

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dakwah merupakan salah satu aspek fundamental dalam ajaran Islam yang memiliki peran strategis dalam membentuk kehidupan sosial, moral, dan spiritual umat manusia. Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti panggilan, seruan, atau ajakan kepada kebaikan (Salam & Dkk, 2021). Sementara itu, secara terminologis, dakwah diartikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam kepada manusia dengan tujuan mengajak pada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi munkar*) untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (Sari & Putri, 2022).

Dalam konteks kelembagaan pemerintahan di Indonesia, fungsi dakwah secara resmi diemban salah satunya oleh Penyuluh Agama Islam (PAI) di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. PAI berperan sebagai agen perubahan moral dan spiritual di tengah masyarakat dengan tugas memberikan bimbingan keagamaan, pembinaan umat, dan memperkuat moderasi beragama (Kementerian Agama RI, 2020). Keberadaan penyuluh agama menjadi penting karena merupakan ujung tombak dakwah di tingkat akar rumput, terutama di era modern yang diwarnai arus informasi cepat dan beragam.

Seiring perkembangan zaman, dakwah tidak lagi dilakukan hanya melalui metode konvensional seperti ceramah di masjid atau majelis taklim, tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan dinamika sosial dan kemajuan teknologi komunikasi. Kehadiran era digital telah membawa perubahan mendasar dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara mereka berkomunikasi, memperoleh informasi, dan berinteraksi sosial (Nasrullah, 2023).

Teknologi informasi yang semakin maju telah melahirkan masyarakat digital yang menjadikan internet sebagai sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari. Di Indonesia, transformasi digital dapat dilihat dari data We Are Social & Hootsuite (2024), yang melaporkan bahwa terdapat sekitar 139 juta pengguna aktif media sosial atau sekitar 49,9% dari total populasi Indonesia. Dominasi platform seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi ruang interaksi sosial utama masyarakat modern.

Kondisi ini secara langsung memengaruhi pola konsumsi informasi keagamaan di masyarakat, di mana pesan-pesan dakwah tidak lagi hanya disampaikan secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform digital yang bersifat interaktif, cepat, dan masif. Dalam konteks keislaman, perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi aktivitas dakwah yang lebih luas dan inklusif. Dakwah digital memungkinkan pesan Islam disebarkan tanpa batas ruang dan waktu serta menjangkau audiens lintas usia dan wilayah (M. Aziz, 2019). Melalui media digital, dakwah dapat dikemas

lebih menarik dan sesuai dengan karakter generasi muda yang cenderung visual, dinamis, dan cepat dalam merespons informasi (M. Hidayat, 2021).

Beberapa dai atau tokoh agama telah memanfaatkan media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok* sebagai sarana berdakwah dengan pendekatan kreatif dan ringan, namun tetap sarat nilai keislaman. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dakwah dari pola instruktif ke pola komunikatif, di mana interaksi antara *dai* dan *mad'u* terjadi secara dua arah dan berbasis pada partisipasi audiens (Fauzi, 2020). Namun demikian, peluang besar tersebut juga diiringi tantangan seperti banjir informasi *hoaks*, disinformasi keagamaan, serta konten-konten yang dapat mengikis nilai-nilai keislaman dan kebangsaan apabila tidak diimbangi dengan literasi digital yang memadai (Muslim, 2021).

Menyadari tantangan tersebut, Kementerian Agama Republik Indonesia kemudian menetapkan kebijakan yang mendorong para penyuluh agama untuk aktif berdakwah melalui media digital. Kebijakan tersebut tertuang dalam Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor 1172 Tahun 2024 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyuluhan Agama Islam di Media Sosial, yang secara eksplisit mewajibkan Penyuluh Agama Islam untuk berperan aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman (Kementerian Agama RI, 2024). Regulasi ini merupakan bentuk adaptasi kelembagaan terhadap perubahan zaman dan upaya memperluas jangkauan dakwah agar lebih efektif menjangkau masyarakat modern. Selain itu, pembentukan Tim Efektif Media Sosial di setiap kantor wilayah menjadi

langkah strategis dalam memastikan dakwah digital terlaksana secara terarah dan berkelanjutan. Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2022) menunjukkan bahwa pelaksanaan kebijakan ini masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknologi digital, rendahnya pemahaman algoritma media sosial, serta belum meratanya pelatihan kompetensi digital di kalangan penyuluh agama.

