

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada masa keberhasilan dakwah Rasulullah saw. pemuda memiliki peran penting dalam memperbaiki moralitas dan akhlak manusia. Mereka merupakan sekumpulan individu yang turut berperan dalam menyebarkan ajaran Islam. Dakwah Islam telah berjalan ratusan bahkan ribuan tahun lamanya. Namun, dalam perkembangannya di masa sekarang, pemuda menjadi sasaran utama dakwah. Hal ini karena pemuda merupakan generasi penerus yang akan melanjutkan perjuangan bangsa.

Kegiatan dakwah ini juga sudah ada sejak zaman dahulu dan terus berlanjut hingga saat ini. Pada zaman sekarang, pemuda menjadi fokus utama dakwah karena mereka memiliki peran yang signifikan dalam membentuk masa depan suatu bangsa. Dakwah Islam dilakukan secara terus menerus dengan tujuan menyebarkan Skebaikan. Pemuda menjadi target dakwah karena mereka memiliki potensi besar untuk berperan aktif dalam menyebarkan ajaran Islam dan mempengaruhi lingkungan sekitarnya.

Pada zaman ini, Islam kehilangan banyak pemuda setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh arus modern yang mengacu pada kesesatan. Oleh karena itu, dakwah kepada pemuda menjadi sangat penting untuk mengembalikan mereka ke jalan yang benar. Dalam keseluruhan, pemuda memiliki peran yang sangat penting dalam fenomena dakwah masa kini. Mereka merupakan generasi penerus yang memiliki potensi besar untuk

menyebarkan dan menerima ajaran Islam dan membentuk masa depan bangsa. Oleh karena itu, dakwah kepada pemuda menjadi fokus utama dalam upaya memperkuat dan memperluas penyebaran ajaran Islam. Terlebih pada zaman era digital saat ini para pendakwah bukan hanya menyampaikan dakwahnya hanya di masjid saja namun para pendakwah bisa menggunakan teknologi masa kini untuk menyampaikan pesan dakwahnya

Oleh karena itu di era digital saat ini, teknologi informasi dan media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Salah satu platform media sosial yang sangat populer dan memiliki pengguna aktif yang tinggi adalah Instagram. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan pada tahun 2023,

Berdasarkan data Napoleon Cat, terdapat 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Februari 2023, kemudian meningkat 12,9% dari tahun sebelumnya. Indonesia juga berada di urutan ke-4 negara dengan pengguna Instagram terlama di dunia, dengan rata-rata sebesar 15,4 jam per bulan atau sekitar 31 menit per hari. Pada Mei 2023, Indonesia menempati urutan ke-4 negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia, dengan 89,15 juta pengguna. Pada Februari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta. Dari data tersebut dapat kita simpulkan bahwa Instagram bisa menjadi salah satu alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dan mengembangkan dakwah di tengah masyarakat luas.

Dalam konteks agama, dakwah memiliki peran penting sebagai upaya menyampaikan ajaran agama dan nilai-nilai kebenaran kepada masyarakat

dengan berbagai cara, metode atau strategi yang relevan dan mudah diakses, termasuk memanfaatkan perkembangan teknologi pada saat ini. Kemajuan dakwah Islamiyah di Era digital ini memungkinkan dakwah untuk lebih efektif menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk generasi muda yang merupakan pengguna utama Instagram.

Strategi dapat diartikan sebagai metode dan potensi yang digunakan untuk menghadapi tujuan yang telah ditetapkan dalam situasi khusus, dengan tujuan mencapai hasil optimal. Pentingnya strategi dakwah bagi pelaku dakwah tidak dapat diabaikan, karena strategi tersebut menjadi salah satu elemen kunci dalam menjalankan kegiatan berdakwah, dan keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh efektivitas strategi yang digunakan.

Strategi dalam menyampaikan dakwah atau syariat Islam oleh salah satu akun Instagram yang fokus pada dakwah adalah @Haidaralfadhil_. Akun ini dijalankan oleh Haidar Alfadhil, seorang da'i muda muslim yang memiliki banyak pengikut di Instagram ternyata membawa dampak positif dikalangan masyarakat terutama para pemuda yang mengikutinya.

