

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Akun Instagram @dakwahvisual.id merupakan salah satu akun yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keislaman. Akun ini menyajikan berbagai konten dakwah dalam bentuk ilustrasi, infografis, tipografi, dan carousel yang membahas tema-tema seperti akhlak, hubungan sosial, pengembangan diri, serta nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai media dakwah digital, akun ini memanfaatkan karakteristik visual Instagram untuk menyampaikan pesan kepada audiens dengan penyajian yang ringkas dan mudah dipahami.

Langkah yang dilakukan oleh *founder* @dakwahvisual.id memperlihatkan bahwasanya di tengah era kemajuan teknologi, dakwah bisa disampaikan dengan cara baru, yaitu melalui *platform online* yang dikemas melalui konten-konten kreatif. Dalam penyajian kontennya, akun @dakwahvisual.id mengangkat tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti tema akhlak, motivasi diri dan juga pesan keislaman lainnya yang dikemas melalui tulisan yang digabungkan dengan elemen-elemen visual sehingga menarik perhatian *followers* akun Instagram @dakwahvisual.id.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang mengalami perkembangan pesat, sehingga banyak dimanfaatkan sebagai media komunikasi, edukasi bahkan penyampaian pesan dakwah sekalipun.

Berdasarkan data DataReportal (2025), jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 108 juta akun (DataReportal, 2025). Besarnya jumlah pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan bahwa Instagram mempunyai banyak peluang sebagai media penyampaian pesan dakwah. Didalam Instagram sendiri terdapat banyak fitur yang bisa diakses yang tentunya mendukung untuk melakukan penyampaian pesan dakwah baik berupa feed, carousels, reels, story ataupun live sekalipun. Dengan banyaknya fitur yang tersedia memberikan fleksibilitas bagi kreator untuk mengemas pesan yang ingin disampaikan dalam bentuk yang sesuai dengan karakteristik *followersnya*. Selain itu sistem penyebaran konten yang ada di Instagram dapat menjangkau pengguna secara lebih luas dengan memanfaatkan fitur *explore*, penggunaan hastag dan algoritma yang dimana menyajikan rekomendasi berdasarkan minat pengguna Instagram (Miles, 2019).

Keberhasilan penyampaian pesan melalui Instagram tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya pengguna, tetapi juga ditentukan oleh kualitas konten yang dipublikasikan. Konten merupakan unsur utama dalam media digital karena menjadi sarana penyampaian informasi kepada audiens. Rockley (2003) menjelaskan bahwa konten adalah informasi yang disajikan kepada pengguna dalam berbagai format, seperti teks, gambar, audio, video, maupun multimedia, untuk memenuhi kebutuhan informasi dan tujuan komunikasi tertentu. Oleh karena itu, penyusunan konten tidak hanya

berfokus pada isi pesan, tetapi juga memperhatikan cara penyajian agar informasi dapat dipahami dan diterima oleh audiens.

Dalam perspektif dakwah, konten berfungsi sebagai media untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat melalui berbagai bentuk komunikasi digital. Konten dakwah merupakan konten yang berisi pesan-pesan Islam yang disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dakwah dipahami sebagai proses menyampaikan ajaran Islam kepada manusia yang bertujuan membawa mereka pada kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utamanya (Fahrurrozi, Faizah, & Kadri, 2019). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar maupun majelis taklim, tetapi juga dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan berbagai bentuk konten, seperti ilustrasi, infografis, video, dan carousel. Oleh karena itu, penyusunan konten dakwah di media sosial memerlukan strategi yang tidak hanya memperhatikan kebenaran materi keislaman, tetapi juga cara penyajian pesan agar mudah dipahami dan sesuai dengan karakteristik audiens.

