



## Pemanfaatan Media Sosial dalam Dakwah: Tinjauan Strategi Akun Instagram @limproduction

Naulina Hikmah<sup>1\*</sup>, Sayidah Afyatul Masruroh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Hasyim Asy'ari (UNHASY) Tebuireng, Jombang

\*Corresponding Author, Email: [naulinahikmah@gmail.com](mailto:naulinahikmah@gmail.com)

### ABSTRACT

#### Keywords:

Da'wah,  
Instagram,  
Strategy

Utilizing social media can provide entertaining interactions between people without requiring an investment of time or money. Social media is part of new media, or new media based on communication technology mediated by information and communication (ICT). Instagram is now the only social media network that is used as a personal assistant. One simple application that can be used as a medium for preaching is Instagram. Instagram can also be described as a wild app that can take and edit photos and videos, allowing users to upload images, apply digital filters and share content to other social media platforms, including Instagram itself. The data analysis unit consists of all or several feed posts that ask for user comments on the Instagram account @limproduction. This research uses a qualitative approach. The reason researchers chose this approach was because of the analytical development of an event. Apart from that, a qualitative approach can describe a view of reality that cannot be measured numerically or numerically. Instagram has many interesting features provided to its users. Instagram's various features facilitate users' ability to express themselves creatively. Apart from that, also look at Instagram @limproduction which uses the features above to describe Islamic teachings through feeds, reels, follows, likes and comments. Together with other social media users, @limproduction also implements effective strategies to increase public awareness and provide assistance in understanding the messages conveyed. Apart from that, the content on the @limproduction Instagram account offers fresh insights with persuasive content. Furthermore, the graphic design and easy-to-use Indonesian language make it easier for children to learn.

## ABSTRAK

**Kata kunci:**  
Dakwah,  
Instagram,  
Strategi

Memanfaatkan media sosial dapat memberikan interaksi yang menghibur antar manusia tanpa memerlukan investasi waktu atau uang. Media sosial merupakan bagian dari media baru, atau media baru yang berbasis pada teknologi komunikasi yang dimediasi oleh informasi dan komunikasi (TIK). Instagram kini menjadi satu-satunya jaringan media sosial yang digunakan sebagai asisten pribadi. Salah satu aplikasi sederhana yang bisa dijadikan media dakwah adalah Instagram. Instagram juga dapat digambarkan sebagai aplikasi liar yang dapat mengambil dan mengedit foto dan video, memungkinkan pengguna mengunggah gambar, menerapkan filter digital, dan berbagi konten ke platform media sosial lainnya, termasuk Instagram itu sendiri. Unit analisis data terdiri dari seluruh atau beberapa postingan feed yang meminta komentar pengguna di akun Instagram @limproduction. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Alasan peneliti memilih pendekatan ini yaitu dikarenakan pendepeneoitianan secara analisis suatu peristiwa. Selain itu pendekatan kualitatif dapat menggambarkan pandangan realitas yang tidak bisa diukur secara numerik atau angka. Instagram mempunyai banyak fitur menarik yang diberikan bagi usernya. Beragam fitur Instagram memfasilitasi kemampuan pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif. Selain itu, lihat juga Instagram @limproduction yang menggunakan fitur tersebut di atas untuk menggambarkan ajaran Islam melalui *bagian feed, reels, follow, likes, dan comments*. Bersama pengguna media sosial lainnya, @limproduction juga menerapkan strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan bantuan dalam memahami pesan yang disampaikan. Selain itu, konten yang terdapat di akun Instagram @limproduction menawarkan wawasan segar dengan konten persuasif. Selanjutnya, desain grafis dan bahasa Indonesia yang mudah digunakan membuat anak lebih mudah belajar

## Pendahuluan

Di era Revolusi Industri 5.0, kehadiran media sosial menjadi hal yang penting bagi umat manusia. Penggunaan media sosial dapat memfasilitasi interaksi yang menyenangkan antar manusia tanpa mengorbankan waktu dan ruang. (Yunita & Yuliani, 2023) Media sosial merupakan salah satu jenis media utama yang banyak digunakan oleh komunitas masyarakat modern. Ini dapat digunakan untuk komunikasi pribadi atau kelompok, serta berbagi informasi. Media sosial berkembang menjadi media komunikasi karena masih dibutuhkannya ruang dan waktu. (Rahmayani et al., 2021). Media sosial adalah bagian dari media baru yang didasarkan pada teknologi komunikasi dan dipengaruhi oleh komunikasi dan informasi. (*Information and Communication Technology*)(Anggraini, 2019). Salah satu pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah pada zaman sekarang adalah instagram (Setyawan, 2023). Salah satu aplikasi sederhana yang bisa dijadikan media dakwah adalah Instagram. Instagram juga

dapat digambarkan sebagai aplikasi perangkat lunak yang menyimpan gambar dan video serta memungkinkan pengguna mengunggah gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, termasuk milik Instagram itu sendiri (Zahra et al., 2016).