Dalam era digital saat ini, dakwah melalui media sosial telah menjadi salah satu metode yang paling efektif untuk menjangkau khalayak luas. Haidar Al-Fadhil adalah salah satu dai yang berhasil memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan pesan-pesan Islami dengan cara yang unik dan menyentuh hati.

Strategi dakwahnya yang sentimental mampu meluluhkan hati audiensnya, mengajak mereka untuk merasakan kedekatan emosional dengan pesan yang

disampaikan. Haidar menggunakan pendekatan yang lembut dan penuh kasih sayang, membuat setiap nasihatnya terasa hangat dan personal. Ini membuat audiens tidak hanya mendengarkan, tetapi juga merasakan pesan dakwah tersebut dengan sepenuh hati.

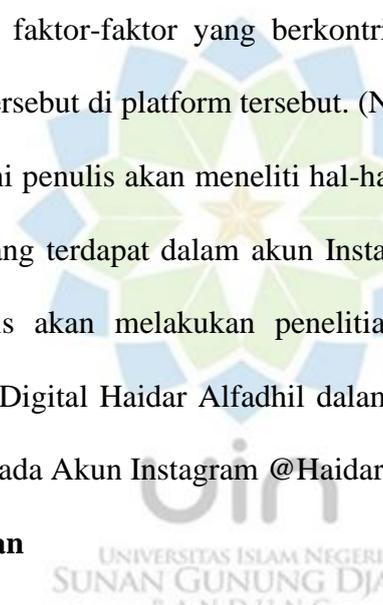
@Haidaralfadhil_ menggunakan berbagai strategi dakwah agar upaya dakwahnya efektif di era digital. Salah satu strategi yang dia gunakan adalah membuat konten yang menarik secara visual yang mudah dipahami dan dibagikan. Dia menggunakan gambar, video, dan grafik berkualitas tinggi untuk menyampaikan pesannya dengan cara yang menarik. Ini membantu menarik perhatian pengikutnya dan mendorong mereka untuk berbagi kontennya dengan orang lain.

Strategi dakwah digital lain yang digunakan @Haidaralfadhil_ adalah membuat konten yang relevan dengan pengikutnya. Ia berfokus pada topik-topik yang penting bagi kaum muda Muslim, seperti membangun hubungan yang kuat dengan Allah, menghadapi tantangan hidup, dan menjaga akhlak yang baik. Dengan membahas topik-topik ini, dia dapat terhubung dengan pengikutnya secara pribadi dan memberi mereka bimbingan dan dukungan.

@Haidaralfadhil_ juga menggunakan fitur Instagram untuk berinteraksi dengan pengikutnya. Dia menggunakan Instagram Live untuk mengadakan sesi tanya jawab, di mana dia menjawab pertanyaan dari pengikutnya secara real-time. Dia juga menggunakan Instagram Stories untuk membagikan pengingat harian dan pesan motivasi. Dengan menggunakan fitur-fitur tersebut, ia mampu menciptakan rasa kebersamaan di antara para pengikutnya

dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka.

Penelitian mengenai strategi dakwah digital melalui media sosial telah menjadi fokus kajian, seperti yang dilakukan oleh Aziz Setya Nurrohaman dalam penelitiannya berjudul "Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Konten Youtube Jena Nulis" pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk Penyampaian dakwah digital oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Kultum Pemuda Tersesat di kanal YouTube Jeda Nulis dijelaskan melalui faktor-faktor yang berkontribusi pada tingginya jumlah penonton konten tersebut di platform tersebut. (Nurrohaman, 2021).

Maka dengan ini penulis akan meneliti hal-hal yang berimplikasi terhadap strategi dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @Haidaralfadhil. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian, dengan judul penelitian, "Strategi Dakwah Digital Haidar Alfadhil dalam Menanamkan Nilai Akhlak (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Haidaralfadhil_)." 

