

**ANALISIS STRATEGI KONTEN KREATOR *INSTAGRAM*
DALAM MENINGKATKAN PESAN – PESAN DAKWAH
DI ERA DIGITAL (TINJAUAN *STRENGTHS*,
WEAKNESSES, *OPPORTUNITIES*,
DAN *THREATS*)**

TESIS

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar
Magister Sosial (M.Sos)

OLEH:

ABDI AR-RIDHO

NIM: 3005204020



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**

2023

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**ANALISIS STRATEGI KONTEN KREATOR INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN PESAN – PESAN DAKWAH
DI ERA DIGITAL (TINJAUAN *STRENGTHS*,
WEAKNESSES, *OPPORTUNITIES*,
DAN *THREATS*)**

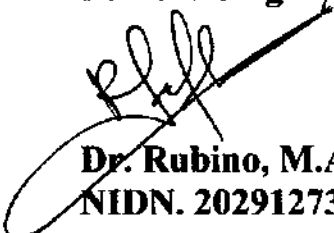
Oleh:

**ABDI AR-RIDHO
NIM: 3005204020**

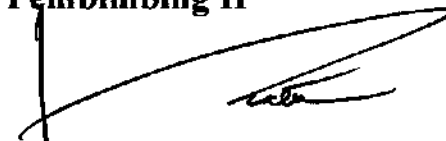
Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sosial (M. Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
Medan, Januari 2024

Pembimbing I


**Dr. Rubino, M.A.
NIDN. 2029127304**

Pembimbing II


**Dr. Efi Brata Madya, M.Si.
NIDN. 2010066701**

PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “**Analisis Strategi Konten Kreator Instagram dalam Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah di Era Digital (Tinjauan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*)**”. a.n. **Abdi Ar-Ridho, NIM. 3005204020**, Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam telah dimunaqasahkan dalam Sidang Ujian Tesis Program Magister Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada Senin/ 29 Januari 2024.

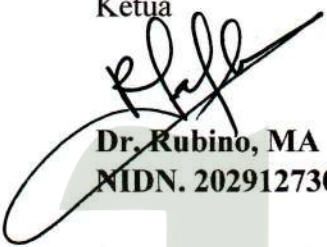
Medan, Rabu/ 8 Mei 2024

Panitia Ujian Tesis

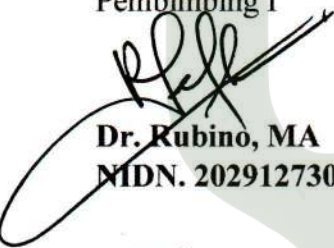
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sumatera Utara Medan

Ketua


Dr. Rubino, MA
NIDN. 2029127304


Pembimbing I


Dr. Rubino, MA
NIDN. 2029127304

Penguji I


Dr. Mailin, MA
NIDN. 2007097701

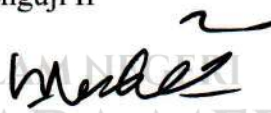
Sekretaris


Dr. Zainun, MA
NIDN. 2015067002

Pembimbing II


Dr. Efi Brata Madya, MA
NIDN. 2010066701

Penguji II


Dr. Fatma Yulia, MA
NIDN. 2021077602

Mengetahui:

Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan


Prof. Dr. Hasan Sazali, M.A
NIDN. 2022027604



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdi Ar-Ridho

NIM : 3005204020

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Tesis : Analisis Strategi Konten Kreator Instagram dalam
Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah di Era Digital (Tinjauan
Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan- ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil hasil plagiasi, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Medan, 23 November 2023

Yang Membuat Pernyataan



Abdi Ar-Ridho

NIM: 3005204020



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

ABSTRAK

Nama : Abdi Ar-Ridho
NIM : 3005204020
Fakultas/Program Studi : Dakwah dan Komunikasi/ Magister Komunikasi dan
Penyiaran Islam
Pembimbing I : Dr. Rubino, M.A.
Pembimbing II : Dr. Efi Brata Madya, M.Si
Judul Tesis : Analisis Strategi Konten Kreator *Instagram* dalam
Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah di Era Digital
(Tinjauan *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan
Threats)