Hal-hal yang dibicarakan di dunia sekarang ini paling banyak bisa dilakukan melalui media sosial. Salah satu platform media sosial yang disebutkan sebelumnya adalah Instagram. Dzikir adalah pengingat atau tindakan yang lembut untuk menyampaikan pesan iman Islam dengan cara yang mudah dipahami oleh teman dan keluarga. Dakwah berasal dari dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw dan para sahabat, bersamaan dengan berkembangnya zaman (Zahra et al., 2016). Dakwah media sosial merupakan inovasi baru dalam keilmuan Islam yang diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi para Da'i, Ulama, Kyai, dan pihak terkait lainnya dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Dakwah adalah sejenis doa, puasa, atau puasa untuk mendorong individu atau kelompok orang agar terlibat dan berdiskusi tentang ajaran Islam dan Al-Qur'an. Dapat juga dipahami sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam (Deslima, 2020).

Kemajuan teknologi juga memunculkan sejumlah pilihan baru yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk selalu memiliki rasa ingin mengetahui lebih banyak tentang berbagai hal dengan waktu yang tepat dan praktis. Seringkali masyarakat berasumsi sesuatu yang tidak benar, dan informasi yang ingin diperoleh juga harus dipahami pada saat itu. Dengan begitu, upaya menjadi social media influencer juga mempunyai manfaat ganda, yaitu memerlukan pemikiran yang inovatif dan kreatif untuk mampu menginspirasi banyak orang, termasuk para followernya, sehingga tidak patah semangat untuk terus melakukan konsumsi tanpa mempertanyakan fakta dan informasi yang dapat diverifikasi. (Fatmasari et al., 2021)

Namun, agar advokasi tersebut dapat terus dibahas dan dilihat oleh masyarakat luas, maka para advokasi juga perlu mempunyai strategi yang baik dan konsisten. Unsur strategis pertama, yaitu bahan ajar, perlu relevan dengan isu atau persoalan yang sedang menjadi beban dikalangan masyarakat. Rahma maemona and mutia rahmi Pratiwi, "Teknik Asosiasi : Sebagai Strategi Pesan Dakwah," Jurnal Riset Komunikasi 3 (2020): 254–68..

Dalam penelitian ini, berdakwah pada era teknologi saat ini lebih tepat dengan menggunakan media online karena sifatnya yang menyebar secara serentak dan tentunya akan diterima secara bersamaan oleh komunitas diberbagai daerah dan masyarakat. Namun untuk menyampaikan pesan dakwah yang baik dan jelas kepada masyarakat maka diperlukan sebuah strategi yang mendukung. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengulas lebih tentang "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Dakwah: Tinjauan Strategi Akun Instagram @limpropduction"

Penelitian dengan topik serupa dengan penelitian yang terdahulu guna dijadikan sebagai tolak ukur perbandingan. Berikut pemaparan penelitian-penelitian terdahulu:

Bella Nadyantana, peneliti pertama, memaparkan temuan penelitiannya dalam kajian tahun 2018 "Efisiensi Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Diinformasikan Teori Hipodermik)"; Hasil analisisnya adalah sebagai berikut: Untuk melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, digunakan pendekatan kualitatif sebagai perbandingan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan yang ditemukan dalam penelitian adalah sebagai berikut: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini akan lebih fokus menggunakan Instagram sebagai media penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya menganalisis penelitian yang ada. sudah dilakukan. yang telah dilakukan. strategi yang diterapkan pada akun

@limproduction. Lebih lanjut, temuan penelitian Bella Nadyantana menunjukkan bahwa media sosial di Instagram dengan nama pengguna @fuadbakh cukup aktif.

Peneliti kedua yang dimaksud adalah M. Fahmi Abdul Ghoni yang merangkum penelitiannya pada tahun 2018 dengan judul "Laporan Penelitian Komunikasi dan Pendidikan Islam Jurusan Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang," Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami bagaimana aparat penegak hukum di Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) memanfaatkan Instagram sebagai platform media sosial untuk berinteraksi dengan para pelaku kejahatan publik dalam interaksi satu lawan satu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini hanya akan fokus pada hukum Islam dan kemampuan komunikasi mahasiswa magister UIN Walisongo Semarang sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan terkonsentrasi pada mahasiswa magister. "Keinginan untuk memahami rencana studi khusus tersebut di atas." Temuan studi ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram di kalangan peserta KPI master cukup populer, yakni mencapai 90,3% dari seluruh master.

Ke tiga dalam penelitian ini diberi nama Desi Anggraini Tahun Penelitian 2019, dengan judul "Media Sosial Instagram Efektif untuk Pesan Edukasi" (Studi di Instagram @islamdakwahcom). Untuk memahami cara memanfaatkan media sosial di Instagram untuk interaksi dakwah, ikuti akun saya, @islamdakwahcom. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini akan menganalisis konten-konten yang diposting di Instagram dengan akun @islamdakwahcom. Semua penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, cukup efektif dalam mengumpulkan umpan balik dakwah. Lebih spesifiknya cukup efektif jika dijadikan sebagai sumber informasi pertama sekaligus mencari materi dakwah yang tersedia di @Islamdakwahcom dan memberikan informasi tentang topik-topik seperti akhlak, akidah, dan syari'ah.

Peneliti keempat Gia Taratia menamai Kajian Tahun 2022 dengan Akun Instagram Kajian Sebagai Media Dakwah (Akun Studi Pada @yudhidol86). Untuk memahami hakikat interaksi pada akun Instagram @yudhidol86, serta memahami proses pembuatan postingan Instagram sebagai media postingan pada akun Instagram @yudhidol86. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada jenis interaksi yang terjadi pada akun Instagram @yudhidol86 dan menjelaskan cara kerja proses pembuatan akun. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara media, akun Instagram @yudhidol86 merupakan akun terverifikasi yang memiliki konten dakwah. Di tingkat media, informasi yang diakses melalui akun @yudhidol86 terdiri dari teks, gambar, dan video. Informasi pada bagian ini mencakup topik-topik yang berkaitan dengan ilmu agama yang terbagi dalam tiga kategori.

Dari keempat penelitian terdahulu menyatakan bahwa penelitian mereka hanya fokus pada instagram sebagai media dakwah itu sangat mempengaruhi bagi pengguna instagram itu sendiri. Instagram selain memberikan informasi juga dapat dimanfaatkan sebagai penyebarluasan video dakwah yang dilakukan oleh para da'i, kyai dan sejenisnya. Karena di zaman sekarang teknologi informasi semakin canggih, oleh karena itu penggunaan media sosial sebagai penunjang sarana dan prasarana kepada masyarakat sangatlah dibutuhkan, khususnya untuk para da'i, kyai dan sejenisnya. Kemudian instagram juga sangat berpengaruh bagi beberapa khalayak yang menggunakan instagram sebagai media dakwah di zaman sekarang. Selain fitur yang dihadirkan instagram cukup jelas dan dapat membantu para da'i, kyai untuk menyebarluaskan pesan dakwahnya, sehingga mereka tidak perlu terjun langsung ataupun bertatap muka untuk bertemu dan menyampaikan pesan dakwahnya.

Cukup hanya melalui media sosial pesan dakwah yang mereka lakukan akan tersampaikan dengan baik dan tepat.

Dakwah merupakan suatu tindakan yang dimana dilakukan oleh setiap manusia untuk mengajak, dan menghimbau orang – orang untuk dapat melakukan perbuatan yang baik dan meninggalkan perbuatan yang buruk atau keburukan. Dalam esensi dari dakwah pada fenomena dakwah disosial media ini kegiatan dakwah telah menyimpang dari arti dakwah itu sendiri sehingga dakwah dimanfaatkan untuk tujuan yang condong pada keburukan. Seharusnya metode dakwah itu berdasarkan kaidah dalam berdakwah yaitu untuk mengajak pada kebaikan dan kemanfaatan kepada manusia, hal ini sesuai dengan Surah An-Nahl: 125: أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

(١٢٥)

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan –mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang – orang yang mendapat petunjuk”.*

Pada akun ini sisi menarik yang lain ialah terdapat postingan-postingan beragam yang dapat diambil ibrah maupun ilmu didalamnya. Seperti pada segmen Limstory ialah segmen berisi cerita apapun yang dapat dipetik Pelajaran dalam kehidupan. Ada beberapa segmen seperti segmen “asmaul husna” yang mana cuplikannya disajikan dengan versi video sehingga penjelasannya tidak hanya melalui tulisan. Terdapat tulisan yang memaparkan biografi tokoh suri teladan bermacam tokoh yang ada pada segmen “LIMPerson”. Terdapat segmen LIMpedia yang berisi pembahasan hukum mengenai permasalahan yang ada dalam kehidupan sehari-hari mulai dari fiqih ibadah amaliyah dan lainnya. Pada segmen ini juga diisi dengan konten edukasi mengenai hal-hal beragam seperti keutamaan-keutamaan, kesunahan dan lain sebagainya.

## Metode Penelitian dan Pendekatan Teori

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang selaras dengan teori strategi media baru. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan wawancara dengan para ahli yang relevan dengan topik penelitian. Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data dengan menggunakan teknik yang disebut interpretasi data yang memberikan pemahaman jelas yang berasal dari pertanyaan teoritis yang relevan.

## Pembahasan dan Hasil

### A. Strategi pesan dakwah dalam akun instagram @limproduction

Secara umum, strategi adalah suatu cara yang digunakan individu atau organisasi untuk mencapai tujuannya dengan mempertimbangkan waktu, sumber daya, dan potensi hambatan yang mungkin timbul. Penting sekali untuk mempunyai strategi penyajian data agar poin-poin data yang disajikan mudah dipahami oleh (Mad'u) (Abdullah, 2020). Untuk memastikan bahwa strategi diterapkan secara efektif, harus ada tujuan yang jelas, terutama ketika menggunakan media sosial untuk menyebarkan umpan balik negatif melalui sosial media (Imron Rosidi dan Rizal Zain, 2019).

Instagram memiliki banyak sekali fitur menarik yang tersedia bagi penggunanya. Menggunakan filter Instagram meningkatkan kemampuan pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif. Bergabunglah dengan Instagram @limproduction yang menggunakan fitur

tersebut di atas untuk menggambarkan ajaran Islam melalui bagian *feed, reels, follow, like, dan comment*. Bersama pengguna media sosial lainnya, @limproduction juga menerapkan strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan bantuan dalam memahami pesan yang disampaikan.

Media baru terkadang disebut sebagai “media baru”, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan kemudahan penggunaan bagi pengguna pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru muncul dari beberapa inovasi sejarah yang tidak sejalan dengan keadaan teknologi pada saat itu. Media lama, yang mencakup televisi, film, buku, dan drama, serta film dan acara televisi, secara bertahap berubah dan beradaptasi dengan media baru. Flew mendefinisikan media baru sebagai media yang disajikan dalam format media isometrik yang dikombinasikan dengan data diskrit, seperti teks, gambar, dan format lain yang bersifat digital. Sistem penyebarannya secara internet-wide. Di era Revolusi Industri 5.0 ini, internet sangat memudahkan kemampuan masyarakat dalam mengakses bentuk-bentuk media komunikasi baru. Media baru mencakup beberapa topik. Awalnya sebagai penghalang, sumber kegembiraan, kontrol dan regulasi(Mulyani, 2022).

Peneliti menyoroti konten selama periode waktu tertentu yang dapat digunakan sebagai bahan baku analisis. Periode yang dipertimbangkan adalah tahun 2023, dengan 10 postingan dari feed Instagram @limproduction yang telah ditonton dan disukai lebih dari 3000 kali. Berikut 10 *feed* postingan di akun instagram @limproduction :

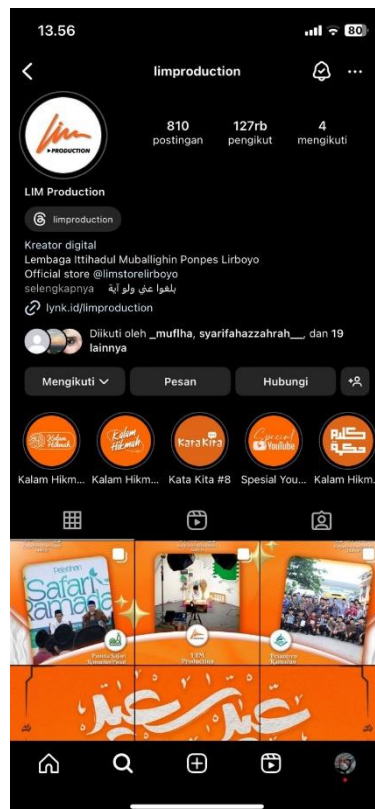
**Tabel 1.** Feed Instagram @limproduction

| NO | Feed                                                                                | Caption                                                       | Keterangan                                                                                                                                                      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. |  | KITA SEPAKATI;<br>CINTA ITU<br>MEMBUTAKAN –<br>(yeeeeee kan?) | Cinta itu buta, dan benar memang ini adanya mengutip dari mukhadimah kitab <i>Khulasoh Nurul Yaqin</i> juz 1                                                    |
| 2. |  | JARAK BUKAN<br>PENGHALANG                                     | Ibnu Qoyyim Al-Juzi mengatakan: “Jauhnya jarak kekasih akan terasadekat bagi pecinta” karena bukan jarak yang dipermasalahan, bukan pula jarak yang memisahkan. |

|    |                                                                                     |                                                                                         |                                                                                                                                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. |    | DASAR CINTA                                                                             | Kata Ibnu Qoyyim al-juzi ada 3 hal, jika ia baik maka akan <b>baik</b> pula hubungan dalam cinta. Dan sebaliknya, jika itu buruk maka akan <b>buruk</b> pula hubungan dalam cinta.      |
| 4. |    | TAK APA TAK SEMPURNA<br>(nobody's perfect)<br>"Tidak setiap kesalahan adalah kebodohan" | Di dalam lembaran <b>Buku Tamrin</b> (ujian) Lirboyo, selalu terdapat tulisan berbunyi:<br>"Tidak ada kesalahan pasti adalah kebodohan"                                                 |
| 5. |   | JANGAN SEDIH<br>(Semuanya belum tentu baik dihadapan Allah)                             | Kata Nabi Muhammad saw bahwa: <b>Surga itu</b> dikelilingi dengan hal-hal yang tidak disukai. Sedangkan <b>Neraka</b> dikelilingi oleh hal-hal yang disukai.                            |
| 6. |  | Meresahkan Red Flag                                                                     | Dalam Bahasa gaul, <b>red flag</b> merupakan istilah untuk mengungkapkan sisi lain dari kepribadian seseorang yang <b>sifatnya negatif</b> dan di anggap berbahaya bila tidak disadari. |

|     |                                                                                     |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.  |    | Penting Kalian<br>Harus Tahu                              | <p>1. Syariat secara tegas <b>mengharamkan</b>, seorang laki-laki <b>jawa</b> menikah dengan pria <b>sunda</b>.</p> <p>2. Mondok lama-lama baru tahu, bahwa Ketika seorang Perempuan berpapasan dengan seekor anjing berpapasan dengan seekor anjing yang menjilat kakinya, maka kaki si Wanita <b>tidak dihukumi Najis mugholadhoh</b>.</p> <p>3. Fakta membuktikan orang yang suka mancing ikan tidak akan makan ikan yang sudah ia pancing.</p>                                                       |
| 8.  |   | Semua orang harus<br>tau ini!! Kalo gak<br>mau rugi besar | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kalau makan jangan lupa niatkan</li> <li>- Kalo mau tidur jangan lupa niatkan</li> <li>- Kalo sikat gigi jangan lupa niatkan</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 9.  |  | Istri lebih mapan<br>dari Suami                           | Mengingatkan seorang laki-laki adalah pemimpin dalam keluarga, terus apa jadinya jika suami kalah oleh si istri dalam segi finansial? Sejatinya hal seperti ini sejak dulu sudah di contohkan oleh <b>Nabi Muhammad saw</b> . Bahwasannya nabi Ketika menikahi Sayyidah Khodijah ra. Beliau dalam keadaan miskin. Yang terpenting Ketika seorang istri lebih mapan dari suami jadikanlah kekayaan untuk membantu <b>kehormatan keluarga</b> dan <b>ditasyafufkan untuk mendapatkan ridho Allah SWT</b> . |
| 10. |  | Hidup itu simple –<br>(yang susah itu...)                 | Hidup itu simple yang susah itu gengsi, hidup itu simple yang susah itu mengharuskan orang lain baik pada kita, hidup itu tentang permainan hati dan pikiran semua berjalan begitu sederhana saat keduanya memiliki energi positif. Begitupun sebaliknya, sesimple itu sebenarnya hidup kita.                                                                                                                                                                                                            |

Gambar 1. Profil Instagram @limproduction



Dalam profil Instagram @limproduction tersebut menjelaskan bahwa ada strategi yang sangat ampuh untuk mendapatkan akun Instagram dengan jumlah *followers* (pengikut) 127 Ribu. Di dalam Instagram tersebut *followers* (pengikut) tentu menyaksikan tentang tentang apa yang sedang trending atau viral sebagai pendekatan internet agar akun Instagram @limproduction tetap eksis dan sangat menarik dengan menambah seperti di bio nya yaitu Whatsapp, Facebook, Youtube, Tiktok, Shopee, Twitter dan Lainnya sudah mengikuti era teknologi digital.

Media massa atau media sosial mempunyai peran krusial dalam menyampaikan pesan dalam proses dakwah. Namun dalam media sendiri, istilah “pemancar” mengacu pada orang yang menyampaikan berita dari pihak terkait kepada khalayak, atau “khalayak”. Bisa jadi media arus utama digunakan oleh para da’i atau mubaligh untuk menggambarkan ajaran Islam secara berlebihan.

Untuk memahami dakwah melalui strategi pesan, penulis melakukan observasi mengenai dakwah – observasi dakwah yang diposting pada akun Instagram @limproduction yang merupakan feed di Instagram dengan menggunakan teknik analisis isi. Setiap harinya, akun Instagram @limproduction bisa membagikan satu gambar harian.

Instagram menawarkan segudang fitur menarik kepada penggunanya. Berbagai fitur di Instagram memudahkan penggunanya mengekspresikan diri secara kreatif. Selain itu, dimulai dengan Instagram @limproduction, yang menggunakan saluran berikut ini untuk menggambarkan ajaran Islam melalui saluran *follow*, *like*, dan *comment*. Bersama pengguna media sosial lainnya, @limproduction juga menerapkan strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan membantu memahami kepentingan pihak yang ingin menyampaikan pesannya.

Pada bab ini peneliti menjelaskan analisis data dan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan judul Strategi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @limproduction. Dari strategi konten, @limproduction memiliki tiga strategi yang digunakan masing-masing:

- a) Sebagai layanan tambahan, @limproduction menyediakan teks atau alternatif teks untuk deskripsi gambar, serupa dengan yang sebelumnya hanya tersedia untuk file gambar.
- b) Saat memilih template peringatan, penting untuk mempertimbangkan penggunaan peringatan yang mengidentifikasi ciri khas @limproduction, khususnya peringatan oranye yang dipadukan dengan peringatan putih agar tampak lebih mencolok.
- c) Fitur Background pada setiap postingan dari @limproduction membuat para pengikutnya semakin tertarik.

Menurut strategi ini, argumen yang dibuat dibuat dengan menggunakan metode yang disebut penyebaran argumen persuasif, informatif, dan mendidik yang dibuat dalam bentuk tertulis. Diantara beberapa contoh sindrom dakwah yang diberitakan adalah sebagai berikut.

- a) Menurut Departemen Pendidikan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menyelenggarakan pendidikan tertentu. Yang pertama bisa dilihat di postingan @limproduction tanggal 4 April 2024. "Inilah Gambar Kehidupan". Hal tersebut memberikan informasi edukatif mengenai gambaran kehidupan di dunia dan persiapan mencari bekal menuju akhirat.
- b) Bersifat Informatif: Dakwah tersebut bertujuan untuk memberikan informasi umum secara lebih komprehensif guna menyempurnakan tujuan yang dimiliki orang lain.
- c) Unsur persuasif menunjukkan bahwa tujuan dakwah tersebut di atas adalah untuk mengubah keyakinan, sikap, dan dakwah tertentu secara umum.

## **B. Efek Pesan Dakwah Pada Akun @limproduction**

Akun Instagram @limproduction memberikan pesan-pesan dakwah yang segar bagi para peminatnya. Konten-konten yang diusung mengikuti perkembangan media sosial yang sedang hits, sehingga dapat di konsumsi dari segala kalangan khususnya anak muda. Informasi yang dikemas secara *Eye Catching* membuat siapapun dapat menangkap pesan yang di sampaikan. Selain mengusung tema dakwah, para team Lembaga Ittihadul Muballighin sebagai pelopor akun @limproduction juga mengadakan kegiatan-kegiatan sosial bertemakan Pendidikan diantaranya pengadaan Safari Ramadhan di kota-kota terpencil utamanya di kota Kediri, Kedua, yaitu bidang Balitbang (Badan Penelitian dan Pengembangan) dan PESRA (Pesantren Ramadhan). Di SMP, SMA Sederajat di Kota dan Kabupaten Kediri, begituan ini fokus pada keikutsertaan menjadi pengajar dan mengisi berbagai ekstrakurikuler. Selain itu, sepanjang Ramadhan, Khusus melakukan kegiatan pesantren ramadhan dan menyelenggarakan kegiatan di berbagai lokasi SMP\SMA Sederajat di ibu kota. Ketiga, Limproduction yang fokus pada ranah media.

Dari hal tersebut tentunya konten-konten pada akun Instagram @limproduction berdampak positif terhadap peminatnya. Hal ini dibuktikan dengan data kuis yang telah saya share sebelumnya, keseluruhan responden memberikan feedback yang positif terhadap adanya pertanyaan yang telah saya berikan. Berikut adalah ringkasan hasil dari kuis yang telah saya sebar:

Dari hal tersebut tentunya konten-konten pada akun Instagram @limproduction berdampak positif terhadap peminatnya. Hal ini dibuktikan dengan data kuis yang telah

peneliti share sebelumnya, keseluruhan responden memberikan feedback yang positif terhadap adanya pertanyaan yang telah saya berikan. Berikut adalah ringkasan hasil dari kuisioner yang telah peneliti sebar pada tanggal 14 Mei 2024:

Bagaimana menurut anda Pesan Dakwah yang disampaikan dalam akun Instagram @limproduction? [nandocahyo77@gmail.com](mailto:nandocahyo77@gmail.com) yang menyebutkan bahwa: *"Bagus dan informatif, menambah khazanah"*. Responden lain yaitu [abadiyahalkhotim@gmail.com](mailto:abadiyahalkhotim@gmail.com) juga menyebutkan bahwa: *"Menurut saya pesan dakwah yang disampaikan oleh akun ig @limproduction dikemas secara fresh dan dapat membuat siapapun memahami akan pesan yang disampaikan. Apalagi saat ini para penikmat konten-konten dakwah menunggu konten yang bermutu, sehingga saya rasa pesan dakwah yang disampaikan telah mampu memberikan dampak yang positif bagi semua yang menikmatinya"*. Responden lain [Ainunrosidah46@gmail.com](mailto:Ainunrosidah46@gmail.com) juga berpendapat bahwa: *"Sangat memberi pengetahuan yang saya tidak tau"*.

Apa yang anda rasakan setelah melihat postingan dari akun tersebut? [rokhmahyuliana@gmail.com](mailto:rokhmahyuliana@gmail.com) yang menyebutkan bahwa: *"saya jadi lebih tertarik untuk membaca dan memahami isi postingan karena lebih mudah dipahami"*. Responden lain [elyayusuf14@gmail.com](mailto:elyayusuf14@gmail.com) menyebutkan bahwa: *"Kagum, karena pembaruan dakwah sangat kreatif"*.

