagai sarana menjaga kebugaran dan menguatkan tubuh demi menjalankan ibadah dengan optimal (Ruhandi dkk., 2021). Dalam konteks dakwah digital, olahraga lari menjadi simbol kedekatan antara Islam dan gaya hidup sehat. Pengalaman lari yang dibagikan di media sosial, ketika dikemas secara refleksif dan inspiratif, dapat menjadi medium dakwah yang efektif dan relevan.

4. Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi, ide, serta konten dalam berbagai bentuk (teks, gambar, audio, video) secara interaktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga membentuk ruang virtual di mana individu, komunitas, maupun organisasi dapat berinteraksi, membangun jaringan, dan membentuk identitas sosial. Media sosial telah menjadi arena baru dalam penyebaran pesan keagamaan. Instagram, sebagai salah satu platform visual berbasis gambar dan video pendek, memungkinkan proses penyampaian dakwah dilakukan secara cepat, personal, dan estetik. Dalam bukunya Nasrullah (2015), media sosial mengubah pola relasi sosial menjadi lebih cair, personal, dan instan (Nasrullah Rulli, 2015). Hal ini memberi perlulah baru bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara kreatif.

Instagram memiliki fitur – fitur seperti Reels, Story, dan Highlight yang sangat mendukung narasi visual. Hal ini memperkuat pesan dakwah jika

dikemas dengan pendekatan storytelling yang menyentuh, seperti refleksi saat berlari atau kutipan inspiratif dari Al-Quran. Penelitian yang dilakukan Nisa (2018) juga menunjukkan bahwa Instagram menjadi saluran utama bagi Muslim muda dalam membangun identitas keislaman yang modern dan fleksibel (Nisa, 2018). Dengan kata lain, Instagram bukan hanya platform hiburan, tetapi juga ruang kultural di mana nilai – nilai keislaman dapat disampaikan dengan pendekatan visual dan personal.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

F. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah tahapan sistematis yang ditempuh peneliti untuk memperoleh data valid dan relevan guna menjawab fokus penelitian, dalam penelitian ini meliputi penentuan lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan, metode penelitian, jenis dan sumber data, unit penelitian, teknik pengumpulan

serta keabsahan data, hingga teknik analisis data yang dilakukan secara ilmiah dan terstruktur.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di akun media sosial Instagram @mizann.z milik Mizan Jundulloh selaku *sport enthusiast* yang membuat inovasi konten dakwah dan olahraga lari.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, karena pengetahuan dipahami sebagai hasil dari aktivitas dan konstruksi manusia. Pengetahuan tidak dianggap sebagai fakta objektif yang statis, melainkan sebagai sesuatu yang dinamis dan terus berubah. Paradigma ini sesuai digunakan dalam penelitian ini karena proses difusi inovasi konten dakwah dan olahraga yang dilakukan oleh Mizan Jundulloh di media sosial Instagram merupakan realitas yang dibentuk melalui interaksi, pengalaman, serta komunikasi kreatif antara inovator (Mizan) dan audiensnya (*followers*). Dalam paradigma konstruktivisme, realitas sosial seperti aktivitas dakwah digital bukan sekadar fakta objektif, tetapi dibangun secara terus-menerus melalui konteks, interpretasi, dan makna sosial. Peneliti menafsirkan tindakan, strategi, dan makna dakwah yang dikembangkan oleh Mizan Jundulloh dalam konteks digital dan sosial pengikutnya di Instagram.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, melalui deskripsi mendalam dan

naturalistik terhadap situasi yang diteliti (Riasnugrahani & Anallya, 2023). Pendekatan kualitatif deskriptif berfokus pada pemahaman konteks makna, dan proses, bukan pada generalisasi hasil.

