

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PADA KONTEN KREATOR ISLAM DI INSTAGRAM (SUBHANNURSOBAH)

Winda Kustiawan¹, Amanda Wulan², Syawaluddin Al-Azhar Sihombing³

windakustiawan@uinsu.ac.id¹, amandawulanpasaribu@gmail.com²,

syawaluddinsihombing29@gmail.com³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh konten kreator Islam di media sosial, dengan studi kasus pada akun Instagram @subhannursobah. Dalam era digital yang serba cepat dan dinamis, dakwah memerlukan pendekatan komunikasi yang kreatif, adaptif, dan relevan dengan karakteristik audiens, khususnya generasi muda. Melalui metode kualitatif dan analisis konten, penelitian ini menemukan bahwa Subhannursobah menggunakan strategi komunikasi berbasis visual yang kuat, bahasa yang ringan namun bermakna, serta pendekatan personal yang menyentuh sisi emosional pengikutnya. Strategi tersebut terbukti efektif dalam membangun keterlibatan (engagement) dan menyampaikan pesan-pesan keislaman secara lebih inklusif dan mudah dipahami. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang potensial jika didukung oleh strategi komunikasi yang tepat dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Dakwah, Media Sosial.

ABSTRACT

This study aims to examine the communication strategy of da'wah carried out by Islamic content creators on social media, with a case study on the Instagram account @subhannursobah. In the fast-paced and dynamic digital era, da'wah requires a creative, adaptive, and relevant communication approach to the characteristics of the audience, especially the younger generation. Through qualitative methods and content analysis, this study found that Subhannursobah uses a strong visual-based communication strategy, light but meaningful language, and a personal approach that touches the emotional side of his followers. This strategy has proven effective in building engagement and conveying Islamic messages in a more inclusive and easy-to-understand way. The results of this study indicate that social media can be a potential means of da'wah if supported by the right communication strategy and based on Islamic values.

Keywords: Strategy, Communication, Da'wah, Social Media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Salah satu dampak paling nyata dari perkembangan ini adalah munculnya media sosial sebagai sarana komunikasi yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan lainnya tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi medium yang efektif dalam menyebarkan berbagai informasi, termasuk pesan-pesan keagamaan. Dalam konteks dakwah Islam media sosial telah membuka peluang besar bagi para pendakwah untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih luas, cepat, dan efisien. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital. Hal ini tentunya memerlukan penyesuaian strategi komunikasi agar pesan dakwah tetap efektif dan dapat diterima oleh khalayak luas yang sangat sangat beragam latar belakangnya.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk berdakwah adalah Instagram. Dengan fitur-fitur visual yang menarik seperti gambar, video singkat, dan cerita (story), Instagram memberikan ruang kreatif bagi para konten kreator untuk menyampaikan pesan Islam dengan gaya yang lebih kekinian. Para pendakwah dituntut untuk mampu memanfaatkan fitur-fitur tersebut agar dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, inspiratif, dan menyentuh hati audiens. Subhannur Sobah, seorang konten kreator Islam di Instagram, merupakan salah satu contoh figur yang berhasil memanfaatkan platform ini sebagai media dakwah. Melalui akun Instagram-nya, ia membagikan konten-konten yang berisi nasihat, potongan ayat dan hadis, motivasi Islami, serta pengalaman pribadi yang dikemas secara sederhana namun menyentuh. Gaya penyampaian yang ringan, visual yang menarik, serta konsistensi dalam menyampaikan nilai-nilai Islam menjadikan akun ini menarik perhatian banyak pengikut, khususnya dari kalangan anak muda.

Strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Subhannur Sobah menjadi menarik untuk diteliti karena mampu menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan pendekatan media sosial yang modern. Dalam era digital yang serba cepat ini, konten dakwah harus dikemas dengan cara yang tepat agar tidak hanya dilihat, tetapi juga dipahami dan diresapi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan dalam konten-konten tersebut, termasuk aspek bahasa, visual, timing, dan interaksi dengan audiens. Studi ini juga menjadi relevan mengingat tantangan dakwah di era media sosial sangat kompleks. Selain harus bersaing dengan berbagai jenis konten hiburan, dakwah di media sosial juga harus mampu menghindari kesan menggurui atau kaku. Sebaliknya, pendekatan yang humanis, empatik, dan menyentuh sisi emosional audiens menjadi kunci agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Hal ini menuntut para konten kreator untuk memiliki strategi komunikasi yang matang dan kontekstual.

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi komunikasi dakwah Subhannur Sobah sebagai studi kasus yang dapat memberikan gambaran nyata mengenai praktik dakwah di media sosial. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis konten, penulis berupaya menggali teknik, gaya komunikasi, serta efektivitas pesan yang disampaikan dalam berbagai unggahan di akun Instagram @subhannursobah. Harapannya, hasil kajian ini dapat menjadi rujukan bagi para pendakwah dan praktisi komunikasi Islam dalam merancang strategi dakwah digital yang lebih efektif. Dengan latar belakang tersebut, penulis menyusun penelitian ini guna memahami lebih dalam tentang dinamika dakwah Islam di era media sosial, khususnya melalui platform Instagram. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan, tetapi juga menganalisis dampaknya terhadap audiens serta tantangan yang dihadapi oleh konten kreator dakwah. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pola komunikasi dakwah yang sesuai dengan karakteristik media sosial dan kebutuhan dakwah kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh konten kreator Islam di media sosial, khususnya pada akun Instagram @subhannursobah. Pendekatan kualitatif dipilih karena dianggap mampu menggali makna, strategi, serta dinamika komunikasi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pesan-pesan dakwah dikonstruksi, disampaikan, dan diterima oleh audiens dalam konteks media sosial yang bersifat interaktif dan visual. Penelitian ini menitikberatkan pada deskripsi mendalam atas praktik dakwah digital dan pola komunikasi yang dibangun oleh Subhannursobah dalam menyampaikan nilai-nilai Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten yang diunggah pada akun Instagram @subhannursobah, dokumentasi unggahan dalam bentuk gambar, video, dan caption, yang berinteraksi secara aktif dengan konten tersebut. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis isi (content analysis), yakni dengan mengkaji isi pesan dakwah berdasarkan tema, gaya bahasa, bentuk visual, serta respons dari audiens. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik, untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai strategi komunikasi dakwah yang relevan dan efektif di era media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Dakwah di Era Media Sosial: Studi Kasus pada Konten Kreator Islam di Instagram (Subhannursobah)

Di era digital yang semakin maju peran media sosial dalam kehidupan masyarakat menjadi sangat signifikan. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan lainnya tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks ini, dakwah Islam mengalami transformasi bentuk dan cara penyampaian. Pendakwah dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta pola komunikasi masyarakat masa kini, khususnya generasi muda. Dakwah yang dulunya bersifat konvensional melalui mimbar masjid atau majelis ilmu, kini berkembang ke ranah digital dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan kreatif. Salah satu medium yang populer dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah adalah Instagram. Dengan karakteristik visual yang kuat, Instagram memungkinkan pendakwah atau konten kreator Islam menyampaikan nilai-nilai keislaman dalam bentuk gambar, video singkat, dan caption yang padat makna namun mudah dipahami.¹

Subhannursobah merupakan salah satu konten kreator Islam di Instagram yang cukup dikenal karena pendekatannya yang santai, personal, dan menyentuh hati. Ia menyampaikan pesan dakwah tidak hanya dengan dalil-dalil agama, tetapi juga melalui pengalaman hidup, cerita keseharian, serta motivasi yang membumi. Gaya komunikasinya yang dekat dengan realitas audiens membuat kontennya mudah diterima, terutama oleh kalangan muda yang mencari ketenangan spiritual namun tetap relevan dengan kehidupan modern. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Subhannursobah mencakup berbagai aspek penting dalam dunia digital. Pertama, ia menggunakan bahasa yang ringan dan akrab, yang tidak menggurui namun tetap membawa pesan religius yang kuat. Kedua, ia konsisten dalam menyampaikan konten bertema positif, seperti pentingnya bersyukur, sabar, menjaga hati, serta memperbaiki diri. Ketiga, visualisasi kontennya dikemas dengan estetika yang sederhana namun menarik, sehingga mampu memikat perhatian pengguna media sosial.²