Penelitian tesis ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Konten Kreator *Instagram* dalam Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah di Era Digital (Tinjauan *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*). Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggambarkan bagaimana menerapkan strategi yang tepat yang harus diterapkan oleh konten kreator Instagram dalam meningkatkan pesan-pesan dakwah di era digital dengan tinjauan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari konten kreator instagram.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan konten kreator Tega Pra Wibowo, Adjie Satria, dan Ahmad Harmaini, sedangkan data sekunder didapat dari jurnal, majalah, hasil penelitian, buku-buku dan informasi lainnya mengenai hal yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kekuatan adalah konten video dakwah yang menerjemahkan ceramah Bahasa Arab ke Bahasa Indonesia yang memudahkan masyarakat Indonesia belajar langsung dari ulama Timur Tengah, pada kelemahan adalah tidak konsistennya dalam memposting konten, pada peluang adalah memberikan tema konten tentang fiqih kontemporer yang digemari masyarakat, dan pada ancaman adalah konten kreator akun instagram lain, baik itu dakwah atau hiburan lebih aktif dan terkordinir dalam mengurus akun instagramnya sehingga lebih cepat naik *followernya*. Posisi ketiga konten kreator berada pada kuadran pertama, hal ini menunjukkan berada pada posisi Agresif. Sehingga strategi yang harus diterapkan adalah strategi agresif. Strategi ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci: Konten kreator, *Instagram*, Pesan-pesan dakwah, Era Digital, SWOT

ABSTRACT

Name : Abdi Ar-Ridho
NIM : 3005204020
Fac/Study Program : Da'wah/Communication and Islamic Broadcasting
Thesis Supervisor I : Dr. Rubino, M.A.
Thesis Supervisor II : Dr. Efi Brata Madya, M.Si
Thesis Tittle : Analysis of Instagram Creator Content Strategy in Increasing Da'wah Messages in the Digital Era (Overview of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)

This thesis research aims to analyze the Content Strategy of Instagram Creators in Increasing Da'wah Messages in the Digital Era (Overview of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). This type of research is descriptive qualitative research. This research illustrates how to implement the right strategy that must be implemented by Instagram content creators in increasing da'wah messages in the digital era by reviewing the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Instagram content creators.

Data sources in this research are divided into two, primary and secondary. Primary data was obtained from interviews with content creators Tega Pra Wibowo, Adjie Satria, and Ahmad Harmaini, while secondary data was obtained from journals, magazines, research results, books and other information regarding the matter being researched.

The research results indicate that the strength lies in the content of Islamic preaching videos that translate Arabic lectures into Indonesian, making it easier for the Indonesian community to learn directly from Middle Eastern scholars. The weakness is the inconsistency in posting content. Opportunities include providing content themes on contemporary fiqh (Islamic jurisprudence) that are favored by the community. The threat is posed by other Instagram account creators, whether in the field of preaching or entertainment, who are more active and coordinated in managing their Instagram accounts, resulting in faster follower growth. The content creator's position is in the first quadrant, indicating an aggressive stance. Therefore, the strategy to be implemented is an aggressive one, utilizing all strengths to seize existing opportunities.

Keywords: Content creator, Instagram, Da'wah messages, Digital Era, SWOT

ملخص البحث

اسم : عبدي الرضا
رقم القيد الطلابي : 3005204016
كلية\قسم : دعوة\التواصل والإعلام
المشرف الأول : الدكتور روبينو، ماجستير
المشرف الثاني : الدكتور إني براتا مديا، ماجستير
موضوع البحث : تحليل استراتيجية محتوى منشئ إنستغرام في زيادة رسائل الدعوة في العصر الرقمي (نظرة عامة على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)

يهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجية المحتوى لمنشئ إنستغرام في زيادة رسائل الدعوة في العصر الرقمي (نظرة عامة على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات). هذا النوع من البحث هو بحث وصفي ذو منهج نوعي. يوضح هذا البحث كيفية تنفيذ الإستراتيجية الصحيحة التي يجب أن ينفذها منشئو محتوى إنستغرام في زيادة الرسائل الدعوية في العصر الرقمي من خلال استعراض نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي يواجهها منشئو محتوى إنستغرام.

تنقسم مصادر البيانات في هذا البحث إلى قسمين أساسيين وثانويين. تم الحصول على البيانات الأولية من المقابلات مع منشئي المحتوى تيجا برا ويو، وأدجي ساتريا، وأحمد الحرمين، بينما تم الحصول على البيانات الثانوية من المجالات والمجلات ونتائج الأبحاث والكتب وغيرها من المعلومات المتعلقة بالمسألة قيد البحث.

تشير نتائج البحث إلى أن القوة تكمن في محتوى مقاطع الفيديو الدعوية التي تترجم المحاضرات العربية إلى الإندونيسية، مما يسهل على المجتمع الإندونيسي التعلم مباشرة من علماء الشرق الأوسط. الضعف يكمن في عدم انتظام نشر المحتوى. الفرص تتضمن تقديم محتوى حول الفقه المعاصر الذي يحظى بشعبية بين الناس. والتهديد يأتي من خلال مبدعي حسابات إنستغرام أخرى، سواء كانوا في مجال الدعوة أو الترفيه، الذين يكونون أكثر نشاطاً وتنسيقاً في إدارة حساباتهم على إنستغرام، مما يؤدي إلى زيادة أسرع في عدد المتابعين. يقع موقف مبدع المحتوى في الربع الأول، مما يشير إلى موقف هجومي. لذلك، الاستراتيجية التي يجب تنفيذها هي استراتيجية هجومية، استغلال كل القوة للاستفادة من الفرص المتاحة.

