

ABSTRAK

Indra Margana (1204020064): Strategi Kreatif *Content Creator* Dalam Dakwah Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @alfatahar_).

Akun Instagram @alfatahar_ hadir dengan pendekatan dakwah kreatif di media sosial yang sesuai dengan tren terkini, melalui penggunaan audio yang sedang *hits*, visual yang estetik, serta narasi yang menyentuh jiwa. Akun ini mengaitkan fenomena sosial dan topik yang sedang viral dengan ajaran Islam. Sebuah pendekatan baru di kalangan pendakwah, khususnya bagi audiens Gen Z. Dengan pemahaman mendalam tentang platform Instagram, @alfatahar_ juga mampu membangun hubungan emosional yang kuat dengan para pengikutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengaturan (*managing*) pembuatan konten dakwah @alfatahar_, proses pembuatan (*creating*) konten dakwah @alfatahar_, penerapan evaluasi (*curating*) konten dakwah @alfatahar_, serta autentik dan identitas etnografi virtual pada akun Instagram @alfatahar_.

Penelitian ini menggunakan teori *Creative Strategy* dan *Creative Thinking* untuk menganalisis strategi konten dakwah akun Instagram @alfatahar_. Serta teori etnografi virtual, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana @alfatahar_ mengatur, membuat, dan mengevaluasi konten untuk mencapai tujuan komunikatifnya, serta bagaimana identitas dan keaslian yang terbentuk didalamnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode etnografi virtual untuk memahami pengemasan konten dakwah serta autentik dan identitas @alfatahar_ di media sosial. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan Sahar Alfatahar serta beberapa *followers* @alfatahar_.

Hasil Penelitian dalam akun Instagram @alfatahar_ menunjukkan bahwa Alfatahar terinspirasi oleh konten kreator seperti Raditya Dika, Hawariyyun dan Agung Hapsah, serta menerapkan ide sesuai keahlian dan pengalaman pribadi. Alfatahar menekankan pentingnya mengatasi rasa kurang percaya diri, riset mendalam, konsistensi, dan kualitas konten. Strategi Alfatahar mencakup analisis SWOT, *brainstorming*, dan *feedback* dari audiens.

Selain itu, ia memahami tren konten, menggunakan platform profesional, menjaga orisinalitas, dan memantau engagement untuk evaluasi. Konten yang dibuat terbagi menjadi *reels*, *feed carousel*, dan *voice over* dengan fokus pada estetika visual dan pesan yang konsisten. Alfatahar juga rutin mengevaluasi jumlah *followers* dan *engagement*. Dalam aspek etnografi virtual menunjukkan bahwa pendekatan ramah dan relevan dari Alfatahar berhasil memotivasi audiens muda untuk perubahan positif.

Kata kunci: Dakwah Media Sosial, *Content Creator*, Strategi Kreatif, Etnografi Virtual