

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Umum

##### 1. Biografi Tega Pra Wibowo Konten Kreator Akun Instagram

**@abuazzamtv**

Nama Tega Prawibowo biasa disapa dengan sebutan Abu Azzam, seorang muslim muda kelahiran Koto Baru 16 April 1998. Tega Pra Wibowo pernah belajar di bangku Pendidikan SDN 35 Koto Baru, MTS Pembangunan Pulau Punjung, MAN Kota Solok, dan STAI As-Sunnah Medan, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah. Namun sekarang Abu Azzam telah menyelesaikan studi S1 dengan gelar S.Sos. Abu Azzam merupakan pemilik akun Instagram dengan *username* @abuazzamtv.

Timbulnya rasa ingin berdakwah di media sosial ternyata dimulai sejak ia duduk dibangku perkuliahan. Saat itu ada seorang dosen yang sedang memberikan memotivasi didalam kelas, dosen itu berkata bahwa dizaman sekarang banyak orang yang tidak mengambil ilmu dimajlis ilmu, kebanyakan mereka dapat belajar agama dimana saja melalui internet. Dari motivasi itu Abu Azzam tergerak untuk berdakwah lewat internet. Awalnya ia hanya menulis tulisan tentang dakwah di blog, kemudian mulai membuka akun Instagram dan mencoba membuat konten menerjemahkan ke Bahasa Indonesia ceramah syekh yang menggunakan Bahasa arab. Abu Azzam mendapatkan respon positif dari netizen Instagram, sehingga membuatnya semangat meneruskan berdakwah diinstagram hingga sampai saat ini. Kesibukan Abu Azzam selain membuat video dakwah adalah sebagai pengajar Bahasa arab dan ilmu syariah untuk di pondok pesantren

## 2. Profil Akun Instagram @abuazzamtv

Akun Instagram @abuazzamtv didedikasikan untuk berbagi materi video yang fokus pada dakwah. Unggahan video khotbahnya disajikan dengan lebih menawan dan membedakannya dari konten khotbah pada umumnya. Konten akun @abuazzamtv berupa materi dakwah yang disajikan dalam bentuk film kajian komunitas berbahasa Arab, yang selanjutnya diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Hingga saat ini, akun @abuazzamtv telah memiliki pengikut sebanyak 175 ribu pengguna dan total membagikan 865 foto atau video. Video yang diposting mengumpulkan puluhan atau bahkan ratusan ribu penayangan.

Pada awalnya *username* Instagram ini adalah @abuazzamalminangi namun karena pemilik akun merasa *username* itu terlalu Panjang, sehingga diubah menjadi @abuazzamtv. Abu Azzam mengupload sebanyak 3 video setiap minggunya atau dua hari sekali. Pada awalnya beliau memposting setiap hari. Namun disebabkan pekerjaan beliau yaitu mengajar, dan sebagai kepala rumah tangga membuat abu Azzam hanya bisa memposting dua hari sekali. Sebagai seorang da'i, abu Azzam menampilkan karya yang berbeda dengan pendakwah pada umumnya. Menerjemahkan kajian berbahasa arab dengan tema tauhid atau fiqih kontemporer sesuai dengan peristiwa yang sedang viral ke Bahasa Indonesia dengan susunan terjemahan yang rapi menjadikan dakwah abu Azzam dapat dengan mudah dipahami para *followers*.

Gambar 4. Profil Akun Instagram @abuazzamtv



### 3. Biografi Adjie Satria Konten Kreator Akun Instagram

#### @salaf.alumamah

Nama Adjie Satria biasa disapa dengan sebutan Aji, seorang muslim muda kelahiran Medan, 10 November 1998. Adjie Satria pernah belajar di bangku Pendidikan SDN 067241 Medan Denai, SMP Swasta Al-Azhar Tembung, Ma'had Taruna Al-Qolam dan Ponpes Al-Mukhlisin, dan STAI As-Sunnah Medan, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah. Namun sekarang Aji telah menyelesaikan studi S1 dengan gelar S.Sos. Aji merupakan pemilik akun Instagram dengan *username* @salaf.alumamah.

Munculnya rasa ingin berdakwah di media sosial ternyata dimulai dari hobi beliau dalam bidang editing poster dan video. Kemudian disaat duduk dibangku perkuliahan, aji sedikit demi sedikit mempelajari dan memahami Bahasa arab dan ilmu syariah. Kemudian keilmuannya tersebut disalurkan dalam bentuk poster atau video dakwah yang kemudian diunggah ke media sosial Instagram. Seiring berjalannya waktu akhirnya aji memutuskan untuk hanya mengunggah video kajian atau ceramah dari masyayikh yang berbahasa arab yang sudah beliau terjemahkan ke Bahasa Indonesia. Semangat berdakwah ini selain mengharapkan pahala serta ridho dari Allah I, beliau juga berharap agar *gadget* yang beliau gunakan dapat memberikan manfaat baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Kesibukan aji selain membuat video dakwah adalah sebagai pengajar Bahasa arab untuk tingkat tsanawiyah dan Aliyah di ponpes imam muslim serta sebagai mentor pada pelatihan desain grafis secara offline dan online. Aji juga sebagai konten kreator untuk komunitas Indonesia bertauhid, juga sebagai konten kreator collaborator untuk komunitas Naseha. Aji juga sebagai admin untuk akun Instagram @newmurattal yang berisi bacaan alquran mahasiswa STAI As-Sunnah serta @fawaidalafalumamah yang berisi poster-poster dakwah.

#### 4. Profil Akun Instagram @salaf.alummah

Akun Instagram @salaf.alummah didedikasikan untuk berbagi materi video yang fokus pada dakwah. Unggahan video dakwahnya disajikan lebih menawan dan menonjol dibandingkan konten video dakwah pada umumnya. Substansi dakwah pada akun @salaf.alummah berupa video kajian masyarakat berbahasa Arab yang kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Akun @salaf.alummah kini memiliki total 38,8 ribu pengikut dan total membagikan 467 foto atau video. Video yang diposting mengumpulkan puluhan atau bahkan ratusan ribu penayangan.

Akun @salaf.alummah sampai saat ini belum pernah mengganti nama akunnya. Aji mengupload video setiap hari pada jam 05:00-05:30. Beliau memilih waktu tersebut dikarenakan banyaknya orang yang membuka Instagram pada waktu itu. Karena pada waktu itu orang-orang banyak yang baru pulang bekerja atau pulang dari sekolah. Sebagai seorang da'i, aji menampilkan karya yang berbeda dengan pendakwah pada umumnya. Menerjemahkan kajian berbahasa arab dengan tema tauhid, aqidah atau fiqih kontemporer sesuai dengan peristiwa yang sedang viral ke Bahasa Indonesia dengan susunan terjemahan yang rapi menjadikan dakwah aji dapat dengan mudah dipahami para *followers*.

Gambar 5. Profil Akun Instagram @salaf.alummah



## 5. Biografi Ahmad Harmaini Konten Kreator Akun Instagram

### @abu.adzkar

Nama Ahmad Harmaini biasa disapa dengan sebutan Haromain, seorang muslim muda kelahiran Pematang Panjang, 29 Februari 2000. Ahmad Harmaini pernah belajar di bangku Pendidikan SDN 010205 Bulan-bulan, MTs Alwashliyah Titi Merah, MAS Alwashliyah 01 Medan, dan STAI As-Sunnah Medan, Program studi Pendidikan Bahasa Arab. Namun sekarang Haromain telah menyelesaikan studi S1 dengan gelar S.Pd. Haromain merupakan pemilik akun Instagram dengan *username* @abu.adzkar.

