

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) merupakan lembaga dakwah khusus yang berada di bawah naungan Pondok Pesantren Lirboyo dan didirikan pada tahun 2003. Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) berada di bawah naungan Pondok Pesantren Lirboyo, Kediri, Jawa Timur, dan secara hierarki terhubung dengan Pengurus Pusat Himpunan Alumni dan Santri Lirboyo (Himasal). LIM berfungsi sebagai lembaga dakwah yang mengoordinasi para santri dan alumni dalam kegiatan penyebaran ilmu agama di masyarakat. Pada awal berdirinya, aktivitas dakwah LIM difokuskan pada wilayah-wilayah terpencil dengan metode penyampaian yang bersifat tradisional. Seiring dengan perkembangan waktu, pola dakwah tersebut mengalami perluasan dengan menjangkau berbagai instansi formal di wilayah perkotaan, khususnya di sekitar Kota Kediri.¹ Memasuki tahun 2020, kegiatan dakwah tatap muka mengalami kendala akibat penerapan kebijakan pembatasan sosial sebagai dampak dari pandemi COVID-19, sehingga mendorong peralihan dakwah ke media daring. Kondisi tersebut melahirkan gagasan dari salah satu tokoh di lingkungan LIM untuk mengembangkan dakwah melalui media sosial, yang kemudian diwujudkan dengan berdirinya LIM Production.

¹ Nur Alif Abdul Kholik, “*Santri sebagai Motor Public Relations: Analisis Program Pemberdayaan di Lembaga Ittihadul Muballighin Lirboyo*”, *Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah*, 2025, h. 29-31.

Pada tahap awal, LIM Production memanfaatkan platform YouTube dengan fokus pada produksi konten podcast, sejalan dengan tren konten digital yang berkembang pada saat itu. Setelah berjalan sekitar tiga bulan, aktivitas dakwah LIM Production diperluas ke platform Instagram sebagai media alternatif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam tahun pertama, akun Instagram @limproduction menunjukkan perkembangan yang baik dengan jumlah pengikut yang mencapai lebih dari lima ribu akun, serta peningkatan interaksi yang konsisten dari waktu ke waktu. Hingga saat ini, bulan Oktober 2025 akun tersebut telah berkembang pesat dan memiliki jumlah pengikut sekitar 160 ribu.

Keberadaan akun Instagram @limproduction menunjukkan bahwa aktivitas dakwah kini tidak lagi terbatas pada ruang-ruang fisik, tetapi juga berlangsung secara aktif di ruang digital. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih luas, cepat, dan fleksibel kepada berbagai lapisan masyarakat. Konten yang dipublikasikan oleh akun tersebut tidak hanya memuat ajaran keagamaan, tetapi juga disajikan dengan pendekatan yang menarik agar mampu membangun perhatian audiens. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kreativitas dalam pengemasan dan penyampaiannya.²

² Nasrul Syarif and Moderasi Beragama, “*Strategi Dakwah Lembaga Ittihadul Muballighin Dalam Menciptakan Moderasi Beragama Di Pondok Pesantren Lirboyo Kediri*”, 2022, hlm 89–92.

Berdasarkan kondisi tersebut, muncul persoalan yang penting untuk dikaji, yaitu bagaimana kreativitas pesan dakwah yang disajikan melalui akun Instagram @limproduction dapat memberikan daya tarik pesan bagi khalayak. Persoalan ini relevan karena media sosial memiliki karakter yang kompetitif, sehingga setiap pesan harus mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Selain itu, akun @limproduction juga hadir di tengah dinamika isu sosial-keagamaan yang berkembang di masyarakat, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar pesan dakwah tetap efektif, menarik, dan tidak kehilangan substansi keislamannya. Islam kepada individu maupun kelompok dengan tujuan mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran.

