

## ABSTRAK

**Fathur Rahman** “Strategi Da’i Dalam Membangun Personal Branding (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @wajdi\_azim)”

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi keagamaan masyarakat dari media konvensional ke platform media sosial, khususnya Instagram. Di tengah banjir informasi digital, seorang pendakwah dituntut tidak hanya memiliki kedalaman materi, tetapi juga strategi komunikasi visual dan citra diri yang kuat agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif oleh generasi milenial dan Gen Z. Namun, membangun konsistensi antara identitas digital dengan nilai-nilai spiritual menjadi tantangan tersendiri bagi para aktivis dakwah virtual

Penelitian ini mengurai tentang strategi @wajdi\_azim dalam membangun personal branding. Untuk itu tujuan penelitian ini terdiri atas *pertama*, untuk mengidentifikasi nilai-nilai personal dalam menyampaikan dakwahnya melalui media sosial Instagram. *Kedua*, untuk menjelaskan produksi konten dakwah dengan gaya yang khas sehingga meninggalkan kesan kepada audiens di platform Instagram. *Ketiga*, untuk menjelaskan strategi @wajdi\_azim membangun *personal branding* dakwahnya yang mengikuti tren digital yang berkembang di media sosial Instagram. Objek penelitian ini Adalah @wajdi\_azim yang merupakan pelaku dakwah media sosial melalui Instagram.

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @wajdi\_azim. Serta domisili dari @wajdi\_azim yang berada di jalan cendana Mata Air, kecamatan Padang Selatan Kota Padang Sumatera Barat. Paradigma penelitian adalah konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung dengan metode deskriptif dan menggunakan teori interaksi simbolik. Untuk mendapatkan data yang valid tentang dakwah dan personal branding yang dilakukan oleh @wajdi\_azim data yang digunakan berupa kata-kata verbal ataupun non verbal dan diperoleh melalui observasi langsung ke lokasi dan wawancara.

Berdasarkan metode penelitian maka hasil penelitian ini menunjukkan, pertama nilai-nilai personal branding @wajdi\_azim dalam dakwahnya Wajdi Azim menekankan pentingnya keaslian dan kesesuaian antara citra publik dengan kepribadian aslinya. Kedua, dalam memproduksi konten, @wajdi\_azim menghadirkan pesan dakwah yang terasa dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari yang bersifat kontekstual, tetapi tidak bersifat viralitas sesaat. Ketiga, pendakwah @wajdi\_azim salah satu figur muda yang memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai ruang dakwah memiliki strategi yang disukai oleh audiennya sehingga menjadi personal branding yang menjadi ciri khasnya.

**Kata Kunci:** nilai-nilai personal, strategi *personal branding* @wajdi\_azim, produksi konten dakwah.