الكلمات المفتاحية: صانع المحتوى، إنستغرام، الرسائل الدعوية، العصر الرقمي، (SWOT).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah subhaanahu wa ta'ala atas rahmat dan kasih sayang-Nya yang telah mempermudah penulisan skripsi ini. Peneliti menyampaikan salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam yang diutus Allah untuk menyebarkan firman-Nya agar Islam dapat menjadi pedoman hidup kita yang sempurna..

Tesis ini berjudul **“Analisis Strategi Konten Kreator Instagram dalam Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah di Era Digital (Tinjauan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*)”**. Diserahkan sebagai tugas akhir dan prasyarat untuk meraih gelar Magister Ilmu Sosial (M.Sos.) Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Peneliti menyadari bahwa tesis ini sulit untuk diselesaikan. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat kerjasama dan dukungan yang penuh semangat dari para hamba Tuhan.

Selepas diterbitkannya skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuanya, ayah Syaiful Bahri dan ibu Supiani, yang telah mengasuh, mendidik, mendukung, dan mendoakan beliau. Semoga Allah memberi mereka kemaslahatan terbaik di dunia dan akhirat serta menjadikan amal tersebut sebagai amal yang pahalanya berkelanjutan. Dan kepada istri tercinta Winda Syahputri dan putrinya Aqila Nasywa. Yang memberikan dukungan moral, bantuan materi, dan dorongan. Semoga Allah memberkati Anda dan menyederhanakan segalanya.

Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan lembaga yang telah membantu saya menyelesaikan pekerjaan saya, yaitu;

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Ibu Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag., yang menerima peneliti untuk belajar di sana.
2. Bapak Dr. Hasan Sazali, M.A., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan kesempatan kepada para peneliti untuk mengkaji dan mengembangkan ilmu hingga lulus..
3. Bapak Dr. Rubino, M.A, selaku pembimbing I yang memberikan masukan, arahan, dan banyak lagi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Segala masukan hendaknya bersifat amal dan bernilai bagi ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi..
4. Bapak Efi Brata Madya, M.Si., selaku dosen pembimbing II yang membimbing dan mengarahkan peneliti selama penelitian dan skripsi ini. Arahan dan nasehat ini hendaknya mengarah pada amal yang bermanfaat tanpa henti..

5. Bapak Dr. Rubino, M.A., dan Bapak Dr. Zainun, M.A., selaku ketua dan sekretaris program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan jasa dan bantuan lainnya kepada peneliti selama penelitian ini.
6. Seluruh pengajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, telah mempersembahkan ilmunya untuk membantu peneliti sepanjang hidupnya dan skripsi ini.
7. Seluruh personel Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumut Medan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studinya.
8. Kepada para konten kreator Instagram Tega Pra Wibowo, Adjie Satria, dan Ahmad Harmaini yang diwawancarai, semoga apapun yang diberikan dapat menjadi amal dan membantu kemajuan penelitian khususnya ilmu komunikasi
9. Kepada Ustadz. Khairul Anhar, Lc., M.Si., Ustadz Dr. Wagiman Manik, M.Pd. I. dan Ustadz Candra, M.Si. yang telah memberi kemudahan dalam setiap penyelesaian tesis ini.
10. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2020/2021 yang banyak memberikan motivasi kepada penulis. terkhusus pada saudara Jihan Afri Batubara, M.Sos. dan Albahroyni, M.Sos. yang bersedia untuk mendengarkan masalah dan memberi solusi akan proses penyelesaian tesis ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan, karena itu sangat diharapkan masukan yang konstruktif demi kesempurnaannya.