Dalam perkembangannya, dakwah tidak hanya dipahami dari sisi materi yang disampaikan, tetapi juga dari cara pesan itu dikonstruksi dan dikomunikasikan. Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong transformasi media dakwah dari bentuk konvensional menuju media digital. Dalam konteks ini, media sosial menjadi sarana strategis yang memungkinkan pesan dakwah menjangkau khalayak secara lebih luas, interaktif, dan kontekstual. Oleh karena itu, kreativitas pesan dakwah menjadi salah satu aspek yang penting dalam menunjang keberhasilan penyampaian dakwah di era digital.³

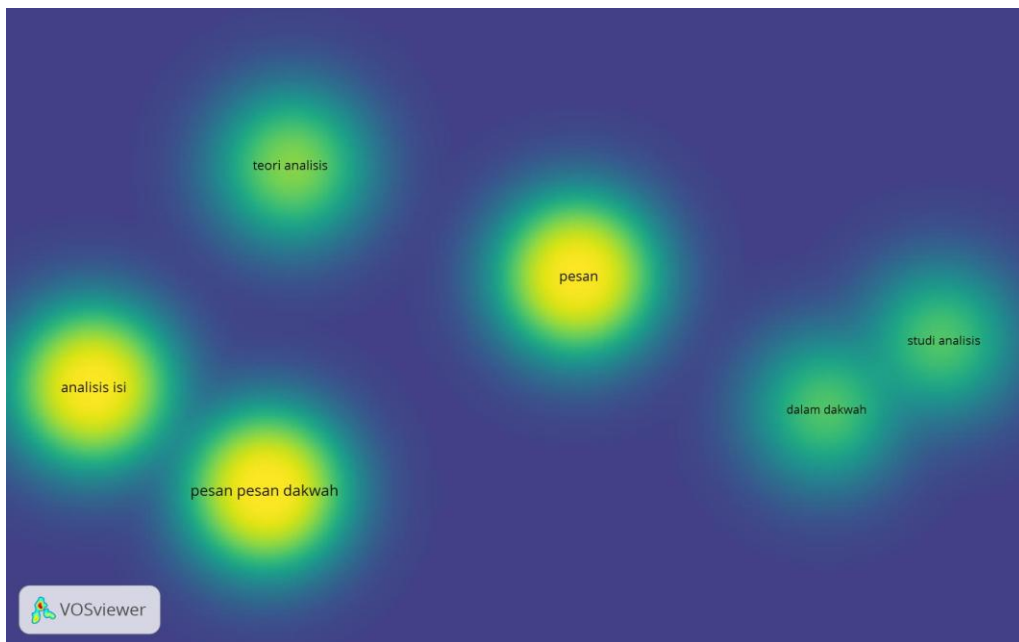
³ Zida Zakiyatul Husna "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram", *Ath-Thariq*, 2021, hlm 200–203.

Peneliti menambahkan data tambahan dalam memperkuat data penelitian menggunakan aplikasi VOSviewer, Aplikasi ini merupakan perangkat lunak gratis yang digunakan untuk membangun serta memvisualisasikan jaringan bibliometrik. Jaringan tersebut dapat mencakup jurnal, peneliti, maupun publikasi individual, yang disusun berdasarkan berbagai jenis data seperti sitasi, penggabungan bibliografi (bibliographic coupling), maupun hubungan kepenulisan (co-authorship). Aplikasi ini dikembangkan oleh Nees Jan van Eck dan Ludo Waltman di Centre for Science and Technology Studies (CWTS), Leiden University. Secara fungsional, VOSviewer memiliki tiga aspek utama, yaitu pengelolaan data, visualisasi, dan teknik analisis. Melalui perangkat lunak ini, pengguna dapat menyajikan serta mengeksplorasi jaringan bibliometrik secara visual.

VOSviewer memiliki berbagai fungsi dalam analisis bibliometrik yang memungkinkan pengguna mengeksplorasi literatur ilmiah secara komprehensif. Perangkat lunak ini dapat digunakan untuk menganalisis pola kutipan guna memahami judul penelitian yang belum diteliti dan kontribusi suatu karya ilmiah, serta mengidentifikasi topik utama melalui pengelompokan kluster.⁴ Selain itu, VOSviewer mampu memetakan jaringan kolaborasi antar penulis, institusi, maupun negara, serta menganalisis kutipan bersama untuk melihat keterkaitan antar dokumen. Fitur analisis bibliometriknya juga mencakup distribusi publikasi, frekuensi sitasi, dan keragaman topik, disertai kemampuan

⁴ Arifin Karim, “Analisis Bibliometrik Menggunakan Vosviewer Terhadap Trend Riset Matematika Terapan Di Google Scholar”, *Jurnal Riset Pendidikan Matematika Jakarta*, 2021, h. 26-27.