Pentingnya penyusunan konten dakwah di media sosial menunjukkan bahwa keberhasilan penyampaian pesan tidak hanya bergantung pada materi dakwah yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana konten tersebut direncanakan, diproduksi, dipublikasikan, dan dikelola secara berkelanjutan. Setiap konten yang dipublikasikan perlu

disesuaikan dengan karakteristik audiens, tujuan komunikasi, serta karakteristik *platform* yang digunakan agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif. Dalam konteks tersebut, strategi konten menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan media sosial karena membantu pengelola menentukan arah, bentuk, serta proses penyusunan konten secara sistematis. Halvorson dan Rach (2012) menjelaskan bahwa *content strategy* merupakan perencanaan untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengelola konten yang berguna (*useful*) serta mudah digunakan (*usable*) sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mencapai tujuan organisasi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Instagram telah banyak dimanfaatkan sebagai media informasi maupun media dakwah dengan pendekatan yang berbeda. Penelitian A. Faiq Al Fawwaz (2024) berjudul Analisis Strategi Konten Dakwah di Instagram (Studi Kasus Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Respon Pengguna pada Akun @isunsantri) menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan berfokus pada strategi konten dakwah serta faktor-faktor yang mempengaruhi respon pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini menentukan tema yang relevan dengan tren atau momen terkini, melakukan pengeditan mandiri, dan mempublikasikan konten seperti maqolah, edukasi, hingga biografi ulama secara rutin untuk menjaga algoritma. Namun, penelitian tersebut belum menganalisis strategi konten menggunakan kerangka *The Content Strategy Quad*.

Sementara itu, Abdi Ar-Ridho (2024) dalam penelitian berjudul Analisis Strategi Konten Kreator Instagram dalam Meningkatkan Pesan-Pesan Dakwah di Era Digital menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama konten kreator adalah konten video dakwah terjemahan ceramah berbahasa Arab, sementara kelemahannya adalah inkonsistensi dalam memposting konten, dengan peluang terbesar pada tema fiqih kontemporer. Berdasarkan analisis matriks IFAS dan EFAS, ketiga konten kreator berada pada posisi agresif. Namun, penelitian ini belum menganalisis strategi konten dakwah menggunakan kerangka *The Content Strategy Quad*.

Penelitian Wuthia Rachmawati Pamungkas (2023) berjudul Analisis Strategi Konten Kreatif di Instagram @bapak2id menggunakan metode analisis isi kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten kreatif @bapak2id menggabungkan dua elemen utama, yaitu copywriting dan desain visual, dengan dominasi teknik "you and me copy" yang menciptakan kedekatan personal dengan audiens, serta penggunaan ilustrasi kartun dan tipografi yang jelas. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada strategi konten kreatif secara umum dan belum mengkaji secara spesifik strategi konten dakwah.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai Instagram sebagai media dakwah masih didominasi oleh perspektif pengelolaan media sosial, strategi konten kreatif secara umum,

dan analisis SWOT. Dengan demikian, masih terdapat research gap, yaitu belum adanya penelitian yang menganalisis strategi konten dakwah secara spesifik menggunakan teori *The Content Strategy Quad* dari Kristina Halvorson. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menganalisis strategi konten dakwah akun Instagram @dakwahvisual.id melalui empat komponen, yaitu *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi konten dakwah.

Menurut Halvorson dan Rach (2012), *content strategy* merupakan perencanaan untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengelola konten yang bermanfaat (*useful*) serta mudah digunakan (*usable*) sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mencapai tujuan organisasi. Dalam penerapannya, Kristina Halvorson mengembangkan kerangka *The Content Strategy Quad* yang terdiri atas empat komponen utama, yaitu *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*. Keempat komponen tersebut saling berkaitan dalam mengarahkan proses penyusunan konten, mulai dari penentuan substansi pesan, penyajian konten, alur kerja produksi, hingga pengelolaan dan evaluasi konten secara berkelanjutan. Oleh karena itu, teori *The Content Strategy Quad* dipandang relevan sebagai landasan untuk menganalisis strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji dakwah melalui Instagram, baik dari aspek strategi dakwah, pengelolaan media sosial,

maupun penyajian konten visual. Namun, penelitian yang secara khusus membahas strategi konten dakwah menggunakan kerangka *The Content Strategy Quad* dari Kristina Halvorson masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id berdasarkan empat komponen utama, yaitu *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses penyusunan konten dakwah yang diterapkan pada akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai media dakwah digital. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Konten Dakwah pada Akun Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @dakwahvisual.id)."