Kondisi ini menuntut adanya peningkatan kapasitas literasi digital dan strategi komunikasi keagamaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Beberapa penelitian terdahulu turut menguatkan pentingnya transformasi digital dalam kegiatan dakwah. Suryanto (2021) dalam bukunya *Komunikasi Dakwah di Era Digital* menjelaskan bahwa dakwah digital adalah wujud integrasi antara nilai-nilai Islam dengan kemajuan teknologi komunikasi.

Dakwah yang dikemas melalui konten visual dan narasi positif di media sosial terbukti lebih mudah diterima oleh generasi muda dibandingkan dakwah konvensional. Senada dengan itu, penelitian Rahmawati (2022) menegaskan bahwa efektivitas dakwah digital sangat bergantung pada kemampuan *dai* dalam memahami karakteristik *platform* dan *algoritma* media sosial. Sementara itu, Fitriyah & Wahyuni (2023) dalam jurnal *Bimbingan Islam Digital* menemukan bahwa penyuluh agama yang aktif di media sosial mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap kegiatan keagamaan lokal. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi medium efektif bagi pembinaan umat, asalkan digunakan secara kreatif, etis, dan berorientasi pada

nilai-nilai moderasi beragama.

Dalam konteks lokal, fenomena dakwah digital juga terjadi di lingkungan Kantor Urusan Agama (KUA) sebagai lembaga pelaksana bimbingan keagamaan di tingkat kecamatan. Salah satu contoh nyata implementasi kebijakan dakwah digital dapat ditemukan pada KUA Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, yang secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Melalui akun resmi Instagram @kuasukasari\_bdg, para Penyuluh Agama Islam di wilayah tersebut secara konsisten memublikasikan konten dakwah yang berorientasi pada edukasi dan pembinaan umat. Konten yang disajikan meliputi konsultasi pernikahan, bimbingan pranikah, layanan keagamaan, serta penyuluhan terkait keluarga sakinah dan kehidupan sosial keagamaan masyarakat urban. Pengelolaan konten dilakukan dengan pendekatan visual yang menarik dan komunikatif, sehingga sesuai dengan karakter audiens perkotaan yang akrab dengan media sosial (I. Maulana & Rosyid, 2023).

Praktik ini merupakan bentuk nyata pelaksanaan amanah Kementerian Agama dalam mendorong penyuluh agama berinovasi memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah. Kendati demikian, sebagaimana dicatat oleh Efendi et al. (2021), upaya digitalisasi dakwah di lingkungan Kementerian Agama, termasuk di KUA Sukasari, masih menghadapi tantangan teknis dan nonteknis. Di antaranya adalah keterbatasan kompetensi digital penyuluh, belum adanya panduan standar konten dakwah yang sesuai dengan karakteristik media sosial, serta keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan media digital

secara profesional. Hal ini menuntut penyuluh agama untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi konten yang mampu menarik minat masyarakat sekaligus menjaga substansi ajaran Islam yang moderat dan kontekstual (Hafidhuddin & Jamhari, 2019). Oleh karena itu, penting bagi lembaga keagamaan, khususnya Kementerian Agama dan jajarannya, untuk terus memperkuat kapasitas penyuluh dalam bidang literasi digital, desain komunikasi, dan pengelolaan media sosial berbasis dakwah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dakwah di era digital bukan sekadar adaptasi teknologis, tetapi juga transformasi metodologis dalam penyampaian pesan keagamaan. Kehadiran media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan agama, dan penyuluh agama dituntut menjadi pionir dalam memanfaatkan peluang tersebut untuk memperkuat nilai-nilai Islam *rahmatan lil 'alamin*.