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini lebih fokus terhadap Strategi Dakwah Digital Haidar Alfadhil dalam Menanamkan Nilai Akhlak. Lalu, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian seperti berikut :

1. Bagaimana Dakwah Sentimentil pada akun Instagram @Haidaralfadhil_?
2. Bagaimana Dakwah Rasional pada akun Instagram @Haidaralfadhil_?
3. Bagaimana Dakwah Indrawi pada akun Instagram @Haidaralfadhil_?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi dakwah Sentimentil pada akun Instagram @Haidaralfadhil_.
2. Untuk mengetahui strategi dakwah Rasional pada akun Instagram @Haidaralfadhil_.
3. Untuk mengetahui strategi dakwah Indrawi pada akun Instagram @Haidaralfadhil_.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap pengembangan nilai-nilai akhlak terhadap masyarakat. Dan juga diharapkan dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan kompetensi penelitian dan penulisan serta ilmu pengetahuan. Serta dapat memperkaya kajian ke-Kpi-an.

2. Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan komunikasi Intrapersonal yang ada hubungannya dengan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Serta diharapkan bahwa penelitian ini dapat memotivasi para content creator untuk melakukan dakwah melalui berbagai platform media dengan strategi yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperkaya pengetahuan para pelaku dakwah mengenai pentingnya

memanfaatkan perkembangan media saat ini sebagai sarana untuk berdakwah.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Selain itu dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian-penelitian sebelumnya yang serupa dengan penelitian ini sebagai bahan acuan dan rujukan bagi peneliti yang merumuskan masalah. Beberapa judul penelitian yang didapat peneliti adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Haris Mauludin yang berjudul **“Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram”**, hasil penelitian bahwasannya Strategi dakwah ini dapat di sebut sebagai proses elaborasi antara persoalan sosial dan narasi agama sebagai pencerahan, untuk menyuguhkan makna spiritualitas yang relevan dengan permasalahan umat. Persamaan pada penelitian ini yaitu topik kajian yang sama yaitu startegi dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan dakwahnya.
2. Skripsi Aziz Setya Nurrohmah yang berjudul **“Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis”**, hasil penelitian bahwasannya Pelaksanaan dakwah oleh Habib Ja’far terfokus pada generasi muda melalui kolaborasi dengan Tretan Muslim dan Coki Pardede. Habib Ja’far menyajikan dakwah dalam bentuk forum diskusi yang diunggah di platform YouTube. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti topik kajian yang sama. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan teorinya dan objek kajiannya.

3. Jurnal Nafis Putri yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyasman00”** hasil penelitian bahwasannya Husain Basyaiban menggunakan strategi tilawah sebagai transfer pesan dakwah dengan bahasa lisan dan tulisan. Kedua, Strategi tazkiyah, strategi ini dilakukan agar terjadi perubahan individu. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti strategi dakwah melalui media sosial. Sedangkan perbedaannya, berdasarkan teori yang digunakan.
4. Jurnal Saidah Nafisah Abdullah yang berjudul **“Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo”**. Berdasarkan temuannya yaitu, instagram Nunuzoo mengimplementasikan strategi dakwah Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*), Strategi rasional (*al-manhaj al-‘aqli*), dan Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*) dengan mengemas ketiga strategi tersebut dengan humor. Persamaan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai startegi dakwah digital dan perbedaannya terletak pada objek kajian dan teori yang digunakan oleh peneliti.
5. Thesis Sefti Khusnul Khotimah yang berjudul **“Strategi Dakwah NU Dalam Membangun Mental dan Karakter Masyarakat Melalui Pengajian Yasin dan Tahlil”**. Temuan penelitiannya yaitu Masyarakat senantiasa menyuarakan kejujuran dan menunjukkan perilaku rajin dalam beribadah guna meningkatkan keimanan kepada Allah SWT. Mereka terus memelihara semangat untuk bekerja keras, tidak menyerah, dan senantiasa mencintai tanah air. Persamaan pada penelitian ini membahas strategi dakwah yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek

kajian serta teori yang digunakan oleh peneliti.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a. Teori Strategi Dakwah Al-Bayanuni

Strategi dalam bahasa adalah suatu jalan yang jelas, rencana kegiatan yang matang untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan dari segi strategi merupakan rencana dan keputusan yang dirumuskan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan (Bayanuni, 2004: 44-45).

J. Salusu (2004) mengartikan strategi sebagai suatu seni yang Hal ini memerlukan keterampilan dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan, melalui hubungan-hubungannya efektif terhadap lingkungan dalam sebagian besar kondisi menguntungkan. Jadi dapat dimengerti bahwa strategi adalah suatu hal perencanaan dalam mengambil langkah dilakukan oleh individu atau organisasi, guna mencapai suatu tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Implementasi strategi Hal ini juga berguna agar tidak ada langkah yang terkesan sia-sia.

Al-Bayanuni mengartikan strategi dakwah (*manahij alda'wah*) sebagai ketentuan dakwah dan rencana dirumuskan untuk kegiatan dakwah (Aziz, 2004: 301). Al-Bayanuni membagi strategi dakwah menjadi tiga berdasarkan pemanfaatan dan spesialisasi serta bertumpu pada potensi manusia, antara lain (Al-Bayanuni, 2004):

- 1) Strategi Sentimentil (*Al-Manhaj al-Athifi*)
- 2) Strategi Rasional (*Al-Manhaj al-aqli*)

3) Strategi Indrawi (*Al-Manhaj al-hissi*)

Dakwah selalu menghadapi tantangan dari masa ke masa waktu sesuai dengan kondisi kehidupan masyarakat. Tanpa memperhatikan apapun tantangannya, dakwah harus dikemas sedemikian rupa sedemikian rupa sehingga dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat/mad'u berkhotbah dengan baik. Karena dakwah tidak bisa dilakukan dilakukan sembarangan, semuanya pasti ada strategi yang matang dan efektif.

Dakwah mempunyai tujuan yang sangat-sangat mulia, yaitu mempengaruhi orang lain sehingga orang tersebut berubah ke arah yang lebih positif berdakwah bukanlah perkara mudah, tidak semudah itu memutar telapak tangan (Efendi, 2006: 88-89). Oleh karena itu perlu diterapkan strategi agar dakwah dapat membuahkan hasil yang baik publik.

Pendekatan sentimental meluluhkan hati audiens dengan kelembutan dan kasih sayang, sementara pendekatan rasional memberikan penjelasan logis yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan indrawi, melalui penggunaan visual yang menarik, membantu memperkuat pesan dan meningkatkan daya ingat audiens.

Kombinasi ketiga strategi ini menjadikan dakwah Haidar Al-Fadhil tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menggerakkan hati dan pikiran audiens, menciptakan pemahaman dan kedekatan yang lebih

mendalam terhadap ajaran Islam.

b. Media Baru (New Media)

Teori media yang diungkapkan oleh McLuhan dan Harold Adam Innis menjelaskan bahwa perilaku individu dan masyarakat dapat terpengaruh secara signifikan oleh konten media yang mereka akses, mengingat media merupakan perpanjangan dari pemikiran manusia. Melalui media, manusia dapat dengan mudah mengkomunikasikan gagasan yang ada dalam pikirannya kepada orang lain.

Media baru secara umum terus diperbincangkan, dimana awal mulanya media termasuk dalam kategori media baru. Saluran media saat ini dicirikan oleh serangkaian pilihan yang membingungkan. Ratusan saluran kabel dan program sesuai permintaan tersedia setiap hari. Ada konten tak terbatas di internet. Saat ini, media baru menawarkan peluang untuk penciptaan selera dan konten media, seperti blog, halaman Facebook, portal berita, dan buku harian YouTube (Berger, dkk. 2014: 381).

Keunggulan teknologi komunikasi saat ini, terutama pada aplikasi-aplikasi, lebih fokus pada pengaturan cara komunikasi berjalan, pengelolaan aliran informasi, atau transformasi sistem, serta pemanfaatan media baru dalam bidang komunikasi. Fenomena ini yang mendorong pemanfaatan teknologi komunikasi, diperkirakan menjadi suatu arah dan hasil dari apa yang disebut sebagai "penyebaran inovasi" (Darmawan, 2012).

