

**ANALISIS STRATEGI KONTEN DAKWAH DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPON
PENGGUNA PADA AKUN @ISUNSANTRI)**

Agung Obiyanto, Agus Baihaqi, A. Faiq Al Fawwaz
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
agungoby@iaida.ac.id, agusbaihaqi@iaida.ac.id, Azznfwz28@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu unsur terpenting dalam berdakwah yakni pemilihan media untuk berdakwah. Salah satunya ialah akun instagram @isunsantri menggunakan media sosial instagram sebagai platform media untuk berdakwah. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi konten dakwah di akun instagram @isunsantri dan efektivitas konten dakwah yang dilakukan di akun @isunsantri. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menguji keabsahan data melalui pengamatan, ketekunan, dan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konten dakwah yang dilakukan di akun instagram @isunsantri ini sangat efektif. Dengan adanya bukti dari hasil wawancara bersama beberapa followers akun @isunsantri.

Kata kunci : Strategi, konten, Instagram, Sosial Media, Dakwah, Akun @isunsantri.

ABSTRACT

One of the most important elements in preaching is choosing the media for preaching. One of them is the Instagram account @isunsantri which uses Instagram social media as a media platform for preaching. This research aims to analyze the da'wah content strategy on the @isunsantri Instagram account and the effectiveness of the da'wah content carried out on the @isunsantri account. Using a qualitative approach, this research tests the validity of the data through observation, persistence and triangulation. The results of this research show that the da'wah content strategy carried out on the @isunsantri Instagram account is effective. With evidence from interviews with several followers of the @isunsantri account.

Keywords: Strategy, content, Instagram, social media, da'wah, @isunsantri account.

A. PENDAHULUAN

Di era digital yang serba cepat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform paling efektif untuk menyebarkan pesan dan ide. Salah satu media sosial yang menawarkan potensi besar adalah Instagram, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang kuat dan efektif untuk berbagai tujuan, termasuk dakwah.

Dakwah, sebagai usaha untuk menyebarkan ajaran agama dan nilai-nilai spiritual, memerlukan pendekatan yang inovatif dan relevan dengan konteks zaman. Dengan ciri khas visual dan interaktifnya, Instagram menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih menarik dan efisien. Namun, untuk mencapai dampak yang maksimal, diperlukan strategi konten yang terencana dengan baik.

Artikel ini akan membahas berbagai strategi konten dakwah yang dapat diterapkan di Instagram. Mulai dari pemilihan jenis konten yang sesuai, pengoptimalan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan IGTV, hingga pentingnya keterlibatan audiens dan analisis hasil. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai cara memanfaatkan potensi Instagram, diharapkan pesan dakwah dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan menyentuh hati banyak orang.

B. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendalami strategi konten dakwah di akun instagram @isunsantri studikamus faktor-faktor yang mempengaruhi respon pengguna. Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif yang berfokus pada pemahaman makna daripada generalisasi, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Penelitian ini dimulai dari tanggal 23 Mei 2024 hingga 10 Agustus 2024.

Kehadiran peneliti sebagai instrumen utama dalam penelitian ini sangat penting untuk melakukan pengumpulan data, analisis, dan menyajikan laporan. Peneliti memilih beberapa informan seperti, Admin Insragram @isunsantri, dan beberapa followers yang sudah lama mengikuti akun instagram @isunsantri, dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh terdiri dari data primer yang di peroleh langsung dari sumber seperti wawancara dan observasi, serta data sekunder yang berasal dari dokumen terdokumentasi.

Teknik pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan triangulasi untuk memastikan keabsahandata, termasuk triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Proses analisis data meliputi

reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di akun instagram @isunsantri dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan para informan yang terkait dengan strategi konten dakwah di instagram studi kasus faktor-faktor yang mempengaruhi respon pengguna pada akun @isunsantri. Informan penelitian ini meliputi Admin akun instagram @isunsantri dan beberapa followers lainnya.

C.1. Strategi Konten Dakwah dalam mengetahui respon Pengguna pada akun instagram @isunsantri.