Dalam konten penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana Mizan Jundulloh membangun inovasi dakwah melalui aktivitas olahraga lari di media sosial Instagram. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggambarkan secara rinci bentuk inovasi konten dakwah yang dikembangkan oleh Mizan Jundulloh (@mizann.z), strategi penyaluran inovasi konten melalui Instagram, serta interaksi audiens terhadap pesan dakwah tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika makna yang dibangun oleh kreator dan audiens dalam ruang digital, di mana nilai spiritual Islam berpadu dengan budaya olahraga dan gaya hidup modern.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena dalam konteks kehidupan nyata secara mendalam dan menyeluruh (Yin et al., 2018). Penelitian ini berfokus pada satu kasus spesifik, yaitu akun Instagram @mizann.z milik Mizan Jundulloh sebagai representasi inovasi dakwah digital melalui olahraga lari. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengamati bagaimana proses difusi inovasi dakwah terjadi di media sosial, termasuk bentuk inovasi, strategi komunikasi, dan interaksi audiens. Metode ini juga sejalan dengan teori Difusi Inovasi

Rogers, yang menekankan pada proses penyebaran ide dan penerimaan inovasi dalam sistem sosial. Dengan demikian, studi kasus ini dipilih untuk menggali secara mendalam konteks, makna, dan pengalaman partisipan dalam fenomena dakwah digital berbasis gaya hidup sehat.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan sumber data yang dicari yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Mizan Jundulloh, karena beliau merupakan pelaku utama yang menciptakan dan menyebarkan inovasi konten dakwah melalui media sosial Instagram dengan menggabungkan nilai-nilai keislaman dan aktivitas olahraga lari. Mizan Jundulloh menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi terkait bentuk inovasi konten dakwah, strategi penyampaian pesan, serta proses penyebaran kontennya di media sosial sebagai bagian dari fenomena difusi inovasi.

b. Sumber Data Sekunder

Selain data primer (wawancara dengan informan utama dan followers), penelitian ini juga mengumpulkan data sekunder berupa dokumentasi dan laporan mendukung. Data sekunder meliputi:

- 1) Arsip unggahan akun Instagram @mizann.z (reels, feed, posts, stories) dalam periode pengamatan (1 Mei-18 Juni 2025) termasuk

caption, tanggal unggah, serta metadata engagement (views, likes, comments, saves) yang didokumentasikan;

- 2) Screenshot komentar publik yang relevan sebagai bukti interaksi;
- 3) Halaman/akun komunitas terkait (misal: IndorRunners dan Santri Runners) dan bukti kolaborasi/event;
- 4) Artikel pemberitaan online yang mengulas fenomena dakwah-lari atau profil Mizan (contohnya Kompas, 2024); dan
- 5) Laporan statistik platform dan industri (NapoleonCat, 2025; DataReportal/ We Are Sosial, 2024; Strava, 2023) sebagai konteks tren media sosial kebugaran.

Data sekunder ini dicatat dengan metadata (sumber, tanggal akses, permalink/screenshot) dan disimpan sebagai bagian dari audit trail penelitian.

5. Penentuan Unit Penelitian

Informan utama dalam penelitian ini adalah Mizan Jundulloh, karena beliau merupakan tokoh sentral yang menciptakan dan menyebarkan inovasi konten dakwah dan olahraga melalui media sosial. Selain itu, informan pendukung penelitian ini adalah follower aktif akun Instagram @mizann.z yang berperan sebagai audiens/penerima pesan dakwah-lari. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Followers yang aktif berinteraksi (mengomentari atau membagikan) setidaknya kurang lebih 5 unggahan @mizann.z dalam kurun waktu dua bulan terakhir;

- 2) Telah menjadi follower akun minimal tiga bulan sebelum wawancara;
- 3) Bersedia menjadi informan.

Target jumlah informan primer adalah 5-10 yang terdiri dari kombinasi *Followers umum* dan *followers komunitas* (anggota komunitas lari yang mengikuti akun). Pemilihan hanya pada followers yang dimaksudkan untuk fokus mendalam pada proses penerimaan dan interaksi audiens terhadap inovasi konten dakwah yang diteliti. Teknik ini sesuai dengan praktik purposive sampling untuk studi kasus yang menekankan *informastion-rich case* (Palinkas et al., 2015)

6. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data yang dilakukan mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengamati beberapa unggahan dan pernyataan terkait aktivitas yang dilakukan Mizan Jundulloh melalui platform Instagram. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap unggahan Instagram @mizann.z, termasuk reels, foto, caption, interaksi komentar, dan bio. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui pola penyampaian pesan, frekuensi, dan bentuk inovasi konten yang digunakan.

b. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu latar belakang, proses, dan hasil. Wawancara dilakukan secara

mendalam dengan Mizan Jundulloh sebagai narasumber utama untuk menggali informasi mengenai motivasi, latar belakang personal, serta alasan di balik penggabungan antara dakwah Islam dan olahraga lari melalui media sosial Instagram. Wawancara ini bertujuan untuk memahami pemikiran, nilai, dan pengalaman Mizan sebagai inovator konten dakwah berbasis gaya hidup aktif yang unik. Selain itu, wawancara juga diarahkan untuk mengidentifikasi proses penyusunan dan penyebaran konten yang dilakukan oleh Mizan, termasuk strategi naratif, bentuk visual, gaya bahasa, pemilihan waktu unggah, serta pertimbangan audiens target. Dalam proses ini, wawancara berfungsi untuk mengungkap bagaimana Mizan menyusun pesan dakwah agar relevan dengan konteks olahraga dan tetap dapat diterima oleh audiens muda yang menjadi mayoritas pengikutnya di media sosial.

Wawancara juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana penyebaran inovasi konten tersebut berdampak, baik dalam bentuk peningkatan interaksi, respons dari pengikut, atau perubahan persepsi audiens terhadap dakwah dan olahraga sebagai satu kesatuan pesan. Informasi hasil ini penting dalam konteks kajian difusi inovasi, karena dapat menunjukkan sejauh mana konten yang dibuat telah diadopsi atau diteruskan oleh khalayak. Dengan wawancara mendalam ini, peneliti memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai cara kerja difusi inovasi konten dakwah dan olahraga di media sosial, dari tahap motivasi awal, strategi komunikasi, hingga respons yang diterima dari sistem sosial di sekitarnya.

Hasil wawancara akan dianalisis dan disajikan sebagai bagian dari temuan penelitian untuk mendukung interpretasi proses difusi inovasi dalam konteks dakwah digital masa kini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa video reels, foto, dan tangkapan layar dari konten yang diunggah oleh Mizan Jundulloh melalui akun Instagram @mizann.z. Dokumentasi ini digunakan untuk merekam bentuk dan proses penyebaran konten dakwah yang dikombinasikan dengan aktivitas olahraga lari. Melalui dokumentasi tersebut, peneliti dapat mengamati gaya penyampaian, narasi pesan dakwah, serta respons audiens terhadap konten yang dibagikan, sehingga dapat dianalisis sejauh mana pesan dakwah tersampaikan dan diterima di media sosial.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik validitas data dalam penelitian ini menggunakan proses triangulasi teknik, yaitu cara untuk menggali dan mengolah data kualitatif dengan membandingkan hasil dari berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi teknik memungkinkan peneliti untuk memverifikasi konsistensi data melalui lintas metode, meskipun dilakukan oleh satu orang peneliti. Dengan mencermati keterkaitan antara narasi yang diperoleh dari wawancara dengan fakta visual dan teks dalam unggahan media sosial, serta bukti pendukung lain yang terdokumentasi, peneliti dapat memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tetap kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Secara operasional, triangulasi teknik pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data dari beberapa sumber: (1) wawancara mendalam dengan informan utama (Mizan Jundulloh); (2) observasi konten akun Instagram @mizann.z (reels, feed post, caption, stories) yang terdokumentasi; (3) komentar dan interaksi publik pada unggahan yang relevan; serta (4) sumber dokumenter eksternal seperti artikel berita dan laporan statistik (mis. Kompas; NapoleonCat; DataReportal). Untuk memudahkan analisis, peneliti menyusun matriks triangulasi (tema x sumber bukti) yang mencatat bukti kutipan, tanggal unggah, dan status konvergensi/divergensinya. Matriks ini digunakan sebagai dasar verifikasi sebelum menarik kesimpulan tematik (Schlunegger et al., 2024).