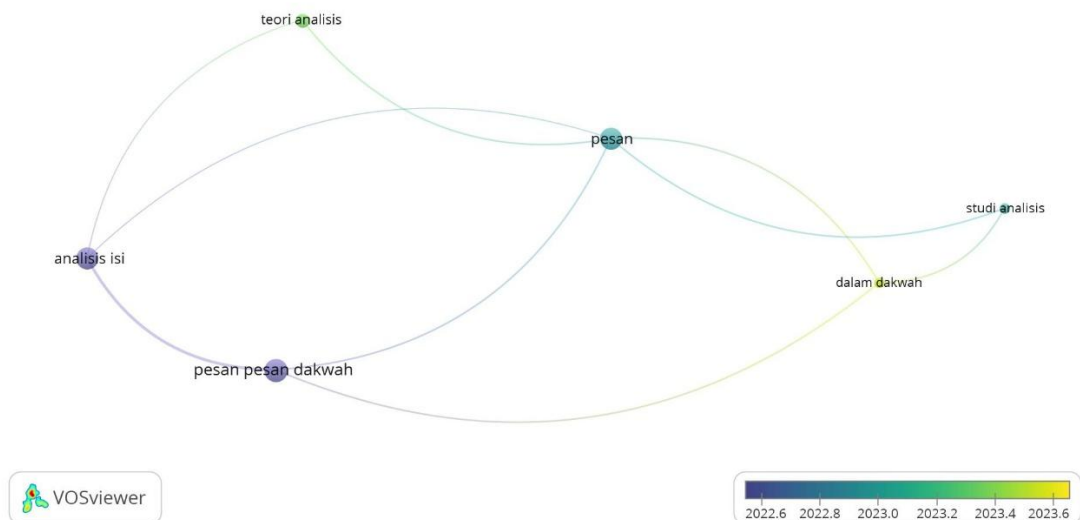
pengelompokan berdasarkan kesamaan tertentu. VOSviewer juga mendukung analisis kesesuaian antar konsep, identifikasi penulis atau institusi paling produktif, serta pemantauan tren perkembangan penelitian dari waktu ke waktu. Lebih lanjut, perangkat ini menyediakan visualisasi konsep secara intuitif, termasuk pola kemunculan bersama kata kunci atau topik dalam literatur ilmiah.



Gambar 1. 1 Hasil Analisis Aplikasi VoSViewer

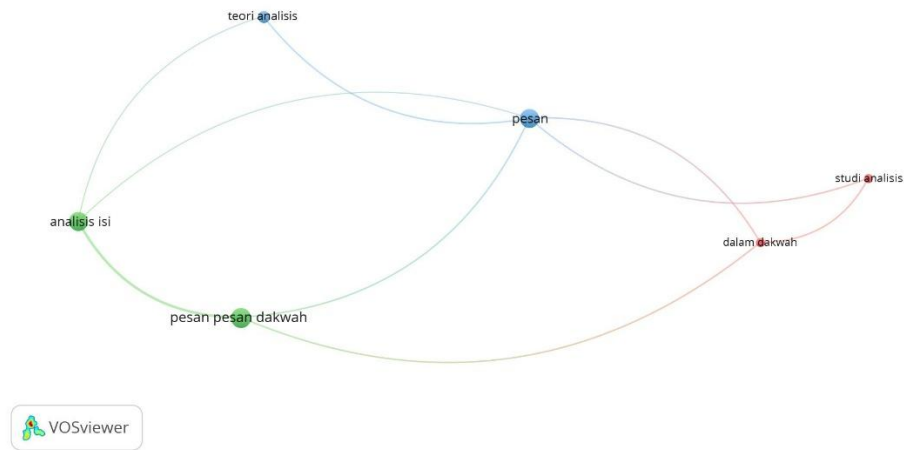
Dapat diketahui dari gambar di atas bahwa kajian mengenai analisis isi pesan dakwah masih didominasi oleh pembahasan tentang Instagram sebagai media utama penyampaian dakwah. Dominasi tersebut terlihat dari kemunculan kata *instagram* yang paling menonjol, memiliki keterhubungan paling kuat dengan istilah lain, serta menjadi pusat dalam peta penelitian. Selain itu, beberapa istilah yang turut muncul, seperti pesan syariah, pesan akhlak, dan pesan dakwah, menunjukkan bahwa penelitian terdahulu telah mulai menyoroti substansi pesan yang disampaikan melalui media digital. Namun,

