

ABSTRAK

Neng Fajrin Andiny: *Dakwah Kreatif Melalui Pesan Visual di Media Sosial
(Studi Fenomenologis Atas Pengalaman Kreator Akun Instagram @Dedekaka05)*

Perkembangan media sosial telah melahirkan berbagai bentuk dakwah kreatif melalui pesan visual di Instagram. Salah satu kreator yang aktif memanfaatkan media tersebut adalah akun Instagram @dedekaka05. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengalaman subjektif kreator dalam menghasilkan dan mengembangkan ide dakwah visual, menganalisis pengalaman subjektif dalam menentukan strategi pesan visual sebagai bentuk dakwah kreatif, serta menggambarkan pengalaman subjektif dalam merancang dan merealisasikan strategi dakwah kreatif melalui pesan visual di Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi transendental Edmund Husserl yang dikembangkan oleh Clark Moustakas. Informan penelitian adalah kreator akun Instagram @dedekaka05 yang dipilih secara purposive. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap akun Instagram, serta dokumentasi. Analisis data mengacu pada tahapan fenomenologi Moustakas, sedangkan interpretasi proses kreatif menggunakan teori berpikir kreatif GRASP (*Generate, Reflect, Analyze, Select, dan Plan*) dari Griffiths dan Costi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kreator dalam menghasilkan ide dakwah visual bersumber dari pengalaman hidup, fenomena sosial, serta literasi keislaman yang kemudian dikembangkan melalui proses refleksi. Penentuan strategi pesan visual dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik audiens, tren media sosial, unsur komunikasi visual, serta validitas materi dakwah melalui proses *tabayyun* dengan memverifikasi kepada ustaz. Perancangan dan realisasi strategi dakwah dilakukan secara sistematis melalui penyusunan konsep, produksi, penyuntingan, evaluasi, hingga publikasi konten.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah kreatif melalui pesan visual di Instagram merupakan proses yang mengintegrasikan pengalaman hidup, kreativitas, literasi keislaman, dan strategi komunikasi digital sehingga menghasilkan pesan dakwah yang relevan, komunikatif, dan tetap menjaga autentisitas ajaran Islam.

Kata Kunci: Dakwah Kreatif, Pesan Visual, Dakwah Digital, Instagram, Fenomenologi

ABSTRACT

Neng Fajrin Andiny: *Creative Da'wah Through Visual Messages on Social Media: A Phenomenological Study of the Lived Experiences of the Creator of the Instagram Account @dedekaka05*

The development of social media has encouraged the emergence of various forms of creative da'wah through visual messages on Instagram. One of the content creators actively utilizing this platform is the Instagram account @dedekaka05. This study aims to describe the creator's subjective experience in generating and developing visual da'wah ideas, analyze the subjective experience in determining visual message strategies as a form of creative da'wah, and describe the subjective experience in designing and implementing creative da'wah strategies through visual messages on Instagram.

This study employed a qualitative approach using Clark Moustakas' transcendental phenomenological method. The research informant was the creator of the Instagram account @dedekaka05, selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observation of the Instagram account, and documentation. Data analysis followed Moustakas' phenomenological analysis, while the creative process was interpreted using the GRASP creative thinking theory (Generate, Reflect, Analyze, Select, and Plan) proposed by Griffiths and Costi.

The findings reveal that the creator generates visual da'wah ideas from personal experiences, social phenomena, and Islamic knowledge acquired from the Qur'an, Hadith, religious studies, and other references, which are further developed through a reflective process. The determination of visual message strategies is carried out by considering audience characteristics, social media trends, visual communication elements, and the validity of Islamic content through a verification process with a religious teacher. The planning and implementation of creative da'wah strategies are conducted systematically through concept development, content production, editing, evaluation, and publication.

This study concludes that creative da'wah through visual messages on Instagram represents a process of integrating life experiences, creativity, Islamic literacy, and digital communication strategies to produce da'wah messages that are relevant, communicative, and maintain the authenticity of Islamic teachings.

Keywords: *Creative Da'wah, Visual Messages, Digital Da'wah, Instagram, Phenomenology.*