Dalam konteks KUA Kecamatan Sukasari, aktivitas dakwah digital melalui akun Instagram @kuasukasari\_bdg menjadi fenomena menarik yang mencerminkan implementasi kebijakan Kementerian Agama dalam penyuluhan agama berbasis media digital. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari menggunakan media dakwah digital dari perspektif tiga komponen teori *Mediatization of Religion*, yaitu sebagai saluran agama (*media for religion*), lingkungan agama (*media of religion*), dan pengganti ruang religius (*media as religion*). Selain itu, penelitian ini bukan hanya menelusuri konten dakwah yang disebar, tetapi juga menelaah interaksi masyarakat dengan media sosial

sebagai ruang baru praktik keagamaan, serta bagaimana media membentuk pengalaman dan pemahaman keagamaan audiens.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya menekankan efektivitas dakwah digital secara umum, penelitian ini menekankan aspek teoritis mediasi agama oleh media dan bagaimana tiga fungsi media dalam konteks dakwah digital diterapkan secara konkret di KUA Sukasari.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini secara spesifik ingin mengungkapkan bagaimana dakwah digital yang digagas oleh penyuluh agama Islam berbasis konten di sosial media, maka penelitian ini akan mengambil judul : “Dakwah Digital Penyuluh Agama Islam Di Media Sosial Kantor Urusan Agama Sukasari Kota Bandung (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Kuasukasari) ”

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yakni mendeskripsikan secara mendalam praktik dakwah digital yang dijalankan oleh Penyuluh Agama Islam di bawah naungan Kementerian Agama Kota Bandung melalui akun Instagram @kuasukasari\_bdg. Penelitian ini akan mengkaji praktik dakwah tersebut dari sudut pandang penyuluh, khususnya bagaimana media digital digunakan sebagai saluran agama (*media for religion*), lingkungan agama (*media of religion*), dan pengganti ruang religius (*media as religion*).

Berdasarkan fokus tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung Menggunakan Media Dakwah Digital sebagai Saluran Agama (*Media for Religion*) ?
- 1.2.2 Bagaimana Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung Menggunakan Media Dakwah Digital sebagai Lingkungan Agama (*Media of Religion*) ?
- 1.2.3 Bagaimana Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung Menggunakan Media Dakwah Digital sebagai Pengganti Ruang Religius (*Media as Religion*) ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Mengetahui Penggunaan Media Dakwah Digital Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung sebagai Saluran Agama (*Media for Religion*).
- 1.3.2 Mengetahui Penggunaan Media Dakwah Digital Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung sebagai Lingkungan Agama (*Media of Religion*).
- 1.3.3 Mengetahui Penggunaan Media Dakwah Digital Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari Kota Bandung sebagai Pengganti Ruang Religius (*Media as Religion*).

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara akademis maupun praktis:

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi dakwah digital di

media sosial. Temuan studi deskriptif pada akun Instagram @kuasukasari\_Bdg ini dapat menjadi referensi dan landasan bagi pengembangan teori serta penelitian selanjutnya mengenai peran media sosial dalam penyebaran pesan keagamaan.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- a. KUA Sukasari Bandung: Sebagai masukan strategis untuk optimalisasi pengelolaan akun Instagram dan implementasi Keputusan Dirjen Bimas Islam No. 1172 Tahun 2024 terkait dakwah digital.
- b. Penyuluh Agama Islam: Sebagai panduan dan inspirasi dalam merancang serta melaksanakan dakwah digital yang lebih efektif dan profesional.
- c. Masyarakat Luas: Berkontribusi pada peningkatan kualitas konten dakwah di media sosial, sehingga masyarakat memperoleh informasi keagamaan yang edukatif dan moderat.

### 1.5 Tinjauan Pustaka

#### 1.5.1 Landasan Teoritis

Teori yang relevan dalam penelitian ini adalah *Mediatization of Religion*, yang dikembangkan oleh Stig Hjarvard (2008) menawarkan perspektif baru dalam memahami hubungan antara agama dan media di era digital. Dalam artikelnya yang berjudul "*The Mediatization of*

*Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*" (Northern Lights, Vol. 6, No. 1, 2008), Hjarvard menjelaskan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran agama, tetapi juga berperan dalam membentuk cara agama dipahami, dipraktikkan, dan dihayati dalam masyarakat modern.