## 1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana aspek *Substance* yang diterapkan dalam dakwah pada akun Instagram @[dakwahvisual.id](https://www.instagram.com/dakwahvisual.id)?
2. Bagaimana aspek *Structure* yang diterapkan dalam dakwah pada akun Instagram @[dakwahvisual.id](https://www.instagram.com/dakwahvisual.id)?
3. Bagaimana aspek *Workflow* yang diterapkan dalam dakwah pada akun Instagram @[dakwahvisual.id](https://www.instagram.com/dakwahvisual.id)?
4. Bagaimana aspek *Governance* yang diterapkan dalam dakwah pada akun Instagram @[dakwahvisual.id](https://www.instagram.com/dakwahvisual.id)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi konten dakwah pada aspek *Substance* yang diterapkan dalam akun Instagram @dakwahvisual.id.
2. Untuk mengetahui strategi konten dakwah pada aspek *Structure* yang diterapkan dalam akun Instagram @dakwahvisual.id.
3. Untuk mengetahui strategi konten dakwah pada aspek *Workflow* yang diterapkan dalam akun Instagram @dakwahvisual.id.
4. Untuk mengetahui strategi konten dakwah pada aspek *Governance* yang diterapkan dalam akun Instagram @dakwahvisual.id.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam bidang strategi konten pada media dakwah digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai penerapan teori *The Content Strategy Quad* yang dikemukakan oleh Kristina Halvorson dalam menganalisis strategi konten pada media sosial sebagai sarana dakwah digital. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji strategi konten pada media sosial, khususnya Instagram, dalam konteks dakwah digital.



### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai bahan masukan dalam menyusun, mengembangkan, dan mengevaluasi strategi konten dakwah yang diterapkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan substansi konten, menyusun bentuk penyajian konten, mengelola alur kerja produksi, serta melakukan pengelolaan dan evaluasi konten agar penyampaian pesan dakwah dapat berlangsung secara lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik audiens. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola media dakwah digital lainnya dalam mengembangkan strategi konten yang efektif untuk mendukung penyebaran pesan-pesan dakwah melalui media sosial.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Kerangka Teoritis

Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini adalah *The Content Strategy Quad* yang dikemukakan oleh Kristina Halvorson. Teori ini menjelaskan bahwa strategi konten tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga mencakup proses perencanaan, penyusunan, pengelolaan, hingga evaluasi konten agar mampu memenuhi kebutuhan audiens sekaligus mencapai tujuan yang ingin dicapai (Halvorson & Rach, 2012). Dalam teori ini,

strategi konten terdiri atas empat komponen utama, yaitu *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*.

Menurut Halvorson dan Rach (2012), keempat komponen tersebut saling berkaitan dalam menghasilkan strategi konten yang efektif. *Substance* berfokus pada penentuan tujuan, pesan, dan kebutuhan audiens yang menjadi dasar penyusunan konten. *Structure* berkaitan dengan cara mengorganisasi dan menyajikan konten agar mudah dipahami oleh pengguna. *Workflow* menjelaskan proses penyusunan konten mulai dari perencanaan, produksi, hingga publikasi, sedangkan *Governance* berkaitan dengan pengelolaan, pemeliharaan, serta evaluasi konten agar tetap konsisten dan relevan.

Dalam penelitian ini, teori *The Content Strategy Quad* digunakan sebagai landasan analisis untuk mengkaji strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id. Melalui keempat komponen tersebut, penelitian ini akan menganalisis bagaimana proses penyusunan konten dakwah dilakukan, mulai dari penentuan substansi konten, penyajian pesan, alur kerja produksi, hingga pengelolaan dan evaluasi konten. Dengan demikian, teori ini dinilai relevan untuk memberikan gambaran mengenai strategi konten yang diterapkan oleh akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai media dakwah digital.

### 1.5.2 Kerangka Konseptual

Strategi konten merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan media sosial, khususnya bagi akun yang memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana penyampaian informasi maupun pesan dakwah. Keberhasilan sebuah akun Instagram tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana konten tersebut direncanakan, disusun, diproduksi, dipublikasikan, serta dikelola secara berkelanjutan agar sesuai dengan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, strategi konten diperlukan untuk memastikan setiap konten yang dipublikasikan mampu mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

Menurut Halvorson dan Rach (2012), *content strategy* merupakan proses merencanakan, menciptakan, menyampaikan, dan mengelola konten yang bermanfaat (*useful*) serta mudah digunakan (*usable*) sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mencapai tujuan organisasi. Dalam bukunya *Content Strategy for the Web*, Kristina Halvorson menjelaskan bahwa strategi konten dibangun melalui empat komponen utama yang dikenal sebagai *The Content Strategy Quad*, yaitu *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*.

*Substance* merupakan komponen yang berkaitan dengan substansi atau isi konten, meliputi tujuan penyusunan konten, target audiens, jenis pesan yang ingin disampaikan, serta nilai yang ingin

diberikan kepada pengguna. Pada tahap ini, pengelola konten menentukan tema, tujuan komunikasi, dan kebutuhan audiens sebagai dasar dalam penyusunan suatu konten.

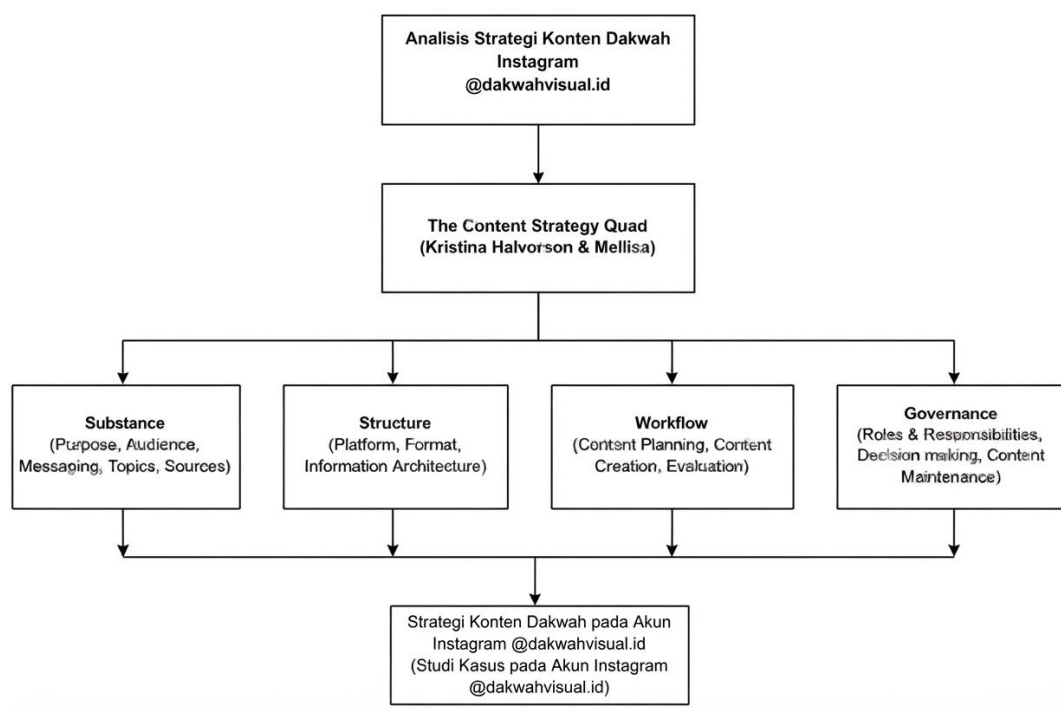
Komponen berikutnya adalah *Structure*, yaitu bagaimana konten diorganisasi dan disajikan agar mudah dipahami oleh audiens. Struktur konten mencakup pemilihan format penyajian, penggunaan elemen visual, penyusunan alur informasi, hingga penyesuaian bentuk konten dengan karakteristik *platform* yang digunakan sehingga pesan dapat diterima secara lebih efektif.

Selanjutnya, *Workflow* merupakan komponen yang menjelaskan alur kerja dalam proses penyusunan konten. Tahap ini meliputi proses pencarian ide, penyusunan konsep, pembuatan desain, produksi konten, proses publikasi, hingga evaluasi konten untuk mengukur efektivitas setiap unggahan.

Komponen terakhir adalah *Governance*, yaitu pengelolaan konten setelah dipublikasikan. *Governance* berkaitan dengan pemeliharaan kualitas konten, evaluasi terhadap performa unggahan, pembagian tanggung jawab dalam pengelolaan akun, serta upaya menjaga konsistensi konten agar tetap sesuai dengan tujuan dan identitas media.

Dalam penelitian ini, keempat komponen *The Content Strategy Quad* digunakan sebagai landasan analisis untuk mengkaji strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana *founder* menentukan substansi konten dakwah, menyusun bentuk penyajian konten, menjalankan alur kerja produksi konten, serta melakukan pengelolaan dan evaluasi konten sebagai bagian dari strategi dalam mengembangkan akun Instagram @dakwahvisual.id.



*Sumber:* Observasi Peneliti, 2026

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada akun Instagram @dakwahvisual.id periode Juni – Juli 2026.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik karena berfokus pada proses penyusunan strategi konten dakwah pada akun

Instagram @dakwahvisual.id yang dibangun oleh *founder* berdasarkan pengalaman, pengetahuan, tujuan dakwah, serta pemahamannya terhadap kebutuhan audiens. Strategi konten dalam penelitian ini tidak dipandang sebagai sesuatu yang bersifat tetap atau objektif, melainkan sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan yang dikonstruksi oleh pengelola akun. Oleh karena itu, paradigma konstruktivistik dipilih karena sesuai untuk memahami bagaimana strategi konten tersebut dibentuk dan diterapkan dari sudut pandang informan.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan memahami suatu fenomena secara mendalam dalam kondisi alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini menekankan pada pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti melalui berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta menghasilkan temuan yang bersifat deskriptif, bukan untuk generalisasi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti berupaya memahami proses penyusunan strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id berdasarkan perspektif dan pengalaman *founder* sebagai pengelola akun.

### 1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek penelitian, yaitu akun Instagram @dakwahvisual.id, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai strategi konten dakwah yang diterapkan oleh *founder* dalam mengelola akun tersebut.

Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan metode penelitian empiris yang menyelidiki suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak tampak secara jelas. Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id dalam konteks pengelolaan media dakwah digital oleh *founder*. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan komponen *The Content Strategy Quad* yang meliputi *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*.

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

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

Berdasarkan pendekatan kualitatif yang digunakan, jenis data dalam penelitian ini berupa data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata-kata, narasi, maupun deskripsi yang

berkaitan dengan fokus penelitian. Data tersebut diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan *founder* akun Instagram @dakwahvisual.id, hasil observasi terhadap aktivitas pengelolaan akun dan konten yang dipublikasikan, serta dokumentasi yang mendukung proses penelitian. Data tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai strategi konten dakwah berdasarkan komponen *The Content Strategy Quad* yang meliputi *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*.

## (2) Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2022), sumber data dalam penelitian kualitatif terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan *founder* akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai informan utama, observasi terhadap aktivitas pengelolaan akun Instagram



@dakwahvisual.id, serta dokumentasi berupa unggahan konten, arsip, dan dokumen lain yang berkaitan dengan proses penyusunan strategi konten dakwah.

- Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama, melainkan melalui berbagai dokumen atau literatur yang mendukung penelitian (Sugiyono, 2022). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, artikel, serta dokumen dan informasi yang berkaitan dengan strategi konten, media dakwah digital, media sosial Instagram, dan *The Content Strategy Quad* karya Kristina Halvorson. Data sekunder tersebut digunakan untuk melengkapi, memperkuat, dan mendukung analisis terhadap data primer sehingga tujuan penelitian dapat tercapai secara komprehensif.

### 1.6.5 Informan dan Unit Analisis

#### a. Informan dan Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah Sigit Setiawan selaku *founder* sekaligus pengelola tunggal akun Instagram @dakwahvisual.id. Ia dipilih sebagai sumber informasi karena memiliki keterlibatan, pengalaman, dan pengetahuan secara langsung terkait seluruh proses penyusunan dan pengelolaan

strategi konten dakwah yang menjadi fokus penelitian. Melalui wawancara dengan informan tersebut, peneliti berupaya memperoleh data secara mendalam mengenai strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id, khususnya yang berkaitan dengan aspek *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance* sebagaimana dijelaskan dalam teori *The Content Strategy Quad* dari Kristina Halvorson.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah strategi konten yang diaplikasikan dalam dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id. Analisis difokuskan pada penerapan strategi konten berdasarkan teori *The Content Strategy Quad* dari Kristina Halvorson & Mellisa Rach yang meliputi aspek *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*.

#### b. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, informan ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2022). Teknik ini dipilih karena penelitian kualitatif bertujuan menggali informasi secara mendalam dari informan yang memiliki pengetahuan langsung terkait fenomena yang diteliti.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: pertama, merupakan pengelola akun Instagram

yang aktif memproduksi konten dakwah secara konsisten. Kedua, memiliki pemahaman yang mendalam mengenai proses penyusunan dan pengelolaan konten dakwah di media sosial. Ketiga, memiliki kapasitas untuk menjelaskan secara rinci alur kerja produksi konten mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Keempat, bersedia menjadi informan serta memberikan akses data yang diperlukan untuk kepentingan penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Sigit Setiawan, selaku *founder* dan pengelola akun Instagram @dakwahvisual.id, karena memenuhi seluruh kriteria yang telah ditentukan.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Observasi**

Observasi merupakan proses pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap perilaku dan aktivitas individu di lokasi penelitian (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pengelolaan akun Instagram @dakwahvisual.id serta konten-konten yang dipublikasikan sebagai media dakwah digital. Peneliti melakukan pengamatan terhadap proses penyusunan konten, mulai dari substansi pesan dakwah, bentuk dan struktur penyajian konten, pola publikasi, hingga aktivitas pengelolaan akun yang berkaitan dengan evaluasi dan

konsistensi konten. Hasil observasi kemudian digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan strategi konten berdasarkan komponen *The Content Strategy Quad*, yaitu *Substance, Structure, Workflow*, dan *Governance*.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab dengan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara mendalam dengan Sigit Setiawan selaku *founder* dan pengelola akun Instagram @dakwahvisual.id. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai proses penyusunan strategi konten, mulai dari perencanaan tujuan dan tema konten, proses produksi, strategi publikasi, hingga evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan berdasarkan perspektif *Content Strategy* Kristina Halvorson & Mellisa Rach.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2022), dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental

dari seseorang. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa arsip unggahan konten Instagram @dakwahvisual.id, profil akun, logo, serta dokumen lain yang berkaitan dengan proses penyusunan dan pengelolaan strategi konten dakwah. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data hasil observasi dan wawancara, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi konten dakwah pada akun Instagram @dakwahvisual.id.

#### 1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan triangulasi teknik. Menurut Sugiyono (2022), triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek data dari sumber yang sama melalui teknik pengumpulan data yang berbeda guna memperoleh data yang lebih kredibel. Teknik ini dipilih karena penelitian hanya melibatkan satu informan utama, yaitu *founder* akun Instagram @dakwahvisual.id.

Oleh karena itu, data hasil wawancara diverifikasi melalui observasi terhadap aktivitas pengelolaan akun serta dokumentasi yang berkaitan dengan proses penyusunan strategi konten. Selain triangulasi, peneliti juga menggunakan teknik *member checking*. Mengingat kelengkapan data sangat bergantung pada satu informan

utama, langkah ini menjadi sangat krusial. Proses *member checking* dilakukan dengan cara mengonfirmasi kembali transkrip wawancara dan temuan sementara kepada *founder* @dakwahvisual.id. Hal ini bertujuan untuk menyamakan persepsi dan memastikan bahwa data serta interpretasi peneliti benar-benar sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan, sehingga hasil akhir penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara objektif.

#### 1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña dalam Sugiyono (2022). Analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Menurut Sugiyono (2022), analisis data kualitatif terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap ini, peneliti memilih, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengelompokkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian. Data yang relevan kemudian diklasifikasikan

berdasarkan komponen *The Content Strategy Quad* yang meliputi *Substance*, *Structure*, *Workflow*, dan *Governance*. Tahap reduksi data bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi informasi yang berkaitan dengan strategi konten akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai media dakwah digital.

## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, maupun kutipan hasil wawancara yang didukung oleh hasil observasi dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan secara sistematis berdasarkan setiap komponen *The Content Strategy Quad*, sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar-temuan dan menjawab fokus penelitian mengenai strategi konten pada akun Instagram @dakwahvisual.id.

## 3. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah disajikan. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi melalui teknik triangulasi. Selanjutnya, hasil penelitian diinterpretasikan berdasarkan teori *The Content Strategy Quad* dari Kristina Halvorson sehingga diperoleh

pemahaman yang komprehensif mengenai strategi konten akun Instagram @dakwahvisual.id sebagai media dakwah digital.