Medan, 24 November 2023

10 Jumadil Ula 1445

Peneliti



Abdi Ar-Ridho

3005204020

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
BERDASARKAN KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN
MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـَ... ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـِـَ... و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ ḥaula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...إ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbūṭah

Transliterasi untuk ta' marbūṭah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbūṭah hidup

Ta' marbūṭah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbūṭah mati

Ta' marbūṭah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raḍdah al-aṭfāl/raḍatul aṭfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ ṭalḥah

E. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مَرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alḥamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alḥamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-raḥmānir raḥīm/Ar-raḥmān ar-raḥīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allāhu gafūrun raḥīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwīd. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwīd.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
ABSTRAK	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Batasan Istilah	4
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Sistematika IPembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORETIS	12
A. Pengertian Strategi	12
B. Instagram Sebagai Media Dakwah	19
C. Pesan – Pesan Dakwah	25
D. Dakwah Era Digital	34
E. Analisis SWOT	40
1. Sejarah Analisis SWOT	40
2. Pengertian Analisis SWOT	43
3. Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT.....	44
4. Model Analisis SWOT	55
5. Matriks SPACE	58
6. Matriks Strategi Besar (<i>Grand Strategy</i>)	60
F. Kerangka Pikir	62
G. Penelitian Terdahulu.....	63
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Jenis dan Pendekatan Penilitian	66
B. Waktu Penelitian	67

C. Unit Analisis	67
D. Sumber Data	67
E. Teknik Pengumpulan Data	68
F. Instrumen Pengumpulan Data	69
G. Teknik Analisis Data	71
H. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
A. Temuan Umum.....	75
1. Biografi Tega Pra Wibowo Konten Kreator Akun Instagram @abuazzamtv	75
2. Profil Akun Instagram @abuazzamtv	76
3. Biografi Adjie Satria Konten Kreator Akun Instagram @salaf.alummah	77
4. Profil Akun Instagram @salaf.alummah	78
5. Biografi Ahmad Harmaini Konten Kreator Akun Instagram @abu.adzkar	79
6. Profil Akun Instagram @abu.adzkar	79
B. Temuan Khusus	80
1. Kekuatan (<i>Strength</i>)	80
2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)	83
3. Peluang (<i>Opportunities</i>)	85
4. Ancaman (<i>Threats</i>)	86
5. Business Model Canvas	87
C. Pembahasan	95
1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	95
2. <i>Internal Factor Analysis and External Factor Analysis Matrik</i> 101	
Bab V PENUTUP	110
A. Kesimpulan.....	110
B. Keterbatasan Penelitian.....	112
C. Saran	113
Daftar Pustaka.....	114

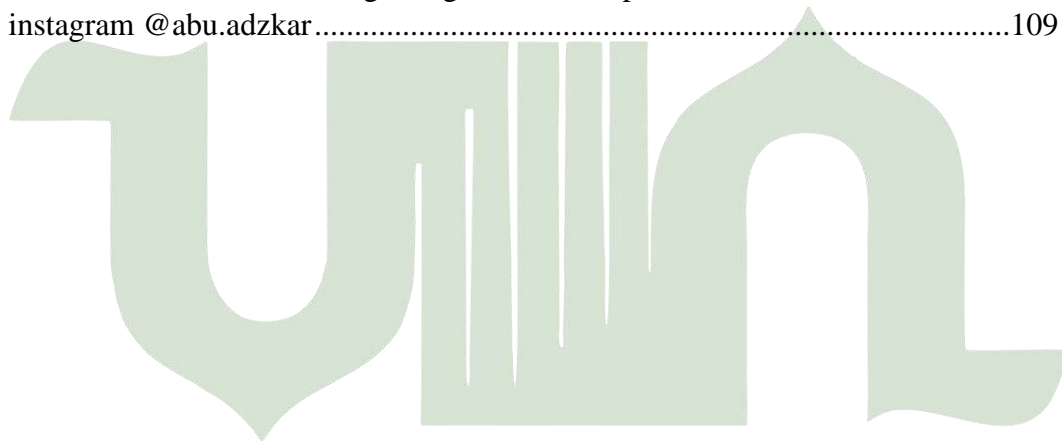
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	56
Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	57
Tabel 3. <i>Matriks Internal Factor Analysis</i> (IFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	101
Tabel 4. <i>Matriks Eksternal Factor Analysis</i> (EFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	102
Tabel 5. <i>Matriks Internal Factor Analysis</i> (IFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	104
Tabel 6. <i>Matriks Eksternal Factor Analysis</i> (EFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	105
Tabel 7. <i>Matriks Internal Factor Analysis</i> (IFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	107
Tabel 8. <i>Matriks Eksternal Factor Analysis</i> (EFAS) pada konten kreator Akun Instagram @abuazzamtv	108

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT	54
Gambar 2. Matriks Space	60
Gambar 3. Alur Kerangka Pikir	63
Gambar 4. Profil Akun Instagram @abuazzamtv	76
Gambar 5. Profil Akun Instagram @salaf.alummah.....	78
Gambar 6. Profil Akun Instagram @abu.adzkar.....	80
Gambar 7. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun instagram @abuazzamtv	103
Gambar 8. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun instagram @salaf.alummah.....	106
Gambar 9. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun instagram @abu.adzkar.....	109



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN