

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

VR Journey Indonesia merupakan pelopor dalam menghadirkan pengalaman dakwah berbasis *Virtual Reality* (VR) di Indonesia melalui penyajian kisah-kisah para nabi dan sejarah Islam secara imersif. Meskipun teknologi dan konten VR yang digunakan dikembangkan oleh *Light Art VR* sebagai pengembang utama, VR Journey Indonesia berperan sebagai pihak yang mengadopsi dan mengimplementasikan teknologi tersebut ke dalam konteks dakwah di Indonesia. Hingga saat ini, pemanfaatan teknologi VR sebagai media dakwah masih tergolong terbatas. Kajian *systematic literature review* menunjukkan bahwa penggunaan VR dalam Pendidikan Agama Islam di Indonesia masih didominasi untuk simulasi haji, umrah, dan pembelajaran dasar keislaman, sehingga pemanfaatannya sebagai media dakwah imersif masih memiliki peluang pengembangan yang luas (Ruzakki et al., 2024). Melalui wahana VR 5D beresolusi 8K yang dilengkapi efek kursi bergerak, getaran, hembusan angin, dan tata suara berkualitas tinggi, pengunjung dapat merasakan pengalaman seolah-olah berada langsung dalam peristiwa-peristiwa penting sejarah Islam (Nasrullah, 2025).

Sejak pertama kali hadir, VR Journey Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Di media sosial, akun Instagram VR Journey Indonesia (@vrjourney.indo) telah memiliki lebih dari 106 ribu pengikut, sementara akun TikTok-nya meraih lebih dari 823 ribu suka dengan 34,9 ribu pengikut (VR Journey Indonesia, 2025). Pencapaian ini menempatkan VR Journey Indonesia

sebagai fenomena inovasi dakwah digital yang menarik untuk dikaji secara mendalam, khususnya dari sisi proses proses adopsi, pengembangan, implementasi, dan keberlanjutan pemanfaatan teknologi Virtual Reality sebagai media dakwah di Indonesia.

Meskipun teknologi Virtual Reality dan konten dakwah dikembangkan oleh *Light Art VR* sebagai pengembang utama, proses menghadirkannya ke Indonesia bukanlah proses yang sederhana. Pengelola VR Journey Indonesia harus melalui proses adopsi, penyesuaian model operasional, pengenalan kepada masyarakat, hingga membangun jejaring kemitraan agar teknologi tersebut dapat diterapkan sebagai media dakwah di Indonesia (Anam et al., 2025). Di lapangan, pengelola VR Journey Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan implementasi teknologi tersebut di Indonesia, mulai dari mencari model bisnis yang tepat untuk wahana berbasis nilai keagamaan, menghadapi rendahnya literasi VR di kalangan target audiens, hingga membangun jaringan kemitraan dan infrastruktur untuk ekspansi ke berbagai kota. Selain itu, wahana VR yang umumnya identik dengan hiburan berbasis game atau fantasi harus bertransformasi menjadi media yang menyampaikan nilai spiritual secara mendalam sebuah tantangan yang membutuhkan proses kreatif, teknis, dan manajerial yang tidak sederhana (Munib et al., 2025).

Teknologi *virtual reality* (VR) merupakan inovasi komputer yang memungkinkan penggunanya merasakan dan berinteraksi dengan lingkungan buatan secara digital melalui perangkat seperti headset VR. Sensasi yang ditawarkan mencakup penglihatan, pendengaran, dan sentuhan, sehingga

menghadirkan pengalaman yang mendalam dan imersif (Susilowati et al., 2023). Keunggulan utama VR dibanding media konvensional terletak pada kemampuannya menciptakan rasa kehadiran (*sense of presence*) yang tinggi pengguna tidak sekadar menyaksikan, tetapi merasa benar-benar berada di dalam situasi yang disimulasikan. Hal ini memungkinkan aplikasi yang sangat luas, mulai dari hiburan, pendidikan, kedokteran, arsitektur, hingga pelatihan industri berisiko tinggi seperti simulasi pemadaman kebakaran dan penerbangan (Hakim et al., 2022).