Proses *mediatization* ini menunjukkan bagaimana agama semakin disesuaikan dengan logika media, yang memengaruhi struktur, isi, dan cara komunikasi keagamaan. Asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa media telah berkembang menjadi institusi independen dalam masyarakat, yang memengaruhi institusi lain, termasuk agama, untuk menyesuaikan diri dengan logika media agar dapat berkomunikasi dengan masyarakat secara efektif. Hjarvard (2008) menyatakan bahwa melalui *mediatization*, agama semakin bergantung pada media sebagai sumber utama ide-ide keagamaan, sering kali dalam bentuk "*banal religion*" yang disajikan melalui genre populer seperti berita, dokumenter, drama, komedi, dan hiburan.

Hal ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membentuk pengalaman dan pemahaman keagamaan masyarakat. Dalam konteks dakwah digital, teori ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana media sosial digunakan oleh Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari sebagai saluran agama (*media for religion*), lingkungan agama (*media of religion*), dan pengganti ruang religius (*media as religion*).

Media sosial memungkinkan penyuluh untuk menyebarkan pesan dakwah secara langsung kepada masyarakat, membentuk interaksi keagamaan dalam ruang digital, dan menciptakan ruang spiritual baru yang sebelumnya tidak ada dalam praktik keagamaan tradisional.

Lebih lanjut, Lövheim (2014) dalam bukunya "*Mediatization and Religion*" menyatakan bahwa mediatization juga mencakup perubahan dalam otoritas keagamaan, di mana media tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membentuk interpretasi dan otoritas atas pesan tersebut. Hal ini relevan dalam konteks dakwah digital, di mana penyuluh agama harus menyesuaikan pesan dan cara penyampaiannya agar sesuai dengan logika media sosial yang cepat dan interaktif.

Selain itu, penelitian oleh Kruger (2018) menunjukkan bahwa *mediatization* memengaruhi cara agama dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam praktik dakwah digital. Media sosial memungkinkan praktik keagamaan yang lebih fleksibel dan personal, di mana individu dapat mengakses dan berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan tanpa batasan ruang dan waktu.

Dengan demikian, teori *Mediatization of Religion* memberikan perspektif yang mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi praktik dan pengalaman keagamaan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teori ini

diterapkan dalam konteks dakwah digital oleh Penyuluh Agama Islam di KUA Sukasari, serta dampaknya terhadap kesadaran dan pemahaman keagamaan masyarakat.

### 1.5.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menelaah dakwah digital melalui media sosial, dengan fokus pada akun Instagram @kuasukasari milik Kantor Urusan Agama (KUA) Sukasari, Kota Bandung. Dakwah merupakan aspek fundamental dalam ajaran Islam, berfungsi membentuk kehidupan sosial, moral, dan spiritual umat manusia. Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'ā-yad'u-da'watan*, yang berarti panggilan atau ajakan kepada kebaikan (Salam et al., 2021).

Terminologinya, dakwah diartikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam untuk mengajak pada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi munkar*) demi kebahagiaan di dunia dan akhirat (Sari & Putri, 2022). Dalam konteks kelembagaan di Indonesia, fungsi dakwah resmi dijalankan oleh Penyuluh Agama Islam (PAI) di bawah Kementerian Agama. PAI berperan sebagai agen perubahan moral dan spiritual masyarakat, memberikan bimbingan keagamaan, pembinaan umat, serta memperkuat moderasi beragama (Kementerian Agama RI, 2020).

Seiring perkembangan teknologi, dakwah tidak lagi terbatas pada metode konvensional, tetapi memanfaatkan media digital sebagai sarana interaktif dan masif (Nasrullah, 2023; Aziz, 2019). Era digital

dan dominasi media sosial di Indonesia, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, memberikan peluang besar bagi dakwah digital untuk menjangkau audiens lintas usia dan wilayah. Dakwah digital memungkinkan penyampaian pesan Islam yang kreatif, visual, dan komunikatif, sesuai karakter generasi muda yang cenderung responsif terhadap konten visual dan narasi positif (Hidayat, 2021; Fauzi, 2020). Namun, tantangan seperti *hoaks*, disinformasi keagamaan, dan keterbatasan literasi digital menuntut strategi komunikasi yang adaptif dan etis (Muslim, 2021; Lubis, 2022).

