ABSTRAK

Muhammad Rafie *Content Writing* Motivasi Dakwah pada Media Sosial Instagram (Studi Interpretatif pada Konten Kreator di Akun Instagram @alfatahar_).

Media sosial Instagram menjadi salah satu *platform* yang dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran dakwah, khususnya melalui konten motivasi yang disesuaikan dengan karakteristik generasi muda. Akun Instagram @alfatahar_ menyajikan konten motivasi dakwah yang mengangkat berbagai persoalan kehidupan, seperti pengembangan diri, kesehatan mental, hubungan sosial, dan produktivitas dengan mengaitkannya pada nilai-nilai Islam. Dengan Melalui pendekatan *content writing*, akun ini berupaya menyampaikan pesan dakwah yang dapat diterima secara lebih efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembuatan konten motivasi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan audiens, proses penggunaan konten motivasi dakwah dalam membangun kedekatan dengan audiens, serta proses pelibatan audiens dalam konten motivasi dakwah pada akun Instagram @alfatahar_.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif dan metode deskriptif. Analisis dilakukan menggunakan Teori *Social Information Processing* (SIP) yang dikemukakan oleh Joseph B. Walther. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan Muhammad Sahar Ramadhan selaku pemilik akun Instagram @alfatahar_ sebagai informan utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content writing* Motivasi dakwah pada media sosial instagram @alfatahar_ diawali dengan proses pembuatan motivasi dakwah yaitu penetuan tema konten dan penyesuaian bahasa konten. Lalu Proses penggunaan konten motivasi dakwah yaitu dengan personal branding melalui gaya komunikasi, konsistensi interaksi dengan audiens dan membangun kepercayaan audiens dan proses melibatkan audiens dalam konten motivasi dakwah yaitu interaksi dua arah dengan audiens, pemanfaatan fitur instagram untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan terakhir membangun keterlibatan audiens secara berkelanjutan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *content writing* motivasi dakwah pada akun @alfatahar_ mampu membangun kedekatan, kepercayaan, dan keterlibatan audiens melalui proses pertukaran informasi sosial sebagaimana dijelaskan dalam Teori *Social Information Processing* (SIP).

Kata Kunci: *Content Writing*, Motivasi Dakwah, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

Muhammad Rafie *Motivational Da'wah Content Writing on Instagram (An Interpretive Study of Content Creators on the Instagram Account* @alfatahar_).

Instagram has become one of the social media platforms used to spread Islamic teachings, particularly through motivational content tailored to the characteristics of the younger generation. The Instagram account @alfatahar_ presents motivational content that addresses various life issues—such as self-development, mental health, social relationships, and productivity—by linking them to Islamic values. Through a content-writing approach, this account strives to convey da'wah messages that resonate more effectively with its audience.

This study aims to examine the process of creating motivational da'wah content that meets the audience's needs, the process of using such content to build rapport with the audience, and the process of audience engagement with the motivational da'wah content on the @alfatahar_ Instagram account.

This study employs a qualitative approach with an interpretive paradigm and descriptive methods. Analysis was conducted using the Social Information Processing (SIP) Theory proposed by Joseph B. Walther. Data were collected through observation, interviews, and documentation, with Muhammad Sahar Ramadhan—the owner of the Instagram account @alfatahar_—serving as the primary informant.

The results of the study indicate that the creation of motivational da'wah content on the Instagram account @alfatahar_ begins with the process of determining the content theme and adapting the language of the content. Next, the process of utilizing motivational da'wah content begins with personal branding through communication style, consistent interaction with the audience, and building audience trust. Finally, the process of engaging the audience in motivational da'wah content begins with two-way interaction with the audience, the use of Instagram features to increase audience engagement, and, lastly, fostering sustained audience engagement. The findings of this study indicate that the practice of motivational da'wah content writing on the @alfatahar_ account is able to build closeness, trust, and audience engagement through the process of social information exchange, as explained in Social Information Processing (SIP) Theory.

Keywords: Content Writing, Motivational Da'wah, Instagram, Social Media.