

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Melakukan AnalisisSWOT selalu penting dalam konteks perusahaan. AnalisisSWOT adalah metode penilaian yang penting. Sebuah bisnis yang tidak memiliki prosedur evaluasi yang berkesinambungan akan terjerat dalam siklus hambatan yang tidak ada habisnya. Oleh karena itu, diperlukan pemeriksaan menyeluruh. SWOT secara konsisten terbukti menjadi alat yang sangat berharga bagi wirausahawan dalam memulai dan mengembangkan bisnis mereka.

AnalisisSWOT menawarkan pendekatan strategis kepada perusahaan untuk menilai prospek masa depan dan memastikan kelangsungan bisnis. Implementasi rencana misi sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan memenuhi visinya. Melakukan AnalisisSWOT akan membantu dalam menilai kekuatan, kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternal. Selain itu, pemangku kepentingan menggunakannya untuk menilai keadaan elemen internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi (Admin, 2021)

Tujuan utama AnalisisSWOT adalah untuk mengidentifikasi elemen penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Keempat faktor tersebut bermanfaat untuk meningkatkan kekuatan, memitigasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan memitigasi potensi risiko di masa depan.

Selain itu, beberapa ahli telah mengemukakan alasan di balik penerapan AnalisisSWOT. Menurut RD Jatmiko, tujuan AnalisisSWOT adalah untuk memberdayakan organisasi dalam memanfaatkan pengetahuan guna mendapatkan keunggulan kompetitif di masa depan.

Tujuan dari AnalisisSWOT bukan untuk memberikan solusi, melainkan untuk menggambarkan keadaan organisasi saat ini atau masa depan. Hal ini selaras dengan pandangan yang diungkapkan Sondang P. Siagian dalam bukunya Manajemen Strategis. Menurutnya, tujuan AnalisisSWOT adalah menilai dan mengartikulasikan karakteristik dan kelimpahan sumber daya, serta menggunakannya untuk melaksanakan strategi yang telah dirumuskan (Greatnusa, 2023)

Selain perusahaan dan pengusaha UKM, AnalisisSWOT juga penting diterapkan bagi pemasar konten. Namun ketika kebanyakan orang menjalankan analisis ini dan menghitung prediksi tahun depan, mereka melupakan satu hal penting: kondisi pasar. Mereka begitu terfokus pada metrik dan hasil internal sehingga mereka kehilangan beberapa wawasan tingkat tinggi yang menarik.

Metode efektif untuk mengevaluasi situasi internal dan pasar adalah dengan melakukan AnalisisSWOT konten. Ini memberikan pandangan strategis tentang peluang dan tantangan utama yang ada dengan pemasaran konten di pasar. Hasil analisis ini harus berupa rencana tindakan tingkat tinggi yang berisi tugas-tugas paling penting yang akan berdampak pada keberhasilan pemasaran konten.

Konten kreator perlu mengidentifikasi apa yang berhasil baginya sejauh ini. Misalnya, salah satu kekuatannya adalah Anda memiliki keahlian dalam topik tertentu yang sangat diminati oleh audiens target. Namun, jika baru memulai dengan konten, beberapa kekuatan dapat mencakup strategi blogging yang terdefinisi dengan baik dan kalender editorial mapan yang terus berkembang, atau dapat memiliki hubungan yang sangat kuat dengan mitra yang melaluinya, konten kreator dapat mempromosikan konten Anda untuk menghasilkan lalu lintas tambahan.

Kemudian mencantumkan kelemahan strategis internal utama dari upaya pemasaran konten saat ini. Sekali lagi, jika belum memulai dengan konten, langkah ini masih dapat diselesaikan. Misalnya, kelemahannya adalah kurangnya sumber daya khusus untuk membuat konten. Kemudian mencantumkan peluang eksternal utama yang ada bagi siapa pun yang bekerja di pasar.

