

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sudah menjadi keharusan bagi setiap muslim maupun muslimah mengajak setiap insan ke jalan Allah SWT. Hal tersebut sudah terlebih dahulu diajarkan oleh Rasulullah SAW sebagai upaya untuk menyeru manusia agar dapat memahami, mengetahui, meyakini, serta mengamalkan ajaran Allah. Kegiatan tersebut disebut sebagai dakwah yakni menyebarkan ajaran Islam dengan tujuan menggerakkan manusia agar senantiasa menghindari larangan dan mentaati setiap perintah-Nya.

Adapun perintah untuk mendakwahi manusia pada kebajikan serta perbuatan *amar makruf nahi munkar*, Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran (3): 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang *makruf*, dan mencegah dari yang *munkar*. Mereka itulah orang-orang yang beruntung (Kemenag RI, 2019).

Lalu terdapat salah satu hadis riwayat Muslim dan Tirmidzi, dalam hadis tersebut Rasulullah SAW memerintahkan umat muslim untuk senantiasa melakukan *amar makruf* (segala sesuatu yang mengarah pada kebaikan yang diperintahkan oleh agama) dan *nahi munkar* (segala keburukan yang merujuk pada larangan oleh perintah agama) sebagai kontrol sosial yang juga menekankan untuk jangan sekali-kali mengabaikannya (Suhandang, 2013: 11).

Pada kutipan ayat dan hadis tersebut secara sederhananya dapat diartikan bahwa dakwah dalam Islam merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk menyeru seluruh umat manusia pada kebaikan. Sekaligus sebagai upaya lainnya dalam merubah pola pikir, merasakan, serta merubah cara hidup manusia guna meraih kehidupan yang lebih baik (Muharam dkk, 2020: 53).

Sebagaimana urgensi dakwah bagi umat muslim yakni dapat dikatakan sebagai kebutuhan sosial untuk membangun tatanan sosial dengan memadukan keduanya. Secara teologis, dakwah merupakan kewajiban. Sedangkan secara sosiologis, dakwah merupakan kebutuhan yang tidak akan bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari (Aziz, 2015: 372).

Maka dari itu, kegiatan dakwah semestinya membutuhkan sebuah rangkaian yang melibatkan unsur-unsur penting di dalamnya agar dakwah dapat dengan mudah tercapai. Pada prosesnya, beberapa unsur tersebut saling berkaitan satu sama lainnya. Terdapat enam unsur dakwah yang menjadi acuan, yakni: 1) *Da'i* (juru dakwah); 2) *Mad'u* (jama'ah); 3) *Maddah* (materi/pesan dakwah); 4) *Wasilah* (media dakwah); 5) *Thariqah* (metode dakwah); dan 6) *Atsar* (efek dakwah) (Helmi, 1973: 31).

Wasilah atau bisa juga disebut sebagai media ini merupakan salah satu unsur penting yang terdapat dalam aktivitas dakwah. Sedangkan media yang diartikan sebagai tengah. Kata ini sendiri adalah bentuk jamak dari kata "*medium*" yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar.

Pengertian lainnya menyebutkan bahwa media adalah semua bentuk perantara yang dipergunakan oleh manusia yang bertujuan menyampaikan atau

menyebarkan ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan tersebut sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2002: 4). Dikatakan dalam buku Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, media bisa diartikan sebagai perantara atau penghubung yang terletak di antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk (Dagun, 2000: 634).

Mengikuti pengertian di atas dapat disimpulkan secara sederhananya bahwa media dakwah merupakan sebuah sarana, perantara, penghubung, atau pengantar yang dimanfaatkan oleh *da'i* (juru dakwah) dalam menyampaikan materi atau pesan dakwahnya kepada *mad'u* (jama'ah) agar nilai-nilai kebaikan serta ajaran Allah SWT dapat dipahami dan tersampaikan dengan baik kepada penerima pesan.

