

Poster Film sebagai Konsep Konten Kreatif Media Dakwah

Desi El Pania Pionita^{*}, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*desielpania12@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. Media da'wah is a medium that is widely used by da'wah content creators in presenting religious messages in a creative and interesting way. In the era of rapid technological development, da'wah content continues to follow progress through various media platforms, one of which is Instagram social media. The issues that are the focus of this study include an in-depth analysis of the background of the selection of the film poster concept as an element in the da'wah study content on Instagram @percikaniman which has unique visual characteristics. The purpose of this study is to find out and describe the Strategy for Creating Creative Content on Social Media as a Da'wah Media on Instagram @Percikaniman. The theory of da'wah on social media and the theory of visual content are used as a reference for research. In this study, researchers use a constructive paradigm with a qualitative approach using a case study method to determine the perspective of informants related to their social scope in creating da'wah study content @Percikaniman. This study collects data through interviews, observations and documentation. The results of this study indicate that the use of the film poster concept was chosen based on trend research as a strategy to reach the audience in da'wah studies.

Keywords: *Da'wah Media, Instagram, Percikan Iman.*

Abstrak. Media dakwah menjadi sarana yang sangat dimanfaatkan oleh para konten creator dakwah dalam menyajikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang kreatif dan menarik. Di era perkembangan teknologi yang pesat, konten dakwah terus mengikuti kemajuan melalui berbagai platform media salah satunya media sosial Instagram. Isu yang menjadi fokus penelitian ini mencakup analisis mendalam terhadap latar belakang pemilihan konsep poster film sebagai unsur dalam konten kajian dakwah di Instagram @percikaniman yang memiliki kekhasan visual yang unik. Tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai Strategi Pembuatan Konten Kreatif pada Media Sosial sebagai Media Dakwah pada Instagram @Percikaniman. Teori dakwah di media sosial dan teori konten visual digunakan sebagai acuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktif dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui perspektif informan terkait lingkup sosial mereka dalam pembuatan konten kajian dakwah @Percikaniman. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Penggunaan konsep poster film dipilih berdasarkan riset tren sebagai strategi untuk mencapai audiens dalam kajian dakwah.

Kata Kunci: *Media dakwah, Instagram, Percikan Iman.*

A. Pendahuluan

Komunikasi Di era perkembangan teknologi yang begitu pesat, konten dakwah dapat terus mengikuti kemajuan melalui berbagai platform media yang tersedia. Media dakwah menjadi sarana yang sangat dimanfaatkan oleh para content creator dakwah dalam menyajikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang kreatif dan menarik. Pada platform media sosial, instagram sebagai sumber informasi dan platform publikasi merupakan salah satu media sosial yang saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat, dizaman yang serba canggih ini hampir semua orang mempunyai Instagram sebagai kebutuhan masing-masing (Nugraha, 2020). Instagram, memberikan wadah yang sangat efektif bagi para conten creator dakwah untuk mencapai dan mempengaruhi audiens mereka dengan cara yang inovatif dan menarik.

Salah satu platform dakwah yang menampilkan konten menarik dan unik adalah akun Instagram @Percikaniman. Akun Instagram @Percikaniman memiliki 67 ribu pengikut, menarik perhatian banyak pihak karena memiliki keunikan dalam hal warna, desain, konten, dan penyampaian pesan dakwah melalui poster informatif. Konten akun ini ditujukan untuk usia dewasa muda hingga orangtua, dengan pendekatan yang bersifat informatif, edukatif, dan menghibur melalui konten visual. Penyajian konten kajian dakwah disesuaikan dengan isu-isu terkini yang sedang populer di masyarakat, dan tema yang diangkat memiliki relevansi dengan kehidupan sehari-hari. Akun tersebut kerap menghasilkan konten kajian dakwah yang disajikan dalam bentuk poster film dengan gaya yang unik, memadukan pesan-pesan dakwah dengan ilustrasi yang relevan terhadap tema kajian yang diangkat. Konten-konten yang dihasilkan oleh akun ini sering kali mengundang perhatian karena kekreatifan penyajian dan pendekatan yang menarik. Poster kajian dakwah yang dibuat memiliki estetika yang khas, memberikan sentuhan visual yang menarik perhatian pengguna Instagram. Dengan strategi ini, akun tersebut membuktikan bahwa Instagram bisa menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan pesan kebaikan yang langsung memberikan manfaat bagi para pengikutnya. Akun ini sebagai media informasi dakwah yang dimiliki oleh Yayasan Percikan Iman (Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana & Karsa, 2021).