Dan terakhir mencantumkan ancaman eksternal utama yang ada pada siapa pun yang bekerja di pasar. pemasaran informasi menghadapi kemungkinan bahaya seperti risiko pesaing dengan mudah mereplikasi informasi, terutama jika mereka memiliki sumber daya yang lebih besar untuk membangun pusat sumber daya yang unggul, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka mencapai peringkat yang lebih tinggi.

Setelah menyelesaikan AnalisisSWOT, konten kreator kemudian dapat menggunakan informasi tersebut untuk membuat rencana yang dapat

ditindaklanjuti. Rencana yang dapat ditindaklanjuti harus didasarkan pada kekuatan dan kelemahan yang telah diidentifikasi dari upaya saat ini, memanfaatkan peluang di pasar, dan juga memperhitungkan potensi ancaman terhadap strategi konten kreator (Toner, 2017)

Dalam perkembangan teknologi dan media sosial, peran konten kreator, terutama di platform Instagram, menjadi semakin signifikan dalam menyebarkan informasi, termasuk pesan dakwah. Melalui kreativitas dan daya tarik konten, mereka memiliki potensi besar untuk memengaruhi pandangan dan sikap pengikut mereka terhadap pesan-pesan dakwah.

Meskipun Instagram menyediakan platform yang luas, konten kreator juga dihadapkan pada sejumlah tantangan dan peluang dalam menyampaikan pesan dakwah. Dari sisi kelebihan (*Strengths*) seperti kreativitas hingga kekurangan (*Weaknesses*) seperti ketergantungan pada algoritma Instagram, semuanya dapat memengaruhi efektivitas pesan dakwah yang disampaikan.

Evaluasi terhadap strategi konten dakwah yang diadopsi oleh kreator Instagram menjadi penting untuk memahami sejauh mana strategi tersebut dapat mencapai tujuan dakwah. Evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) strategi dapat memberikan pemahaman mendalam dan berfungsi sebagai dasar untuk perbaikan selanjutnya.

Lingkungan digital yang terus berubah menciptakan dinamika baru dalam menyebarkan pesan dakwah. Agar tetap relevan dan efisien, penting untuk secara konsisten mengamati dan menyesuaikan metode dalam menanggapi pengenalan fitur-fitur baru, perubahan algoritma, dan perubahan pola penggunaan media sosial.

Kualitas dan keakuratan pesan dakwah yang disampaikan oleh konten kreator merupakan faktor krusial dalam membangun pemahaman yang benar terhadap nilai-nilai agama. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan konten dakwah yang disajikan oleh kreator Instagram.

Dalam menghadapi berbagai ancaman dan kontroversi yang mungkin muncul di lingkungan digital, perlu untuk membangun dukungan positif dari pengikut dan

masyarakat. Hal ini melibatkan pemahaman terhadap peluang kolaborasi strategis dan upaya pemberdayaan yang dapat meningkatkan dampak pesan dakwah.

Adapun beberapa konten kreator di media sosial instagram yang menggunakan AnalisisSWOT adalah konten kreator akun instagram @abuazzamtv, @salaf.alumamah dan @abu.adzkar. ketiga akun ini adalah akun yang menyebarkan dakwah diinstagram. Namun pada kenyataannya walaupun mereka sudah menggunakan AnalisisSWOT, konten yang mereka sajikan masih tertinggal dengan konten kreator lainnya di instagram.

