

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelajar, mahasiswa, pekerja, dan pengusaha, semakin aktif terlibat dalam kegiatan sosial. Hal ini terlihat dari banyaknya komunitas yang terbentuk sebagai wadah untuk kegiatan sosial tersebut. Namun dalam berinteraksi manusia lebih banyak melakukan komunikasi dan hubungan timbal-balik dengan orang-orang yang memiliki kesamaan dengannya. Berdasarkan hal tersebut maka banyak bermunculan komunitas-komunitas sosial dengan latar belakang yang beragam lahir dari kesamaan pandangan, gagasan, dan tujuan hasil interaksi tersebut. Sehingga komunitas dianggap menjadi sebuah wadah dalam menjalankan peran sosial dimasyarakat.

Salah satu komunitas sosial yang terbentuk secara tidak langsung dimasyarakat adalah komunitas dalam tempat ibadah. Interaksi yang terjadi di dalam tempat ibadah cukup unik karena interaksi dapat terjadi antar individu secara natural tanpa dipengaruhi latar belakang sosial tiap individu. Islam mengajarkan umatnya untuk selalu mengingatkan manusia agar menjauhi segala bentuk ketidakadilan, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Allah telah memerintahkan para nabi-Nya untuk datang dan menyampaikan petunjuk serta kebenaran Islam kepada para penguasa yang berlaku zalim.

Iman diperlukan untuk berdakwah, demikian pula kesadaran akan realitas sebagai landasan iman dan tempatnya didalam kehidupan. Iman dan derajat ini akan mengembalikan keyakinan penuh kepada Allah serta kepercayaan total pada pertolongan-Nya untuk kebaikan, dan mengharapkan pahala dari-Nya, meskipun jalannya terasa sangat panjang. Orang yang memilih untuk memikul tanggung jawab ini tidak pernah mengharapkan imbalan di dunia, pengakuan dari masyarakat yang tersesat, atau bantuan dari orang-orang bodoh di mana pun. Masyarakat secara umum memahami bahwa dakwah adalah tugas yang dibebankan kepada seseorang yang bergelar ustadz, kyai, ajengan dan

bergelar ustadz.<sup>1</sup> Bersyiar atau dakwah adalah kewajiban Syariah yang diamanahkan kepada umat Islam, seorang muslim wajib melaksanakan dakwah sesuai dengan kemampuannya<sup>2</sup>. Setiap orang memiliki jenjang karir masing-masing dan ia diwajibkan untuk mentransmisikan Islam sesuai dengan perannya. Seorang rasul berdakwah melalui perjuangannya, seorang penguasa berdakwah dengan kekuasaannya, seorang dokter, dosen dan guru berdakwah dengan ilmunya, seorang pengrajin, petani dan nelayan berdakwah dengan profesinya<sup>3</sup>. Bersyiar islam atau berdakwah memiliki tujuan utama untuk mengubah tingkah laku manusia dari tingkah laku negatif ke tingkah laku positif. Kategori media untuk bersyiar tidak terbatas pada tempat ibadah atau lembaga-lembaga keagamaan seperti masjid, musholla dan pondok pesantren, tetapi apapun yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan merupakan media dakwah, seperti teater, film, novel, majalah, buletin dan internet.

Media sosial bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun kerukunan dan memiliki banyak manfaat asalkan penggunaanya bijak dalam penggunaannya, karena interaksi di media sosial mirip dengan berkomunikasi secara langsung. Saat ini, media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, karena keberadaannya memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terbaru dari berbagai tempat. Banyak aktivis dakwah atau para da'i menggunakan Instagram dan media sosial lainnya sebagai media dakwah Islam.<sup>4</sup> Menggunakan media sosial dengan bijak memiliki banyak manfaat, tidak hanya sebatas memperoleh informasi, tetapi juga bisa memberikan keuntungan jika kita memiliki keinginan untuk mencoba hal baru, seperti memperluas wawasan dalam syiar dakwah Islam. Instagram, salah satu platform media sosial, menyediakan berbagai fitur lengkap seperti foto, video, hingga siaran langsung yang dapat

---

<sup>1</sup> Rustandi, R. (2019). Cy berdakwah: internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah Islam. *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*.