Munculnya rasa ingin berdakwah di media sosial ternyata dimulai dari kesadaran beliau Ketika sering bermain Instagram. Beliau merasa lalai dan waktunya terbuang sia-sia bahkan takut waktunya diinstagram menjadi dosa. Sehingga akhirnya beliau memutuskan untuk membuat akun dakwah. Semangat berdakwah ini selain mengharapkan pahala serta ridho dari Allah I, beliau juga berharap agar konten yang beliau produksi dapat menjadi amal jariyah. Kesibukan haromain selain membuat video dakwah adalah sebagai pengasuh asrama di STAI As-Sunnah serta sebagai pengajar Bahasa arab untuk program persiapan bahasa STAI As-Sunnah.

## 6. Profil Akun Instagram @abu.adzkar

Akun Instagram @abu.adzkar didedikasikan untuk berbagi materi video yang fokus pada dakwah. Postingan video dakwahnya disajikan dengan lebih menawan dan menonjol dibandingkan konten video dakwah pada umumnya. Konten akun @abu.adzkar berupa materi dakwah yang disajikan dalam bentuk film kajian masyarakat berbahasa Arab, yang selanjutnya diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Saat ini, akun @abu.adzkar memiliki pengikut sebanyak 23,3 ribu orang dan telah membagikan total 118 konten visual. Video yang diposting memiliki jumlah penayangan mulai dari puluhan ribu hingga jutaan penayangan.

Akun @abu.adzkar sampai saat ini belum pernah mengganti nama akunnya. Haromain mengupload video setiap pagi jam 09:00 atau sore jam

16:30. Beliau memilih waktu tersebut dikarenakan banyaknya pengguna Instagram yang aktif pada waktu itu. Karena pada waktu itu cepat meningkatkan jumlah *views* dan *follower*. Sebagai seorang da'i, haromain menampilkan karya yang berbeda dengan pendakwah pada umumnya. Menerjemahkan kajian berbahasa arab dengan tema tauhid, aqidah atau fiqih kontemporer ke Bahasa Indonesia dengan susunan terjemahan yang rapi menjadikan dakwah haromain dapat dengan mudah dipahami para *followers*.

Gambar 6. Profil Akun Instagram @abu.adzkar



## B. Temuan Khusus

### 1. Kekuatan (*Strength*)

#### a. Tega Pra Wibowo

- 1) Apa saja kelebihan/keunggulan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Menjadi solusi bagi orang awam yang ingin belajar dari para ulama atau ingin mendengarkan fatwa mereka”

- 2) Apa yang membuat akun instagram Anda lebih baik dari akun instagram lainnya?

Jawab: “Saya termasuk orang yang pertama dengan akun instagram yang menerjemahkan fatwa ulama, jadi jika orang ingin mencari fatwa ulama pasti yang dicari abu azzam tv”

3) Hal apa yang dapat membuat akun instagram Anda lebih unggul dibanding kompetitor?

Jawab: “Selalu update dalam masalah baru, jika ada permasalahan baru di tengah masyarakat maka kami berusaha mencari jawaban”

4) Faktor apa saja yang dapat meningkatkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Sering membahas hal yang baru dan penting”

5) Apa kelebihan akun instagram anda yang dilihat dan dirasakan oleh Follower?

Jawab: “Konten yang jelas dan singkat yang mudah difahami”

6) Apa saja keunikan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Sering bahas fiqih, dan hal yang baru”

b. Adjie Satria

1) Apa saja kelebihan/keunggulan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Konten terjemahan bahasa Indonesia video ulama”

2) Apa yang membuat akun instagram Anda lebih baik dari akun instagram lainnya?

Jawab: “Memfokuskan pada konten video terjemahan para ulama dengan desain yang menarik dan rapi”

3) Hal apa yang dapat membuat akun instagram Anda lebih unggul dibanding kompetitor?

Jawab: “Kerapian pada setiap postingan”

4) Faktor apa saja yang dapat meningkatkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Kolaborasi dengan akun Instagram lainnya”

5) Apa kelebihan akun instagram anda yang dilihat dan dirasakan oleh *Follower*?

Jawab: “Bisa belajar atau ambil faidah langsung dari ulama ahlussunah dengan menerjemahkan fatwanya ke bahasa Indonesia”

6) Apa saja keunikan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Konten, Desain, dan Kolaborasi konten”

c. Ahmad Harmaini

1) Apa saja kelebihan/keunggulan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Kelebihan akun instagram saya adalah orang-orang bisa mendapatkan ilmu agama yang benar dari para ulama' saudi yang sudah diakui atas kefaqihannya terhadap ilmu agama melalui washilah konten yang saya buat. Yaitu dengan menerjemahkan video kajian/fatwa para masyaikh Arab Saudi. Sehingga orang-orang jadi mudah untuk memahami ceramah yang disampaikan oleh syaikh tersebut. Dan juga mendapatkan banyak nuqilan perkataan ulama' dalam konten yang berbentuk poster”

2) Apa yang membuat akun instagram Anda lebih baik dari akun instagram lainnya?

Jawab: “Karena konten yang ada di akun instagram saya membahas tentang ilmu agama, yang mana banyak orang yang belum mengetahui hukum sebenarnya terhadap suatu permasalahan tersebut. Sehingga banyak yang tertarik untuk mengikuti akun saya”

3) Hal apa yang dapat membuat akun instagram Anda lebih unggul dibanding kompetitor?

Jawab: “Karena akun saya berkolaborasi dengan akun dakwah yang sudah tinggi ratingnya”

4) Faktor apa saja yang dapat meningkatkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Berkolaborasi dengan akun yang besar, Pembahasan yang menarik untuk dikaji, Banyaknya orang yang menyukai konten saya sehingga terus meng-share konten saya, Menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami orang pada teks terjemahan”

5) Apa kelebihan akun instagram anda yang dilihat dan dirasakan oleh *Follower*?

Jawab: “Pembahasan ilmu agama, Kajian para ulama' Ahlussunnah, Desain konten yang simple dan mudah untuk mengenal akun”

6) Apa saja keunikan yang dimiliki oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Kebanyakan followers saya dari luar Sumatra, padahal saya berdomisili di Sumatra, juga ada yang dari luar negeri. Kemudian akun saya tidak full semua berisikan dengan konten video kajian, namun juga diselang-selingi dengan poster dakwah yang berisikan perkataan ulama”

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

a. Tega Pra Wibowo

1) Hal apa yang masih harus ditingkatkan pada akun instagram Anda?

Jawab: “Konsistensi dalam upload”

2) Hal apa yang harus dihindari oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Meladeni debat orang yang gak jelas”

3) Apa kelemahan yang dilihat dan dirasakan oleh follower dari akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak bisa konsiten dalam upload konten”

4) Apa saja keunggulan kompetitor yang tidak dimiliki akun instagram Anda?