Minat penelitian penulis sebagaimana diuraikan pada uraian di atas adalah untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut: "Analisis Strategi Konten Kreator Instagram Dalam Meningkatkan Pesan-Pesan Dakwah Di Era Digital (Tinjauan *Strength, Weakness, Opportunities, Dan Threats*)"

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Konten kreator instagram?
2. Bagaimana strategi yang tepat yang harus diterapkan oleh konten kreator Instagram dalam meningkatkan pesan-pesan dakwah di era digital?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap konten yang dibuat oleh kreator Instagram.
2. Untuk menemukan strategi yang tepat yang harus diterapkan oleh konten kreator Instagram dalam meningkatkan pesan-pesan dakwah di era digital

## **D. Batasan Istilah**

Dalam suatu penelitian diperlukan Batasan masalah untuk memperjelas dan membatasi fokus lingkup atas masalah yang diteliti, sehingga tidak meluas terlalu jauh dan menyimpang dari tujuan penelitian. Penelitian ini mencakup beberapa istilah kunci yaitu konten kreator, pesan-pesan dakwah, dan AnalisisSWOT.

Penjelasan tambahan mengenai konsep dasar penelitian ini disajikan di bawah ini:

## 1. Analisis

Istilah "analisis" berasal dari kata bahasa Inggris "analysis", yang mempunyai akar etimologis dalam kata Yunani kuno "ἀνάλυσις" (diucapkan Analisis). Istilah "Analisis" terdiri dari dua suku kata: "ana", yang berarti "kembali", dan "luein", yang berarti "melepaskan" atau "menguraikan". Ketika digabungkan, kata-kata tersebut memiliki arti penting parafrase. Analisis, sesuai etimologinya, mengacu pada prosedur sistematis untuk mendekonstruksi subjek atau materi yang rumit menjadi komponen yang lebih mudah dikelola untuk meningkatkan pemahaman.

Analisis adalah proses yang melibatkan penguraian, pembedaan, dan pengkategorian item berdasarkan kriteria tertentu, diikuti dengan mengidentifikasi hubungan dan mengevaluasi signifikansinya. Perspektif lain menyatakan bahwa analisis adalah tindakan mengkaji sesuatu secara dekat dengan mengkarakterisasi unsur-unsur individualnya atau mengorganisasikan unsur-unsur tersebut untuk penyelidikan selanjutnya.

Berbagai ahli telah menjelaskan pentingnya analisis, antara lain:

Menurut Komaruddin, analisis mengacu pada proses kognitif membedah suatu entitas yang utuh menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing bagian, keterkaitan di antara mereka, dan peran yang dimainkan oleh setiap bagian dalam satu kesatuan.

Robert J. Schreiter mendefinisikan analisis sebagai proses "membaca" suatu teks untuk mengidentifikasi berbagai tanda dan interaksi dinamisnya, serta makna yang diungkapkannya (Prawiro, 2023)

Sedangkan menurut peneliti, Analisis adalah proses pemecahan atau penguraian suatu hal menjadi bagian-bagian komponen atau unsur yang lebih kecil dengan tujuan memahami atau mengevaluasi sesuatu secara lebih rinci.

Adapun analisis strategi menurut peneliti adalah suatu proses evaluasi yang mendalam terhadap rencana atau langkah-langkah strategis yang diusulkan oleh suatu organisasi, bisnis, atau entitas lainnya. Tujuannya adalah untuk memahami apakah strategi tersebut akan efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan bagaimana strategi tersebut dapat dioptimalkan. Analisis strategi adalah proses yang membantu mengidentifikasi aspek positif dan kelemahan suatu rencana, dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan.

## 2. Strategi

Strategi dapat didefinisikan sebagai tindakan yang disengaja yang diambil oleh individu atau organisasi untuk merancang rencana yang memungkinkan mereka berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi dapat didefinisikan sebagai penggunaan bakat, kemampuan, dan sumber daya individu atau organisasi secara terampil untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efisien dan efektif serta memaksimalkan pendapatan yang diantisipasi.

Berbagai otoritas menjelaskan definisi analisis, yang terdiri dari:

Marrus mendefinisikan strategi sebagai perencanaan sistematis dan pelaksanaan rencana oleh seorang pemimpin untuk memandu organisasi menuju tujuan yang diinginkan dan mengoptimalkan perhatian individu.

Menurut Chandler, strategi mengacu pada metode yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya dan menentukan bagaimana sumber daya harus dialokasikan (Admin, 2022)

Peneliti mendefinisikan strategi sebagai pendekatan yang disengaja dan sistematis yang terdiri dari tindakan terencana atau serangkaian tahapan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu.

## 3. Konten Kreator

Pengembang konten adalah individu yang menghasilkan informasi instruktif atau menghibur berdasarkan preferensi dan keinginan audiens.

Konten yang dihasilkan oleh pembuat konten dapat mencakup berbagai media, seperti foto, film, podcast, karya tulis, seni digital, dan banyak lagi. Konten tersebut dapat disebarluaskan menggunakan platform media sosial yang sesuai. Platform yang memungkinkan termasuk YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Facebook, atau blog.

Pembuatan konten dapat menjadi pekerjaan utama atau upaya tambahan. Pengembang konten memiliki pilihan untuk dipekerjakan oleh perusahaan atau agen komunikasi. Namun, individu yang tidak menyukai tugas yang berulang dan lebih suka bekerja secara mandiri memiliki pilihan untuk bekerja sebagai pembuat konten baik dalam kesendirian atau sebagai wiraswasta profesional.

Tanggung jawab utama pengembang konten adalah menghasilkan konten. Proses pembuatan konten itu sulit dan menantang. Prosesnya meliputi pembuatan ide, penelitian, penyusunan skenario, pembuatan salinan, pengambilan gambar, pengeditan, dan promosi konten. Selain itu, penyedia konten biasanya menggunakan berbagai platform media sosial untuk konten mereka. Beberapa contoh bisa ada, sehingga memungkinkan adanya beberapa jenis konten yang ditangani secara bersamaan (Lianovanda, 2022)

Menurut peneliti, Konten kreator adalah seseorang yang menciptakan dan membagikan konten secara daring (online) untuk audiens. Adapun konten kreator yang dimaksud oleh peneliti terdiri dari tiga konten kreator yaitu Tega prawibowo dari akun instagram @abuazzamtv, Adjie Satria sari akun instagram @salaf.alummah dan Ahmad Harmaini dari akun instagram @abu.adzkar.

#### 4. Instagram

Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis Android untuk *Smartphone*, iOS untuk iPhone, Blackberry, Windows Phone dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer atau PC. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak

akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat *mobile phone*.

Pada umumnya orang – orang menggunakan Instagram untuk saling membagikan foto maupun video. Prinsip yang satu ini memang cenderung berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya yang lebih menekankan pada penggunaan kata – kata atau status untuk dibagikan ke publik. (Riyadi, 2022)

Para peneliti menegaskan bahwa Instagram adalah platform jejaring sosial yang terutama berfokus pada gambar dan video, memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan, berbagi, dan mengakses materi multimedia.

#### 5. Pesan – Pesan Dakwah

Pesan dakwah mencakup seluruh ajaran Islam yang terdapat dalam Kitab Allah dan Sunnah Nabi, yang harus ditransfer dari subjek ke objek dakwah. Pada hakikatnya pesan dakwah terdiri dari materi dakwah yang memuat doktrin-doktrin Islam. Ajaran Islam dikategorikan ke dalam tiga bidang utama: masalah iman, yurisprudensi Islam, dan prinsip-prinsip moral (Nadzifah, 2013)

Menurut peneliti, Pesan dakwah mengacu pada pesan atau ajakan yang disampaikan dengan tujuan menyampaikan ajaran agama, moral, atau nilai-nilai tertentu kepada orang lain.

#### 6. Era Digital

Persepsi yang berlaku mengenai era digital adalah keadaan atau keberadaan di mana segala aktivitas penunjang kehidupan dapat dimudahkan melalui hadirnya teknologi canggih.

Dengan diperkenalkannya berbagai teknologi baru, teknologi tertentu yang sudah ada menjadi ketinggalan jaman. Ada kemajuan teknologi yang pesat yang terjadi di era digital (Dharma, 2022)

Era digital mencakup masa ketika teknologi informasi dan komunikasi, khususnya teknologi digital, memberikan pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, seperti pekerjaan,



komunikasi, pendidikan, hiburan, dan interaksi dengan lingkungan eksternal.

#### 7. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk menemukan dan mengevaluasi kekuatan internal, kelemahan, serta peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi. Kerangka SWOT dirancang oleh Albert Humphrey, yang melakukan uji empiris metodologi ini pada tahun 1960an dan 1970an di Stanford Research Institute.

Analisis SWOT awalnya dirumuskan untuk entitas korporasi dan berasal dari data yang diperoleh dari perusahaan Fortune 500. Selanjutnya, organisasi dari beberapa sektor telah menggunakannya sebagai alat untuk menghasilkan ide dan memfasilitasi pengambilan keputusan strategis dalam bisnis (Aurellia, 2022)

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin dihadapi suatu organisasi, proyek, atau individu. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi aspek intrinsik dan ekstrinsik yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu strategi atau usaha.

#### 8. Analisis Strategi Konten Kreator Instagram Dalam Meningkatkan Pesan – Pesan Dakwah Di Era Digital (Tinjauan Strengths, Weaknesses, Opportunities, Dan Threats)

Adapun arti dari keseluruhan judul penelitian ini adalah Analisis yang membantu para konten kreator Instagram untuk memahami posisi dan potensi dalam menyampaikan pesan dakwah, dengan mengembangkan rencana yang lebih efektif untuk menggunakan kekuatan dan peluang, serta mengatasikelemahan dan ancaman.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Harapannya, hasil penyelidikan ini akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

## 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam berdakwah melalui media sosial terkhusus media sosial instagram, sehingga kedepannya akun-akun dakwah Instagram mampu bersaing dengan akun-akun yang dapat merusak akhlak ummat islam.
- b. Memberikan informasi mengenai AnalisisSWOT berdakwah dimedia sosial instagram.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi referensi berharga untuk penelitian masa depan tentang AnalisisSWOT media sosial Instagram.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para peminat, akun ini memberikan wawasan dalam menyampaikan pesan di media sosial Instagram dan taktik efektif dalam berdakwah di platform tersebut.
- b. Bagi konten kreator akun Instagram @abuazzamtv, @salaf.alumamah, dan @abu.adzkar tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan wawasan berharga yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi efektif di media sosial Instagram, khususnya dalam konteks dakwah.
- c. Bagi penyedia konten Instagram lainnya, penelitian ini dapat menawarkan pemahaman komprehensif tentang taktik efektif dalam mempromosikan konten di platform media sosial Instagram.

## F. Sistematika Pembahasan

Sebagaimana lumrahnya penelitian maka penulis dan agar mempermudah pembahasan dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis membagi bahasannya kepada beberapa bab dan sub bab. Sebagaimana berikut ini:

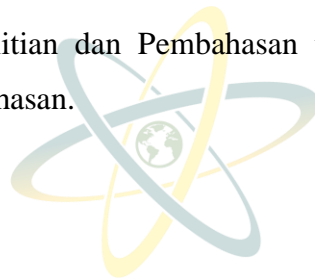
BAB I: Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Istilah, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II: Kajian Teori membahas tentang Pengertian Strategi, Instagram Sebagai Media Dakwah, Pesan-pesan Dakwah, Dakwah Era Digital, AnalisisSWOT, Kerangka Pikir dan Penelitian Terdahulu.

BAB III: Metode Penelitian terdiri dari Jenis dan Pendekatan penelitian, Waktu Penelitian, Unit Analisis, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Pengumpulan data, Teknik Analisa Data dan Teknik Pengecekan Keabsahan Data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan terdiri dari Temuan Umum, Temuan Khusus dan Pembahasan.

BAB V: Penutup



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN