

ABSTRAK

Farhandhika Azhar. “*Media Dakwah Visual di Instagram Masjid Al-Lathiif (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @masjidallathiif)*”.

Media Instagram merupakan salah satu media sosial dengan angka pengguna tertinggi di dunia. Penyebaran informasi dapat dengan mudah dilakukan, penyebarannya pun dapat menjangkau seluruh dunia serta dapat diterima kapan saja dan dimana saja. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh salah satu Masjid yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah yaitu Masjid Al-Lathiif dengan nama akun @masjidallathiif, berlokasi di Jalan Saninten No 2, Cihapit, Kota Bandung. Mereka memanfaatkan platform Instagram sebagai sarana untuk mendidik (*to educate*), informasi (*to inform*) dan hiburan (*to entertain*) yang dilandasi dengan tekad kuat melanjutkan misi dakwah Rasulullah Saw.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *visualizer* pada akun @masjidallathiif, *visual language* yang digunakan akun @masjidallathiif, *visual effect* yang digunakan akun @masjidallathiif, *visual information* pada akun @masjidallathiif dan *visual literacy* pada akun @masjidallathiif.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi visual dan media sosial. Kedua teori ini dianggap penulis sebagai teori yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini dikarenakan tahapan penelitian, proses penelitian dan komponen penelitian yang peneliti perlukan dalam penelitian terdapat pada kedua teori ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang nantinya diharapkan menghasilkan data berupa bahasa tertulis maupun lisan dari akun pada lembaga yang diamati. Data diperoleh melalui wawancara mendalam kepada ketua tim media dakwah akun Instagram @masjidallathiif, hasil observasi dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini, menyimpulkan bahwa *visualizer* pada akun Instagram @masjidallathiif bekerja dengan niat ikhlas mengabdikan diri untuk dakwah Islam sehingga ini menjadi dasar dari konsistensi dan totalitas dalam mengelola akun Instagram, selanjutnya *visual language* yang dipakai pada akun Instagram @masjidallathiif adalah bahasa yang jelas, lugas, tidak bertele-tele dan menggunakan bahasa kaum anak muda, lalu *visual effect* yang digunakan berupa *visual effect* animasi sederhana yang digunakan sebagai sarana ilustrasi kejadian yang tidak bisa digambarkan langsung di dunia nyata, selanjutnya *visual information* digunakan dalam menyampaikan informasi kajian dan kegiatan pada akun Instagram @masjidallathiif, lalu *visual literacy* akun Instagram @masjidallathiif sangat baik, mereka selalu melakukan riset sebelum membuat konten yang menjadi kunci keberhasilan menuai hal-hal positif seperti tersampainya informasi dengan baik dan menuai banyak *like*.

Kata Kunci: dakwah, komunikasi visual, media sosial, instagram