Dari sisi pasar global, potensi VR sangat besar. Pasar VR dan *augmented reality* (AR) diproyeksikan tumbuh pada *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 48,8% selama periode 2020 hingga 2025, dengan prediksi pendapatan menembus US\$161,1 miliar pada 2025. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya penggunaan perangkat cerdas, konektivitas internet, dan permintaan konten digital berbasis pengalaman (Razak et al, 2025). Namun di Indonesia, adopsi teknologi VR masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan infrastruktur, mahalnya perangkat keras, dan rendahnya literasi teknologi VR di kalangan masyarakat, terutama di luar kota-kota besar (Kumar et al., 2025).

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, dakwah Islam dituntut untuk terus bertransformasi agar tetap relevan menjangkau generasi baru. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa atau 79,5% dari total populasi, dengan generasi Z (kelahiran 1997-2012) menjadi kelompok pengguna terbesar dengan proporsi

34,4% (APJII, 2024). Bahkan pada 2025, angka ini meningkat menjadi 229,4 juta pengguna atau 80,66% dari total penduduk Indonesia (APJII, 2025). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas mad'u (objek dakwah) kini hidup dan berinteraksi di ruang digital.

Dakwah digital menjadi keniscayaan bukan sekadar pilihan. Perkembangan teknologi digital mendorong pergeseran dakwah dari pola komunikasi konvensional menuju pendekatan yang lebih adaptif, interaktif, dan kontekstual (Nurhalimah et al., 2026). Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dalam berbagai format, mulai dari ceramah, infografis, hingga video pendek (Nurziah & Mustopa, 2025). Pemanfaatan internet sebagai media dakwah juga sejalan dengan tuntunan Islam dalam QS. An-Nahl ayat 125 yang memerintahkan penyampaian dakwah dengan cara yang hikmah dan menyentuh hati, serta menyesuaikan pendekatan dengan kondisi dan kebutuhan mad'u.

Inovasi dalam dakwah digital terus berkembang melampaui teks dan video biasa. VR Journey Indonesia menjadi salah satu bentuk inovasi dakwah digital yang memanfaatkan teknologi imersif untuk menghadirkan pengalaman keagamaan yang lebih mendalam dan personal. Pendekatan ini memosisikan VR bukan sekadar alat hiburan, melainkan sebagai media dakwah berbasis teknologi yang mengedepankan nilai, kedalaman naratif, dan aspek spiritual (Rosyid et al., 2026). Inovasi semacam ini membutuhkan proses yang kompleks tidak sekadar mengadopsi teknologi, tetapi juga menegosiasikan antara nilai-nilai keislaman yang

hendak disampaikan dengan kemungkinan dan keterbatasan teknologi yang (Nasrullah, 2025)

Memahami proses inovasi dari sudut pandang pengelola menjadi penting karena inovasi tidak lahir secara tiba-tiba. Inovasi melewati perjalanan panjang yang melibatkan tahap inisiasi, pengembangan, hingga implementasi, dengan segala liku-liku, hambatan, dan adaptasi di dalamnya (Van de Ven et al., 1999). Dokumentasi ilmiah atas perjalanan inovasi ini memiliki nilai strategis ia dapat menjadi rujukan bagi para praktisi dakwah yang ingin mengembangkan inovasi serupa, sekaligus memperkaya khazanah akademik kajian komunikasi dakwah digital di Indonesia.