keterhubungan antartopik dalam peta tersebut masih tergolong sederhana dan belum menunjukkan pengembangan tema yang luas. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian mengenai pesan dakwah di media sosial masih terkonsentrasi pada platform tertentu dan pada kategori pesan tertentu saja.



Gambar 1 2 Hasil Pola Analisis VoSViewr

Visualisasi overlay juga menunjukkan bahwa perkembangan kajian bergerak dari fokus awal pada media Instagram menuju pembahasan isi pesan dakwah yang lebih spesifik. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa bidang penelitian analisis isi pesan dakwah di media digital masih menyisakan celah yang relevan untuk diteliti lebih lanjut.



Gambar 1. 3 Hasil Pola Analisis VoSViewer

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian dakwah digital, khususnya pada analisis isi pesan dakwah di media sosial. Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik untuk menambah khazanah keilmuan komunikasi dan dakwah, tetapi juga relevan secara praktis sebagai upaya memahami bagaimana pesan-pesan dakwah dikonstruksi, dikategorikan, dan disampaikan melalui media digital yang dekat dengan masyarakat. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai isi pesan dakwah, sehingga hasilnya dapat menjadi rujukan bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif, adaptif, dan sesuai dengan perkembangan media saat ini.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang diarahkan secara khusus pada konten dakwah @limproduction dalam periode bulan Oktober 2025. Periode tersebut dipilih karena banyaknya unggahan menarik dari

@limproduction dan bertepatan juga dengan munculnya isu viral terkait program salah satu stasiun televisi yang dinilai menyinggung salah satu kiai besar Pondok Pesantren Lirboyo. Kondisi tersebut menjadikan rentang waktu penelitian ini memiliki peluang tersendiri dalam mengamati dinamika penyampaian pesan dakwah. Penelitian ini berupaya menelaah bagaimana @limproduction merespons isu tersebut melalui strategi komunikasinya di media sosial. Analisis diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk penyikapan, narasi, serta pesan dakwah yang muncul selama periode isu berkembang. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan pemahaman mengenai pergeseran atau penegasan pesan dakwah yang dilakukan sebagai bentuk respons terhadap situasi sosial-keagamaan yang sedang berlangsung. Hasil kajian diharapkan memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai adaptasi media dakwah pesantren dalam menghadapi isu publik yang sensitif.

Adapun pentingnya penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah, khususnya pada aspek analisis isi pesan dakwah di media sosial sebagai medium komunikasi kontemporer. Dengan menitikberatkan pada eksplorasi pesan dakwah yang disebarkan melalui platform digital, penelitian ini turut memperluas kajian literatur mengenai pemanfaatan media sosial sebagai instrumen dakwah yang modern, efektif, dan adaptif terhadap dinamika teknologi komunikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif bentuk, isi pesan, dan tema pesan dakwah yang disajikan melalui unggahan akun Instagram @limproduction. Penelitian ini juga diarahkan untuk

mengidentifikasi nilai-nilai dakwah yang meliputi aspek akidah, syariah, dan akhlak yang terkandung di dalam setiap konten yang dipublikasikan. Di samping itu, penelitian ini berupaya menelaah strategi penyajian pesan yang digunakan oleh akun tersebut dalam mengkomunikasikan dakwah kepada audiensnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan karakteristik pesan dakwah, tetapi juga memahami pola pendekatan komunikatif yang diterapkan dalam penyebaran pesan keagamaan melalui media sosial.

Konteks penelitian tersebut, peneliti merasa perlu untuk melaksanakan sebuah kajian ilmiah yang kemudian dituangkan dalam penelitian yang berjudul *“Analisis Isi Pesan Dakwah untuk Menambah Daya Tarik Audiens Konten Instagram @Limproduction.”*

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana bentuk dan karakteristik pesan dakwah pada akun instagram @limproduction?
- b. Bagaimana distribusi kategori pesan dakwah (akidah, syariah, akhlak) yang muncul dalam konten akun @limproductions?
- c. Bagaimana daya tarik pesan dakwah pada akun @limproduction?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bentuk dan karakteristik konten dakwah dalam akun instagram @limproductions.

2. Untuk menganalisis kategori pesan dakwah pada instagram (@limproduction akidah, akhlak, syariah)
3. Untuk menganalisis daya tarik pesan yang di gunakan dalam konten @limproduction.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baik dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah studi jurnalisme dan analisis media kontemporer. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam kajian kreativitas pesan dakwah, baik dari sisi perumusan pesan maupun strategi penyampaiannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dalam memahami dinamika pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Dengan demikian, kajian ini diharapkan mampu memberikan perspektif baru mengenai keberhasilan dan inovasi pesan dakwah dalam ruang media digital.

2. Kegunaanah Praktis

a. Ketua pondok (pengasuh)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi ketua pondok atau pengasuh dalam merumuskan kebijakan

pengembangan dakwah berbasis media digital. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai keberhasilan kreativitas pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial, khususnya Instagram. Dengan adanya temuan penelitian ini, pengasuh pondok diharapkan mampu memahami pentingnya adaptasi metode dakwah terhadap perkembangan teknologi dan karakteristik audiens generasi milenial dan Gen Z. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terkait dukungan kelembagaan terhadap pengelolaan media dakwah digital. Dengan demikian, strategi dakwah pondok pesantren dapat dikembangkan secara lebih inovatif dan berkelanjutan.

b. Bagian media pondok

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi bagian media pondok dalam mengevaluasi kualitas dan kreativitas produksi konten dakwah. Temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap strategi visual dan naratif yang selama ini diterapkan dalam pengelolaan akun Instagram @limproduction. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam merancang konten dakwah yang lebih menarik, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens media sosial. Bagian media pondok juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam pengembangan konsep konten yang inovatif dan kontekstual. Dengan

demikian, keberhasilan penyampaian pesan dakwah melalui media digital dapat ditingkatkan secara optimal.

c. Peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji dakwah digital dan kreativitas pesan di media sosial. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran empiris mengenai penerapan kreativitas pesan dakwah dalam konteks Instagram. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pijakan awal untuk pengembangan penelitian lanjutan dengan pendekatan, objek, maupun metode yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mendorong berkembangnya kajian dakwah digital secara lebih mendalam dan komprehensif.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi perbedaan pemahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka beberapa istilah kunci perlu ditegaskan sebagai berikut:

1. Produksi konten dakwah

Pada era digital saat ini, para da'i memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah Islam melalui berbagai aplikasi yang tersedia. Praktik ini sejalan dengan konsep *al-Islām ṣāliḥ li kulli zamān wa makān*, yang menegaskan bahwa ajaran Islam bersifat relevan dan kontekstual terhadap perkembangan waktu dan tempat. Prinsip tersebut menjadi

landasan bagi para da'i dalam menyesuaikan metode dakwah agar tidak tertinggal oleh dinamika sosial serta mampu merespons persoalan-persoalan aktual yang berkembang di tengah masyarakat. Seiring dengan itu, produksi konten dakwah di media digital menuntut adanya penyesuaian terhadap karakteristik media yang digunakan. Meskipun terdapat perbedaan antara produksi konten di media elektronik konvensional, seperti televisi dan radio yang menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) secara ketat melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, pada dasarnya ketiga tahapan tersebut tetap menjadi kerangka umum dalam proses produksi konten di berbagai platform media.⁵

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat pada masa kini adalah Instagram, yang telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari dalam berbagai aspek kehidupan. Tingginya intensitas penggunaan Instagram menjadikan platform ini memiliki potensi strategis sebagai sarana penyebaran dakwah Islam, sehingga penting bagi para da'i untuk memanfaatkannya secara optimal. Instagram merupakan bagian dari media sosial yang memiliki karakteristik dan keunggulan tersendiri dibandingkan platform lainnya.⁶ Dengan menggunakan platform Instagram, kita dapat menitikberatkan pada kekuatan konten visual serta penyajian format yang

⁵ Muhamad Akda et al., "Fenomena Konsumsi Konten Dakwah Digital Pada Kalangan Mahasiswa : Systematic Literature Review" *Jurnal Dakwah*, 2025, hlm 3–5.

⁶ Reny Masyitoh and Moch Nurcholis Majid, "Dakwah Influencer : Analisis Konten Dakwah Neng Umi Laila Di Media Sosial" *Jurnal Komunikasi Islam*, 2024, hlm 48–50.

menarik, sehingga mampu memberikan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

2. Visual dan naratif

Produksi konten media sosial memerlukan tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan secara sistematis agar konten yang dihasilkan memiliki nilai estetika serta pesan yang mudah dipahami oleh audiens. Hal ini menjadi semakin penting ketika konten tersebut memuat pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk visual, sehingga aspek visual seperti kualitas video, fotografi, dan desain grafis harus memperoleh perhatian utama. Optimalisasi unsur visual berpeluang besar dalam memberikan respons positif audiens, terutama melalui penekanan pada proses penyuntingan, penentuan target audiens, serta kesesuaian konten dengan karakteristik penerima pesan dakwah.⁷

Selain aspek visual, narasi pesan yang disampaikan juga memiliki peran terhadap tingkat penerimaan audiens. Penyampaian dakwah yang dikemas secara komunikatif, menarik, dan mengandung unsur humor secara proporsional, tanpa mengesampingkan substansi pesan dakwah, lebih diminati oleh audiens. Pengolahan diksi serta tata bahasa yang tepat dan persuasif mampu memberikan daya tarik tersendiri sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat memperoleh perhatian dan keterlibatan audiens secara optimal.

⁷ Zike Martha, "Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi" *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2021, hlm 26–32.

3. Instagram

Penyebaran informasi pada era digital saat ini semakin banyak memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, salah satunya melalui platform Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang dilengkapi dengan fitur penyuntingan visual, seperti filter digital, serta memungkinkan penggunanya untuk membagikan konten ke berbagai layanan jejaring sosial. Karakteristik tersebut menjadikan Instagram sebagai media yang memiliki daya tarik tinggi dan potensi besar dalam penyampaian pesan kepada khalayak luas. Berbagai jenis akun memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan informasi, termasuk akun yang bergerak di bidang berita, hiburan, kesehatan, promosi, hingga dakwah. Dalam konteks dakwah Islam, Instagram menjadi sarana yang menjanjikan karena mampu mengemas pesan keagamaan secara visual, komunikatif, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah terus mengalami peningkatan seiring dengan tingginya intensitas penggunaan platform ini dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.⁸

F. Sistematika Kepenulisan

Untuk memberikan gambaran sistematis terhadap isi penelitian ini, berikut adalah susunan sistematika penulisannya:

⁸ Thallita Affifah Nugroho “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro . Do” *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2022, hlm 140–143.

1. BAB I Pendahuluan:

Bab ini menyajikan uraian komprehensif yang meliputi latar belakang masalah sebagai dasar konseptual penelitian, Fokus penelitian yang merumuskan fokus kajian secara sistematis, serta tujuan penelitian yang menggambarkan arah dan capaian yang hendak diwujudkan. Selain itu, bab ini juga menguraikan manfaat penelitian, baik secara teoretis maupun praktis, sebagai kontribusi terhadap pengembangan ilmu dan praktik dakwah digital. Penegasan istilah turut disertakan untuk memastikan konsistensi pemaknaan konsep yang digunakan dalam penelitian sehingga tidak menimbulkan ambiguitas dalam proses analisis. Selanjutnya, sistematika penulisan dipaparkan guna memberikan gambaran struktur penyusunan skripsi secara keseluruhan sehingga memudahkan pembaca dalam memahami alur dan keterkaitan antarbagian. Dengan demikian, bab ini menjadi landasan penting dalam membangun konteks, arah, dan kerangka konseptual penelitian secara akademik dan terstruktur.

2. BAB II Kajian Teori:

Bab ini dipaparkan berbagai landasan teoretis yang relevan guna memperkuat analisis penelitian, khususnya terkait konsep dan praktik dakwah Islam dalam konteks media digital. Pembahasan mencakup pengertian dakwah, ragam bentuk dakwah, serta aspek-aspek utama dalam aktivitas dakwah yang meliputi dimensi akidah, syariah, dan akhlak. Selain itu, bab ini juga menguraikan kerangka analisis pesan dakwah yang digunakan untuk menelaah konten keagamaan secara sistematis dan

mendalam. Selanjutnya, disajikan penjabaran mengenai akun @limproduction sebagai salah satu media dakwah digital yang dikelola oleh komunitas santri, termasuk karakteristik, pola komunikasi, serta pendekatan penyampaian pesan yang digunakan. Keseluruhan uraian teori ini bertujuan memberikan fondasi ilmiah yang komprehensif bagi proses analisis pada bab-bab berikutnya, sehingga penelitian memiliki arah yang jelas dan berlandaskan konsep-konsep akademis yang dapat dipertanggungjawabkan.

3. BAB III Metodologi Penelitian:

Bab ini menguraikan secara komprehensif pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menjelaskan lokasi penelitian beserta subjek yang terlibat sebagai sumber data utama. Teknik pengumpulan data dipaparkan secara sistematis guna menunjukkan prosedur perolehan informasi yang relevan dengan fokus kajian. Selanjutnya, teknik analisis data dijelaskan untuk memperlihatkan langkah-langkah pengolahan dan penafsiran data secara ilmiah. Terakhir, aspek keabsahan data diuraikan untuk menegaskan upaya peneliti dalam menjaga validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

4. BAB IV Penyajian Dan Analisis Data:

Bab ini disajikan hasil penelitian yang mencakup pemaparan deskriptif mengenai konten dakwah yang diunggah oleh akun Instagram @limproduction, disertai tabel dan ilustrasi visual sebagai pendukung analisis. Seluruh temuan dijelaskan secara sistematis untuk memberikan gambaran faktual mengenai bentuk dan struktur pesan dakwah yang

dipublikasikan dalam setiap unggahan. Selain itu, bab ini juga menyajikan klasifikasi kategori dakwah berdasarkan tiga dimensi utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi dari pesan dakwah yang dikonstruksi oleh akun tersebut dalam kurun waktu penelitian. Dengan demikian, bab ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai orientasi dan pola dakwah yang dibangun oleh @limproduction melalui media sosial.

5. BAB V Penutup:

Bab ini disajikan kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan hasil penelitian mengenai analisis pesan dakwah pada konten Instagram @limproduction. Kesimpulan tersebut dirumuskan berdasarkan temuan utama yang berkaitan dengan bentuk, nilai, dan strategi penyampaian pesan dakwah yang diidentifikasi selama proses penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang bersifat konstruktif bagi pengelola akun @limproduction sebagai upaya peningkatan kualitas dan keberhasilan penyajian pesan dakwah di media sosial. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya turut disampaikan agar dapat mengembangkan kajian serupa dengan cakupan yang lebih luas dan pendekatan metodologis yang lebih mendalam. Dengan demikian, bab ini menjadi penutup yang merangkum capaian penelitian sekaligus memberikan arah bagi pengembangan studi dakwah digital di masa mendatang.