Jawab: “Mereka memiliki tim yang bagus”

5) Faktor apa saja yang dapat menghilangkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Konten yang kontroversi, dan juga tidak aktif dalam waktu yang lama”

6) Apa yang telah dilakukan kompetitor Anda sehingga akun instagram mereka lebih baik dari akun instagram anda?

Jawab: “Konsisten upload”

b. Adjie Satria

1) Hal apa yang masih harus ditingkatkan pada akun instagram Anda?

Jawab: “Konsistensi upload”

2) Hal apa yang harus dihindari oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Perdebatan di kolom komentar”

- 3) Apa kelemahan yang dilihat dan dirasakan oleh follower dari akun instagram Anda?

Jawab: “Jarangnya upload konten”

- 4) Apa saja keunggulan kompetitor yang tidak dimiliki akun instagram Anda?

Jawab: “Konsistensi upload dan konten poster dakwah”

- 5) Faktor apa saja yang dapat menghilangkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Jarang upload konten”

- 6) Apa yang telah dilakukan kompetitor Anda sehingga akun instagram mereka lebih baik dari akun instagram anda?

Jawab: “Memposting konten rutin setiap hari”

c. Ahmad Harmaini

- 1) Hal apa yang masih harus ditingkatkan pada akun instagram Anda?

Jawab: “Tema kajian yang dibahas”

- 2) Hal apa yang harus dihindari oleh akun instagram Anda?

Jawab: “Pembahasan yang melanggar aturan pihak instagram”

- 3) Apa kelemahan yang dilihat dan dirasakan oleh follower dari akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak konsisten setiap hari dalam pengupload-an konten”

- 4) Apa saja keunggulan kompetitor yang tidak dimiliki akun instagram Anda?

Jawab: “Lambatnya naik jumlah follower”

- 5) Faktor apa saja yang dapat menghilangkan penyebaran akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak posting setiap hari dan jarak yang lama baru diposting kembali”

- 6) Apa yang telah dilakukan kompetitor Anda sehingga akun instagram mereka lebih baik dari akun instagram anda?

Jawab: “Dengan desain yang lebih menarik untuk dilihat”

### 3. Peluang (Opportunities)

#### a. Tega Pra Wibowo

- 1) Kesempatan perkembangan apa yang bisa Anda lihat untuk akun anda?

Jawab: “Jika aktif dan konsisten akan menjadi media yang bisa lebih baik dan professional”

- 2) Tren apa yang saat ini sedang berlangsung dan sesuai dengan model akun instagram Anda?

Jawab: “Berkaitan dengan masalah fiqih kontemporer”

- 3) Segmen pasar manakah yang dapat Anda targetkan?

Jawab: “Orang yang sudah mengaji dan juga orang baru hijrah”

- 4) Adakah sebuah masalah di pasar yang dapat Anda sediakan solusinya?

Jawab: “Menjawab permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat”

#### b. Adjie Satria

- 1) Kesempatan perkembangan apa yang bisa Anda lihat untuk akun anda?

Jawab: “Mengembangkan konten berupa poster dakwah”

- 2) Tren apa yang saat ini sedang berlangsung dan sesuai dengan model akun instagram Anda?

Jawab: “Konten tentang pernikahan atau hukum seputar keluarga”

- 3) Segmen pasar manakah yang dapat Anda targetkan?

Jawab: “Pengguna Instagram”

- 4) Adakah sebuah masalah di pasar yang dapat Anda sediakan solusinya?

Jawab: “Belum ada”

#### c. Ahmad Harmaini

- 1) Kesempatan perkembangan apa yang bisa Anda lihat untuk akun anda?

Jawab: “Perkembangan viewers, like, share, komen, dan followers”

2) Tren apa yang saat ini sedang berlangsung dan sesuai dengan model akun instagram Anda?

Jawab: “Konten Dakwah video kajian masyaikh yang diterjemahkan”

3) Segmen pasar manakah yang dapat Anda targetkan?

Jawab: “Pengguna Instagram”

4) Adakah sebuah masalah di pasar yang dapat Anda sediakan solusinya?

Jawab: “Tidak ada”

#### 4. Ancaman (*Threats*)

##### a. Tega Pra Wibowo

1) Perkembangan tren apa yang berpotensi menjadi ancaman untuk akun instagram Anda?

Jawab: “Banyaknya bermunculan media-media lain yang bertentangan dengan prinsip akun kami”

2) Apa saja hambatan yang sekarang sedang dihadapi akun instagram Anda?

Jawab: “Sulitnya mencari waktu untuk membuat konten karena tidak ada tim”

3) Hal atau kemajuan apa saja yang telah dilakukan oleh pesaing akun instagram Anda?

Jawab: “Dari segi desain yang diperbarui dan mereka sudah punya tim”

4) Apakah ada perubahan dari pemerintah yang bisa mengancam perkembangan akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak ada”

##### b. Adjie Satria

1) Perkembangan tren apa yang berpotensi menjadi ancaman untuk akun instagram Anda?

Jawab: “Postingan tentang LGBT”

2) Apa saja hambatan yang sekarang sedang dihadapi akun instagram Anda?

Jawab: “Jarang update konten”

- 3) Hal atau kemajuan apa saja yang telah dilakukan oleh pesaing akun instagram Anda?

Jawab: “Meningkatkan follower”

- 4) Apakah ada perubahan dari pemerintah yang bisa mengancam perkembangan akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak ada”

c. Ahmad Harmaini

- 1) Perkembangan tren apa yang berpotensi menjadi ancaman untuk akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak ada”

- 2) Apa saja hambatan yang sekarang sedang dihadapi akun instagram Anda?

Jawab: “Pekerjaan dan perkuliahan”

- 3) Hal atau kemajuan apa saja yang telah dilakukan oleh pesaing akun instagram Anda?

Jawab: “Membuat desain yang lebih Austetic yang tidak mudah bosan dilihat oleh orang”

- 4) Apakah ada perubahan dari pemerintah yang bisa mengancam perkembangan akun instagram Anda?

Jawab: “Tidak ada”

## 5. Business Model Canvas

### a. Tega Pra Wibowo

Dalam model bisnis kanvas dibangun dengan 9 elemen yang meliputi *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partner*, dan *cost structures*.

- 1) *Customer segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen konsumen yang akan dilayani adalah pengguna instagram yang ingin disasar dan dilayani oleh konten kreator media sosial instagram. Segmen konsumen akun Instagram @abuazzamtv adalah

target atau segmen pasar yang mencakup skala nasional terkhusus di kalangan pemuda.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“Target utamanya sih orang yang menggunakan Instagram yaitu tentu para pemuda dan pemudi yang rentan usianya diumur 18 tahun sampai 30 tahun dan memang *follower* kami kebanyakan diumur segitu”

## 2) *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai terdiri dari serangkaian produk dan layanan yang bertujuan untuk memberikan nilai bagi kelompok pelanggan tertentu. Proposisi nilai adalah faktor penentu yang mengarahkan pelanggan untuk memilih produk atau layanan suatu bisnis dibandingkan pesaingnya. Hal ini karena perusahaan dipandang memiliki keunggulan tersendiri dalam menyelesaikan masalah dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“kami menawarkan ilmu agama islam dan fatwa-fatwa ulama, jadi menjawab pertanyaan atau masalah kontemporer dari *follower*, jadi itu hal yang utama orang-orang menyukai akun @abuazzamtv”

## 3) *Channels* (Saluran)

Sebuah perantara yang melaluinya Perusahaan dapat secara efektif terlibat dan terhubung dengan konsumennya untuk mengekspresikan prinsip-prinsip dan keyakinan inti.