Penelitian terdahulu yang paling relevan dengan kajian ini adalah skripsi Hisnia Wahdatul Muna (2025) berjudul “Difusi Inovasi Dakwah Virtual: Studi Kasus VR Journey Indonesia” dari Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta. Penelitian tersebut mengkaji bagaimana inovasi VR Journey Indonesia menyebar dan diadopsi oleh masyarakat berdasarkan teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers, dengan fokus pada atribut inovasi, saluran komunikasi penyebaran, dan proses adopsi oleh pengunjung. Meskipun penelitian tersebut turut mewawancarai pengelola VR Journey Indonesia, pembahasannya terbatas pada peran pengelola sebagai penyebar inovasi ke luar, bukan pada proses internal bagaimana inovasi itu sendiri dibangun dan dijalankan dari awal hingga saat ini. Ini merupakan celah penelitian (research gap) yang belum terisi.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokusnya yang berbeda secara fundamental: penelitian ini melihat proses inovasi dari dalam ke luar (inside-out), yaitu bagaimana pengelola VR Journey Indonesia menginisiasi, mengembangkan, dan mengimplementasikan inovasi dakwah digital berbasis VR. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang melihat dari luar ke dalam (outside-in), yakni bagaimana masyarakat menerima dan mengadopsi inovasi tersebut.

Untuk mengkaji perjalanan inovasi ini, penelitian ini menggunakan teori *Innovation Journey* dari Andrew H. Van de Ven et al. (1999) sebagaimana tertuang dalam buku *The Innovation Journey*. Teori ini merupakan hasil dari Minnesota *Innovation Research Program* (MIRP) yang secara empiris menelaah proses inovasi dari konsep hingga implementasi pada berbagai jenis organisasi. Van de Ven et al. membagi proses inovasi ke dalam tiga fase utama, yaitu periode inisiasi (initiation period), periode pengembangan (developmental period), dan periode implementasi (implementation period). Teori ini dipilih karena secara langsung menjawab pertanyaan tentang bagaimana sebuah inovasi dibangun dan dijalankan oleh aktor-aktor di dalamnya bukan sekadar bagaimana inovasi itu diterima oleh pihak luar.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelola VR Journey Indonesia menginisiasi, mengembangkan, dan mengimplementasikan inovasi dakwah digital berbasis VR. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, khususnya dalam memahami dinamika proses inovasi media dakwah berbasis teknologi imersif di Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berfokus pada analisis Inovasi Dakwah Digital Melalui Berbasis *Virtual Reality* (VR) melalui pendekatan Innovation Journey Van de Ven. Fokus penelitian ini dirumuskan dengan pertanyaan yang meliputi :

1. Bagaimana proses inisiasi inovasi dakwah digital berbasis VR oleh pengelola VR Journey Indonesia?
2. Bagaimana proses pengembangan inovasi dakwah digital berbasis VR oleh pengelola VR Journey Indonesia?
3. Bagaimana proses implementasi inovasi dakwah digital berbasis VR yang dijalankan oleh pengelola VR Journey Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan fokus penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengelola VR Journey Indonesia menginisiasi inovasi dakwah digital berbasis VR.
2. Untuk mengidentifikasi proses pengembangan inovasi dakwah digital berbasis VR yang dilakukan oleh pengelola VR Journey Indonesia.
3. Untuk menganalisis proses implementasi inovasi dakwah digital berbasis VR yang dijalankan oleh pengelola VR Journey Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

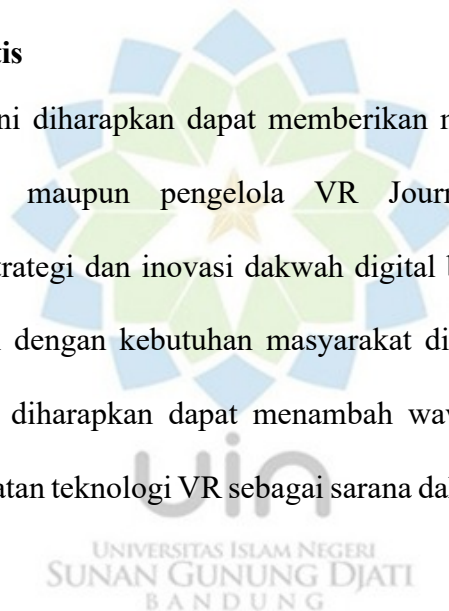
Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam ranah dakwah digital dan pemanfaatan teknologi *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau rujukan bagi mahasiswa maupun peneliti lain yang ingin mengkaji inovasi media dakwah berbasis teknologi di masa mendatang.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para da'i, lembaga dakwah, maupun pengelola VR Journey Indonesia dalam mengembangkan strategi dan inovasi dakwah digital berbasis VR yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat luas mengenai pemanfaatan teknologi VR sebagai sarana dakwah Islam yang kreatif dan inovatif.