Tidak hanya dari sisi isi keberhasilan dakwah Subhannursobah juga ditentukan oleh interaksi yang aktif dengan pengikutnya. Ia membalas komentar, mengadakan sesi tanya jawab, dan membagikan respons dari audiens melalui fitur story atau kolom komentar. Interaksi ini menciptakan hubungan emosional dan kedekatan antara konten kreator dengan audiens, yang merupakan kunci penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pengikut terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Dalam dunia komunikasi dakwah

¹ Ramadhan, F. (2019). Efektivitas Komunikasi Dakwah di Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Akun @pemudahijrah. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemasyarakatan*, 3(2), hlm 87–99

² Yuliana, I. (2019). Dakwah Kreatif di Media Sosial: Perspektif Semiotic Analisis terhadap Konten Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Komunikasi Islam dan Dakwah Modern*, 3(1), hlm 49–62

digital aspek waktu dan konsistensi juga sangat berpengaruh. Subhannursobah secara teratur mengunggah konten dengan jadwal yang cukup konsisten, yang membantu menjaga keterikatan pengikut terhadap akun Instagram-nya. Keberlanjutan dalam menyampaikan pesan ini membentuk pola kebiasaan di kalangan audiens untuk terus mengikuti dan menantikan konten-konten terbaru, yang secara tidak langsung memperkuat internalisasi nilai-nilai Islam dalam keseharian mereka.³

Strategi lain yang cukup menonjol dalam dakwah digital Subhannursobah adalah pendekatan emosional dan reflektif. Alih-alih hanya menyampaikan hukum-hukum agama secara normatif, ia lebih sering mengajak audiens untuk merenung, mengevaluasi diri, dan menemukan ketenangan dalam ajaran Islam. Pesan-pesan seperti ini cenderung lebih menyentuh dan relevan dengan persoalan hidup yang dihadapi oleh masyarakat modern, sehingga mampu meningkatkan daya terima dakwah secara lebih luas. Meski demikian dakwah melalui media sosial juga menghadapi tantangan, seperti potensi kesalahpahaman dalam menafsirkan pesan, risiko informasi yang disalahgunakan, serta perlunya menjaga otentisitas sumber rujukan keislaman. Oleh karena itu, pendakwah digital seperti Subhannursobah perlu tetap mengedepankan etika dakwah dan tanggung jawab ilmiah dalam setiap konten yang disajikan. Penggunaan dalil yang shahih dan penyampaian yang tidak menyinggung pihak lain menjadi hal yang mutlak dalam menjaga kesucian dakwah di ruang publik digital.

Strategi komunikasi dakwah Subhannursobah di Instagram menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam asalkan dikelola dengan pendekatan yang komunikatif, empatik, dan berbasis nilai. Studi kasus ini memberikan gambaran bahwa dakwah tidak harus kaku dan formal, tetapi bisa disampaikan secara fleksibel dengan tetap menjaga substansi ajaran. Hal ini menjadi pelajaran penting bagi para pendakwah dan konten kreator Islam untuk terus berinovasi dalam menyampaikan pesan kebaikan di era media sosial.⁴

Relevansi Komunikasi Dakwah di Era Media Sosial

Di era digital saat ini komunikasi mengalami pergeseran besar dari bentuk konvensional menuju bentuk yang lebih modern dan berbasis teknologi. Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi paling dominan dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai tempat berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang dakwah. Hal ini menjadikan komunikasi dakwah di era media sosial sangat relevan karena memungkinkan pesan-pesan Islam menjangkau khalayak luas tanpa batasan geografis maupun waktu. Komunikasi dakwah yang dulunya identik dengan ceramah di masjid, pengajian, atau buku-buku agama, kini dapat dilakukan melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X (Twitter). Transformasi ini memperluas cakupan dakwah karena memungkinkan para dai dan konten kreator Islam menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Relevansi dakwah melalui media sosial terletak pada kemampuannya beradaptasi dengan gaya hidup modern masyarakat tanpa mengurangi substansi pesan keislaman.