Strategi dan teknik pembuatan konten dakwah yang efektif sangatlah penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan dengan baik dan efektif kepada audiens yang dituju. Dari hasil wawancara dengan pemilik akun @isunsantri, peneliti merumuskan hasil wawancara. Berikut adalah beberapa strategi dan teknik yang dapat diterapkan dalam pembuatan konten dakwah yang efektif:

1. Menentukan target audiens

Menentukan target audiens yang jelas merupakan langkah awal yang penting dalam pembuatan konten dakwah yang efektif. Dengan mengetahui siapa audiens yang dituju, pembuat konten dakwah dapat menyesuaikan gaya bahasa, topik,

2. Memilih platform dan media sosial yang tepat

Memilih platform dan media sosial yang tepat juga sangat penting dalam pembuatan konten dakwah yang efektif. Setiap platform memiliki karakteristik dan keunikan yang berbeda, sehingga memilih platform yang tepat dapat membantu meningkatkan visibilitas dan efektivitas konten dakwah.

3. Menggunakan narasi yang menarik

Konten dakwah yang memiliki narasi yang menarik dapat membantu meningkatkan minat dan daya tarik audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

4. Menampilkan konten visual yang menarik

Konten visual seperti gambar ataupun video dapat membantu meningkatkan daya tarik dan mempermudah pemahaman audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan

5. Menerapkan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas konten dakwah

Teknik SEO (Search Engine Optimization) dapat diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan ditemukan konten dakwah di mesin pencari seperti Google

Berikut konten-konten dakwah pada akun @isunsantri yang telah diobservasi oleh peneliti periode pengunggahan bulan April-Mei tahun 2024 yakni :

1. Maqolah

Akun instagram @isunsantri sangat mengutamakan konten seperti ini. Menurut Kholiq konten Maqolah seperti ini cepat sekali viralnya. Bukan hanya cepat viral konten maqolah seperti ini juga paling banyak like dan share atau salin tautan. Konten maqolah ini sangatlah simpel. Hanya memerlukan foto dan kata-kata yang pernah diungkapkan dan didesain sedemikian rupa. Adapun beberapa contoh konten maqolah yang sudah dipublikasikan antara lain sebagai berikut :



Gambar 1.4 : Contoh Konten Maqolah (Screenshot diakun Instagram @isunsantri)

Pada gambar diatas terlihat jelas foto dengan kata-kata disampingnya. Bisa dibbilang yang menarik dari konten ini ialah dari kata-kata yang dibuat atau yang diucapkan dari sipengarang. Biasanya kata-kata yang diambil disesuaikan dengan kehidupan sekarang sama apa yang lagi tren atau viral.

2. Konten Edukasi

Konten edukasi adalah materi atau informasi yang disusun dan disajikan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, atau keterampilan kepada audiensnya. Dari hasil wawancara dengan pemilik akun @isunsantri Karakteristik dari konten edukasi menjelaskan adalah:

a. Informasional

Konten edukasi menyampaikan informasi yang relevan dan bermanfaat untuk pembelajaran.

b. Mendidik

Konten edukasi dirancang untuk membantu audiens memahami konsep-konsep, prinsip, atau keterampilan tertentu.

c. Menginspirasi

Konten edukasi dapat menginspirasi audiens untuk belajar lebih lanjut, mengembangkan minat baru, atau mencapai tujuan pribadi atau profesional.

d. Interaktif

Konten edukasi sering kali mencakup elemen interaktif, seperti

pertanyaan, latihan, atau tugas, yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran.

e. Berbasis Tujuan

Konten edukasi memiliki tujuan yang jelas dan spesifik, baik itu untuk mengajarkan suatu konsep, memperoleh keterampilan baru, atau mencapai pemahaman yang lebih dalam tentang suatu topik.

f. Relevan

Konten edukasi disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan, minat, dan tingkat pengetahuan dari audiens target. Konten edukasi dapat ditemukan dalam berbagai konteks, mulai dari pembelajaran formal di sekolah atau universitas hingga pembelajaran mandiri melalui sumber-sumber online.



Gambar 1.6 : Contoh Konten Edukasi (Screenshot diakun Instagram @isunsantri)

Seperti konten diatas Kholiq menjelaskan konten-konten seperti ini juga sangat penting bagi mereka-mereka yang kurang akan ilmu keagamaan khususnya agama Islam.

3. Konten berupa Amalan-amalan

Amalan ialah segala tindakan atau perbuatan yang dilakukan secara rutin atau dengantujuan tertentu, terutama dalam konteks agama atau spiritualitas. Amalan dapat mencakup ibadah, amal kebijakan, dan perbuatan baik lainnya yang dilakukan sebagai sebagian dari kepercayaan

atau keyakinan seseorang. Dalam konten ini konten amalan ini dapat mencangkup berbagai hal tergantung pada konteksnya. Konten amalan bisa bervariasi tergantung pada keyakinan agama atau spiritual seseorang, serta tingkat kematangan spiritual yang mereka miliki. Berikut contoh konten yang sudah pernah dipublikasikan di akun instagram @isunsantri.



Gambar 1.7 : Contoh Konten Amalan (Screenshot diakun Instagram @isunsantri)

Pada gambar diatas terdapat posthingan sebuah amalan berupa Dzikir. Konten ini sangat banyak sekali peminatnya, terlihat dari jumlah like yang didapat dari posthingan ini. Amalan ini diambil dari pendiri Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Amalan ini cukup populer dikalangan Kyai dan Santri. Jadi tak heran jika amalan ini juga dapat dikonsumsi untuk Masyarakat Khususnya Masyarakat beragama Islam.

Kholiq sebagai Founder dari akun @isunsantri, Kholiq mengungkapkan konten amalan ini memang sangat harus berhati-hati, berhati-hati dalam hal mengolah kata dan Sanadnya. Ia menjelaskan Strategi yang dibuat dalam konten ini ialah ketika mendapatkan suatu amalan ia langsung menuliskannya dan ia Sowankan dengan tujuan mendapat

ridho dari beliau. Kholiq melanjutkan konten ini memang harus sedikit kerja keras, dan memiliki mental yang kuat untuk mengangkat suatu amalan.

4. Biografi Para Ulama Nusantara

Biografi adalah sebuah karya tulis yang mendokumentasikan kehidupan seseorang, baik secara keseluruhan atau fokus pada periode tertentu dalam hidupnya. Tujuan utama dari sebuah biografi adalah untuk menggambarkan dan menganalisis kehidupan seseorang secara objektif, memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang sosok yang diceritakan. Berikut adalah contoh konten biografi yang pernah dipublikasikan di akun @isunsantri.



Gambar 1.8 : Contoh Konten Biografi (Screenshot di akun Instagram @isunsantri)

Kholiq menjelaskan ada beberapa strategi dalam mengatur konten ini. Yang perlu disiapkan untuk konten Biografi ini ialah pertama kita harus terlebih dahulu meriset Biografi siapa yang akan kita publikasikan. Dalam hal ini tentu kita harus benar-benar memahami langkah-langkah dalam membuat suatu Biografi. Mulai dari penelitian sampai review umpan balik. Kedua kita memerlukan foto sebagai pelengkap. Dengan adanya foto tersebut kita dapat mengetahui jelas sosok yang ada didalam biografi tersebut.

5. Quotes Of The Day

Quotes, atau kutipan, adalah pernyataan singkat yang mengandung makna atau pesan tertentu. Mereka sering kali mengekspresikan pemikiran, ide, nilai, atau pengalaman dengan cara yang kuat dan menginspirasi.

Kutipan bisa berasal dari berbagai sumber, seperti buku, pidato, film, lagu, atau bahkan dari individu terkenal.



Gambar 1.9 : Contoh Konten Quotes (Screenshot diakun Instagram @isunsantri)

Gambar diatas termasuk salah satu Qoutes yang pernah dipublikasikan diakun @isunsantri. Kholiq menjelaskan Qoutes ini ia dapat dari Sebuah Kitab yaitu Kitab Tanbihul Mughtariin. Kemudian ia Tulis dan mendesain sedemikian rupa sampai siap dipublikasikan. Masih banyak lagi Qoutes-qoutes yang ia dapat dan konten Qoutes ini ia Jadwal. Dalam 1 minggu dipastikan ada satu konten Qoutes yang siap dipublikasikan.