1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Innovation Journey* yang dikembangkan oleh Andrew H. Van de Ven bersama Douglas E. Polley, Raghu Garud, dan Sankaran Venkataraman sebagaimana tertuang dalam buku *The Innovation Journey* (1999) untuk menganalisis proses inovasi dakwah digital berbasis VR pada VR Journey Indonesia. Teori ini merupakan hasil dari Minnesota Innovation Research Program (MIRP), sebuah program riset

longitudinal yang melibatkan lebih dari 30 peneliti dan mengkaji perkembangan 14 inovasi di berbagai bidang secara langsung di lapangan (edmondson., 2000).

Van de Ven et al. (1999) menegaskan bahwa proses inovasi bersifat nonlinier dan dinamis — bukan proses yang berjalan urut dan terprediksi, melainkan sebuah siklus aktivitas divergen dan konvergen yang dapat berulang secara tidak terduga. Meskipun setiap inovasi bersifat unik, terdapat pola kesamaan yang dapat diidentifikasi dalam setiap perjalanan inovasi.

Van de Ven et al. (1999) membagi proses inovasi ke dalam tiga fase utama yang digunakan sebagai kerangka analisis dalam penelitian ini. Pertama, periode inisiasi (*initiation period*), yang mencakup tiga elemen: *gestation* (serangkaian peristiwa yang secara perlahan menggodok lahirnya ide), *shock* (momen pemicu yang mendorong inovator mengambil tindakan nyata), dan *plans* (penyusunan rencana dan pengumpulan sumber daya awal). Kedua, periode pengembangan (*developmental period*), yang ditandai oleh *proliferation* (berkembangnya ide ke berbagai arah), *setbacks* (hambatan dan kemunduran yang dihadapi), *shifting assessments* (penilaian yang terus berubah), *fluid participation* (keterlibatan tim yang dinamis), dan *relationships* (pembangunan relasi dengan pemangku kepentingan). Ketiga, periode implementasi (*implementation period*), di mana inovasi mulai dijalankan dan diintegrasikan ke dalam sistem yang ada, hingga akhirnya dilembagakan sebagai program atau bisnis yang berjalan secara berkesinambungan, atau dihentikan jika tidak berhasil.

1.5.2 Kerangka Konseptual

VR Journey Indonesia merupakan salah satu komunitas yang memanfaatkan teknologi *Virtual Reality* sebagai media dakwah digital. Melalui teknologi VR, berbagai pesan keislaman disampaikan melalui simulasi visual yang menghadirkan pengalaman edukatif dan spiritual, seperti visualisasi sejarah Islam, perjalanan religi, maupun representasi tempat-tempat bersejarah dalam peradaban Islam. Kehadiran VR dalam aktivitas dakwah menunjukkan adanya upaya inovasi dalam penyampaian pesan keagamaan yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat digital.

Dalam penelitian ini, inovasi dipahami sebagai suatu proses yang berlangsung secara dinamis, bukan sekadar hasil akhir berupa produk atau teknologi baru. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Teori *Innovation Journey* yang dikemukakan oleh Van de Ven. Menurut Van de Ven, Polley, Garud, dan Venkataraman (1999), inovasi merupakan proses perkembangan ide baru yang melibatkan berbagai aktivitas, aktor, keputusan, serta perubahan yang terjadi sepanjang waktu. Teori ini memandang inovasi sebagai perjalanan (*journey*) yang bersifat kompleks, tidak linear, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga konsep utama yang diadaptasi dari proses perjalanan inovasi (*innovation journey*) Van de Ven et al. (1999), yaitu:

Inisiasi Inovasi (*Innovation Initiation*), yaitu tahap awal munculnya gagasan atau ide inovatif yang didorong oleh adanya kebutuhan, peluang, maupun permasalahan tertentu. Van de Ven et al. (1999) menjelaskan bahwa inovasi selalu diawali oleh pengenalan peluang baru yang mendorong individu atau organisasi untuk menciptakan perubahan. Pada penelitian ini, konsep inisiasi inovasi digunakan untuk menganalisis bagaimana gagasan dakwah berbasis *Virtual Reality* (VR) di VR Journey Indonesia mulai terbentuk serta mengidentifikasi kebutuhan, peluang, dan permasalahan yang mendorong lahirnya inovasi tersebut.

Pengembangan Inovasi (*Innovation Development*), yaitu proses mengubah gagasan atau ide inovatif menjadi suatu bentuk inovasi yang siap digunakan melalui perancangan, pengembangan, dan penyempurnaan secara bertahap. Van de Ven et al. (1999) menjelaskan bahwa tahap pengembangan inovasi merupakan proses ketika sebuah ide mulai diwujudkan melalui berbagai kegiatan, seperti perencanaan, eksperimen, kolaborasi, serta penyempurnaan hingga inovasi tersebut siap untuk diterapkan. Dalam konteks penelitian ini, konsep tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana VR Journey Indonesia mengembangkan gagasan dakwah berbasis *Virtual Reality* (VR), mulai dari perancangan konsep hingga menjadi media dakwah digital yang siap digunakan.

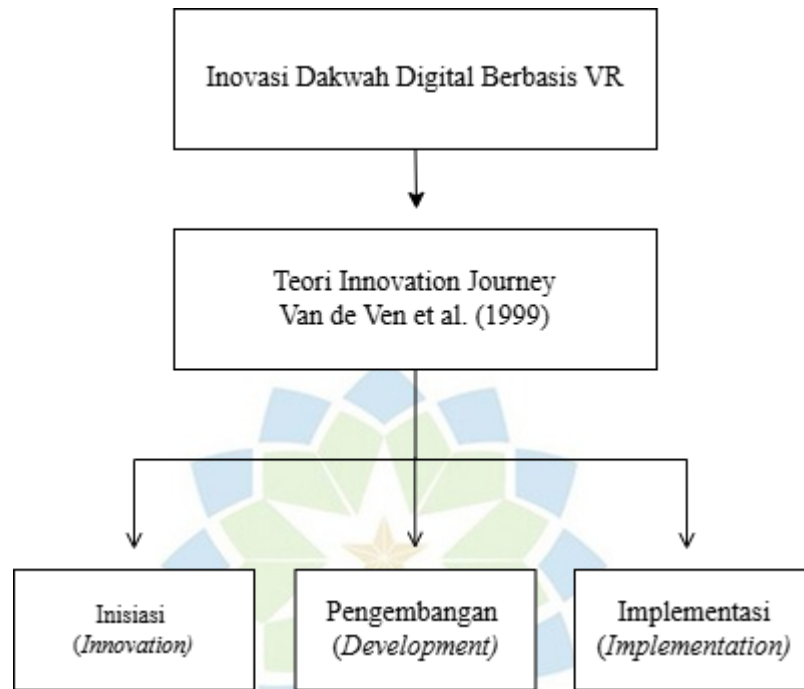
Implementasi Inovasi (*Innovation Implementation*), yaitu proses penerapan inovasi yang telah dikembangkan ke dalam praktik nyata. Van de Ven et al. (1999) menjelaskan bahwa implementasi inovasi tidak berlangsung

secara linear, melainkan melalui proses penyesuaian dan penyelesaian berbagai tantangan yang muncul selama inovasi dijalankan. Dalam konteks penelitian ini, konsep tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana VR Journey Indonesia menerapkan dakwah berbasis *Virtual Reality* (VR) dalam praktik dakwah digital serta melakukan berbagai penyesuaian selama proses pelaksanaannya.

Berdasarkan ketiga konsep tersebut, penelitian ini berupaya memahami perjalanan inovasi dakwah digital berbasis *Virtual Reality* yang dilakukan oleh VR Journey Indonesia, mulai dari munculnya ide pemanfaatan teknologi VR sebagai media dakwah, proses pengembangan dan implementasinya dalam praktik dakwah, hingga hasil dan keberlanjutan inovasi tersebut dalam mendukung perkembangan dakwah digital di era teknologi modern.



Dengan demikian, kerangka konseptual dapat digambarkan dengan skema berikut:



Bagan 1.1 Kerangka Berfikir

Sumber: Observasi Peneliti

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di VR Journey Indonesia yang berlokasi di Mall Omotesando Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat pelaksanaan kegiatan dan operasional VR Journey Indonesia sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang berkaitan dengan praktik dakwah berbasis *virtual reality*.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi yang dibentuk melalui pengalaman, interaksi, dan pemaknaan individu terhadap suatu fenomena (Creswell & Poth, 2018). Paradigma ini relevan dengan penelitian mengenai praktik dakwah berbasis virtual reality pada VR Journey Indonesia karena penelitian berfokus pada pemahaman bagaimana teknologi virtual reality dimanfaatkan sebagai media dakwah serta bagaimana proses *remediation*, *immediacy*, dan *hypermediacy* diwujudkan dalam praktik komunikasi digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2018), penelitian kualitatif bertujuan memahami dan menafsirkan fenomena berdasarkan makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak berfokus pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada pemahaman mendalam mengenai praktik dakwah berbasis virtual reality yang dijalankan oleh VR Journey Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji bagaimana media virtual reality digunakan sebagai sarana dakwah serta bagaimana proses transformasi media dakwah terjadi.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan metode penelitian empiris yang digunakan untuk menyelidiki suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam

konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dengan konteksnya tidak tampak secara jelas. Metode ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan untuk membandingkan beberapa objek atau menghasilkan generalisasi, melainkan memahami secara mendalam proses inovasi dakwah digital berbasis *Virtual Reality* (VR) yang dilakukan oleh VR Journey Indonesia sebagai satu kasus yang spesifik. Dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti dapat menggali secara komprehensif bagaimana proses inovasi tersebut berlangsung, mulai dari tahap *initiation*, *development*, hingga *implementation* sebagaimana dijelaskan dalam teori *Innovation Journey* Van de Ven. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih kaya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga fenomena yang diteliti dapat dipahami secara utuh sesuai dengan konteksnya..

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif berupa informasi deskriptif yang diperoleh dalam bentuk kata-kata, narasi, pendapat, tindakan, dan dokumen yang berkaitan dengan praktik dakwah berbasis virtual reality pada VR Journey Indonesia. Data tersebut digunakan untuk memahami praktik dakwah berbasis virtual reality yang dijalankan oleh VR Journey Indonesia.

1.6.4.2 Sumber data

1.6.4.2.1 Sumber data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari informan yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan VR Journey Indonesia. Informan tersebut meliputi pendiri, pengelola, dan pihak-pihak yang berperan dalam perancangan serta penyelenggaraan program *virtual reality*. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi guna mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pelaksanaan dakwah berbasis *virtual reality* di VR Journey Indonesia.

1.6.4.2.2 Sumber data sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen yang mendukung penelitian, seperti konten media sosial, website resmi, dokumentasi kegiatan, foto, video, artikel berita, serta berbagai literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan dakwah digital dan *virtual reality*. Data sekunder digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh dari sumber primer.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

1.6.5.1 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2023), *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan

tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena informan yang dipilih dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung terhadap fenomena yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang relevan, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan peran dan keterlibatannya dalam proses adopsi, pengembangan, implementasi, dan keberlanjutan pemanfaatan *Virtual Reality* sebagai media dakwah di VR Journey Indonesia. Pertimbangan tersebut didasarkan pada kemampuan informan dalam menjelaskan keseluruhan proses yang menjadi fokus penelitian, mulai dari tahap awal adopsi hingga pengembangan dan implementasinya di Indonesia.

Pemilihan informan dilakukan secara selektif agar data yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai perjalanan adopsi inovasi dakwah berbasis *Virtual Reality*. Dengan demikian, informasi yang diperoleh diharapkan dapat mendukung tercapainya tujuan penelitian serta menghasilkan data yang komprehensif sesuai dengan fokus penelitian.

1.6.5.2 Informan dan Unit Analisis

Informan merupakan sumber data utama dalam penelitian yang memberikan informasi sesuai dengan fokus kajian yang diteliti. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan

langsung dengan objek penelitian sehingga mampu memberikan data yang mendalam dan relevan.

Dalam penelitian ini, Muhammad Triangga selaku *Co-Founder* VR Journey Indonesia berperan sebagai informan utama karena memiliki peran penting dalam proses adopsi, perancangan dan pengembangan program dakwah berbasis *virtual reality* di VR Journey Indonesia.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2023), observasi digunakan untuk mengamati perilaku, aktivitas, maupun fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap praktik dakwah berbasis *virtual reality* yang dijalankan oleh VR Journey Indonesia. Peneliti mengamati proses pelaksanaan kegiatan, Peneliti mengamati pelaksanaan program VR Journey Indonesia, bentuk penyajian konten *virtual reality*, serta aktivitas yang berkaitan dengan penyampaian pesan keislaman. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh data yang mendukung pemahaman mengenai pelaksanaan dakwah digital pada VR Journey Indonesia.

1.6.6.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan secara langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Menurut Kriyantono (2020), wawancara memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam dari informan yang memiliki pengetahuan dan keterlibatan terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam VR Journey Indonesia untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik dakwah berbasis *virtual reality* yang dijalankan.

1.6.6.3 Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Moleong (2018), dokumen dapat digunakan sebagai sumber data karena mampu memberikan informasi yang mendukung dan melengkapi data hasil observasi maupun wawancara.

Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan VR Journey Indonesia, seperti foto kegiatan, video, arsip, media sosial, website resmi, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat dan melengkapi data yang diperoleh selama proses penelitian.

1.6.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik memeriksa keabsahan data memegang peranan penting agar temuan yang dihasilkan benar-benar valid, dapat dipercaya, serta menggambarkan realitas di lapangan secara tepat. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui proses tersebut, peneliti dapat memastikan kesesuaian data sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang lebih baik.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian proses untuk menelaah, mengklasifikasi, menyusun secara sistematis, menafsirkan, serta memeriksa keabsahan data sehingga suatu fenomena dapat memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah (Rosyidah dan Fijra, 2021:122). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi terlebih dahulu dipilah dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis agar mudah dipahami dan dianalisis. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh selama penelitian.

1.6.8.1 Reduksi data

Reduksi data merupakan proses memilih, menyederhanakan, serta memfokuskan data mentah yang diperoleh dari hasil observasi,

wawancara dengan informan, dan dokumentasi terkait inovasi dakwah digital berbasis *Virtual Reality* (VR) di VR Journey Indonesia. Proses reduksi dilakukan secara berkesinambungan sejak awal penelitian dengan menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, sehingga data yang tidak berkaitan dapat disisihkan, sedangkan data yang penting diorganisasikan secara sistematis agar memudahkan proses analisis.

1.6.8.2 Penyajian data

Pada tahap ini, data yang telah direduksi disusun secara sistematis dalam bentuk narasi, kutipan hasil wawancara, dokumentasi, serta hasil observasi mengenai inovasi dakwah digital berbasis *Virtual Reality* (VR) di VR Journey Indonesia. Penyajian data dilakukan agar memberikan gambaran yang utuh mengenai pelaksanaan inovasi dakwah berbasis VR serta memudahkan peneliti dalam memahami pola, hubungan, dan informasi yang diperoleh selama proses penelitian.

1.6.8.3 Verifikasi atau penarikan kesimpulan

Pada tahap ini, data yang telah disajikan dianalisis lebih lanjut untuk menemukan makna, hubungan, dan temuan yang berkaitan dengan inovasi dakwah digital berbasis *Virtual Reality* (VR) di VR Journey Indonesia. Verifikasi dilakukan dengan menelaah kembali hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memastikan bahwa kesimpulan yang diperoleh sesuai dengan fakta di lapangan serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.