

ABSTRAK

Dhea Oktaviana, 1940210037, “Strategi Komunikasi Massa Pada Akun Instagram @Islamichistories dalam Menyampaikan Sejarah Islam”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya kegiatan dakwah melalui media instagram, dengan beragam pesan dakwah yang disebarakan. Dari segi komunikasi, kegiatan dakwah di instagram ini termasuk suatu proses komunikasi massa. Oleh karena itu, peneliti mencoba menganalisis secara deskriptif kaitannya dengan strategi komunikasi massa pada akun @islamichistories dalam proses dakwahnya. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan guna memaparkan strategi komunikasi massa yang diterapkan pada akun instagram @islamichistories dalam menyampaikan pesan sejarah Islam. Juga untuk mengetahui bentuk dakwah yang diterapkan pada akun tersebut, beserta respon dari *followers* terhadap penyampaian dakwah @islamichistories melalui berbagai unggahan kontennya.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kepustakaan atau *library research*, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data ialah melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati akun @islamichistories, meliputi unggahan konten, instagram *stories*, serta komentar warganet. Wawancara dilakukan secara online via email dengan pendiri akun, serta via WhatsApp dengan pengikut dan kontributor akun. Dokumentasi dilakukan dengan mencari informasi dari beragam sumber seperti buku, jurnal, serta artikel di internet. Selanjutnya, metode analisis isi dalam penelitian ini menggunakan strategi komunikasi perspektif Anwar Arifin.

Hasil dari penelitian menunjukkan empat strategi komunikasi pada akun @islamichistories, yakni 1) mengenal khalayak, yaitu netizen dengan sifat yang heterogen, 2) menentukan pesan, yang terbagi menjadi sumber dan jenis pesan, 3) menetapkan metode, dimana akun ini berfokus pada penyampaian pesan sejarah peradaban Islam, serta 4) seleksi dan penggunaan media, yang menganalisis media instagram beserta keunggulan dan kelemahannya sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah sejarah Islam. Selain itu, hasil temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa akun @islamichistories menerapkan bentuk dakwah *mauidzah hasanah*, hal ini dilihat dari pesan dakwahnya yang berupa sejarah Islam. Lalu, ditemukan pula respon *followers* yang terbagi menjadi tiga bentuk, yakni *effect* (respon yang berhubungan dengan emosi dan perasaan), *judgement* (respon yang bersifat evaluatif), dan *appreciation* (penilaian terhadap pesan yang disebarakan).

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Instagram, Islamic Histories*