Relevansi lainnya adalah kemudahan dalam menyampaikan pesan yang bersifat visual, singkat, namun tetap bermakna. Media sosial menyediakan berbagai fitur seperti video pendek, infografis, story, dan live streaming yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara menarik dan mudah dipahami. Hal ini menjawab

³ Hasanah, R. (2021). Strategi Visualisasi Dakwah dalam Konten Instagram: Studi pada Akun @nussaofficial. *Jurnal Studi Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), hlm 90–104.

⁴ Anwar, M. (2022). Komunikasi Dakwah di Era Digital: Analisis Strategi Konten Instagram Ustadzah Oki Setiana Dewi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), hlm 33–45.

kebutuhan generasi digital yang cenderung menyukai informasi yang cepat, ringkas, dan interaktif. Oleh karena itu, dakwah melalui media sosial menjadi lebih kontekstual dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain menjangkau audiens yang lebih luas, komunikasi dakwah di media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pendakwah dan jamaah. Berbeda dengan dakwah konvensional yang cenderung satu arah, media sosial memberikan ruang dialog melalui komentar, pesan langsung, atau forum diskusi daring. Ini menciptakan komunikasi yang lebih dinamis, di mana pendakwah dapat merespons pertanyaan atau masukan dari pengikut secara langsung, memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan antara keduanya.⁵

Relevansi lain dari dakwah melalui media sosial adalah fleksibilitas waktu dan akses. Masyarakat tidak perlu hadir secara fisik di tempat tertentu untuk mendapatkan pencerahan keislaman, cukup dengan membuka ponsel kapan pun dan di mana pun. Hal ini sangat membantu bagi mereka yang memiliki kesibukan tinggi atau tinggal di daerah yang akses terhadap dakwah tradisional masih terbatas. Dengan kata lain, media sosial mampu menjembatani kesenjangan dalam akses dakwah. Namun, di balik relevansi dan keunggulannya, dakwah di media sosial juga membawa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah banjirnya informasi yang tidak semuanya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah atau syar'i. Hal ini menuntut para dai digital untuk lebih hati-hati dan bertanggung jawab dalam menyampaikan konten, agar tidak menyesatkan atau menimbulkan kesalahpahaman di tengah masyarakat. Kredibilitas sumber, keilmuan, dan etika komunikasi menjadi aspek penting dalam menjaga kualitas dakwah.

Selain itu keberhasilan dakwah di media sosial juga sangat tergantung pada kreativitas dan kemampuan teknis pendakwah dalam memproduksi konten. Untuk membuat pesan Islam tetap menarik, pendakwah harus mampu mengemas materi keagamaan dengan cara yang modern, menarik secara visual, dan relevan dengan isu-isu kekinian. Relevansi komunikasi dakwah di media sosial menuntut perpaduan antara substansi keilmuan Islam dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital secara bijak. Komunikasi dakwah di era media sosial memiliki relevansi yang sangat kuat dengan kehidupan masyarakat modern. Ia hadir sebagai solusi dakwah yang lebih inklusif, cepat, dan mudah diakses. Meski tidak menggantikan sepenuhnya metode dakwah tradisional, media sosial telah menjadi pelengkap yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah tantangan zaman. Oleh karena itu, para pelaku dakwah perlu terus mengembangkan kapasitasnya agar mampu berdakwah secara relevan, adaptif, dan bertanggung jawab di tengah arus digitalisasi.⁶