Efektivitas sebuah dakwah berhasil atau tidaknya bergantung pada media atau perantara apa yang digunakan oleh juru dakwah. Seorang juru dakwah harus peka terhadap media dakwah seperti apa yang disukai oleh jama'ah, sehingga pesan dakwah tersebut dapat dengan mudah tersampaikan serta dipahami dengan baik oleh jama'ah. Juru dakwah juga dituntut harus kreatif, karena sesuatu yang disukai sudah pasti akan lebih mudah diterima oleh khalayak termasuk para penerima pesan dakwah.

Jika menilik kegiatan dakwah klasik, biasanya dakwah berlangsung di dalam Masjid dengan dihadiri oleh para jama'ah. Selepas shalat para jama'ah sudah siap mendengarkan ceramah yang dipandu oleh seorang juru dakwah

yang berdiri di belakang mimbar. Namun, tidak akan selamanya metode tersebut akan efektif digunakan.

Seiring berkembangnya zaman, seorang *da'i* tidak bisa hanya mengandalkan ceramah dalam menyampaikan dakwah. Problematika yang ada saat ini mengharuskan para pelaku dakwah memanfaatkan setiap pembaruan yang ada maupun inovasi yang hadir di lingkungan masyarakat. Hal tersebut dilakukan dengan sepenuh hati sebagai bentuk keseriusan umat muslim dalam menjalankan perintah Allah SWT dan teladan Rasulullah SAW. Beragamnya media yang berkembang di era modern saat ini mereka manfaatkan sebagai cara atau alternatif baru dalam menyampaikan pesan-pesan Islami.

Selain dinilai sebagai suatu inovasi baru yang dirasa lebih efektif dan efisien sehingga mengubah pola dakwah yang sudah ada sejak dahulu. Salah satu media elektronik yang dimanfaatkan dalam dakwah modern ini yakni biasa kita sebut sebagai media sosial. Tidak seperti dakwah klasik yang terbatas ruang dan waktu dalam prosesnya, media sosial ini tak dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga para *da'i* memiliki keleluasaan serta peluang yang lebih besar dalam menyampaikan pesan dakwah. Banyak media sosial yang populer dikalangan masyarakat saat ini, salah satunya yakni Instagram.

Sebagaimana melansir dari *databoks.katadata.co.id* yang diakses pada 10 Mei 2023, laporan hasil survey menurut laporan *We Are Social* menyebutkan bahwa per-Januari 2023 Instagram memiliki 1,32 miliar pengguna aktif di seluruh dunia dan Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara pengguna aplikasi Instagram terbanyak yakni sebanyak 89,15

juta pengguna. Data tersebut membuktikan bahwa Instagram dapat menjadi alternatif baru dakwah dalam menarik para jama'ah karena penyebarannya yang begitu cepat.

Terdapat beberapa alasan mengapa aplikasi Instagram ini begitu banyak digemari karena ia menawarkan banyak fitur menarik pada penggunanya. Kelebihan-kelebihan tersebut yang akhirnya memperbaharui pola dakwah, sehingga dakwah tidak hanya disampaikan melalui lisan atau tulisan, bahkan dapat melalui desain ilustrasi, animasi, foto, video, bahkan audio-visual secara langsung.

Melihat tingginya minat pengguna dalam penggunaan media elektronik, *platform* media sosial tersebut dapat menjadi sebuah peluang dakwah yang baik jika dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik pula. Meskipun saat ini sudah ada kemudahan, dalam penyampaiannya dakwah juga harus dikemas dengan cara baru yang lebih menarik. Salah satunya yakni dengan mengemas pesan dakwah ke dalam bentuk gambar ilustrasi.

R. M. Soenarto menyebutkan, ilustrasi merupakan suatu gambar atau hasil proses grafis yang membantu sebagai penghias, penyerta ataupun memperjelas suatu kalimat dalam sebuah naskah dalam mengarahkan pengertian bagi pembacanya. Pengertian ilustrasi lainnya dikatakan oleh Harry Wibowo yakni ilustrasi adalah gambar Dwi Matra yang menghidupkan, menghias, sekaligus memperjelas sebuah naskah tulisan yang diperbanyak dengan teknik cetak dalam warna hitam, putih ataupun lengkap (berwarna)

dengan wujud gambar coretan tangan, foto, diagram maupun grafik (Hadyoman, 1985: 54).

