

ABSTRAK

Vionalisania Afifatul Azkia : Strategi Komunikasi Dakwah Komunitas Komik Muslim pada Akun Instagram @iqomic

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan era digital yang mendorong pergeseran pola komunikasi keagamaan di Indonesia. Di tengah arus informasi digital yang semakin deras, masyarakat khususnya generasi muda lebih mudah menjangkau konten yang bersifat visual, ringkas, dan komunikatif dibandingkan dakwah konvensional. Kondisi ini mendorong munculnya komunitas dakwah kreatif yang memanfaatkan media sosial sebagai ruang penyebaran nilai-nilai Islam. Salah satu komunitas yang berhasil memanfaatkan peluang tersebut adalah @iqomic, komunitas komik Muslim Indonesia yang berdiri sejak 2015 dan telah memiliki lebih dari 400 ribu pengikut di Instagram hingga tahun 2025. Meskipun dakwah visual semakin populer, kajian ilmiah mengenai strategi komunikasi visual dalam dakwah digital masih sangat terbatas sehingga diperlukan penelitian yang membahasnya secara sistematis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan analisis situasi strategi komunikasi dakwah visual, perencanaan strategi komunikasi dakwah visual, implementasi strategi komunikasi dakwah visual, serta proses evaluasi strategi komunikasi dakwah visual yang diterapkan komunitas komik Muslim pada akun Instagram @iqomic.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak komunitas @iqomic sebagai informan utama, observasi terhadap konten dan aktivitas akun Instagram. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data penelitian.

Analisis penelitian ini menggunakan Teori Strategi Komunikasi yang dikembangkan oleh Jakki J. Mohr dan John R. Nevin (1990) dalam artikel "*Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective*." Teori ini menjelaskan bahwa efektivitas strategi komunikasi bergantung pada kesesuaian antara pesan, media, dan relasi antar pelaku komunikasi, yang dijalankan melalui empat tahapan yaitu analisis situasi, perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas IQOMIC memanfaatkan Instagram secara aktif sebagai media penyebaran pesan dakwah melalui konten komik Islami, ilustrasi, dan *quote* keagamaan yang dikemas secara visual dan komunikatif. Pemanfaatan media kreatif ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas serta mendukung transformasi dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat di era digital.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Dakwah, Komik Muslim, Media Sosial Instagram