Selain itu, peneliti menerapkan *member checking* dengan mengirimkan ringkasan temuan awal kepada informan utama dan 2-3 informan pendukung via Direct Message (DM) Instagram atau email untuk meminta klarifikasi atau koreksi interpretasi, selanjutnya tanggapan dicatat dan dilaporkan sebagai bukti verifikasi. Untuk menjaga transparansi dan audabilitas, semua data mentah (rekaman wawancara, transkrip verbatim, screenshot posting dan komentar, codebook, analytic memos, dan matriks triangulasi) disimpan rapi sebagai *audit trail* yang dapat diakses pembimbing bila diperlukan.

Teknik ini dilakukan secara sistematis untuk menjaga objektivitas, memperkuat kredibilitas temuan, dan menghindari bias subjektif dalam proses analisis. Dengan demikian, keabsahan data dalam penelitian ini tetap

terjamin melalui pendekatan triangulasi teknik yang relevan dan sesuai dengan konteks penelitian studi kasus kualitatif.

8. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan pendekatan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Model ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Rohendi & Mulyono:2014).

a. Reduksi Data

Dilakukan dengan cara menyaring, menyusun, dan mengelompokkan data mentah dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar fokus pada pokok permasalahan yang diteliti, yaitu difusi inovasi konten dakwah dan olahraga lari oleh Mizan Jundulloh. Secara operasional dalam penelitian ini dimulai dari tahap setiap wawancara direkam dan ditranskripkan verbatim, selanjutnya peneliti melakukan *familiarization* (membaca transkrip berulang) sebelum memulai *open coding*. Pada tahapan *open coding* segmen-segmen data (kutipan wawancara, potongan caption, komentar publik, dan catatan observasi) diberi kode awal. Kode disusun secara *duality approach* yakni pertama deduktif (berdasarkan konsep teori Difusi Inovasi, misalnya atribut inovasi, saluran, dan sebagainya), dan kedua induktif (kode baru yang muncul langsung dari data, misalnya ‘tone motivational’, ‘praktik spiritual saat berlari’). Semua kode didokumentasikan dalam *codebook* yang memuat definisi kode, contoh kutipan, dan indikator inklusi. Proses *memoing* (penulisan *analytic memos*)

dilakukan sepanjang analisis untuk mencatat interpretasi, pertanyaan, dan perkembangan kategori. Praktik *coding*, *memoing*, dan pembuatan *codebook* merupakan bagiannya dari proses reduksi data menurut litelatur metodologi kualitatif (Lungu, 2022).

b. Penyajian Data

Dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif dan kutipan data yang tersusun secara sistematis agar memudahkan peneliti dalam menemukan pola dan hubungan antar data. Hasil reduksi data disajikan dalam bentuk tabel/matriks dan narasi tematik. Peneliti menyusun dua penyajian utama (1) *matriks tema – bukti* (tema – kutipan wawancara – caption/screenshot – komentar follower – interpretasi singkat) untuk menunjukkan konvergensi bukti, serta (2) *matriks temporal (time-series)* (tanggal unggah – jenis konten – tema – metrik engagement) untuk menelaah aspek waktu dalam proses difusi. Penyajian semacam matriks memudahkan identifikasi pola, pergeseran tema dari waktu ke waktu, dan hubungan antar kategori.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Peneliti harus berusaha menemukan pola, makna, serta hubungan antar data yang berkaitan dengan proses difusi inovasi konten dakwah dan olahraga oleh Mizan di Instagram. Secara operasional, temuan awal diuji melalui triangulasi (membandingkan wawancara, dookmen/unggahan IG, dan komentar publik), *member-checking* dengan informan utama dan beberapa follower terpilih, saat *peer-debriefing* dengan pembimbing.

Semua keputusan analitis, memo, codebook akhir, dan matriks disimpan sebagai audit trail untuk memungkinkan verifikasi. Tahap verifikasi memastikan bahwa kesimpulan berasal dari bukti yang kuat dan bukan hanya interpretasi tunggal peneliti. Sehingga penarikan kesimpulan didapat dari fakta dan data hasil penelitian yang terkumpul kemudian peneliti menyesuaikan dengan tujuan penelitian.