Kedua definisi tersebut dengan tegas menyebutkan bahwa ilustrasi berfungsi untuk memperjelas suatu pengertian yang terdapat pada naskah atau tulisan. Selain itu, ilustrasi yang berupa diagram, grafik maupun coretan tangan (secara manual atau dengan alat bantu digital) memiliki fungsi untuk menghias sekaligus lebih menghidupkan pengertian atau makna yang terdapat dalam naskah atau tulisan yang ingin diinterpretasikan.

Menghidupkan ini dapat digambarkan sebagai perasaan audiens ketika membaca sebuah naskah tersebut. Entah ketika melihat ilustrasi tersebut dapat merasakan sedih, gembira, marah ataupun perasaan lainnya. Sehingga perasaan tersebut dapat menyalurkan emosi dalam konteks “menghidupkan” naskah ini sesuai dengan representasi bentuk visual dari naskah atau tulisan tersebut (Maharsi, 2018: 4-5).

Pengemasan dakwah ke dalam konten gambar ilustrasi saat ini sudah banyak dimanfaatkan oleh para ilustrator yang menjadikannya sebagai sarana baru untuk berdakwah. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan banyaknya akun-akun dakwah di Instagram yang memanfaatkan ilustrasi dengan tujuan untuk berdakwah. Karena selain menarik para ilustrator juga melihat banyaknya pengguna yang antusias terhadap ilustrasi dakwah yang disajikan.

Memilih media penyebaran dakwah pun menjadi indikator penting lainnya agar tujuan dakwah dapat tercapai dengan baik. Karena itu dapat mempengaruhi jumlah khalayak yang dalam menerima pesan dakwah tersebut.

Maka dibutuhkan pola komunikasi massa dalam penyampaiannya. Komunikasi massa merupakan kemampuan media massa dalam membuat produksi massal untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar (Suherdiana, 2008: 373).

Salah satunya yakni akun Instagram @peredapilu. Memiliki 15.1 ribu *followers* terhitung sampai tanggal 14 Mei 2023 akun tersebut berisi konten-konten dakwah yang dikemas secara menarik melalui gambar ilustrasi dengan perpaduan warna dan gambarnya yang menarik di tiap unggahannya yang kemudian dipublikasikan di media sosial Instagram. Akun Instagram ini juga dirasa peneliti menarik karena setiap materi atau pesan dakwah yang disampaikan melalui visual tersebut mengangkat keresahan yang kerap dialami oleh kaum muslim saat ini sehingga sangat *relate* dengan kebanyakan orang.

Berdasarkan beberapa hal yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, peneliti merasa sangat tertarik melakukan penelitian terhadap strategi yang digunakan oleh akun Instagram @peredapilu tersebut dalam menyebarkan ajaran Islam dalam bentuk desain ilustrasi guna menambah kajian serta pemahaman ilmu dakwah melalui media yang baru.

Selain itu, akun Instagram @peredapilu ini pada setiap konten ilustrasinya selalu menggunakan perpaduan warna yang cerah dan terkesan ceria. Hal ini sesuai dengan *caption* yang terletak pada bio Instagramnya yakni “*Daily Reminder from Hafsha*”. Maka dari itu, peneliti akan mengkaji bagaimana sebuah ilustrasi melalui Instagram dapat dimanfaatkan dalam menyebarkan ajaran Islam sebagai salah satu penunjang keberhasilan dakwah Islam di masa kini.

B. Fokus Penelitian

Penggunaan Ilustrasi sebagai konten dakwah pada akun Instagram @peredapilu dianggap menarik dan menjadi salah satu alternatif dalam proses penyampaian dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman modern saat ini. Maka penelitian ini akan berfokus pada **“Strategi Akun Instagram @Peredapilu dalam Memanfaatkan Ilustrasi sebagai Konten Dakwah”** ada beberapa pertanyaan yang dijadikan landasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perumusan perencanaan akun Instagram @peredapilu dalam memanfaatkan ilustrasi sebagai konten dakwah?
2. Bagaimana implementasi perencanaan akun Instagram @peredapilu dalam memanfaatkan ilustrasi sebagai konten dakwah?
3. Bagaimana evaluasi perencanaan yang dilakukan akun Instagram @peredapilu?

C. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa fokus penelitian yang peneliti jadikan sebagai acuan.

Maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana proses perumusan perencanaan akun Instagram @peredapilu dalam memanfaatkan ilustrasi sebagai konten dakwah
2. Mengetahui bagaimana implementasi perencanaan akun Instagram @peredapilu dalam memanfaatkan ilustrasi sebagai konten dakwah
3. Mengetahui bagaimana evaluasi perencanaan yang dilakukan akun Instagram @peredapilu

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat memperoleh sebuah kajian ilmu yang baru, khususnya di bidang dakwah modern untuk kedepannya dapat menjadi sumber pengetahuan atau acuan bahwasannya proses dakwah selalu berkembang setiap saat. Sebagaimana ajaran Islam yang bersifat fleksibel menghadapi setiap zamannya. Begitu pula dengan dakwah, massifnya perkembangan teknologi membuat proses komunikasi semakin cepat dan mudah.

Hal tersebut tentu memudahkan para da'i dalam menyebarkan agama Islam dengan menggunakan metode yang lebih kreatif dan menarik lagi, begitupun dengan jama'ah yang dimudahkan pula dalam mendapatkan materi dakwah melalui teknologi. Semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dalam perkembangan dakwah dengan penggunaan media ilustrasi di periode yang akan datang, sehingga aktivitas dakwah dapat tetap eksis di tengah gempuran pembaruan teknologi dan informasi.

2. Secara Praktis

Peneliti sangat berharap bahwa hasil dari penelitian ini mampu memberi manfaat pada setiap pelaku dakwah, terutama bagi para pelaku dakwah agar dapat berinovasi dan lebih kreatif dalam menentukan sarana atau media dakwah yang akan digunakan nantinya agar dapat dengan mudah bersaing di era pembaruan teknologi saat ini. Dengan penelitian ini juga penulis berharap dapat berkontribusi terhadap perkembangan akademis

jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) serta menjadi referensi bagi mahasiswa dalam berdakwah untuk menunjang keberhasilan aktivitas dakwah dengan menggunakan media visual.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Terdapat sejumlah penelitian yang dianggap relevan dengan topik yang akan penulis kaji dalam penelitian ini. Dengan begitu, peneliti mengkaji beberapa penelitian sebelumnya untuk menjadi bahan perbandingan dan bahan acuan serta referensi dalam proses penelitian dengan tujuan untuk menghindari adanya plagiasi dalam penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Penelitian yang relevan

No.	Penelitian Terdahulu	Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Penelitian oleh Abdul Hasib Hudaya, seorang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah	Abdul Hasib Hudaya, tahun 2022.	Pembahasan yang dibahas oleh Abdul Hasib Hudaya memiliki kesamaan pada objek penelitiannya	Perbedaannya yakni terletak pada teori yang digunakan dalam penelitian.

	(Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @Yudhidarmawan)”		berupa media sosial.	
2.	Penelitian oleh Nurbaiti Dwi Damayanti, seorang mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Motion Graphic sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif pada Video di Kanal YouTube ‘Bener Gitu?’)”	Nurbaiti Dwi Damayanti, tahun 2022.	Pembahasan yang dibahas oleh Nurbaiti Dwi Damayanti memiliki kesamaan berupa media komunikasi visual sebagai media dakwah.	Perbedaannya yakni terletak pada objek penelitiannya, Nurbaiti Dwi Damayanti pada media komunikasi visual animasi Motion Graphic di kanal YouTube sedangkan peneliti pada media komunikasi visual ilustrasi pada akun Instagram.