Efek yang timbul akibat hadirnya media baru ini mendorong masyarakat secara luas untuk memperluas bisnisnya, mengambil manfaat dari teknologi canggih dalam bidang informasi. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat umum melalui berbagai saluran media komunikasi ini. Walaupun komunikasi massa seringkali dikaitkan dengan radio, display kaset, dan surat kabar, kemudian berkembang menjadi media baru (new media). New Media ini mencakup ponsel, pesan instan, teknologi video atau DVD, televisi kabel digital, surel, internet, dan teknologi berbasis komputer (West & Turner, 2009).

Sejalan dengan kemajuan teknologi internet, terjadi perkembangan berbagai ide kreatif dalam menciptakan bentuk media komunikasi menggunakan teknologi internet. Salah satu contohnya adalah media sosial Instagram, yang kini sangat diminati oleh berbagai lapisan masyarakat.

G. Kerangka Konseptual

1. Strategi Dakwah Digital

Strategi memiliki asal kata dari bahasa Yunani yang memiliki arti "seni sang jendral" atau "kapal sang jendral". Pemahaman tersebut kemudian diperluas mencakup seni para laksamana dan komandan angkatan udara (Kustadi, 2014). Strategi dalam konteks dakwah dapat diartikan sebagai rencana atau langkah-langkah yang direncanakan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan dalam proses dakwah. Strategi dakwah melibatkan

pemilihan media dakwah yang tepat, penggunaan bahasa yang efektif, dan pemilihan pesan yang relevan untuk mencapai tujuan dakwah yang ditetapkan. Dalam berdakwah, strategi dapat digunakan untuk mempengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku *mad'u* setelah menerima pesan dari sumber. Strategi dakwah digital dapat mencakup penggunaan media cetak, media elektronik, atau interaksi langsung seperti tatap muka.

Dalam konteks dakwah, Asmuni Syukir mengemukakan bahwa dakwah memiliki ciri-ciri khas yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya (Munir, 2009). Argumen ini mungkin merujuk pada kompleksitas dan tujuan khusus dari proses dakwah yang tidak dapat disamakan dengan jenis komunikasi lainnya, mengingat dakwah memiliki dimensi spiritual, moral, dan edukatif yang unik.

Pandangan Bernard Berelson dan Gery A Steiner mengenai komunikasi sebagai transmisi informasi, gagasan, emosi, dan keterampilan melalui berbagai simbol (Wahyu, 2010) memberikan pemahaman yang lebih luas tentang cakupan komunikasi. Komunikasi dakwah tidak hanya tentang mentransmisikan informasi, tetapi juga melibatkan penyampaian gagasan, emosi, dan nilai-nilai moral dengan menggunakan simbol-simbol yang relevan untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam dan efektif.

Berdasarkan pemahaman ini, strategi dapat diartikan sebagai rancangan atau desain kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam proses berdakwah melalui digital. Strategi dakwah

digital melibatkan pemilihan asas-asas yang relevan, seperti asas filosofis dan asas kemampuan dan keahlian *da'i*, untuk mendukung keberhasilan dalam mencapai keberhasilan dalam proses berdakwah melalui media sosial.

2. Media Sosial (Instagram)

Platform Media Sosial (Instagram) Media sosial adalah alat dalam dunia internet yang memungkinkan individu untuk menggambarkan diri mereka sendiri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membentuk hubungan sosial dalam bentuk virtual (Rulli, 2017: 11).

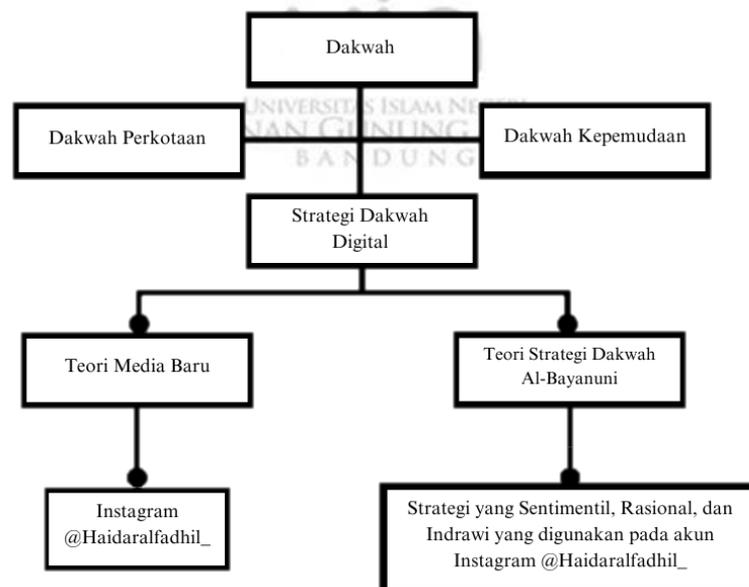
Instagram adalah salah satu wadah yang memungkinkan dalam berdakwah, di mana para aktivis dakwah memilihnya sebagai wadah. Instagram memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan cepat kepada audiens, dan dakwah melalui platform ini juga menarik karena melibatkan komunikasi yang bersifat dua arah. Bahkan, semua pengguna dapat berinteraksi langsung dengan pemberi dakwah melalui komentar atau fitur live di Instagram.

3. Nilai Akhlak

Kata 'akhlak' berasal dari kata 'khuluqun', yang merujuk pada budi pekerti, sementara kata 'khalqun' mengacu pada adat kebiasaan. Dalam aspek kebahasaan (etimologis), akhlak menggambarkan budi pekerti, adat kebiasaan, tingkah laku, kepribadian, atau segala hal yang sudah menjadi bagian alami dari sifat manusia.

Akhlahk adalah potensi yang muncul dari harmonisasi hati nurani, pemikiran, emosi, dan kebiasaan yang saling menyatu. Ini membentuk suatu kesatuan tindakan akhlahk yang diinternalisasikan dalam realitas kehidupan sehari-hari. Segala tindakan yang dijalankan ini akan memunculkan rasa moral yang terdapat dalam diri manusia sejak lahir, sehingga ia memiliki kemampuan untuk membedakan antara yang benar dan yang salah, yang bermanfaat dan yang tidak bermanfaat.

Sementara itu, dalam konteks penelitian ini, akhlahk merujuk pada bagaimana seorang remaja dapat menanamkan sikap dan perilaku yang mencerminkan identitas seorang muslim yang sejalan dengan ajaran Islam. Ini mencakup akhlahk terhadap Allah SWT, akhlahk terhadap Nabi Muhammad SAW, akhlahk terhadap sesama manusia, dan juga akhlahk terhadap lingkungan sekitar.



Bagan 1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Observasi Penulis, 2024

H. Langkah – Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan melalui literatur yaitu sebuah konten yang diposting oleh akun instagram @Haidaralfadhil_. Postingan-postingan di akun tersebut menyuguhkan visualisasi yang menarik untuk dilihat, juga terdapat bumbu-bumbu pesan dakwah yang tersimpan secara eksplisit maupun implisit.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan dasar metode dalam menginterpretasi, mengevaluasi, berpikir, dan bertindak terkait dengan aspek tertentu dari realitas (Moleong, 2007). Dalam penelitian ini, digunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme dengan pendekatan Fenomenologi Interpretatif. Melalui paradigma interpretatif ini, kita dapat menghasilkan temuan dari pengalaman subjek penelitian.

Pendekatan kualitatif merujuk pada metode penelitian yang berasal dari pendekatan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme dalam menjelaskan pengetahuan. Salah satu ciri pendekatan kualitatif adalah mempertahankan konteks alami, menjadikan manusia sebagai instrumen utama, menganalisis dengan cara induktif, membatasi masalah penelitian sesuai fokus penelitian, dan menganalisis data secara deskriptif, dan lain sebagainya (Moleong, 2007).