Yayasan Percikan Iman, berlokasi di Kota Bandung, didirikan pada tahun 1999 dengan fokus awal pada gerakan dakwah melalui majelis taklim. Seiring waktu, yayasan ini berkembang menjadi lembaga Islam yang berdedikasi, melibatkan berbagai kegiatan keislaman seperti pengabdian masyarakat, pendidikan, pelatihan, event, zakat, ambulans, haji, umroh, dan wakaf. Yayasan ini menawarkan beragam program positif sebagai wujud komitmen dalam mendukung kehidupan umat Islam. Dengan akun Instagram resmi, Yayasan Percikan Iman juga berupaya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, menjadikannya sumber inspirasi dan arahan spiritual bagi masyarakat.

Melalui media sosial Instagram, individu dengan minat serupa dalam dakwah agama dapat terhubung, lalu saling berbagi pemahaman, dan saling mendukung satu sama lain. Dengan demikian, Instagram, secara umum, telah membuka peluang besar bagi komunitas untuk menyebarkan pesan dakwah dan memengaruhi opini publik terkait dengan nilai-nilai agama. Melalui platform ini, individu dan kelompok dapat terhubung, berbagi informasi, dan membangun komunitas berdasarkan minat dan keyakinan bersama. Dengan seruan Allah dalam Al-Quran:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْإِحْسَانِ وَيُحْذِرُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْأَمْقِلُونَ ﴿٤٠١﴾

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”. (QS. Ali Imran: 114)

Maksud dari ayat tersebut dengan berdakwah diharapkan umat Islam dapat berperan aktif dalam menciptakan kontribusi yang positif untuk membangun masyarakat yang berlandaskan pada nilai-nilai keadilan, kebenaran, dan moralitas. Dakwah bukan hanya sebatas memberikan ceramah, tetapi juga merupakan upaya untuk menyebarkan ajaran Islam dan mengajak orang lain untuk mengikuti jalan yang benar sesuai dengan ajaran agama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian mengenai “Konsep Poster Film sebagai Media Dakwah” menjadi sangat penting dan menarik untuk diteliti. Adapun tujuan dalam

penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi konten kreatif pada media sosial dakwah Percikan Iman menggunakan konsep poster film.

B. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memakai paradigma konstruktif. Paradigma konstruktif meninjau ilmu sosial selaku analisa sistematis atas “socially meaningful action” berdasarkan observasi serta detail kepada pelaksana sosial yang terkait memelihara atau melakukan pengelolaan dunia sosial (Sugiyono, 2018). Paradigma konstruktif memiliki karakteristik dalam melihat kenyataan yang dibentuk melalui berbagai latar belakang untuk membentuk konstruksi nyata dan subyektif. Peneliti ingin mengetahui dan mengamati Strategi pembuatan konten kajian dakwah dalam memproduksi konten kreatif pada platform media sosial Instagram @Percikaniman. Peneliti melakukan konstruksi terhadap hasil wawancara dengan para informan yang merupakan Divisi Media Galeri Dakwah Percikan Iman pada platform media sosia Instagram @Percikaniman.

Sejalan dengan paradigma yang dipakai dalam penelitian, peneliti menggunakan metode kualitatif, yang merupakan suatu proses penghimpunan data melalui latar belakang alamiah yang memiliki tujuan untuk mengkaji sebuah fenomena yang terjadi. Metode kualitatif ialah sebuah riset untuk menelaah serta menelusuri arti dari bermacam kelompok ataupun individu yang bersumber dari persoalan sosial. Umumnya, penelitian ini mampu dipergunakan dalam penelitian mengenai aktivitas masyarakat, tingkah laku, sejarah serta konsepsi persoalan sosial (Creswell, 2017). Oleh sebab itulah peneliti mengaplikasikan metode kualitatif dalam penelitian, sebab rumusan masalah yang cocok jika menggunakan pemodelan kualitatif, karena penelitian ini membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam untuk mendeskripsikan terkait Strategi pembuatan konten kreatif pada media sosial Instagram @Percikaniman sebagai media dakwah.