3.	Penelitian oleh Salma Dinda Regina, seorang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Strategi Tabligh Imam Shamsi Ali dalam Penyebaran Islam di Amerika Serikat”	Salma Dinda Regina, tahun 2023.	Pembahasan yang dibahas oleh Salma Dinda Regina sama yakni menggunakan teori manajemen strategi.	Perbedaannya yakni terletak pada objek penelitiannya jika Salma Dinda Regina pada seorang ulama sedangkan peneliti pada akun Instagram.
4.	Penelitian oleh Tari Dewi, seorang mahasiswi UIN Suska Riau dengan judul “Strategi Dakwah Komunitas Life For Ummah (LFU) Pekanbaru dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Pekanbaru”	Tari Dewi, tahun 2020.	Pembahasan penelitian memiliki kesamaan berupa teori yang digunakan yakni teori manajemen strategis Fred R. David.	Perbedaannya yakni terletak pada objek penelitiannya jika Tari Dewi pada Komunitas sedangkan peneliti pada akun Instagram.

5.	Penelitian oleh Vanny Rosa Marini, seorang mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “ Strategi Muslim Designer Community (MDC) dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah ”	Vanny Rosa Marini, tahun 2017.	Pembahasan dalam penelitian menggunakan teori penelitian yang sama yakni teori manajemen strategis oleh Fred R. David dan Instagram sebagai objek penelitian.	Perbedaannya terdapat pada subjek penelitiannya. Jika Vanny Rosa Marini pada Instagram komunitas sedangkan peneliti pada Instagram perseorangan.
----	---	--------------------------------	---	--

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Menurut Fuad Hassan, teori merupakan alat terpenting dari suatu ilmu pengetahuan karena berperan untuk menyimpulkan generalisasi-generalisasi dari fakta-fakta hasil pengamatan. Teori juga berfungsi sebagai kerangka penelitian yang memberi batasan terhadap fakta-fakta konkret yang tidak terbilang banyaknya. Karena teori ialah generalisasi abstrak dari fakta-fakta yang konkret, maka jika teori itu digunakan seolah-olah akan bisa meramalkan bahwa fakta-fakta yang merupakan unsur teori akan terjadi di situ (Koentjaningrat, 1980: 19).

Maka dari itu peneliti menerapkan teori manajemen strategis yang dikembangkan oleh Fred R. David. Menurut Dian Wijayanto yang menyatakan bahwa manajemen merupakan ilmu dan seni. Manajemen sebagai ilmu yang disusun melalui proses pengkajian yang panjang oleh para ilmuwan bidang manajemen dengan pendekatan ilmiah. Dalam aplikasinya manajemen merupakan seni, yaitu mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ingin diraih (Wijayanto, 2012: 10).

Sedangkan pengertian strategi menurut Jack Trout yakni inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetisi, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak customer, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialis, menguasai satu kata sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik (Suyanto, 2007: 17).

Maka dari itu, Pearce dan Robinson (2014: 5) menjelaskan bahwa manajemen strategis sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan. Penjelasan tersebut sejalan dengan proses perencanaan terstruktur menurut Fred R. David (2009: 37) yang menyebutkan bahwa strategi memiliki tiga tahap yang harus dilalui di antaranya yakni Perumusan Strategi, Implementasi strategi, dan Evaluasi Strategi.

Oleh karena itu, penelitian ini hendak menyajikan strategi yang digunakan oleh akun Instagram @peredapilu yang memanfaatkan desain ilustrasi sebagai konten dakwah dengan menganalisis proses perumusan strategi dalam pembuatan konten dakwah dalam bentuk ilustrasi, lalu bagaimana akun tersebut mengimplementasikan suatu strategi dalam mengelola sebuah akun dakwah dan evaluasi strategi seperti apa yang digunakan oleh akun tersebut menggunakan teori manajemen strategis Fred R. David.