Dalam implementasinya, Kementerian Agama mendorong penyuluh agama untuk aktif di media sosial melalui kebijakan resmi, seperti Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor 1172 Tahun 2024, yang mewajibkan PAI memanfaatkan media digital untuk penyebaran nilai keislaman. Di tingkat lokal, praktik ini tercermin pada akun Instagram @kuasukasari\_bdg, yang secara konsisten menghadirkan konten dakwah berbasis edukasi, bimbingan, dan pembinaan umat, dengan pendekatan visual yang menarik dan komunikatif (Maulana & Rosyid, 2023).

Kerangka teoritis penelitian ini menggunakan pendekatan *Mediatization of Religion*, yang menekankan tiga fungsi media dalam praktik keagamaan: sebagai saluran agama (*media for religion*), sebagai lingkungan agama (*media of religion*), dan sebagai pengganti ruang religius (*media as religion*). Pendekatan ini memungkinkan penelitian

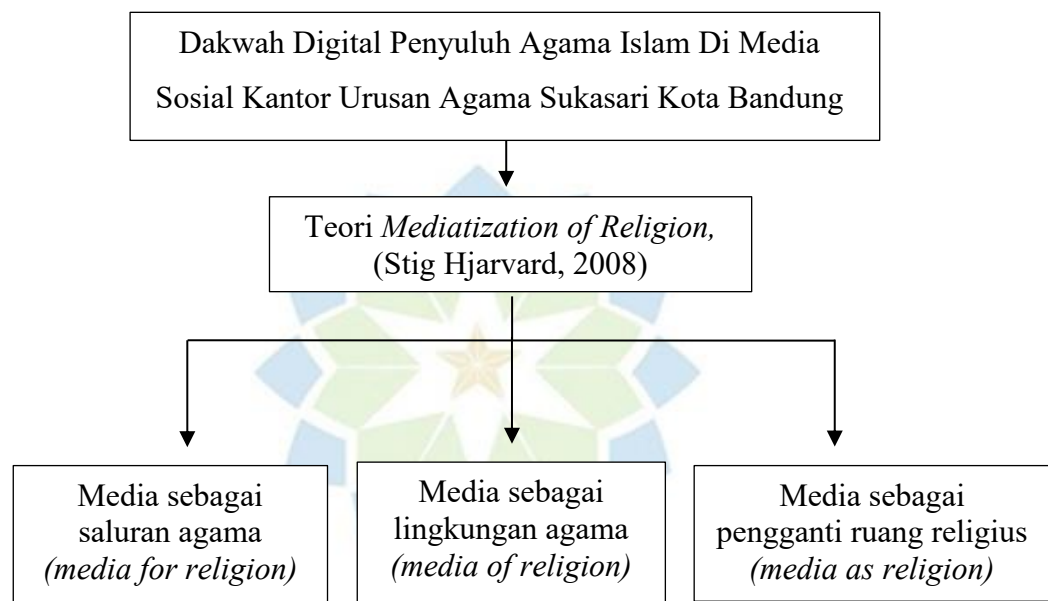
untuk menelaah tidak hanya konten dakwah, tetapi juga interaksi masyarakat dengan media sosial sebagai ruang baru praktik keagamaan, serta bagaimana media membentuk pengalaman dan pemahaman keagamaan audiens.

