

## ABSTRAK

### **Hindun Suaidah Dini Nasution: Strategi Kreator Konten Dalam Dakwah Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @mubadalah.id)**

Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, strategi menjadi sangat penting dalam berdakwah, khususnya di media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki peluang besar dalam menyebarkan pesan dakwah karena cepat mudah dan praktis. Namun jika tidak digunakan dengan bijak instagram juga dapat memberikan dampak negatif bagi penggunanya. Oleh karena itu, kreator konten yang berperan sebagai da'i di media sosial harus mampu mengemas konten dakwah dengan menarik dan relevan sehingga dapat menonjol di tengah maraknya konten yang kurang mendidik.

Akun Instagram @mubadalah.id merupakan salah satu contoh inovatif dalam memanfaatkan media sosial untuk dakwah. Akun ini dikenal dengan pendekatannya yang inklusif dan progresif, terutama dalam mengangkat isu-isu terkait kesetaraan gender dan keadilan dalam perspektif Islam. Melalui konten yang kreatif dan edukatif, @mubadalah.id berhasil menarik perhatian ribuan pengikut yang tertarik dengan dakwah yang relevan dengan isu-isu kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi yang digunakan oleh kreator konten dalam mengemas konten dakwah di akun instagram @mubadalah.id mulai dari strategi perumusan, implementasi hingga evaluasi efektivitas dari strategi tersebut dalam mencapai audiens yang luas.

Penelitian ini menggunakan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini juga menggunakan teori manajemen strategi Fred R. David yang mengemukakan bahwa terdapat 3 tahapan dalam proses strategi diantaranya yaitu perumusan, implementasi dan evaluasi.

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi kreator konten dalam berdakwah di media sosial. Adapun bentuk strategi yang digunakan yaitu strategi perumusan, implementasi dan evaluasi. Strategi perumusan terdiri dari identifikasi target audiens, penentuan tema konten, penentuan judul konten, dan pembuatan naskah konten. Strategi implementasi terdiri dari pembuatan konten grafis, menggunakan perspektif mubadalah, penulisan caption, dan publikasi konten. Strategi evaluasi terdiri dari merespon komentar dan share, peninjauan konten setelah diunggah 2-3 hari, dan evaluasi yang melibatkan seluruh tim mubadalah. .

**Kata kunci:** @mubadalah.id, Strategi Dakwah, Kreator Konten, Instagram