Berdasarkan metode yang dipilih oleh penulis, pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan studi kasus. Studi kasus ialah pendekatan penelitian yang terperinci dan dilaksanakan dengan memeriksa satu kasus atau beberapa kasus yang memiliki keterkaitan dengan fenomena atau masalah tertentu. Menurut Robert K.Yin, studi kasus ialah sebuah metode yang cocok diaplikasikan sebab pada inti bahasan sebuah penelitian berkaitan terhadap pertanyaan bagaimana dan mengapa. Apabila peneliti mempunyai sedikit potensi dalam mengendalikan berbagai fenomena yang hendak diteliti, serta ketika bahasan penelitian berkaitan dengan peristiwa di masa sekarang (Yin, 2014). Yin mengutarakan bahwasanya studi kasus dapat berkolerasi terhadap beragam data wawancara, pengamatan, dokumen serta hal lainnya. Studi kasus dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu studi kasus dengan menggunakan kasus tunggal dan multikasus. Studi kasus dengan desain tunggal memiliki rasional untuk menguji suatu teori penelitian dengan studi kasus tunggal berguna untuk mengubah, memastikan dan mengembangkan suatu teori. Pada gambaran besarnya, desain studi kasus tunggal melengkapi berbagai situasi, teori, ataupun fenomena yang berkenaan terhadap pengungkapan (Yin, 2014). Studi multikasus mendesak peneliti menetapkan kasus dengan sebuah logika replika. Kasus yang ada dalam eksperimen ganda mempunyai hasil sama (replika literal) ataupun hasil yang berlawanan terhadap prediksi awal penelitian (Yin, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan desain studi kasus tunggal karena hanya menggunakan satu kasus yaitu fokus pada konten kajian dakwah akun Instagram @Percikaniman. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus karena ingin meneliti lebih dalam mengenai strategi pembuatan konten kreatif pada media sosial Instagram sebagai media dakwah. Dalam penelitian ini terdapat beberapa keunikan yang dapat dikaji yaitu konten kajian dakwah pada akun @Percikaniman di desain menyerupai poster film yang menjadi ke khasan dibandingkan dengan konten-konten media dakwah lainnya, pada konten kajian dakwah @Percikaniman hanya menggunakan satu ustadz yaitu Ustadz Aamirudin sebagai pendakwahnya, Konten kajian dakwah @Percikaniman konsisten di upload setiap minggunya dan akun Instagram @Percikaniman memiliki followers 67,1 ribu.

Peneliti menetapkan subjek inti pada penelitian ini dengan jumlah empat orang. Teknik yang digunakan dalam penentuan subjek penelitian ini dilakukan secara purposive sampling. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai

dengan latar belakang sampel yang memiliki karakteristik relevan dengan penelitian (Sugiyono, 2018). Dengan menerapkan teknik purposive sampling, peneliti dapat memfokuskan penelitiannya kepada informan yang memiliki pengalaman, pengetahuan serta karakteristik yang dapat memberikan wawasan yang mendalam terkait dengan masalah yang diteliti. Subjek Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data lengkap mengenai penelitian ini. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada teknik observasi peneliti melakukan pengamatan secara mendalam dengan mengamati akun Instagram @Percikaniman, terutama pada Konten Kajian Dakwahnya yang di desain menyerupai poster film. Selanjutnya teknik wawancara, teknik ini digunakan oleh peneliti karena perlunya penjelasan yang kuat dari informan untuk menunjang data pada penelitian. Penelitian ini melakukan wawancara kepada empat informan secara virtual dan tatap muka. Wawancara dilakukan secara virtual menggunakan aplikasi zoom meeting kepada informan kunci yaitu Kang Yusril Arip selaku Ketua Divisi Media Galeri Dakwah Percikan Iman, Kang Ridwan selaku Desain Grafis Media Galeri Dakwah Percikan Iman, dan kepada informan pendukung yaitu Riyana Septiani selaku Content Creator. Wawancara juga dilakukan dengan tatap muka bersama Vivie Julianti selaku informan pendukung pengikut Instagram @Percikaniman. Pada teknik dokumentasi penelitian ini, peneliti memakai dokumentasi sebagai bahan pendukung penelitian pada akun Instagram @Percikaniman untuk memperkuat kembali data yang sudah didapatkan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam upaya terus meningkatkan penyebaran dakwah di era digital, Percikan Iman aktif memperluas dakwah di era digital melalui media sosial Instagram, menggunakan pendekatan desain poster film untuk menciptakan konten kajian dakwah yang menarik dan relevan. Berikut gambar konten kajian dakwah akun Instagram @Percikaniman.



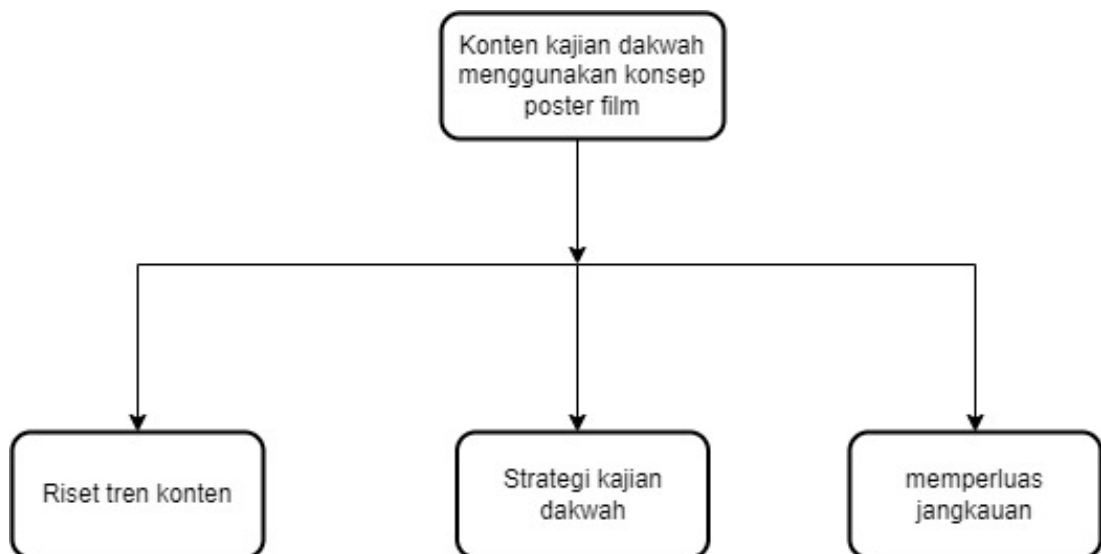
Gambar 1. Konten kajian dakwah Percikan Iman

Sumber: www.instagram.com/percikaniman

Terinspirasi dari trend gaya poster film terbaru, konten kajian dakwah Percikan Iman memiliki kesamaan visual dengan poster film, menciptakan daya tarik estetis untuk menarik perhatian pengguna Instagram. Pendekatan ini menggabungkan unsur kreatif dari industri film dengan pesan-pesan keagamaan, menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga visual menarik. Konten visual yang baik adalah konten yang dapat mengkomunikasikan sebuah informasi dalam bentuk visual dengan baik, menarik dan benar terhadap audiensnya (Firdaus

Haidar, 2021). Konten Kajian harus mampu menyampaikan pesan kajian dakwah dengan jelas, menarik perhatian, dan sesuai dengan preferensi serta karakteristik audiens yang dituju. Dengan merujuk pada teori konten visual ini, Percikan Iman dapat memastikan bahwa setiap elemen visual pada poster film mereka memiliki daya komunikasi yang kuat, menjadikannya efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan dengan maksimal.

Dalam konsep konten kajian dakwah oleh Percikan Iman, tidak ada pembatasan konsep yang mengikat dalam pembuatan desain poster film. Tim desain grafis mereka menerapkan pendekatan fleksibel dan dinamis, di mana kreativitas mereka sepenuhnya bersumber dari eksplorasi dan inspirasi tren film saat ini, serta penyesuaian terhadap perkembangan trend yang sedang berlangsung dengan tetap mematuhi dasar-dasar yang telah ditetapkan, tim galeri media dakwah percikan iman menerapkan prinsip siyasah yang menjadi strategi dakwah. Hal ini bertujuan agar para pengguna Instagram yang melihat konten tersebut dapat memahami bahwa Percikan Iman tidak hanya mengikuti, tetapi juga memberikan pesan dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, strategi ini membantu menciptakan pemahaman bahwa dakwah yang disampaikan oleh Percikan Iman memiliki ketepatan kontekstual dalam menghadapi dinamika zaman yang terus berkembang. Dengan menggunakan pendekatan konsep poster film ini, Percikan Iman dapat merancang strategi konten kreatif yang memanfaatkan visual yang menarik dan trend saat ini. Hal ini tidak hanya menciptakan daya tarik yang lebih besar di antara audiens, tetapi juga memungkinkan pesan keagamaan tersebar secara efektif dengan menjangkau secara luas pengguna di platform-platform media sosial. Dengan menggunakan elemen visual yang mengingatkan pada poster film, Percikan Iman dapat menarik perhatian lebih banyak orang dan menciptakan dampak yang lebih signifikan dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan mereka. Temuan penelitian mengenai konten kajian dakwah yang dibuat oleh Percikan Iman menggunakan Konsep Poster Film digambarkan dalam model berikut ini.