Lebih lanjut, penelitian ini mengintegrasikan teori *Mediatization of Religion* untuk menganalisis tahapan penyusunan konten dakwah digital. Teori ini menjelaskan bagaimana media berperan dalam kehidupan keagamaan melalui tiga komponen utama :

1. *Media for religion* mengacu pada penggunaan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Dalam konteks dakwah digital, komponen ini menekankan fungsi media sebagai alat yang memungkinkan penyuluh agama menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas, cepat, dan mudah diakses oleh audiens lintas wilayah dan usia.
2. *Media of religion* merujuk pada media sebagai lingkungan atau konteks praktik keagamaan itu sendiri. Artinya, media tidak hanya menjadi saluran penyampaian pesan, tetapi juga membentuk cara masyarakat berinteraksi, memahami, dan mengamalkan agama dalam kehidupan sehari-hari.
3. *Media as religion* menggambarkan fenomena ketika media menjadi pengganti atau ruang baru praktik religius. Dalam hal ini, interaksi dan pengalaman keagamaan audiens terjadi secara langsung melalui media, sehingga media berperan sebagai arena ritual, pembelajaran,

dan partisipasi keagamaan yang sebelumnya dilakukan dalam ruang fisik, seperti masjid atau majelis taklim.

Oleh karena itu kerangka konseptual dapat digambarkan dengan skema berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Konsep Penelitian  
Sumber : Observasi Peneliti

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, dengan fokus pada akun Instagram @kuasukasari\_bdg. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada posisi strategis akun tersebut sebagai salah satu media digital yang digunakan oleh penyuluh agama Islam dalam menyampaikan dakwah. Kota Bandung dipilih sebagai konteks sosial dan budaya yang

representatif untuk mengkaji dinamika dakwah digital yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan teknologi modern. Akun Instagram ini secara konsisten memproduksi konten keagamaan, menjadikannya lokasi yang relevan untuk memperoleh data empiris terkait praktik dakwah digital. (Sugiyono, 2017)

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan kualitatif. Paradigma interpretatif dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana dakwah digital dilakukan dan bagaimana pesan-pesan tersebut diterima oleh masyarakat.

Pendekatan studi deskriptif kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fenomena yang terjadi tanpa melakukan intervensi. Metode kualitatif menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang kompleks, bukan sekadar pengukuran kuantitatif. Keunggulan metode ini adalah kemampuannya untuk menghasilkan deskripsi yang kaya dan holistik mengenai proses dakwah digital, sehingga memberikan wawasan yang lebih komprehensif. (Sugiyono, 2017, 15)

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang kompleks, bukan sekadar pengukuran kuantitatif. Metode kualitatif dipilih karena karakteristiknya yang fleksibel dan mampu

menggali makna, perspektif, serta proses yang terjadi dalam konteks sosial dan budaya tertentu (Creswell, 2014,65) . Keunggulan metode ini terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan deskripsi yang kaya dan holistik mengenai proses dakwah digital oleh penyuluh agama Islam di media sosial, sehingga memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan kontekstual. Namun demikian, metode kualitatif juga memiliki keterbatasan, terutama terkait generalisasi hasil yang terbatas pada konteks dan subjek penelitian tertentu (Moleong, 2017,44)

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

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

Bagian ini menjelaskan data yang akan dikumpulkan dalam penelitian. Karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah pendekatan subjektif, maka data penelitian yang akan dikumpulkan adalah data kualitatif.(Patton, 2015,24)

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

Bagian ini menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian, meliputi; sumber data primer dan sekunder.

##### **a. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data atau subjek di mana data primer bisa didapatkan. Sumber data primer adalah responden yang terlibat langsung dan memiliki data yang dibutuhkan, serta bersedia memberikan data secara langsung dan akurat. Penelitian ini memperoleh data

primer melalui wawancara semi-terstruktur dengan penyuluh agama dan pengelola akun Instagram, serta observasi non-partisipatif terhadap konten dan interaksi pada akun tersebut. Data ini berfungsi untuk menggali informasi kontekstual dan perspektif mendalam dari para pelaku dakwah. (Sugiyono, 2017, 56)

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data di mana data sekunder bisa didapatkan. Di antara sumber data sekunder dapat berupa dokumen, buku, majalah dan sumber lain yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Kementerian Agama Kota Bandung, Keputusan Dirjen Bimas Islam No. 1172 Tahun 2024, literatur akademik, dan publikasi ilmiah relevan. Data sekunder ini berfungsi sebagai sumber pendukung untuk memperkuat interpretasi dan membangun kerangka konseptual. (Bowen, 2009, 37)