<sup>2</sup> Latief, M.N. (2018). Dakwah dalam perspektif media sosial. *Jurnal Jurnalisa*.

<sup>3</sup> Rosmalina, A. (2021). Media sosial sebagai alat komunikasi dakwah pada masa pandemi. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.

<sup>4</sup> Mulyana, A. (2017). Persepsi mahasiswa tentang dakwah melalui facebook. *UIN Sunan Raden Intan*.

ditonton secara *real-time* oleh para penggunanya. Penceramah merancang video syiar mereka dengan cara yang paling menarik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.<sup>5</sup> Karena itu, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang tumbuh dengan cepat, di mana banyak tokoh agama memanfaatkannya untuk berdakwah. Mereka membuat konten dakwah yang menarik dan mudah diakses oleh para pengguna Instagram. Pada tahap perkembangannya, internet berfungsi sebagai tempat untuk memperoleh ilmu agama. Menjamurnya situs-situs keagamaan di Internet menegaskan masifnya kegiatan bersyiar ilmu agama di dunia maya.<sup>6</sup>

Perkembangan teknologi dan informasi sangat mempengaruhi cara hidup masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu dampaknya adalah banyak orang menjadi enggan untuk meninggalkan rumah karena merasa sudah dapat mengakses segala hal. Ini membuka peluang baru dalam dakwah, di mana penyampaian pesan agama tidak harus dilakukan melalui pertemuan tatap muka. Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan komunikasi jarak jauh, bahkan hingga ke wilayah terpencil. Berbagai hal seperti informasi, berita, hiburan, belanja, hingga mencari kenalan, kini dapat diakses melalui internet hanya dengan satu klik. Melalui internet, kita seakan berpindah dari dunia fisik ke dunia virtual, yang tampak sangat kuat karena menghilangkan batasan waktu, jarak, dan tempat. Kebebasan menyampaikan ide, gagasan, serta komentar di media sosial juga membuat orang yang sebelumnya pendiam menjadi lebih vokal. Secara ideologis, pesan yang disampaikan melalui media massa harus mampu memberikan pencerahan, inspirasi, serta motivasi.

Fenomena terkini menunjukkan bahwa dakwah sering kali dianggap sebagai kegiatan kuno, kurang menarik, dan tidak diminati oleh generasi muda. Tempat-tempat ibadah serta kajian-kajian religius sering kali sepi dari kehadiran

---

<sup>5</sup>Inderasari, E. (2019). Penggunaan bahasa dahwah ustadz Hanan Attaki di media sosial instagram. *Jalabahasa: Jurnal Ilmiah Kebahasaan*.

<sup>6</sup> Hatta, M. (2018). Media sosial, sumber keberagaman alternatif remaja (fenomena cyberreligion siswa SMAN 6 Depok Jawa Barat). Tesis S2. Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah.

kaum muda. Kondisi ini mendorong pergeseran ke arah dakwah melalui media sosial, yang semakin intensif dilakukan untuk menarik minat kaum muda. Jika melihat kondisi di Banten, masih jarang ditemukan komunitas anak muda dengan pengikut atau jamaah yang luas. Namun, munculnya @time.breakkkk, salah satu *platform* dakwah yang banyak digemari oleh generasi muda, menunjukkan adanya pergeseran positif. Meskipun bukan yang pertama di Banten, @time.breakkkk telah berkembang menjadi salah satu platform dakwah terbesar di daerah berjudul “tanah Jawara” dengan jumlah pengikut mencapai 37,6 ribu. Kajian malam Ahad yang diselenggarakan secara rutin selalu dihadiri oleh ribuan orang dan disiarkan melalui media sosial, menarik ribuan penonton. Fenomena ini memotivasi saya untuk mempelajari strategi yang diterapkan oleh @time.breakkkk secara ilmiah, dengan harapan dapat memberikan kontribusi untuk keberlanjutan dakwah di masa depan.