C.2. Tahapan-tahapan Dalam Membuat Konten Dakwah Pada Akun Instagram @isunsantri

Dalam pembuatan konten dakwah yang efektif, akun Instagram @isunsantri sangat memperhatikan karakteristik audiens yang dituju dan

memilih platform serta teknik yang tepat untuk meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Konten dakwah yang disampaikan pada akun instagram @isunsantri ini juga menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Dan dapat membantu meningkatkan minat dan daya tarik mereka terhadap tema dakwah yang disampaikan. Dari hasil wawancara peneliti menemukan beberapa tahapan-tahapan dalam membuat suatu konten yang dilakukan pada akun instagram @isunsantri yaitu :

1. Pertama adalah dengan menentukan tema yang menarik yang sekiranya belum pernah didengar pengikut akun @isunsantri. Dapat dikatakan tema yang dibuat mengikuti kasus atau momen yang sedang terjadi. Sehingga pesan yang disampaikan selalu update dan menarik perhatian. Selain itu, Kholiq juga memilih kata-kata untuk dijadikan judul yang bisa membuat pengikutnya di akun @isunsantri penasaran sehingga melanjutkan untuk membaca isinya.
2. Tahapan yang kedua yakni, mencari Fotage video dan foto, fotage video ini dicari dari beberapa momen. Khususnya momen santri dengan tujuan dapat menarik minat followers dalam meresapi makna dari konten tersebut. Selain fotage video juga foto-foto atau gambar dari situasi disebuah pondok Pesantren dan beberapa foto Ulama', dan juga mencari kata-kata atau kalam hikmah yang sesuai dengan situasi terkini.
3. Tahapan ketiga yakni, proses pengeditan. Proses editing ini ia lakukan sendiri sesuai kreativitas sendiri dan terkadang juga mencontoh pada akun-akun yang sama. Proses edit ini ketika konten video ia menggunakan Capcut Pro. Kholiq menjelaskan bahwa ia "sudah tidak asing dengan aplikasi ini dan insyaallah sudah menguasai semua fitur yang ada". Selain Capcut Pro Kholiq juga menggunakan Canva Pro dalam mengedit sebuah Maqolah atau Kalam Hikmah. Ia melanjutkan juga tidak asing dengan aplikasi ini "Sudah seperti makanan sehari-hari". Dengan begitu menguasai dua aplikasi ini Kholiq Slalu menuangkan kreatifitasnya sebaik mungkin.
4. Tahapan selanjutnya ialah proses publikasi. Kholiq menjelaskan Pemilihan

Caption sangat berperan dalam proses publikasi ini. Antara gambar dan isi harus saling berkaitan. Gambar yang digunakan merupakan cerminan dari isi yang akan dibahas atau disampaikan. Pemilihan gambar di akun @isunsantri biasanya menyesuaikan tema yang diunggah.

Adapun strategi lainnya yang dilakukan oleh Kholiq, yaitu dengan menentukan jadwal upload. Maksud dari menjadwalkan upload konten ini ialah untuk menjaga algoritma Instagram akun @isunsantri ini tetap terjaga. Dengan adanya jadwal ini Kholiq juga dapat menyesuaikan dengan trens yang ada. Contoh memasuki Bulan suci Ramadhan berarti konten yang cocok untuk mengisinya yaitu dengan mencari Fadilah-fadilah, Amalan-amalan pada bulan suci Ramadhan.

C.3. Efektivitas Konten Dakwah di Instagram @isunsantri

Secara keseluruhan, membangun konten dakwah yang relevan dan berdaya saing pada era teknologi memerlukan strategi yang tepat. Hal ini meliputi memperhatikan kualitas konten, kepribadian pembawa dakwah, dan keberadaan audiens target. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, seorang pembuat konten dakwah dapat menciptakan konten yang dapat memberikan manfaat bagi audiens dan dapat bersaing dengan konten-konten lainnya di era digital.

Dengan para Da'i mampu memproduksi konten-konten dakwah yang relavan audiens akan semakin memprioritaskan konten kita. Audiens merasa ada manfaat setelah mengikuti ataupun membaca konten yang dikonsumsi. Seperti yang dilakukan oleh akun @isunsantri ini. Peneliti menemukan beberapa faktor kenapa konten akun @isunsantri ini begitu sangat banyak sekali pengikutnya. Berikut hasil wawancara dari beberapa followers diantaranya :

1. Andirianto salah satu followers akun instagram @isunsantri mengungkapkan bahwa ia sangat memahami isi konten yang ia baca. Terutama dari segi pemilihan tema yang di bahas. Pemilihan tema sekaligus perangkaian kata-kata yang bijak sangat efektif sekali dan mampu membuat

para followers memahami, mengajak para followersnya dalam hal melakukan kebaikan. Contoh pada konten amalan-amalan. Sebagai followers yang menginginkan sesuatu dengan mendekati diri kepada Allah SWT. Salah satunya dengan melakukan amalan-amalan yang ada. Juga sebagai Followers yang bijak tentu harus mengetahui sanat asal amalan-amalan itu. Dan konten yang ada pada akun instagram @isunsantri ini amalan-amalan yang dibahas sudah diterapkan dari siapa dan jelas sanatnya sampai ke Nabi Muhammad SAW.

2. Ahmad Dani A juga salah satu followers akun instagram @isunsantri. Mengungkapkan bahwa ia sangat suka dengan visual desain yang dibuat. Selain desain visual yang dibuat oleh Kholiq pembahasan dari isi yang akan disampaikan juga mudah difahami. Terdiri dari kata-kata atau kalam hikmah dengan disertai foto dari pengarang kata-kata tersebut. Dan tak lupa dengan penjelasan pada caption dari postingan tersebut. Ini dapat memudahkan untuk difahami baik dari kalangan remaja maupun dewasa. Konten maqolah seperti ini sangat efektif sekali mampu memahami audiens baik dari pembahasan yang dibahas dengan desain visual yang dibuat.
3. Rizki Arifin juga sebagai followers akun instagram @isunsantri. Rizki menjelaskan bahwa ia sangat memahami isi konten yang dibahas. Rizki dengan usia 12 tahun, Rizki sudah tertarik dengan konten dakwah seperti yang dibuat oleh akun @isunsantri ini. Selain menyadarkan diri kita bahwa agama itu sepenting ini, Rizki juga merasa ia akan cepat bisa berfikir lebih dewasa lagi. Dengan mempunyai cita-cita sebagai Da'i Rizki begitu mengamati dari setiap konten yang diterbitkan dari akun instagram @isunsantri ini.
4. Firman Ardian juga sebagai followers akun instagram @isunsantri. Dari hasil wawancara Firman menjelaskan bahwa selain bisa memahami isi konten yang dibahas dari akun instagram @isunsantri Firman juga sanget terketuk hatinya setelah membaca kata-kata atau konten maqolah yang dibuat oleh akun @isunsantri. Sungguh ini bermanfa'at sekali bagi Firman. Firman juga mengamalkan amalan-amalan yang diunggah, seperti dzikir,

shodaqoh, dan lain sebagainya.

5. Adi Susanto juga sebagai followers akun instagram @isunsantri. Peneliti melakukan wawancara dengan Adi. Adi menjelaskan bahwa ia sangat memahami isi konten dari akun instagram @isunsantri ini. Sebagai seorang santri Adi memanfaatkan konten edukasi sebagai bahan bekal Ilmu di Pondok Pesantren. Konten edukasi yang dibuat sangat bermanfa'at bagi Adi. Sesekali konten yang dibuat oleh akun instagram @isunsantri ini tidak pernah ia dapat dari Pondok Pesantren. Konten seperti ini bisa menambah pengetahuan bagi Adi juga followers lainnya.
6. Wawan Gusnira sebagai followers akun instagram @isunsantri menjelaskan, Wawan sudah lama mengikuti akun ini. Ia suka dengan visual yang di unggah. Sebagai followers lama, Wawan mengamati dari bentuk visual yang ditampilkan. Sedari dulu visual desain selalu mengikuti tren masa kini. Dan ini akan meningkatkan daya tarik pengguna instagram lainnya. Belum lagi dengan konten-konten yang disajikan. Ini sangat bermanfa'at bagi masyarakat yang kurang akan Ilmu keagamaan khususnya agama Islam.

Dari hasil penjelasan diatas terdapat beberapa teori yang sesuai dengan ungkapan tanggapan dari beberapa followers. Teori yang dipakai yaitu teori efek komunikasi massa (effect Theory) Menurut Schramm dan Roberts, beranggapan bahwa efek adalah “perubahan perilaku manusia yang setelah diterpa media pesan mediamassa”. Karena fokusnya pesan maka efek haruslah berkaitan dengan pesanyang disampaikan media massa. Efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Mengenai efek komunikasi ini telah disinggung dimuka, yakni diklasifikasikan sebagai efek kognitif (*Cognitive Effect*), efekafektif (*Afektif Effect*), dan efek behavioural (*Behavioral Effect*) (Jalaluddin, 1994:216).