### 1.6.5 Informan atau Unit Penelitian

#### 1) Informan dan Unit Analisis

Informan digunakan dalam penelitian kualitatif ketika yang menjadi subjek penelitiannya manusia, sedangkan unit analisis merupakan batasan satuan teks yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian. Informan adalah orang atau pelaku yang benar-benar

mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dengan minat atau fokus penelitian.(Creswell, 2014, 23)

## 2) Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan informan berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan mencakup penyuluh agama Islam yang secara langsung bertanggung jawab dalam penyusunan dan penyebaran konten dakwah digital pada akun @kuasukasari\_bdg. Pemilihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berasal dari sumber yang kompeten dan representatif, sehingga mendukung fokus penelitian yang autentik dan mendalam.(Salam & Dkk, 2021,21)

### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini akan dikumpulkan melalui tiga teknik utama yang saling melengkapi, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### A. Wawancara

Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan informan kunci, yaitu penyuluh agama yang bertanggung jawab atas pengelolaan akun Instagram @kuasukasari\_bdg. Teknik ini dipilih untuk menggali informasi yang mendalam dan kontekstual mengenai pemikiran, pengalaman, serta strategi mereka dalam berdakwah digital. Pertanyaan wawancara akan

disiapkan sebelumnya, namun tetap fleksibel untuk memungkinkan eksplorasi topik baru yang muncul selama percakapan berlangsung.

#### B. Observasi

Observasi non partisipatif akan dilakukan pada akun Instagram @kuasukasari\_bdg dan akun-akun terkait lainnya. Peneliti akan mengamati secara langsung berbagai aspek, seperti jenis dan format konten yang diunggah (foto, video, *reels*, infografis), pola dan frekuensi unggahan, serta interaksi audiens melalui komentar, *likes*, dan *shares*. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data empiris yang objektif mengenai implementasi dakwah digital secara faktual.

#### C. Dokumentasi dan studi pustaka

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Ini mencakup analisis dokumen resmi seperti Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor 1172 Tahun 2024, laporan kegiatan dakwah, serta berbagai literatur akademik, jurnal, dan buku yang relevan dengan topik dakwah digital, strategi komunikasi, dan media sosial. Data dokumentasi ini berfungsi untuk memperkuat dan mendukung interpretasi temuan dari wawancara dan observasi, serta memberikan landasan teoretis yang kuat.

### 1.6.7 Penentuan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini akan menerapkan teknik triangulasi data. Teknik ini melibatkan perbandingan data dari berbagai sumber (triangulasi sumber, misalnya antara wawancara informan dengan dokumentasi resmi), metode pengumpulan data yang berbeda (triangulasi metode, misalnya membandingkan hasil wawancara dengan observasi langsung), serta dari waktu pengumpulan data yang berbeda. Triangulasi ini sangat penting untuk meningkatkan kredibilitas dan reliabilitas hasil penelitian, sekaligus meminimalisasi bias subjektif yang mungkin terjadi. (Sugiyono, 2017, 13)

#### **1.6.8 Teknik Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berfokus pada interpretasi dan pemahaman mendalam. Proses analisis akan mengikuti tiga tahapan utama:

- 1) Reduksi data: Pada tahap ini, seluruh data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan disaring, dipilah, dan disederhanakan.
- 2) Penyajian data: Data yang sudah direduksi akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis dan mudah dipahami. Peneliti akan menyajikan temuan-temuan kunci dalam bentuk teks yang terstruktur, dilengkapi dengan kutipan dari wawancara atau deskripsi observasi untuk memberikan gambaran yang kaya dan holistik.

- 3) Verifikasi data dan penarikan kesimpulan: Tahap akhir ini melibatkan pengecekan ulang data untuk memastikan konsistensi dan kebenarannya. Berdasarkan pola dan temuan yang muncul, kesimpulan akan ditarik secara logis dan kritis.

