

ABSTRAK

Wahda. 105271103021. 2025. *Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram Komunitas Project Dakwah.* Dibimbing oleh M. Zakaria Al-Anshori dan Alamsyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas *Project Dakwah* untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas melalui *Instagram*, dan untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas *Project Dakwah* melalui *Instagram*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang memberikan sebuah gambaran mengenai kondisi secara sistematis dan faktual tentang sifat-sifat, faktor-faktor serta hubungan antara fenomena yang dimiliki untuk melakukan akumulasi dasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang bersifat kualitatif yang dapat memperoleh sebuah gambaran atau pengetahuan secara mendalam mengenai pembahasan yang akan diteliti.

Tujuan dari komunitas *project dakwah* dalam menggunakan media *Instagram* sebagai media dakwah yaitu karena pengikut di *Instagram* lebih banyak dibanding media sosial lainnya seperti *facebook*, *tiktok*, dan lain-lain. Oleh sebab itu, media *Instagram* merupakan media sosial yang tepat untuk digunakan dalam berdakwah oleh komunitas *project dakwah* dan juga merupakan media sosial yang dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh komunitas *project dakwah* dalam menjangkau *audiens* yang lebih luas melalui *Instagram* yaitu menggunakan *hashtag*, wajib bagi setiap *volunteer* untuk membagikan setiap postingan dari *Instagram* komunitas *project dakwah*, dan dengan membuat konten yang menarik untuk kalangan para remaja. Adapun faktor penghambat dalam menyebarkan dakwah melalui *Instagram* yaitu adanya komentar negatif dari kelompok tertentu mengenai desain *pamflet* untuk kegiatan kajian, teguran dari pihak yang tidak setuju dengan konten yang dibagikan, konten yang tidak *fyp* (*for your page*) atau viral, terbatasnya sumber daya manusia dan ide menarik dari tim *project dakwah* untuk membuat konten yang menarik, terdapat beberapa oknum yang mengatakan bahwa berdakwah di media sosial tidak pantas, dan juga *admin* yang *slowrespon*. Adapun faktor pendukung yaitu *followers* yang lumayan banyak, *interaktif* dan juga mendukung setiap program dari komunitas *project dakwah*, dan juga bantuan dari *chat GPT* (*generative pre-trained transformer*) untuk mencari referensi dalam membuat konten yang menarik.

Kata Kunci : Analisis, Strategi, Komunikasi, Dakwah, Instagram.