Seberapa jauh Pesan dakwah dari akun @limproduction memberikan pengaruh kepada anda? [gusnur4321@gmail.com](mailto:gusnur4321@gmail.com) yang menyebutkan bahwa: *"Mungkin dengan media internet ini sangat berpengaruh dalam lingkup masyarakat banyak"*. Menurut responden lain [rokhmahyuliana@gmail.com](mailto:rokhmahyuliana@gmail.com) yaitu *"cukup berpengaruh terhadap pemahmna saya sebelumnya"*. Menurut responden lain [nandocahyo77@gmail.com](mailto:nandocahyo77@gmail.com) juga menyebutkan *"Membuat saya tersadar dan tercerahkan"*.

Menurut anda bagaimana lim production mengemas pesan-pesan yang disampaikan dalam akunnya? [abadiyahalkhotim@gmail.com](mailto:abadiyahalkhotim@gmail.com) yang menyebutkan bahwa: *"Pesan-pesan yang disampaikan dikemas secara epik dan kekinian sehingga layak dikonsumsi oleh semua jenis usia khususnya anak muda"*. Responden lain [rokhmahyuliana@gmail.com](mailto:rokhmahyuliana@gmail.com) menyebutkan bahwa: *"sudahhh baik, dengan sajian bahasa dan animasi yg membuat pembaca tertarik"*. Responden lain [gusnur4321@gmail.com](mailto:gusnur4321@gmail.com) yang menyebutkan bahwa: *"Ya bagus sangat terarah"*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada media feed Instagram @limproduction dengan menggunakan metode makanan dan Haberman, dapat disimpulkan bahwa konten pada akun tersebut merupakan catatan harian yang diupdate menggunakan model, bahasa, dan artefak sehari-hari saat ini.

Selain itu, konten yang terdapat di akun Instagram @limproduction menawarkan wawasan segar melalui konten persuasif. Selanjutnya, desain grafis dan bahasa Indonesia yang mudah digunakan membuat anak lebih mudah belajar. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisyah Hajar dan Muhammad Syukron Anshori yang menyebutkan bahwa komunikasi persuasif Farah Qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui New Media diusung dengan mengubah aspek emosional dan kognitif persuade.

Efek disebut juga dampak atau hasil, yaitu perbedaan antara apa yang diamati, dibicarakan, dan dilakukan oleh penerima dakwah baik sebelum maupun sesudah menerima dakwah. Dampak dahwah dalam komunikasi prospektif tentang sikap komunikasi yang terpengaruh adalah sebagai berikut:

- a. Efek kognitif, terjadi ketika terjadi perubahan pemahaman, pemahaman, dan persepsi penonton. Dampak ini terkait dengan penyebaran pengetahuan, informasi, dan dukungan. Dakwah Pesan (Mad'u) harus mencapai tingkat pemahaman dan kesadaran yang sepadan dengan pesan yang disampaikan.

Berdasarkan kusioner yang telah disebar, bentuk efek kognitif yang dihasilkan dari pesan dakwah melalui Instagram @limproduction memberikan pengetahuan baru bagi Masyarakat awam mengenai fenomena-fenomena yang terjadi akhir-akhir ini. Fenomena tersebut didukung dengan dalil-dalil dan maqolah yang senada dengan persoalan itu sendiri. Masyarakat umum sebagai penerima manfaat dakwah dapat digolongkan menjadi tiga kategori: Ciri-ciri manusia yang pertama yang membentuk ciri-ciri kepribadian adalah manusia pemaarah, penakut, suka bergaul, ramah, sombong, dan sebagainya. Kedua kecerdasan tersebut, atau segi-segi karakter seseorang, mencakup kemampuan belajar, kecepatan menanggapi rangsangan, kemampuan memahami informasi yang benar, dan kemampuan menangani masalah secara efektif. Triterampilan, keterampilan dan nilai-nilai peranan.<sup>1</sup>

- b. Efek afektif dan emosional muncul ketika terjadi perubahan persepsi, persepsi, atau ekspresi penonton atau penerimanya. Kelemahan dakwah yang menyebabkan setiap individu mengundurkan diri setelah menerima pesan tersebut di atas. Selain pengertian dan pengertian, penerima dakwah juga merasa senang dengan dakwah yang diterimanya.

Dari postingan di feed Instagram @limproduction dapat diketahui respon Followers terhadap konten-konten yang disampaikan (*da'i*) setelah mengakses akun Instagram @limproduction bahwa "jadi lebih tertarik untuk membaca dan memahami isi postingan karena lebih mudah dipahami", Yang dari kurang paham akan hal-hal akidah menjadi mendapat wawasan dari akun intragram @limproduction Dapat dipahami bahwa menjadi anggota masyarakat bukan berarti terlibat dalam suatu kegiatan dakwah atau terlibat dalam suatu kegiatan dakwah. Dapat dipahami bahwa seorang *da'i*, keberagaman yang ada di Masyarakat bukan suatu penghalang aktivitas dakwah dan bukan suatu berbenturan dengan aktivitas dakwah.

Keberagaman di atas mempunyai banyak dampak positif, khususnya bagi para *da'i*. Dengan mencermati keberagaman yang ada di masyarakat, para *da'i* dalam situasi ini mempunyai kemampuan untuk mengembangkan kedisiplinan guna menangani keluhan kesah dakwah yang akan dilontarkan, sehingga mereka tidak terlalu peduli dengan apa yang telah diajarkan kepadanya. jauh. Melihat tren tersebut, kemungkinan besar pengembangan tim pengelola dakwah akan menjadi prioritas utama dalam menyusun strategi dan memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan inovasi dari subkelompok dakwah.

Dari sudut pandang komunikasi, umpan balik tidak terbatas pada komunikasi verbal saja; itu juga dapat disampaikan melalui cara nonverbal. *Maudlu' al-dakwah* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut dakwah pesantren dalam sastra Arab. Dibandingkan dengan "materi dakwah" yang dalam bahasa Arab disebut *maddah al-dakwah*, lebih tepat. Bagian terakhir menimbulkan rasa ketidakpastian sebagai logistik dakwah.

Lebih tepat untuk menjelaskan isi pesan dakwah, "yang akan memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan".

Kemanusiaan sebagai individu Psikisme setiap manusia menyebabkan perbedaan perilaku yang signifikan. Menurut ilmu psikologi, manusia sebagai objek kajian dicirikan oleh

---

<sup>1</sup> Faizah, Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 73-74.

berbagai macam faktor. Pertama, ciri-ciri kepribadian, atau manusia yang meliputi sifat impulsif, mudah bergaul, toleran, penyendiri, ramah, sombong, dan sebagainya. Selanjutnya, empati mengacu pada pemahaman individu tentang perasaan mereka sendiri, kapasitas mereka untuk belajar, kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara efektif, kemampuan mereka untuk membuat keputusan tepat waktu, kemampuan mereka untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah, dan kapasitas mereka untuk menghadapi stres. Pengertian, peranan, keterampilan, ketiga, dan nilai-nilai. Sebagai anggota suatu kelompok, manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya sejak ia dilahirkan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian Strategi Pesan Dakwah Pada Akun @limproduction yang telah dilakukan dan hasil penelitian yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka kesimpulan tersebut adalah Melalui keberhasilan mereduksi pengetahuan, persepsi, dan tindakan penonton. Hal ini menyoroti dampak positif dari upaya komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan toleransi dan saling pengertian di antara masyarakat. Meski fokus perhatian lebih banyak tertuju pada pembaca, namun cara pandang audiens sebagai partisipan dalam peristiwa, tanggapan, evaluasi, dan santapan yang diberikan mungkin bisa dimaknai sebagai sebuah peringatan yang relevan.

Dari efek pesan Melalui feedback yang saya terima di akun Instagram @limproduction, sebagai bagian dari program ini, para responden atau pengguna online di kolom komentar halaman Instagram akun tersebut menggambarkan dampak feedback tersebut dalam konteks komunikasi, baik kognitif, afektif, dan efek afektif.

Dengan bantuan teknologi, dialog ini kini lebih sejalan dengan standar yang berbeda. Hal ini merupakan implementasi dari perkembangan teknologi internet yang sangat lambat. Salah satu contoh kemajuan teknologi adalah Instagram, sebuah website untuk berbagi feed yang saat ini sangat populer. Ada banyak manfaat yang didapat dengan menggunakan Instagram, salah satunya adalah domain dakwah dan keagamaan. Konten Instagram yang bersifat risiko tidak dapat dihapus, kecuali postingan di atas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. Q. (2020). Strategi Dakwah Plural dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(2), 177–198. <https://doi.org/10.15575/anida.v19i2.7589>
- Anggraini, D. (2019). Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah. *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 23–27. [http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI II.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI%20II.pdf)
- Deslima, Y. D. (2020). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*.
- Faizah, Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 73-74.
- Fatmasari, L., Nurcholis, A., & Santoso, B. R. (2021). Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @Nuonline\_Id. *Al-Insiyroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 122–123. <https://www.instagram.com/limproduction?igsh=OXF4Z3c2em9hdmk0>
- Imron Rosidi dan Rizal Zain. (2019). STRATEGI RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) PEKANBARU DALAM MENYAMPAIKAN PROGRAM SIARAN DAKWAH. *Ayan*, 8(5), 55.

- Maemona, R., & Pratiwi, mutia rahmi. (2020). Teknik Asosiasi : Sebagai Strategi Pesan Dakwah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3, 254–268.
- Mulyani, S. (2022). *Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Menggunakan Media Sosial Instagram Dengan Menggunakan Teori New Media*.
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i7.3563>
- Setyawati, A. (2023). *Instagram Sebagai Media Dakwah : Analisis Isi Akun Instagram @harakah . id Bulan Muharram 1443 H*. 3(1), 22–32. <https://doi.org/10.37680/jcs.v3i1.2939>
- Yunita, E., & Yuliani, H. (2023). *Jurnal J-SIKOM*. 04(01), 49–62.
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 60–88. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>
- Zaki, A., & Aziz, A. (2020). *Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah*. 1(4), 1–23.