Efektivitas Komunikasi Dakwah di Era Media Sosial: Studi Kasus pada Konten Kreator Islam di Instagram (Subhannursobah)

Di era media sosial yang ditandai dengan arus informasi yang cepat dan interaktif, dakwah Islam menghadapi tantangan sekaligus peluang baru. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, melainkan telah merambah ke ruang digital yang luas. Media sosial seperti Instagram memungkinkan penyebaran pesan-pesan keislaman secara lebih masif, visual, dan menjangkau audiens lintas usia, wilayah, bahkan budaya. Dalam konteks ini, efektivitas komunikasi dakwah menjadi aspek penting yang harus diperhatikan, karena keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga cara dan media penyampaiannya. Efektivitas komunikasi dakwah merujuk pada

⁵ Pratama, A. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Interaktif di Instagram Live: Studi pada Akun Dai Muda Kota Bandung. *Jurnal Digitalisasi Dakwah*, 1(1), hlm 1–12

⁶ Maulana, A. (2021). Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial Instagram oleh Ustadz Abdul Somad. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(2), hlm 123–134.

sejauh mana pesan-pesan dakwah mampu diterima, dipahami, dan memengaruhi sikap atau perilaku audiens. Dalam media sosial, efektivitas tersebut sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam menyesuaikan konten dengan karakteristik platform dan kebutuhan pengguna. Konten yang terlalu berat atau formal sering kali kurang diminati, terutama oleh generasi muda yang lebih menyukai gaya komunikasi yang ringan, emosional, dan mudah diakses. Oleh karena itu, dakwah digital memerlukan pendekatan kreatif, fleksibel, dan strategis agar tetap menyentuh makna keislaman tanpa kehilangan daya tariknya.

Subhannursobah Seorang konten kreator Islam di Instagram, merupakan contoh nyata dari keberhasilan dakwah digital yang efektif. Melalui unggahan berupa kutipan ayat atau hadis, refleksi kehidupan, dan nasihat-nasihat ringan, ia berhasil membangun kedekatan dengan audiensnya. Efektivitas dakwahnya tidak hanya terlihat dari jumlah pengikut yang besar, tetapi juga dari tingginya tingkat interaksi dalam bentuk komentar, pesan langsung (DM), dan tanggapan terhadap konten. Ini menunjukkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya diterima, tetapi juga membangkitkan respons positif dari para pengikutnya. Salah satu kunci efektivitas dakwah Subhannursobah adalah konsistensi dalam penyampaian pesan dan nilai. Ia secara rutin mengunggah konten yang konsisten secara tema, seperti motivasi Islami, penguatan iman, dan introspeksi diri. Ini membentuk pola komunikasi yang stabil, sehingga audiens mengetahui karakter dakwah yang dibawanya dan merasa nyaman untuk terus mengikuti. Konsistensi ini penting dalam membangun kepercayaan (trust) antara komunikator dan audiens, yang merupakan unsur utama dalam komunikasi yang efektif.⁷

Selain itu Subhannursobah menggunakan bahasa yang sederhana dan komunikatif, yang menjadikan pesan dakwah mudah dipahami tanpa kehilangan makna. Ia menghindari bahasa yang terlalu teknis atau penuh istilah asing, dan lebih memilih kalimat yang dekat dengan keseharian. Strategi ini membantu menjembatani jarak antara pesan agama yang kadang dianggap berat dengan realitas hidup audiens yang penuh tantangan dan kompleksitas. Efektivitas dakwahnya juga ditunjang oleh kemampuan visualisasi konten. Instagram sebagai platform berbasis gambar dan video sangat mengandalkan aspek visual untuk menarik perhatian. Subhannursobah memanfaatkan desain yang bersih, warna yang menenangkan, dan tata letak tulisan yang rapi untuk meningkatkan keterbacaan dan kenyamanan pengguna. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial bukan hanya soal isi, tetapi juga tampilan dan kemasan pesan.