Penjelasan mengenai *Channels* berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait:

“Selain Instagram, kami juga ada di *telegram*, *facebook* dan *youtube* walaupun kurang begitu aktif”

## 4) *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Bagian ini menjelaskan sifat hubungan yang akan dibangun Perusahaan dengan kelompok konsumennya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait

“aktif di *story* instagram seperti menyapa, membuat QnA atau membalas DM itu dapat menjalin hubungan dengan *follower* agar lebih dekat”

5) *Revenue stream* (Aliran Dana Masuk)

Perusahaan menghasilkan uang dengan mengirimkan produk dan layanannya kepada kelompok konsumen yang menjadi sasarannya. Berdasarkan wawancara dengan pihak terkait

“adanya donasi dari *follower* kemudian kami juga buka pp atau endorse, jadi dari situ kami dana operasional abu Azzam tv”

6) *Key resource* (Sumber daya Utama)

Sumber daya utama mengacu pada aset berwujud dan tidak berwujud yang diperlukan untuk mempertahankan proposisi nilai yang diberikan oleh pemilik akun Instagram.

“tentu internet, pulsa, data, kemudian hp yang bagus yang mendukung, kemudian laptop. Alhamdulillah kami dapat macbook urun dana dari *follower*.”

7) *Key activities* (Aktivitas kunci)

Aktivitas utama mengacu pada tugas penting yang harus dilakukan untuk memastikan kelancaran sistem dan keberhasilan pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh pemilik akun Instagram.

“membuat konten setiap hari, kemudian juga *story*, kemudian juga membuat kuis tentang agama islam, kemudian juga QnA tanya jawab dan nanti kami jawab sesuai dengan fatwa ulama”

8) *Key Partnership* (Mitra Kunci)

Menjelaskan jaringan entitas terafiliasi yang dimiliki oleh pemilik akun Instagram untuk memudahkan pelaksanaan aktivitasnya sejalan dengan strategi bisnis yang telah ditetapkan.

“dulu ada brand kopi yang jadi mitra atau sponsorship di abu Azzam tv jadi setiap bulan mereka kasi lima juta, itu sih berjalan lima bulan, kemudian juga mitranya ya *follower-follower* abu Azzam tv yang bantu untuk alat peralatan dan sebagainya”

9) *Cost structures* (Struktur Biaya)

Memberikan penjelasan komprehensif tentang berbagai biaya yang terlibat dalam pengoperasian model perusahaan.

“biaya utama ya paket data, ya mungkin itu sih paket data yang perlu dibutuhkan”

b. Adjie Satria

Dalam model bisnis kanvas dibangun dengan 9 elemen yang meliputi *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partner*, dan *cost structures*.

1) *Customer segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen konsumen yang akan dilayani adalah pengguna instagram yang ingin disasar dan dilayani oleh konten kreator media sosial instagram. Segmen konsumen akun Instagram @salaf.alumamah adalah target atau segmen pasar yang mencakup skala nasional terkhusus masyarakat awam dan yang baru belajar agama.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“Target saya yang pertama adalah orang-orang awam, orang-orang yang masih baru-baru belajar, baru-baru ngaji itu target utama saya. Karena biar bisa ngaji langsung dari masyayikh mendengar fatwanya masyayikh. Target yang kedua adalah orang-orang yang sudah mengaji, ini untuk memperkokoh keilmuan mereka, kemudian target saya adalah orang yang menentang dakwah salaf, makanya kadang saya posting tentang tauhid, tentang amalan-amalan bidah, tentang sunnah tentang fiqih, jadi bermanfaat bagi 3 target yang saya sebutkan”

2) *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai terdiri dari serangkaian produk dan layanan yang akan memberikan nilai bagi kelompok pelanggan tertentu. Proposisi nilai adalah faktor penentu yang mengarahkan pelanggan untuk memilih produk dan layanan suatu bisnis dibandingkan pesaingnya.

Hal ini karena perusahaan dipandang memiliki keunggulan tersendiri dalam menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“hal utama yang ditawarkan kepada *follower* adalah fatwa ulama yang diterjemahkan ke Bahasa Indonesia, karena tidak semua *follower* itu memiliki Bahasa Arab atau Adapun yang pandai Bahasa Arab tidak mendapatkan video semisal itu, jadi yang ditawarkan itu adalah potongan-potongan fatwa yang dibutuhkan *follower*, kadang konten itu berangkat dari pertanyaan *follower* itu sendiri di story, kadangkala saya buat *distory* mau bahas apa? Banyak lah situ yang ngirim. Ada satu yang saya pilih dan dibuatkan konten, saya cari di youtube video Syaikhnya kemudian saya terjemahkan ke Bahasa Indonesia”

### 3) *Channels* (Saluran)

Suatu media dari Perusahaan di dalam melakukan komunikasi dan mencapai para pelanggannya untuk menyampaikan nilai-nilai yang dimiliki.

Penjelasan mengenai *Channels* berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait

“untuk saat ini hanya satu dengan konten Instagram”

## UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

### 4) *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Elemen ini menjelaskan jenis hubungan Perusahaan dengan segmen pelanggan yang akan dicapainya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait

“melalui story tanya jawab, kemudian apabila ada pertanyaan dari *follower* itu saya jawab terkadang membalas lewat *direct message* (dm) atau lewat kolom komentar”

### 5) *Revenue stream* (Aliran Dana Masuk)

Menjelaskan tentang kas yang dihasilkan oleh Perusahaan dengan menyediakan produk dan jasa yang dihasilkan kepada segmen pelanggan yang akan dicapainya.

Berdasarkan wawancara dengan pihak terkait  
“tidak ada itu dana pribadi”

6) *Key resource* (Sumber daya Utama)

Sumber daya utama adalah aset-aset yang diperlukan untuk mendukung value proposition yang ditawarkan pemilik akun Instagram.

“sumber daya manusia berupa masyayikh dan teknologinya hanya menggunakan smartphone, mic kecil, headset, tripod dan dudukan hp”

7) *Key activities* (Aktivitas kunci)

Aktivitas kunci adalah aktivitas yang harus dilakukan agar kelangsungan operasional tetap berjalan sebagaimana mestinya dan target-target yang ditetapkan oleh pemilik akun Instagram dapat dicapai.

“membuat video dakwah dari potongan fatwa, membuat story, membuat video saya sendiri karena saya juga da’i dan melakukan *live streaming*”

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

8) *Key Partnership* (Mitra Kunci)

Menjelaskan jaringan rekanan yang dimiliki pemilik akun Instagram agar dapat menjalankan operasionalnya sesuai dengan bisnis model yang dibuat.

“jadi saya bermitra dengan 1 akun yang membantu perkembangan akun instagram saya yaitu akun @thesunnah\_path”

9) *Cost structures* (Struktur Biaya)

Menjelaskan segala jenis biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan sebuah bisnis model.

“tidak ada, hanya uang paket sekitar Rp. 50.000 sebulan”

c. Ahmad Harmaini

Dalam model bisnis kanvas dibangun dengan 9 elemen yang meliputi *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partner*, dan *cost structures*.

1) *Customer segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen konsumen yang akan dilayani adalah pengguna instagram yang ingin disasar dan dilayani oleh konten kreator media sosial instagram. Segmen konsumen akun Instagram @abu.adzkar adalah target atau segmen pasar yang mencakup skala nasional terkhusus di kalangan pemuda.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“orang-orang awam yang belum mengetahui ilmu agama”

2) *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

*Value propositions* merupakan kumpulan dari berbagai macam produk dan jasa yang Akan menciptakan nilai bagi pelanggan segmen tertentu. *Value propositions* menjadi alasan mengapa pelanggan memilih produk dan jasa dari sebuah Perusahaan dibandingkan Perusahaan lain karena Perusahaan tersebut dianggap memiliki kelebihan di dalam memecahkan permasalahan dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Penjelasan dari wawancara dengan pihak terkait:

“yang paling utama itu konten dakwah, kajian pendek atau fatwa masyayikh”

3) *Channels* (Saluran)

Suatu media dari Perusahaan di dalam melakukan komunikasi dan mencapai para pelanggannya untuk menyampaikan nilai-nilai yang dimiliki.

Penjelasan mengenai *Channels* berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait:

“selain instagram akun media sosial yang dimiliki seperti *facebook*, *youtube*, *twitter*, *whatsapp* dan sekarang ada *threads* itu dapat membantu promosikan dakwah”

4) *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Elemen ini menjelaskan jenis hubungan Perusahaan dengan segmen pelanggan yang akan dicapainya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait

“membuka pertanyaan atau masukan di cerita (*story*) kemudian ditanggapi pertanyaan di cerita tersebut atau jika ada yang dm membalas dan menanggapi dengan cepat”

5) *Revenue stream* (Aliran Dana Masuk)

Menjelaskan tentang kas yang dihasilkan oleh Perusahaan dengan menyediakan produk dan jasa yang dihasilkan kepada segmen pelanggan yang akan dicapainya.

Berdasarkan wawancara dengan pihak terkait

“pakai uang kantong sendiri”

6) *Key resource* (Sumber daya Utama)

Sumber daya utama adalah aset-aset yang diperlukan untuk mendukung value proposition yang ditawarkan pemilik akun Instagram.

“masih menggunakan *smartphone* android walaupun saya menginginkan *iphone* namun belum terealisasi, dan tentunya sumberdaya manusia”

7) *Key activities* (Aktivitas kunci)

Aktivitas kunci adalah aktivitas yang harus dilakukan agar kelangsungan operasional tetap berjalan sebagaimana mestinya dan target-target yang ditetapkan oleh pemilik akun Instagram dapat dicapai.

“mendownload video kajian syaikh dari channel youtube resminya, kemudian di edit di aplikasi video maker kemudian disesuaikan dengan template Instagram saya, Adapun untuk poster saya mengutip perkataan ulama dari yufid.com kemudian di edit di aplikasi pixellab. Setelah selesai kemudian saya upload dan di bagikan di story”

8) *Key Partnership* (Mitra Kunci)

Menjelaskan jaringan rekanan yang dimiliki pemilik akun Instagram agar dapat menjalankan operasionalnya sesuai dengan bisnis model yang dibuat.

“akun @thesunnah\_path sebagai partner untuk membantu menaikkan rating akun saya”

9) *Cost structures* (Struktur Biaya)

Menjelaskan segala jenis biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan sebuah bisnis model.

“tentunya paket data, biaya untuk membeli iphone”

## C. Pembahasan

### 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal dan eksternal yang telah di analisis menjadi SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*).

a. Tega Prawibowo (Konten Kreator @abuazzamtv)

1) Kekuatan (*Strength*)

a) Menjadi solusi bagi orang awam yang ingin belajar dari para ulama atau ingin mendengarkan fatwa mereka.

b) Termasuk akun pertama yang menerjemahkan fatwa ulama sehingga mudah dicari

c) Update konten dalam masalah baru yang terjadi

d) Konten yang jelas dan singkat yang mudah difahami

e) Adanya donasi dari follower

f) Gadget yang mendukung

Hasil observasi dari akun instagram @abuazzamtv:

- a) Adanya komentar-komentar puas dengan konten fatwa yang diposting, serta menjadi faham terhadap fatwa tersebut
  - b) Mulai bergabung di instagram pada desember 2015
  - c) Terlihat dari judul-judul konten terkait permasalahan yang sering terjadi dimasyarakat
  - d) Durasi video yang tidak terlalu panjang dan penjelasan yang singkat
  - e) Adanya penggalangan donasi untuk perangkat dakwah yang tertera di sorotan
  - f) Gadget hasil galang donasi berupa macbook pro 2019.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
- a) Tidak konsisten dalam upload konten
  - b) Melayani debat orang yang tidak jelas

Hasil observasi dari akun instagram @abuazzamtv:

- a) Jarak waktu upload ada yang 2 atau 3 hari ada yang bahkan setelah sebulan kemudian ada konten terbaru.
  - b) Ada *hater* yang ikut berkomentar dikolom komentar
- 3) Peluang (*Opportunity*)
- a) aktif dan konsisten mengelola akun akan menjadi media yang bisa lebih baik dan professional
  - b) Tren masalah Fiqih Kontemporer yang disukai pengguna instagram
  - c) Target dakwah orang yang sudah mengaji dan yang baru hijrah
  - d) Menjawab permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat

Hasil observasi dari akun instagram @abuazzamtv:

- a) Ketika konsisten upload banyak tanggapan di kolom komentar dan views yang cukup bagus, dibandingkan ketika jarak upload yang lama

- b) Pada tema fiqih, jumlah views cukup besar
  - c) Terlihat dari komentar netizen yang baru mengetahui ilmu-ilmu agama yang baru ia dengar
  - d) Tema-tema yang dipilih sesuai dengan permasalahan yang sering ditanyakan masyarakat.
- 4) Ancaman (*Threat*)
- a) Munculnya media-media lain yang bertentangan dengan prinsip akun abuzamtv
  - b) Sulitnya mencari waktu untuk membuat konten karena tidak ada tim
  - c) Kreator akun lain punya tim yang memadai

Hasil observasi dari akun instagram @abuzamtv:

- a) Dikarenakan instagram tidak membatasi siapa yang ingin membuat akun, kecuali jika membahayakan orang banyak
  - b) Upload konten dengan waktu yang tidak teratur
  - c) Banyak konten kreator yang memiliki tim untuk menjalankan akunnya
- b. Adjie Satria (Konten Kreator @salaf.alummah)
- 1) Kekuatan (*Strength*)
- a) Konten terjemahan bahasa Indonesia video ulama
  - b) Memfokuskan pada konten video terjemahan para ulama dengan desain yang menarik dan rapi
  - c) Kerapian pada setiap postingan
  - d) Kolaborasi dengan akun Instagram @thesunnah\_path
  - e) Follower bisa belajar atau ambil faidah langsung dari ulama
  - f) Komunikasi yang baik dengan follower

Hasil observasi dari akun instagram @salaf.alummah:

- a) Hampir seluruh isi kontennya adalah terjemahan video ulama
- b) Peletakan judul, video dan terjemahan yang mudah untuk dilihat

- c) Warna biru pada setiap postingan dan menggunakan format desain yang sama
  - d) Sebagian besar postingannya berkolaborasi dengan akun @thesunnah\_path yang sudah memiliki 1 juta *followers*
  - e) Adanya terjemahan yang baik sehingga follower memahami dan mengungkapkan lewat kolom komentar
  - f) Mendengarkan masukan dari follower, sebagai contoh ada kesalahan penulisan dan kemudian ditanggapi oleh konten kreator
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
- a) Tidak konsisten dalam upload konten
  - b) Perdebatan di kolom komentar

Hasil observasi dari akun instagram @salaf.alumamah:

- a) Jarak upload konten yang tidak beraturan, terkadang sebulan 1 postingan, terkadang 1 bulan 3 postingan dengan jarak posting yang tidak teratur
  - b) Jika tema yang dibahas sedang jadi perbincangan hangat masyarakat maka banyak yang berkomentar di postingan tersebut
- 3) Peluang (*Opportunity*)
- a) Mengembangkan konten berupa poster dakwah
  - b) Konten tentang pernikahan atau hukum seputar keluarga yang disukai *follower*
  - c) Target dakwah adalah seluruh pengguna instagram

Hasil observasi dari akun instagram @salaf.alumamah:

- a) Adanya beberapa poster dakwah, walaupun tidak terlalu mendapatkan banyak like seperti video
  - b) Jumlah *views* nya mencapai 40 ribuan lebih
  - c) Jangkauan instagram yang luas, serta video yang berisi 2 bahasa memudahkan banyak orang untuk menerima pesannya
- 4) Ancaman (*Threat*)

- a) Postingan tentang LGBT dapat mengancam keberadaan akun
- b) Jarang update konten
- c) Kreator akun lain cepat meningkat pengikutnya

Hasil observasi dari akun instagram @salaf.alummah:

- a) Tidak ada konten yang membahas LGBT
- b) Jarak upload konten yang tidak beraturan
- c) Banyak diinstagram akun-akun yang cepat pertumbuhannya

c. Ahmad Harmaini (Konten Kreator @abu.adzkar)

1) Kekuatan (*Strength*)

- a) Konten terjemahan bahasa Indonesia dari video ulama
- b) Menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami pada teks terjemahan
- c) Pembahasan yang menarik untuk dikaji
- d) Kolaborasi dengan akun dakwah yang sudah tinggi rating nya
- e) Desain konten yang simpel dan mudah untuk mengenal akun
- f) Adanya media sosial lain untuk membantu mempromosikan dakwah

Hasil observasi dari akun instagram @abu.adzkar:

- a) Isi kontennya sebagian video sebagian poster dakwah
  - b) Follower yang mudah memahami dan mengungkapkannya lewat kolom komentar
  - c) Pembahasan seputar masalah agama yang terjadi dimasyarakat
  - d) Sebagian besar postingannya berkolaborasi dengan akun @thesunnah\_path
  - e) Desain simple berwarna dasar hitam dan putih
  - f) Memiliki youtube dan telegram
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
- a) Tidak konsisten dalam upload konten
  - b) Lambatnya naik jumlah follower

- c) Desain konten kurang menarik
- d) Smartphone yang kurang memadai

Hasil observasi dari akun instagram @abu.adzkar:

- a) Jarak upload konten yang tidak beraturan, terkadang sebulan 1 postingan, terkadang 1 bulan 5 postingan dengan jarak posting yang tidak teratur
  - b) Jarak upload yang lama berpengaruh terhadap kenaikan *follower* bahkan followernya menurun
  - c) Terlihat simple dengan memilih warna dasar hitam dan putih
  - d) Kualitas postingan yang kurang baik, terkadang dengan warna terang, di postingan yang lain sedikit pudar
- 3) Peluang (*Opportunity*)

- a) Tren video dakwah yang diterjemahkan sedang digemari diinstagram
- b) Berkembangnya viewers, like, share, komentar, dan followers jika upload konten
- c) Target dakwah adalah seluruh pengguna instagram

Hasil observasi dari akun instagram @abu.adzkar:

- a) Lebih banyak interaksi melalui konten video daripada poster
- b) Jika tidak upload konten, *followers* akan menetap atau bahkan berkurang

- c) Jangkauan instagram yang luas

4) Ancaman (*Threat*)

- a) Pekerjaan dan perkuliahan menghambat pembaruan konten
- b) Jarang update konten
- c) Kreator akun lain mahir dalam mendesain konten

Hasil observasi dari akun instagram @abu.adzkar:

- a) Upload konten yang tidak teratur
- b) Upload terakhir 1 konten dalam 1 bulan

c) Banyak kreator lain yan lebih baik

## 2. *Internal Factor Analysis and External Factor Analysis Matriks*

a. Tega Prawibowo (Konten Kreator @abuazzamtv)

Tabel 3. Matriks *Internal Factor Analysis (IFAS)* pada Konten Kreator akun instagram @abuazzamtv

No	<i>Internal Factor Analysis (IFAS)</i>	Bobot	Rating	Jumlah
1.	KEKUATAN			
	Menjadi solusi bagi orang awam yang ingin belajar dari para ulama atau ingin mendengarkan fatwa mereka.	0,13	3	0,39
	Termasuk akun pertama yang menerjemahkan fatwa ulama sehingga mudah dicari	0,09	2	0,18
	Update konten dalam masalah baru yang terjadi	0,13	3	0,39
	Konten yang jelas dan singkat yang mudah difahami	0,13	3	0,39
	Adanya donasi dari follower	0,17	4	0,68
	Gadget yang mendukung	0,13	3	0,39
2.	KELEMAHAN			
	Tidak konsisten dalam upload konten	0,09	2	0,18
	Melayani debat orang yang tidak jelas	0,13	3	0,39
	Total	1,00		2,99

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pembobotan setiap elemen kunci internal konten pembuat akun Instagram @abuazzamtv ditentukan berdasarkan temuan faktor Internal yang memiliki total nilai tertimbang sebesar 2,99. Dari hasil tersebut diperoleh skor tertimbang untuk kekuatan sebesar 2,42. Akibatnya, skor kekuatan melampaui skor kelemahan, yang ditunjukkan dengan skor kelemahan keseluruhan sebesar 0,57. Berdasarkan penilaian di atas, dapat

disimpulkan bahwa atribut konten akun Instagram @abuazzamtv yang dibuat oleh pemegang akun memiliki reputasi internal yang kuat.

Kemudian Akan disajikan matriks *Eksternal Factor Analysis (EFAS)* pada konten kreator akun instagram @abuazzamtv yang dapat disajikan melalui Tabel 4 yaitu:

Tabel 4. Matriks *Eksternal Factor Analysis (EFAS)* konten kreator akun instagram @abuazzamtv

No	<i>Eksternal Factor Analysis</i>	Bobot	Rating	Jumlah
1.	PELUANG			
	Aktif dan konsisten mengelola akun akan menjadi media yang bisa lebih baik dan professional	0,10	2	0,2
	Tren masalah Fiqih Kontemporer yang disukai pengguna instagram	0,20	4	0,8
	Target dakwah orang yang sudah mengaji dan yang baru hijrah	0,15	3	0,45
	Menjawab permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat	0,15	3	0,45
2	ANCAMAN			
	Munculnya media-media lain yang bertentangan dengan prinsip akun abuazzamtv	0,10	2	0,2
	Sulitnya mencari waktu untuk membuat konten karena tidak ada tim	0,20	4	0,8
	Kreator akun lain punya tim yang memadai	0,10	2	0,2
	Total	1,00		3,1

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pemberian bobot untuk setiap faktor kunci pada matriks *Eksternal Faktor Analysis (EFAS)* pada konten kreator akun instagram @abuazzamtv Elemen eksternal dievaluasi dan diberi nilai total tertimbang sebesar 3,1. Di antara kategori-kategori tersebut, Peluang mendapat skor tertimbang 1,9, sedangkan Ancaman mendapat skor 1,2.

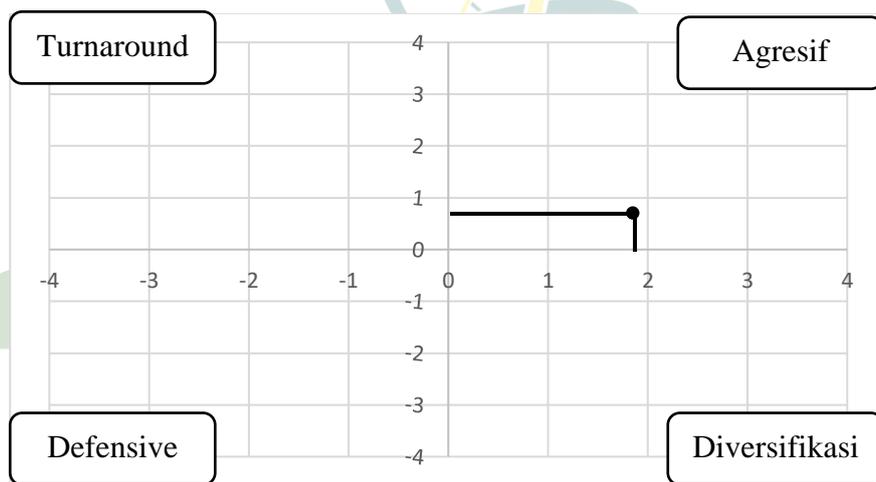
Sebelum dilakukan penentuan formulasi strategi dan matriks IFAS dan EFAS maka akan dilakukan selisih skor bobot kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu:

$$SW = 2,42 - 0,57 = +1,85$$

$$OT = 1,9 - 1,2 = +0,7$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, dilakukan formulasi strategi dengan matriks space yaitu:

Gambar 7. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun instagram @abuazzamtv



Gambar 7 yang memanfaatkan matriks ruang untuk menentukan formulasi strategi menunjukkan bahwa nilai SW mempunyai selisih positif sebesar 1,85, sedangkan nilai OT positif sebesar 0,7. Hal ini menempatkan pembuat konten akun Instagram @abuazzamtv di kuadran 1 mendukung strategi agresif. Kuadran 1 sangat menguntungkan karena akun Instagram memiliki keadaan dan kemampuan menguntungkan yang memungkinkannya memanfaatkan prospek saat ini. Sasaran dalam kuadran ini adalah untuk menetapkan Strategi Berorientasi Pertumbuhan, yang mencakup penerapan inisiatif pertumbuhan yang agresif.

b. Adjie Satria (Konten Kreator @salaf.alummah)

Tabel 5. Matriks *Internal Factor Analysis (IFAS)* pada Konten Kreator @salaf.alummah

No	<i>Internal Factor Analysis (IFAS)</i>	Bobot	Rating	Jumlah
1.	KEKUATAN			
	Konten terjemahan bahasa Indonesia video ulama	0,13	3	0,39
	Memfokuskan pada konten video terjemahan para ulama dengan desain yang menarik dan rapi	0,13	3	0,39
	Kerapian pada setiap postingan	0,13	3	0,39
	Kolaborasi dengan akun Instagram @thesunnah_path	0,17	4	0,68
	<i>Follower</i> bisa belajar atau ambil faidah langsung dari ulama	0,13	3	0,39
	Komunikasi yang baik dengan <i>follower</i>	0,13	3	0,39
2.	KELEMAHAN			
	Tidak konsisten dalam upload konten	0,09	2	0,18
	Perdebatan di kolom komentar	0,09	2	0,18
	Total	1,00		2,99

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pembobotan masing-masing faktor kunci internal dalam menentukan konten pembuat akun Instagram @salaf.alummah ditentukan oleh hasil faktor internal tersebut. Nilai tertimbang keseluruhan variabel-variabel tersebut adalah 2,99, dengan skor kekuatan spesifik 2,63. Akibatnya, skor kekuatan melampaui skor kelemahan, yang ditunjukkan dengan skor kelemahan keseluruhan sebesar 0,36. Berdasarkan temuan skor di atas, dapat disimpulkan bahwa penulis akun Instagram @salaf.alummah memiliki reputasi internal yang menonjol.

Kemudian Akan disajikan matriks *Eksternal Factor Analysis (EFAS)* pada konten kreator akun instagram @salaf.alummah yang dapat disajikan melalui Tabel 6 yaitu:

Tabel 6. Matriks *Eksternal Factor Analysis (EFAS)* konten kreator akun instagram @salaf.alummah

No	<i>Eksternal Factor Analysis</i>	Bobot	Rating	Jumlah
1.	PELUANG			
	Mengembangkan konten berupa poster dakwah	0,16	3	0,48
	Konten tentang pernikahan atau hukum seputar keluarga yang disukai follower	0,24	4	0,96
	Target dakwah adalah seluruh pengguna instagram	0,16	3	0,48
2	ANCAMAN			
	Postingan tentang LGBT dapat mengancam keberadaan akun	0,16	3	0,48
	Jarang update konten	0,12	2	0,24
	Kreator akun lain cepat meningkat pengikutnya	0,16	3	0,48
	Total	1,00		3,12

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pemberian bobot untuk setiap faktor kunci pada matriks Eksternal Faktor Analysis (EFAS) pada konten kreator akun instagram @salaf.alummah Berdasarkan hasil faktor-faktor eksternal dengan nilai total bobot tertimbang sebesar 3,12 dimana dari hasil skor bobot untuk Peluang diperoleh nilai sebesar 1,92, Sedangkan total skor Ancaman 1,2.

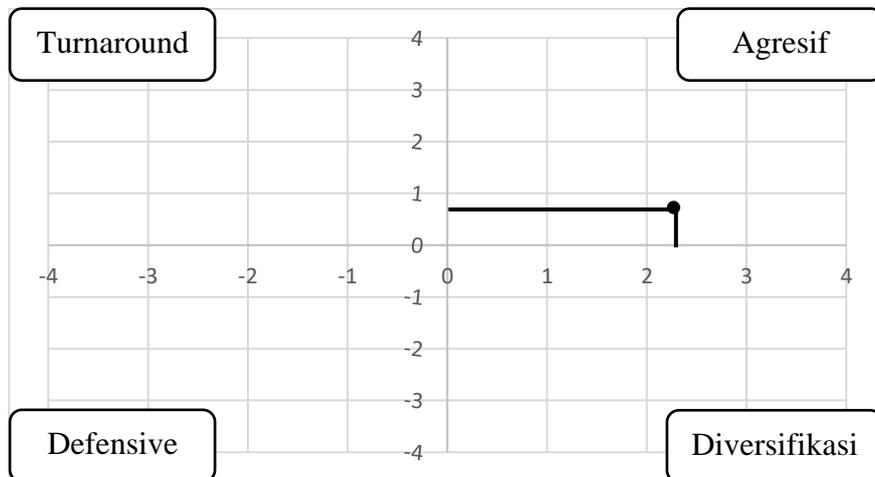
Sebelum dilakukan penentuan formulasi strategi dan matriks IFAS dan EFAS maka akan dilakukan selisih skor bobot kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu:

$$SW = 2,63 - 0,36 = +2,27$$

$$OT = 1,92 - 1,2 = + 0,72$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, dilakukan formulasi strategi dengan matriks space yaitu:

Gambar 8. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun instagram @salaf.alummah



Gambar 8 yang memanfaatkan matriks ruang untuk menentukan formulasi strategi menunjukkan bahwa nilai SW mempunyai selisih positif sebesar 2,27, sedangkan nilai OT positif sebesar 0,72. Hal ini menempatkan pembuat konten akun Instagram @salaf.alummah di kuadran 1 mendukung strategi agresif. Kuadran 1 sangat menguntungkan karena akun Instagram memiliki keadaan dan kemampuan yang menguntungkan yang memungkinkannya memanfaatkan prospek saat ini. Sasaran dalam kuadran ini adalah untuk menetapkan Strategi Berorientasi Pertumbuhan, yang melibatkan penerapan inisiatif pertumbuhan yang agresif.

c. Ahmad Harmaini (Konten Kreator @abu.adzkar)

Tabel 7. Matriks *Internal Factor Analysis (IFAS)* pada Konten Kreator @abu.adzkar

No	<i>Internal Factor Analysis (IFAS)</i>	Bobot	Rating	Jumlah

1.	KEKUATAN			
	Konten terjemahan bahasa Indonesia dari video ulama	0,17	4	0,68
	Menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami pada teks terjemahan	0,10	3	0,3
	Pembahasan yang menarik untuk dikaji	0,03	2	0,06
	Kolaborasi dengan akun dakwah yang sudah tinggi rating nya	0,17	4	0,68
	Desain konten yang simpel dan mudah untuk mengenal akun	0,17	4	0,68
	Adanya media sosial lain yang dimiliki untuk membantu mempromosikan dakwah	0,10	3	0,3
2.	KELEMAHAN			
	Tidak konsisten dalam upload konten	0,03	2	0,06
	Lambatnya naik jumlah follower	0,03	2	0,06
	Desain konten kurang menarik	0,10	3	0,3
	Smartphone yang kurang memadai	0,10	3	0,3
	Total	1,0		3,42

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pemberian bobot untuk setiap faktor kunci internal konten kreator akun instagram @abu.adzkar berdasarkan hasil faktor-faktor Internal dengan nilai total bobot tertimbang sebesar 3,42 dimana dari hasil skor bobot untuk kekuatan (*strength*) diperoleh nilai sebesar 2,7. Sedangkan total skor kelemahan sebesar 0,72, hal ini menunjukkan bahwa skor kekuatan yang lebih besar dari skor kelemahan. Sehingga dari hasil skor tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik konten kreator akun instagram @abu.adzkar memiliki posisi internal yang kuat.

Kemudian Akan disajikan matriks *Eksternal Factor Analysis (EFAS)* pada konten kreator akun instagram @abu.adzkar yang dapat disajikan melalui Tabel 8 yaitu:

Tabel 8. Matriks *Eksternal Factor Analysis* (EFAS) konten kreator akun instagram @abu.adzkar

No	<i>Eksternal Factor Analysis</i>	Bobot	Rating	Jumlah
1.	PELUANG			
	Tren video dakwah yang diterjemahkan sedang digemari diinstagram	0,16	3	0,48
	Berkembangnya viewers, like, share, komentar, dan followers jika upload konten	0,24	4	0,96
	Target dakwah adalah seluruh pengguna instagram	0,16	3	0,48
2	ANCAMAN			
	Pekerjaan dan perkuliahan menghambat pembaruan konten	0,16	3	0,48
	Jarang update konten	0,12	2	0,24
	Kreator akun lain mahir dalam mendesain konten	0,16	3	0,48
	Total	1,00		3,12

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Pemberian bobot untuk setiap faktor kunci pada matriks Eksternal Faktor Analysis (EFAS) pada konten kreator akun instagram @abu.adzkar Berdasarkan hasil faktor-faktor eksternal dengan nilai total bobot tertimbang sebesar 3,12 dimana dari hasil skor bobot untuk Peluang diperoleh nilai sebesar 1,92, Sedangkan total skor Ancaman 1,2.

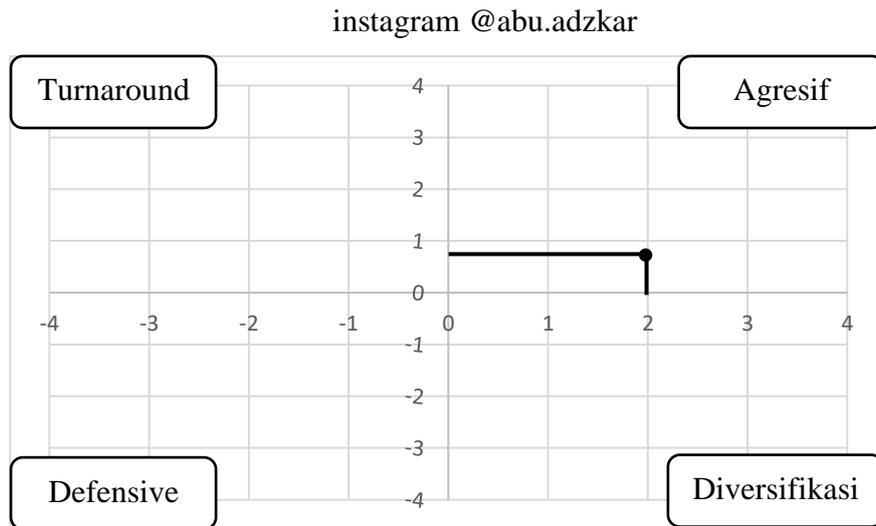
Sebelum dilakukan penentuan formulasi strategi dan matriks IFAS dan EFAS maka akan dilakukan selisih skor bobot kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu:

$$SW = 2,7 - 0,72 = +1,98$$

$$OT = 1,92 - 1,2 = +0,72$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, dilakukan formulasi strategi dengan matriks space yaitu:

Gambar 9. Formulasi Strategi dengan Matriks Space konten kreator akun



Gambar 9 yakni penentuan formulasi strategi dengan menggunakan matriks space terlihat bahwa nilai SW memiliki nilai selisih positif yakni sebesar 1,98 sedangkan OT Positif sebesar 0,72 sehingga konten kreator akun instagram @abu.adzkar sebagai konten kreator instagram berada dalam posisi kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif. Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena akun instagram tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kuadran ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Strategy*).