Dari paparan teori diatas peneliti mengambil beberapa sumber Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari : “Sampaikanlah Ilmu meskipun hanya

satu ayat”. Hadits ini menekankan pentingnya berbagi ilmu, meskipun dalam jumlah sedikit. Dalam konteks dakwah media sosial, hadits ini mendorong umat Islam untuk berbagi ilmu dan wawasan Islam dengan orang lain, terlepas dari platform atau jumlah audiens mereka. Begitulah yang dilakukan oleh pemilik akun instagram @isunsantri Kholiq Anhar, S.Sos. Ia membuat akun tersebut dengan tujuan tak kala lain ialah untuk berdakwah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi-strategi konten dakwah yang digunakan oleh Kholiq si pemilih akun instagram @isunsantri ada dua jenis, yakni menggunakan beberapa kata-kata yang bisa disebut Maqolah, dan beberapa konten lain seperti Biografi, Amalan-amalan, konten Edukasi, menentukan jadwal upload minimal satu hari dua konten dan lain sebagainya.
2. Ada beberapa tahapan-tahapan strategi konten dakwah yang dilakukan dalam menentukan suatu postingan.
 - a) Tahap perumusan menjadi tahap awal dalam strategi membuat suatu konten yaitu dengan menentukan tema yang akan dibahas.
 - b) Tahap implementasi yang terdiri dari mengedit, mendesain, dan mempublikasikan serta memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *caption, hastag, instaStory, dan mentions*.
 - c) Tahap Finishing membuat caption semenarik mungkin dan dapat difahami oleh audiens.

Dilihat dari hasil wawancara dari beberapa followers akun @isunsantri efek yang dirasakan ialah konten yang diunggah dapat memahami audiens. Banyak dari para audiens merasa tersentuh hatinya. Terbukti strategi konten dakwah yang dibuat oleh pemilik akun instagram @isunsantri (Kholiq) ini sangat efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hasani, Sayyid Muhammad Alwi al-Maliki. 2009. "Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran". Bandung: Cet I
- Amin, M. Mashur. 1980. Metode Dakwah Islam dan Berbagai Keputusan Pembangunan Tentang Aktivitas Keagamaan. Yogyakarta: Sumbangsih.
- Amin, Samsul Munir. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah. Arikunto, Suharsimi. 1989. Prosedur Penulisan: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Amin, Samsul Munir. 2014. *Sejarah Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Aminudin. 2016. Konsep Dasar Dakwah. *Jurnal Al-Munzir* Volume 9 Nomor 1
- Arsam. 2016. *Manajemen dan Strategi Dakwah*. Purwokerto: STAIN Press
- Asmaniar."Instagram Sebagai Media Dakwah (Respon Followers pada Akun @Felixsiauw dan @Yusufmansurnew". Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019.
- Aziz, Moh. 2004. Ali, Ilmu Dakwah Edisi Revisi. Jakarta:Kencana.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta:Rineka Cipta, 2008), 22.
- David, Fred R. 2012. Manajemen Strategi Konsep. Jakarta:Salemba Empat.
- Fathor Rasyid, *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Praktek*(Kediri: IAIN Kediri Press, 2019),164
- Gunawan, Imam. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.

- Gustam, Rizky Ramanda. "Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan," eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.3, No.2/ 2015.
- Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta:Salemba Humanika,2012), 164
- <https://www.instagram.com/isunsantri/> diakses pada 29 Januari pukul 15.01 WIB.
- Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), 3.
- Mulawarwan, Nurfitri, Aldila Dyas."Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". Jurnal UGM Buletin Psikologi, Vol.25, No.1/2017.
- Munir, Muhammad. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Munir, Muhammad. dan Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Mutiawati, Imas. 2018. Skripsi: *Dakwah Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang
- Sidiq, Anwar. 2017. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung.
- Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu, 'Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2.1 (2020), 1–9
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, CV. 2016),247
- Sumarsono, S. 2001. Pendidikan Kewarganegaraan. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Taha. 2010. *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*. Bandung: Cet I.
- Usman, Fadli. "*Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*". *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, Vol.1, No.1/Maret, 2016.
- Romadlany, Zakiyah dan Farhan. "*Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*", *Jurnal El-Furqania*, Vol.5, No.1/Februari 2019.
- Setiadi, Ahmad. "*Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi*", AMIK BSI Karawang, Bekasi, tt.
- Wicaksono, M. Arif. "*Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers*". *Jurnal JOM FISIP*, Vol.4 No.2/Okttober: 2017.