Gambar 2. Model alasan menggunakan konsep poster film

Sumber: Hasil olah peneliti

Penggunaan konsep poster film dalam pembuatan konten kajian dakwah Instagram Percikan Iman merupakan hasil eksplorasi tim desain grafis media galeri dakwah percikan iman dalam membuat suatu poster kajian dengan mengikuti tren yang sedang berkembang. Dengan dibuatnya konten kajian menggunakan pendekatan poster film ini dapat menjadi strategi konten kreatif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media sosial Instagram secara

efektif dan memberikan dampak positif dalam mencapai audiens secara luas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut. Latar belakang pemilihan konsep poster film dalam kajian dakwah pada akun Instagram @Percikaniman karena menindaklanjuti hasil riset dan pengamatan terhadap trend yang sedang berkembang di kalangan pengguna media sosial, sehingga konten kajian dapat disajikan dengan cara yang kreatif dan menarik. Dengan menggunakan pendekatan poster film, Percikan Iman menganggap hal ini sebagai strategi konten kreatif yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media sosial Instagram, mencapai audiens secara luas, dan memberikan dampak positif.

Acknowledge

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan seminar usulan penelitian ini dengan judul “Strategi Pembuatan Konten Kreatif pada Media Sosial sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Konten Kajian Dakwah Akun Instagram @Percikaniman)”. Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan penelitian ini terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan, kesanggupan dan surutnya semangat. Maka dari itu, segala kritik dan saran sangatlah berguna bagi penulis agar penelitian ini dapat lebih baik lagi dan dapat bermanfaat bagi pembaca. Selama penyusunan penelitian ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan dan dukungan karena penulis menyadari tanpa adanya mereka penelitian ini tidak akan terselesaikan. Untuk itu, penulis mengucapkan Terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yang selalu menyayangi penulis dengan tulus, selalu mendoakan tidak henti setiap hari-Nya, selalu memberikan semangat. Terima kasih atas segalanya mah, pak, semoga selalu diberi kesehatan.
2. Indri Rachmawati, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dengan sabar, detail dan selalu ingin penulis melakukan yang terbaik terhadap penelitiannya. Terima kasih ibu, sudah selalu ingin diajak berdiskusi dan terimakasih atas segala bimbingannya. Semoga Ibu selalu diberi kesehatan, dilancarkan segala urusannya dan diberikan keberkahan setiap harinya.
3. Prof. Dr. Atie Rachmatie, Dra., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang saya hormati.
4. Dr. Ani Yuningsih, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang saya hormati.
5. Nova Yuliaty, Dra., M.Si. Selaku Dosen Wali penulis yang telah membimbing sejak semester awal perkuliahan. Terima kasih ibu, atas arahan dan sarannya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
6. Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba Serta Tendik yang selalu membantu dan memfasilitasi penulis dalam kelancaran proses penyusunan usulan penelitian ini.
7. Kang Yusril, Kang Ridwan, Kak Riyana, Ibu Vivie yang telah meluangkan waktunya, membantu untuk memberi pandangan serta masukan dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih semoga selalu diberi keberkahan, kesehatan dan dilancarkan segala urusannya.
8. Teman-teman yang peneliti banggakan. Terima kasih sudah sama-sama saling menguatkan dan berjuang di jalannya masing-masing. Semoga kalian sehat selalu.

Daftar Pustaka

- [1] Creswell, J. W. (2017). Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan. Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Fazadina, D. and Rachmawati, I., 2020. Strategi Kreator dalam Membuat Konten Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), pp.216-219. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/22281>
- [3] Firdaus Haidar, N. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM Riliv

- DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [4] Nugraha, R. and Rachmawati, I., 2020. Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), pp.481-485.
<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/23432>.
- [5] Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [6] Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain dan Metode*, Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.