2. Kerangka Konseptual



Bagan 1. 1 Kerangka konseptual penelitian

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan wawancara langsung bersama pemilik akun sekaligus ilustrator dari akun Instagram @peredapilu di kediamannya langsung yakni di Pasir Koja, Kabupaten Bandung. Peneliti juga sekaligus

akan mengkaji beberapa ilustrasi konten dakwah yang telah diposting oleh pemilik pada akun dakwah tersebut.

2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut Guba dan Lincoln, paradigma ialah seperangkat kepercayaan dasar (metafisik) yang bermuara pada tujuan akhir atau keyakinan utama. Tegasnya, bahwa paradigma merupakan pandangan dunia, perspektif umum, cara kerja dalam memahami kerumitan dunia atau alamiah (Salim & Syahrudin, 2012: 28-29).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis merupakan paradigma yang meletakkan pengamatan dan objektivitas ketika menemukan sebuah realitas atau ilmu pengetahuan. Dengan mengaplikasikan paradigma konstruktivisme peneliti berharap bahwa hasil penelitiannya dapat memengaruhi cara pandang meneliti dalam mengamati dan menganalisis secara sistematis objek penelitian yang berupa strategi yang digunakan oleh akun Instagram @peredapilu tersebut.

Maka dengan begitu, pendekatan yang dipergunakan yakni pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin, penelitian kualitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang prosedur dan penemuannya tidak memakai tata cara statistik dan kuantifikasi. Maka penelitian kualitatif ialah penelitian mengenai kehidupan seseorang, cerita, perilaku dan juga tentang fungsi organisasi, gerakan sosial atau hubungan timbal balik (Salim dan Syahrudin, 2012: 41).

3. Metode Penelitian

Peneliti akan menggunakan studi deskriptif dalam penelitian ini. Sugiyono berpendapat bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode atau tata cara penelitian ini berlandaskan pada filsafat post-positivisme dan kerap kali dipergunakan untuk meneliti suatu kondisi objektif yang alamiah di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2008: 15). Dengan pengertian tersebut, mengharuskan peneliti turun langsung ke lapangan serta melihat dan mengambil data secara objektif berdasarkan fakta empiris yang selanjutnya menarik sebuah kesimpulan dari data maupun fakta yang telah ditemukan.

Maka dari itu, peneliti bertujuan untuk meneliti objek tersebut langsung kepada yang bersangkutan. Selain informasi yang didapatkan akan lebih valid penelitian tersebut harus mempelajari perilaku manusia secara rinci. Senada dengan Faisal Sanapiah (1990) yang mengatakan bahwa mempelajari perilaku manusia diperlukan penelitian yang mendalam sampai ke perilaku intinya (*inner behavior*) secara holistik dan bertolak dari sudut pandang manusia dan perilaku manusia.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini akan menyajikan data kualitatif yang akan mendeskripsikan hasil penelitiannya yang didapatkan dari observasi, wawancara mendalam kepada informan dan data kepustakaan yang

menjadi sumber dan rujukan peneliti dalam proses penelitian yang nantinya dibuat ke dalam bentuk narasi.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Iqbal Hasan (2002: 82) menyatakan data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Data primer diperoleh dari informan sebagai sumber penelitian yaitu individu atau perseorangan. Data primer ini dapat berupa: a) Catatan hasil wawancara, b) Hasil observasi lapangan, c) Data-data mengenai informan. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan menjadikan ilustrator akun Instagram @peredapilu sebagai sumber primer pada penelitian ini.

2) Sumber Data Sekunder

Berdasarkan pengertian sumber data sekunder bahwa data diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002: 58). Maka dari itu peneliti akan menggunakan data sekunder yang diterapkan pada penelitian ini untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh sebelumnya yaitu dengan mencari informasi tambahan dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan sumber-sumber lainnya yang mendukung.