Pemilihan pendekatan kualitatif dengan deskripsi dalam penelitian terhadap akun Instagram @Haidaralfadhil_ ini didasarkan pada fakta bahwa

konten yang diunggah di akun tersebut tidak langsung berdakwah seperti umumnya, melainkan lebih kepada mengangkat fenomena sehari-hari dalam kehidupan kita. Postingan pada akun @Haidaralfadhil_ juga seringkali menyiratkan pesan dakwah baik secara eksplisit maupun implisit.

Pendekatan interpretatif juga membantu menggambarkan dari realitas simbolik menjadi deskriptif. Pendekatan interpretatif digunakan untuk menganalisis konten yang dihasilkan oleh @Haidaralfadhil_. Berdasarkan postingan yang diunggah oleh @Haidaralfadhil_ dan interaksi yang terjadi dalam kolom komentar, peneliti dapat menilai sejauh mana kesuksesan dakwah yang dijalankan oleh @Haidaralfadhil_. Respons dan partisipasi dari penerima pesan (*mad'u*) dalam beberapa konten @Haidaralfadhil_ menjadi indikator keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh akun tersebut.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah observasi non partisipan, sehingga peneliti dapat memperoleh data atau informasi secara bebas, karena tidak terikat dengan sumber data, sehingga peneliti hanya mengamati penelitian pesan Akhlak. Metode yang digunakan terkait erat dengan pertanyaan penelitian, sehingga dapat mempelajari lebih lanjut tentang topik ini.

Metode yang diputuskan oleh peneliti adalah analisis deskriptif, yang bertujuan untuk mengungkapkan strategi yang digunakan oleh para *da'i*. Pendekatan ini digunakan untuk menghasilkan data yang terperinci, serta untuk memahami makna mendalam dari pesan atau postingan yang disajikan

oleh akun Instagram @Haidaralfadhil_. Sebenarnya, data yang diambil adalah inti makna di balik informasi yang terlihat (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus adalah pendekatan penelitian yang secara teliti menyelidiki program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu tertentu. Lingkup kasus-kasus ini dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan data secara komprehensif dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data dalam batas waktu yang telah ditentukan (Yin & Robert, 2014). Sementara itu, pendekatan kualitatif, seperti yang dijelaskan oleh Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2012), menggali informasi dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, kemudian merinci data berupa deskripsi lisan atau tertulis.

Metode analisis deskriptif melalui studi pustaka dalam menganalisis strategi dakwah yang digunakan oleh akun @Haidaralfadhil_ dilakukan dengan mengelompokkan postingan berdasarkan kategori strategi dakwah digital yang mengutamakan tentang nilai akhlak. Selanjutnya, postingan-postingan ini dianalisis secara lebih mendalam untuk mengartikulasikan strategi dakwah yang dijalankan.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan adalah data lunak yang mencakup pernyataan dan tindakan subjek penelitian, yang menjadi

elemen utama dalam koleksi data dalam penelitian kualitatif. Elemen utama ini sangat penting untuk direkam dalam bentuk gambaran, rekaman, foto, atau video (Nugrahani, 2014).

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan juga adalah kualitatif, dan data lunak diambil melalui visualisasi gambar serta interaksi komunikasi verbal dan non-verbal yang kemudian dianalisis berdasarkan interpretasi strategi dakwah secara deskriptif pada akun Instagram @Haidaralfadhil_.

b. Sumber Data

1). Data Primer

Data primer biasanya disebut dengan data pokok. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari Konten Instagram yang di publikasi pada Akun Instagram @Haidaralfadhil_ baik berupa visual, gambar, teks, dialog atau yang lainnya. Peneliti juga melakukan wawancara kepada narasumber yang terlibat.

2). Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini merupakan data-data tambahan yang peneliti dapatkan, bersumber dari buku, jurnal, dan informasi lainnya berupa berita yang ada di internet. Data ini juga untuk menambah data primer, jika data tersebut kurang menjawab dari pertanyaan penelitian ini sehingga dapat memenuhi tujuan dari penelitian yang akan peneliti teliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Sumber utama data dalam penelitian kualitatif umumnya berasal dari manusia sebagai narasumber. Oleh karena itu, teknik wawancara merupakan metode utama untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin, secara rinci, dan mendalam. Teknik wawancara melibatkan dialog antara pihak-pihak yang terlibat dengan tujuan tertentu dalam pengumpulan data (Nugrahani, 2014).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan subjek penelitian, yaitu Haidar Alfadhil, melalui platform media sosial. Haidar Alfadhil berperan sebagai informan utama dalam penelitian. Selain itu, terdapat informan tambahan berupa pengikut akun Instagram @Haidaralfadhil_. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data yang tepat dan akurat melalui sumber langsung. Dalam menginvestigasi akun Instagram tersebut, wawancara dapat dilakukan melalui platform media sosial.

Penelitian ini menerapkan pendekatan wawancara terstruktur, di mana proses wawancara terstruktur melibatkan penyusunan pertanyaan dan isu yang akan ditanyakan. Pendekatan ini bertujuan untuk mencari jawaban dari hipotesis dengan menggunakan pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya. Kelebihan dari wawancara terstruktur adalah kemungkinan adanya informasi palsu dari informan yang diwawancarai menjadi lebih kecil.

b. Observasi

Langkah berikutnya dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah dengan menerapkan metode observasi. Observasi merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh gambaran yang konkret tentang peristiwa yang menjadi fokus penelitian. Sesuai dengan penjelasan dari Nugrahani (2014), dalam penelitian kualitatif, observasi dilakukan melalui empat tahapan, yakni pengamatan deskriptif, pengamatan terfokus, dan pengamatan terseleksi.

Oleh karena itu, observasi menjadi langkah awal yang penting untuk menguraikan dan memahami data yang ada dalam postingan akun Instagram @Haidaralfadhil_. Dalam tahap observasi ini, peneliti melakukan analisis terhadap postingan yang ada dalam akun tersebut guna memahami karakteristik dari strategi dakwah digital yang diadopsi oleh akun tersebut.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018: 476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

6. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Proses penelitian harus melalui tahap penjaminan keabsahan data agar hasil yang diperoleh menjadi valid. Salah satu metode untuk memastikan keabsahan data adalah dengan menerapkan teknik Triangulasi. Teknik ini

sering digunakan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif. Teknik triangulasi yang dimaksud mengacu pada upaya memperoleh data yang beragam dan melalui berbagai cara. Dengan menggunakan teknik triangulasi data, keabsahan data dapat diuji melalui konfirmasi dari berbagai sumber dan waktu yang berbeda.

Teknik triangulasi adalah metode untuk memverifikasi keaslian data dengan membandingkannya dengan informasi di luar data yang relevan (Nugrahani, 2014). Ada tiga jenis triangulasi yang dapat diterapkan: triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Dalam konteks penelitian akun Instagram @Haidaralfadhil_, teknik triangulasi ini diterapkan dengan membandingkan postingan dengan data dari artikel, jurnal, buku, dan sumber lainnya guna memastikan keabsahan dan keandalan data.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merujuk pada upaya untuk mengungkap hasil dari riset yang telah dijelaskan dan diuraikan oleh peneliti. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data guna mencapai kesimpulan akhir dalam penelitian. Miles dan Huberman menyajikan beberapa metode dalam proses analisis data, termasuk reduksi data, penyajian data atau tampilan, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2012).

a. Reduksi Data

Tahap pertama melibatkan pengumpulan dan seleksi data, diikuti dengan penggabungan dan pengelompokan data ke dalam kategori yang relevan. Data yang terhimpun diuraikan dengan lebih mendalam.

b. Penyajian Data

Setelah semua data terkumpul, langkah penyajian data melibatkan interpretasi, paparan, dan klarifikasi data melalui analisis deskriptif. Hasil observasi atas postingan yang diteliti, khususnya dalam akun Instagram @Haidaralfadhil_, diinterpretasikan dan disajikan dalam bentuk teks.

c. Kesimpulan

Langkah terakhir adalah menyimpulkan data dari interpretasi yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam tahap ini, garis besar dari penjelasan dalam penyajian data digambarkan secara ringkas untuk memberikan gambaran sederhana terhadap hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan oleh peneliti.