Namun demikian efektivitas komunikasi dakwah di media sosial juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah risiko penyalahgunaan pesan oleh pihak yang tidak memahami konteks dakwah secara utuh. Selain itu, keterbatasan ruang dalam media sosial kadang membuat penyampaian pesan menjadi sangat singkat dan berpotensi menimbulkan multitafsir. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dan tanggung jawab moral dari para pendakwah digital dalam menyusun konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga akurat dan kontekstual. Studi kasus pada Subhannursobah menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di era media sosial dapat berlangsung secara efektif jika didukung oleh strategi komunikasi yang relevan, empatik, dan adaptif. Efektivitas tidak hanya diukur dari popularitas konten, tetapi juga dari dampaknya dalam mengubah cara berpikir dan memperkuat nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari audiens. Oleh karena itu,

⁷ Kurniawan, B., & Azizah, R. (2021). Pendekatan Personal dalam Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam Nusantara*, 5(2), hlm 140–152.

dakwah digital di masa kini perlu terus dikembangkan dengan pendekatan yang lebih humanis dan profesional.⁸

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Subhannursobah di Instagram, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah di era media sosial sangat bergantung pada kemampuan pendakwah dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik media dan audiens. Subhannursobah memanfaatkan kekuatan visual, gaya bahasa yang santai namun bernas, serta kedekatan emosional dengan pengikutnya sebagai strategi utama dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Pendekatan ini membuat dakwah terasa relevan, mudah diterima, dan menginspirasi, terutama bagi kalangan muda yang akrab dengan dunia digital. Strategi komunikasi dakwah yang efektif di media sosial tidak hanya terletak pada isi pesan, tetapi juga dalam cara penyampaian yang kreatif, konsisten, dan responsif terhadap kebutuhan audiens. Studi ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial dapat menjadi alternatif yang sangat potensial dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas, asalkan dilakukan dengan pendekatan yang bijak dan adaptif. Oleh karena itu, para pendakwah dan konten kreator di era digital perlu terus mengembangkan kemampuan komunikasi dan memahami dinamika platform yang mereka gunakan agar dakwah tetap bermakna dan berdampak positif di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2022). Komunikasi Dakwah di Era Digital: Analisis Strategi Konten Instagram Ustadzah Oki Setiana Dewi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 33–45.
- Fitriyani, L., & Hidayat, M. (2020). Dakwah Digital di Era Milenial: Studi Strategi Komunikasi Dai Muda di Instagram. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 4(1), 55–70.
- Hasanah, R. (2021). Strategi Visualisasi Dakwah dalam Konten Instagram: Studi pada Akun @nussaofficial. *Jurnal Studi Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 90–104.
- Kurniawan, B., & Azizah, R. (2021). Pendekatan Personal dalam Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam Nusantara*, 5(2), 140–152.
- Maulana, A. (2021). Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial Instagram oleh Ustadz Abdul Somad. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(2), 123–134.
- Nurhasanah, S. (2020). Peran Media Sosial Instagram dalam Menyebarkan Nilai Islam pada Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam Kontemporer*, 2(1), 21–34.
- Pratama, A. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Interaktif di Instagram Live: Studi pada Akun Dai Muda Kota Bandung. *Jurnal Digitalisasi Dakwah*, 1(1), 1–12.
- Ramadhan, F. (2019). Efektivitas Komunikasi Dakwah di Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Akun @pemudahijrah. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemasyarakatan*, 3(2), 87–99.
- Wahyuni, D. (2020). Instagram sebagai Media Dakwah Alternatif: Studi terhadap Engagement Akun @muslimahdaily. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 67–79.
- Yuliana, I. (2019). Dakwah Kreatif di Media Sosial: Perspektif Semiotic Analisis terhadap Konten Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Komunikasi Islam dan Dakwah Modern*, 3(1), 49–62.

⁸ Fitriyani, L., & Hidayat, M. (2020). Dakwah Digital di Era Milenial: Studi Strategi Komunikasi Dai Muda di Instagram. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 4(1), hlm 55–70.