Fenomena "mager" atau malas bergerak yang dipicu oleh perkembangan teknologi digital kini semakin meningkat di Indonesia. Berdasarkan data dari riset global yang dilakukan oleh *World Health Organization* (WHO), Indonesia menempati peringkat kedua tertinggi di Asia Tenggara dalam kategori masyarakat yang kurang aktif secara fisik. Diperkirakan lebih dari 33,5% populasi Indonesia mengalami gaya hidup sedentari (tidak banyak bergerak) yang berkaitan erat dengan paparan teknologi digital, termasuk penggunaan ponsel dan media sosial secara berlebihan.<sup>7</sup>

Konten-konten yang tersebar di media sosial sering kali kurang terfilter dengan baik. Akibatnya, banyak akun yang menampilkan konten yang lebih cenderung memberikan mudharat daripada manfaat. Contoh dari konten yang kurang bermanfaat dan berpotensi merugikan, seperti konten prank yang sering kali melibatkan tindakan merugikan orang lain atau menimbulkan keresahan. Konten pamer kemewahan yang bisa menimbulkan gaya hidup konsumtif dan tidak realistis bagi sebagian besar pengikutnya. Dan konten gosip dan drama

---

<sup>7</sup> WHO: "Global Action Plan on Physical Activity 2018–2030: More Active People for a Healthier World", WHO, 2018.

selebriti yang mendorong pengguna untuk fokus pada hal-hal yang sifatnya hiburan berlebihan tanpa nilai edukasi.

Saat ini, *platform* media sosial yang digunakan sebagai sarana dakwah atau edukasi agama masih tergolong minim. Di antara sedikit akun yang aktif menyebarkan dakwah, akun Instagram @time.breakkkk menjadi salah satu *platform* dakwah terbesar di Serang, Banten. Akun ini telah berhasil mengumpulkan jumlah pengikut yang cukup signifikan, yang menunjukkan potensi besar dalam menyebarkan pesan-pesan Islami di kalangan masyarakat lokal, khususnya generasi muda. Kehadiran akun ini membantu memenuhi kebutuhan dakwah dan edukasi agama di tengah masyarakat yang terpapar banyaknya konten kurang bermanfaat di media sosial.

Time Break (@time.breakkkk) adalah salah satu contoh komunitas dakwah yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan positif. Melalui unggahan-unggahannya, akun ini mampu menyampaikan nilai-nilai dakwah dengan cara yang kreatif dan menarik bagi para pengguna Instagram. Selain mengikuti tren media yang populer, kemudahan akses konten rohani di Instagram menjadikan pengikut akun ini mayoritas berasal dari kalangan remaja yang membutuhkan bimbingan moral Islami. Mereka juga mendapat tempat untuk berbagi cerita dan pulih bersama Ustadz Mahruroji, yang berperan sebagai da'i. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan akun @time.breakkkk melalui Instagram menjadi lebih mudah dan efektif dalam menyampaikan pesan agama.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut lagi terkait strategi komunikasi yang disampaikan oleh akun instagram @time.breakkkk, melihat perkembangan teknologi yang bisa memudahkan pesan-pesan islam ini sampai kesemua kalangan termasuk anak muda dengan judul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @time.breakkkk dalam Syiar Islam”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi komunikasi @time.breakkkk dalam Syiar Islam?
2. Bagaimana hambatan dan tantangan akun instagram @time.breakkkk dalam Syiar Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi @time.breakkkk dalam Syiar Islam.
2. Untuk mengetahui hambatan dan tantangan akun instagram @time.breakkkk dalam Syiar Islam.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan tambahan kepada pembaca mengenai penerapan strategi komunikasi yang efektif, yang diteliti melalui akun @time.breakkkk.

### **2. Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan, saran atau rekomendasi bagi para followers maupun pada akun istagram @time.breakkkk.

## **E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini dan dijadikan sebagai referensi oleh penulis, diantaranya :

Pertama, skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedullah dalam Meningkatkan Akidah *Followers*”, yang ditulis oleh Fauqi Hasnan, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang ditulis pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Yang mana, untuk mendapatkan data untuk skripsi ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya, agar penelitian ini dapat terarah, teori yang menjadi acuan dalam skripsi ini adalah teori strategi dakwah Al-Bayanuni. Hasil dari

penelitian ini menunjukan bahwa implementasi strategi dakwah terhadap akun Instagram @asadedulloh dalam meningkatkan akidah *followers* adalah dengan memaksimalkan penggunaan seluruh komponen dari strategi Sentimental, strategi Rasional dan strategi Indrawi dalam upaya meningkatkan Akidah *followers*. Pendekatan yang dilakukan bil-lisan, bil-haal, bil- tadwin dan bil-hikmah.

Kedua, skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Islam Ikatan Remaja Masjid Baitul Muttaqien dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keagamaan Pemuda RW 06 Desa Waru Jaya Melalui Instagram”, yang ditulis oleh Muhammad Amrullah, Program Studi Komunikasi dan Pennyiaran Islam, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang ditulis pada tahun 2023. Adapun teori yang digunakan adalah Komunikasi Islam (Dakwah) Andi Faisal Bakti. Teori ini memiliki 4 tahapan yaitu, Dakwah verbal (Tabligh), Konvergensi dalam perubahan (Taghyar), Model Dakwali Peserta Aktif (Bina al Ummah *Development*) dan Masyarakat Madani (al-Mujtama al Madani *Civil Society*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik observasi yang digunakan observasi secara langsung. Hasil penelitian menjelaskan bahwa IRMAS Baitul Muttaquen melakukan strategi dakwah secara langsung (konvensional) dan melalui instagram Juga telah menggunakan 4 tahapan. Tabligh meliputi sistem ceramah dan kajian-kajian. Taghyir diterapkan dengan tanya jawab Bina al-Ummah diterapkan dengan cara berdiskusi dan berargumentasi. Ketika penyampaian materi oleh penceramah serta adanya kegiatan- kegiatan keagamaan yang dijadikan wadah penerapan materi yang telah jamaah dapatkan seperti kegiatan ziarah akbar Masyarakat Madani melalui sinergitas antara IRMAS Baitul Muttaqien dengan masyarakat yang diwujudkan dalam kegiatan sosial.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah pada Akun @indahrama\_ dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah”, yang ditulis oleh Eka Munawaroh. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang ditulis pada

tahun 2022. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji tentang strategi dakwah pada akun @indahrama dalam pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media dakwah. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bentuk strategi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni yang terdiri dari tiga bentuk, yaitu strategi sentimentil (al-manhaj alathifi), strategi rasional (al-manhaj al-aqli), dan strategi indrawi (al-manhaj al-hissi). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwasanya dari 15 (lima belas) video yang penulis teliti, akun Tiktok @indahrama menerapkan ketiga bentuk strategi dakwah Al-Bayanuni dengan rincian strategi sentimentil sebanyak 8 (delapan) video, strategi rasional sebanyak 5 (lima) video, dan strategi indrawi sebanyak 2 (dua) video. Pada strategi sentimentil, fitur-fitur yang dimanfaatkan dalam pembuatan konten dakwah Islam adalah fitur penambahan musik, fitur filter video, dan fitur teks. Pada strategi rasional fitur yang dimanfaatkan adalah fitur jawab pertanyaan, fitur penambahan musik, fitur filter video, fitur efek video, serta fitur stiker. Sementara itu, pada video yang mengandung strategi indrawi fitur-fitur yang digunakan pada media sosial Tiktok adalah fitur penambahan musik, fitur teks, dan fitur efek video.

| NO | JUDUL PENELITIAN                                                                                                                                                   | METODE                                                                    | TEORI                              | HASIL                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Fauqi Hasnan, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Strategi Dakwah | Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. | Teori strategi dakwah Al-Bayanuni. | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi dakwah terhadap akun Instagram @asadedulloh dalam meningkatkan akidah <i>followers</i> adalah dengan memaksimalkan penggunaan seluruh komponen dari strategi Sentimental, strategi Rasional |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                       |                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Akun Instagram @asadedullah dalam Meningkatkan Akidah <i>Followers</i> ".                                                                                                                                                                                                           |                                                                       |                                                                          | dan strategi Indrawi dalam upaya meningkatkan Akidah <i>followers</i> . Pendekatan yang dilakukan bil-lisan, bil-haal, bil- tadwin dan bil-hikmah.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2. | Muhammad Amrullah, Program Studi Komunikasi dan Pennyiaran Islam, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul "Strategi Komunikasi Islam Ikatan Remaja Masjid Baitul Muttaqien dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keagamaan Pemuda RW 06 Desa Waru Jaya Melalui Instagram". | Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. | Teori yang digunakan adalah Komunikasi Islam (Dakwah) Andi Faisal Bakti. | Hasil penelitian menjelaskan bahwa IRMAS Baitul Muttaquien melakukan strategi dakwah secara langsung (konvensional) dan melalui instagram Juga telah menggunakan 4 tahapan. Tabligh meliputi sistem ceramah dan kajian-kajian. Taghyir diterapkan dengan tanya jawab Bina al-Ummah diterapkan dengan cara berdiskusi dan berargumentasi. Ketika penyampaian materi oleh penceramah serta adanya kegiatan- kegiatan keagamaan yang dijadikan wadah penerapan materi yang telah jamaah dapatkan seperti kegiatan ziarah akbar Masyarakat Madani melalui sinergitas antara IRMAS Baitul Muttaqien dengan |

|    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                     | masyarakat yang diwujudkan dalam kegiatan sosial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3. | Eka Munawaroh. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Strategi Dakwah pada Akun @indahrama_ dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah”. | Penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji tentang strategi dakwah pada akun @indahrama dalam pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media dakwah. | Strategi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni yang terdiri dari tiga bentuk, yaitu strategi sentimentil (al-manhaj alathifi), strategi rasional (al-manhaj al-aqli), dan strategi indrawi (al-manhaj al-hissi). | Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwasanya dari 15 video yang penulis teliti, akun Tiktok @indahrama menerapkan ketiga bentuk strategi dakwah Al-Bayanuni dengan rincian strategi sentimentil sebanyak 8 video, strategi rasional sebanyak 5 video, dan strategi indrawi sebanyak 2 video. Pada strategi sentimentil, fitur-fitur yang dimanfaatkan dalam pembuatan konten dakwah Islam adalah fitur penambahan musik, fitur filter video, dan fitur teks. Pada strategi rasional fitur yang dimanfaatkan adalah fitur jawab pertanyaan, fitur penambahan musik, fitur filter video, fitur efek video, serta fitur stiker. Sementara itu, pada video yang mengandung strategi indrawi fitur-fitur yang digunakan pada media sosial Tiktok adalah fitur |

|  |  |  |  |                                                     |
|--|--|--|--|-----------------------------------------------------|
|  |  |  |  | penambahan musik, fitur teks, dan fitur efek video. |
|--|--|--|--|-----------------------------------------------------|

### Matriks 1.1 : Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai upaya menunjukan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-belumnya, maka peneliti berusaha untuk membandingkan ragam variable, metode penilitian, dan hasil penelitiannya yang sudah dilakukan berdasarkan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian tersebut berbeda dengan isi skripsi yang penulis teliti, dimana metode dari ketiga penelitian terdahulu yang penulis ambil dimana pada penelitian pertama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme serta penelitian kedua dan ketiga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sama dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Akan tetapi, yang akan menjadi perbedaannya dari segi fokus dan kedalaman analisis yang dilakukan dalam penelitian ini jauh lebih rinci. Penelitian ini tidak hanya mengamati fenomena secara umum, tetapi juga mengkaji setiap unit postingan secara mendalam, mulai dari konsep konten, pemilihan visual, teknik penyuntingan, hingga penggunaan tipografi atau *font* yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap pemahaman fenomena yang diteliti. Pada penelitian pertama tentu saja berbeda dikarenakan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pada penelitian kedua fenomena mendalamnya membahas tentang *branding* pada media sosial yang dilakukan oleh akun Instagram @time.breakkkk, pada penelitian ketiga yaitu penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji tentang strategi dakwah pada akun @indahrama dalam pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media dakwah. Sedangkan pada penelitian yang peneliti teliti menggunakan paradigma interpretif karena paradigma ini menekankan pada

pemahaman makna dan pengalaman sosial. Fokusnya adalah menggali bagaimana pengelola akun memahami strategi komunikasi dalam konteks syiar Islam, yang bertujuan untuk memahami strategi komunikasi secara mendalam, khususnya dari perspektif subjek yang terlibat dalam pengelolaan akun mengenai fenomena yang mendalamnya fokus terhadap satu akun Instagram @time.breakkkk yang membuat konten dengan ciri khas visual kontennya berwarna kuning disetiap kontennya. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya metode dengan wawancara langsung dengan pengelola akun atau survei terhadap *audiens* akun, sehingga tidak hanya menganalisis konten tetapi juga memperoleh wawasan langsung dari perspektif kreator dan *audiens*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Teori AIDA dan Analisis SWOT. Teori AIDA yang dikembangkan oleh E. St. Elmo Lewis pada awal abad ke-20 relevan untuk menganalisis strategi dakwah akun Instagram @timebreak, khususnya dalam memahami perhatian (Attention), minat (Interest), keinginan (Desire), dan tindakan (Action) dari pengikut akun. Sementara itu, Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-an digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dalam perencanaan strategi komunikasi dakwah digital. Pendekatan ini akan lebih relevan dengan media sosial yang membutuhkan interaksi dinamis. Dalam konteks ini, "relevan" dimaknai sebagai kesesuaian teori dengan kebutuhan analisis objek penelitian, sedangkan "interaksi dinamis" merujuk pada pola komunikasi dua arah yang terus berubah dan menuntut keterlibatan aktif antara pengelola akun dan pengikutnya.

Pada hasil penelitian dengan ketiga penelitian terdahulu yang relevan, dimana penelitian pertama inti dari penelitiannya adalah hasil penelitian pada akun @asadedullah mungkin menunjukkan bagaimana strategi konten dan postingan berkala membantu pengikut memperkuat akidah, sementara hasil pada akun TikTok @indahrama\_ mungkin menunjukkan bagaimana video singkat dengan gaya modern dapat menarik perhatian remaja dalam konten dakwah. Penelitian yang kedua, pada Ikatan Remaja Masjid kemungkinan

menemukan bahwa pendekatan personal dan konten berbasis komunitas lebih efektif dalam menanamkan nilai keagamaan secara lokal, dan penelitian terdahulu yang ketiga hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwasanya dari 15 video yang penulis teliti, akun Tiktok @indahrama menerapkan ketiga bentuk strategi dakwah Al-Bayanuni dengan rincian strategi sentimentil sebanyak 8 video, strategi rasional sebanyak 5 video, dan strategi indrawi sebanyak 2 video. Sedangkan, pada penelitian saat ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi akun Instagram @time.breakkkk dalam Syiar Islam yaitu penggunaan visual dan konten kreatif diantaranya konten visual dan konten kreatif, narasi yang relevan dan aktual diantaranya pesan kontekstual serta cerita dan kisah, interaksi dengan *audiens* diantaranya responsif terhadap komentar, pemanfaatan *hashtag* dan tren diantaranya *hashtag* islami dan tren media sosial, dan yang terakhir pemberdayaan komunitas diantaranya, menggalang dana bantuan sosial atau zakat, infaq dan sedekah. Dimana dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun Instagram @time.breakkkk terdapat 5 (lima) cara, dimana dengan ke 5 (lima) strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun Instagram @time.breakkkk ini mampu dalam menyebarkan Syiar Islam.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan dibuat dengan tujuan untuk mempermudah proses penulisan. Terdiri dari lima bab yang memuat rincian sebagai berikut: Pokok permasalahan, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, keunggulan penelitian, penelitian terdahulu yang bersangkutan, kerangka kerja, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan semuanya terdapat pada bab pertama yang berfungsi sebagai pendahuluan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Alfabeta:Bandung (2022).

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

1. **Latar Belakang Masalah**, menjelaskan mengapa peneliti mengambil judul penelitian tersebut, diantaranya masalah terkait fenomena "mager" atau malas bergerak yang dipicu oleh perkembangan teknologi digital kini semakin meningkat di Indonesia, konten-konten yang tersebar di media sosial sering kali kurang terfilter dengan baik dan *platform* media sosial yang digunakan sebagai sarana dakwah atau edukasi agama masih tergolong minim.
3. **Rumusan Masalah**, menetapkan masalah yang paling penting dan menarik yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu bagaimana strategi komunikasi @time.breakkkkk dalam Syiar Islam dan bagaimana hambatan dan tantangan akun instagram @time.breakkkkk dalam Syiar Islam.
4. **Tujuan Penelitian**, menjelaskan tentang sasaran yang ingin dicapai dengan dilaksanakannya penelitian tersebut, terhadap masalah yang telah dirumuskan oleh penulis sehingga tujuan penelitian sejalan dengan isi dari rumusan masalah tersebut.
5. **Manfaat Penelitian**, menjelaskan tentang manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis.
6. **Penelitian Terdahulu Yang Relevan**, kajian penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang pada penelitian ini mengambil dari Skripsi yang dibuat oleh Fauqi Hasnan, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi yang dibuat Muhammad Amrullah, Program Studi Komunikasi dan Pennyiaran Islam, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dan Skripsi yang dibuat oleh Eka Munawaroh. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

---

1. **Kajian Pustaka**, menjelaskan tentang kajian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu tentang pengertian strategi, pengertian komunikasi, pengertian strategi komunikasi, pengertian Syiar Islam, dan pengertian Instagram.
2. **Landasan Teori**, menjelaskan tentang teori yang relevan dengan judul penelitian yang akan digunakan oleh penulis untuk meneliti, pada penelitian ini menggunakan teori AIDA dan SWOT, kemudian menyusunnya secara teratur dan rapi yang digunakan untuk merumuskan masalah pada penelitian kali ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan membahas langkah-langkah penelitian selanjutnya mengenai :

1. **Metode Penelitian** ini akan menjelaskan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.
2. **Jenis Penelitian**, suatu metode yang akan digunakan untuk menyelidiki suatu rumusan masalah yang akan diangkat. Sehingga, penulis pada penelitian kali ini menggunakan metode penelitian kualitatif.
3. **Teknik Pengumpulan Data**, menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif sehingga dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.
4. **Teknik Analisis Data**, berlangsung dengan proses pengumpulan data yang melalui tahapan-tahapan seperti, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.
5. **Objek Penelitian**, penelitian ini dilakukan pada aplikasi Instagram @time.breakkkk.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

1. **Deskripsi Objek Penelitian** yang menjelaskan tentang objek penelitian yang meliputi aplikasi Instagram di akun @time.breakkkk secara jelas dan

detail, meliputi sejarah akun Instagram @time.breakkkk serta hal lain yang berhubungan dengan objek penelitian yang penulis akan teliti.

2. **Hasil Penelitian** yang menjelaskan hasil penelitian yang telah di olah oleh penulis dari data mentah dengan menggunakan teknik analisis kualitatif.
3. **Pembahasan** yang menjelaskan tentang pembahasan lebih lanjut mengenai hasil analisis data dan wawancara narasumber.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini akan membahas mengenai :

1. **Kesimpulan**, menyimpulkan hasil penelitian yang dipaparkan secara singkat, jelas dan sesuai dengan hasil penelitian terhadap penelitian.
2. **Saran**, berisi tentang rekomendasi dari peneliti terhadap tindak lanjut penelitian terhadap bidang yang diteliti baik secara teoritis maupun praktis.