5. Informan atau Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan tertentu yang menjadi sasaran untuk diteliti yakni bisa berupa individu, kelompok, bahkan benda sebagai subjek penelitiannya. Maka informan atau unit analisis dalam penelitian ini adalah ilustrator sekaligus pendiri akun Instagram @peredapilu. Karena dirasa oleh peneliti dapat memberikan penjelasan atau penjabaran mengenai topik penelitian yang diangkat dengan baik.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan proses psikologis dan biologis berupa mengingat dan mengamati objek penelitian (Sugiyono, 2017: 145). Kegiatan observasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan ialah ketika peneliti murni hanya mengamati tidak terlibat dalam mengikuti aktivitas tersebut. Maka dengan itu, karena subjek telah bersedia untuk membantu proses penelitian ini dan subjek berada dalam jangkauan peneliti maka proses observasi akan dilaksanakan dengan *manipulated situation* yakni melakukan seolah-olah berkegiatan namun dibawah pengawasan peneliti.

Berdasarkan 45 konten ilustrasi yang diunggah oleh akun Instagram @peredapilu sejak postingan pertama pada 6 Februari 2020 hingga saat ini peneliti akses pada 24 Juli 2023 hanya terdapat 16 unggahan ilustrasi konten dakwah yang diteliti sebagai bahan observasi

peneliti. Hal tersebut berdasarkan pada materi dakwah yang diangkat pada konten tersebut dan jenis ilustrasi konten dakwah berdasarkan fitur Instagram yang digunakan.

b. Studi Dokumentasi

Peneliti akan mengkaji informasi berupa data yang berkaitan dengan akun Instagram @peredapilu, seperti jumlah *engagement rate* (sejumlah interaksi yang terjadi dalam postingan) akun Instagram @peredapilu berdasarkan jenis kelamin dan usia pengikutnya.

c. Wawancara Mendalam

Penulis akan melakukan wawancara mendalam secara langsung kepada subjek selaku ilustrator akun Instagram @peredapilu dengan teknik wawancara semi terstruktur. Teknik ini digunakan dengan tujuan agar peneliti tetap memiliki acuan pertanyaan namun memiliki kebebasan juga dalam mengembangkan pertanyaan dengan improvisasi kepada subjek yang dituju.

d. Kepustakaan

Pada penelitian ini, penulis memakai kepustakaan yang mempunyai kaitan dengan media komunikasi visual ilustrasi, atau media sosial Instagram.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Melakukan klarifikasi untuk memperoleh kebenaran data merupakan suatu hal yang paling penting dalam sebuah penelitian. Tujuannya agar tidak adanya *miss information* dalam pengambilan

kesimpulan terkait data yang diperoleh. Proses klarifikasi kebenaran data atau informasi yang didapatkan dari narasumber beserta rujukan lainnya yang meliputi beberapa hal yakni uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, maupun konfirmabilitas. Teknik-teknik itu bertujuan untuk memperoleh data yang benar adanya sesuai fakta empiris di lapangan agar terhindar dari informasi dan data yang tidak akurat nantinya yang diperoleh oleh peneliti.

8. Teknik Analisis Data

Menurut Milles dan Huberman (1992: 16) beberapa jenis teknik analisis data yang dapat diaplikasikan sebagai berikut:

a) Pengumpulan Data

Penelitian diawali dengan melakukan pengumpulan data dengan cara mencari, mencatat, serta mengumpulkan data melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi Instagram @peredapilu.

b) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih, memfokuskan, dan mencari tema serta pola. Dengan menerapkan teori manajemen strategis dari Fred R. David, yang nantinya akan menghasilkan kesimpulan mengenai formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi yang digunakan untuk memanfaatkan ilustrasi sebagai konten dakwah oleh akun Instagram @peredapilu.

c) Penyajian Data

Setelah mereduksi data, lebih lanjut peneliti menyajikan data tersebut. Data akan peneliti sajikan dalam bentuk tabel dan narasi agar memudahkan pemahaman mengenai kesimpulan yang dihasilkan. Penyajian ini dilakukan untuk membantu penulis mendeskripsikan data mengenai konten ilustrasi yang diunggah pada media sosial Instagram serta pemanfaatannya sebagai media penyebaran dakwah.

