

## STRATEGI KOMUNIKASI ISLAM FELIX SIAUW DI INSTAGRAM

**Ulfa Khairina**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh

ulfakhairina@staindirundeng.ac.id

**Abstract:** This study aims to review how the Islamic communication strategy carried out by Ust. Felix SiauW on Instagram as a media of preaching. As one of the famous da'i who is close to young people and active in social media, Felix SiauW has his own uniqueness in managing his social media accounts. This paper uses a qualitative descriptive description. Data collection techniques using documentation and observation. The determination of informant data is based on purposive sampling technique. The number of informants used as the primary data consisted of the last 30 feeds consisting of photos and videos. The results showed that Ustadz Felix SiauW used Instagram by focusing on structuring feeds and using photo filters to attract millennials as mad'u (communicants). Ustadz Felix SiauW also uses effective communication in building Islamic communication with other Instagram users by writing communicative and informative captions as well as opening communication between users through communication styles, use of filters and feed settings, photos and videos, and captions.

**Keywords:** *Instagram, Dakwah, Felix SiauW*

**Abstrak:** Kajian ini bertujuan melihat strategi komunikasi Islam yang dilakukan oleh Ust. Felix SiauW di Instagram sebagai media dakwah. Sebagai salah satu da'i kondang yang dekat dengan anak muda dan aktif di sosial media, Felix SiauW memiliki keunikan tersendiri dalam mengelola akun sosial medianya. Tulisan ini menggunakan penjabaran deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan observasi. Penentuan data informan dilakukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Jumlah informan yang dijadikan sebagai sumber data primer pada penelitian ini terdiri dari 30 feeds terakhir yang terdiri dari foto dan video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Felix SiauW menggunakan Instagram dengan memfokuskan pada penataan feeds dan penggunaan filter foto untuk menarik kaum milenial sebagai *mad'u* (komunikan). Ustadz Felix SiauW juga menggunakan komunikasi efektif dalam membangun komunikasi Islam dengan pengguna Instagram lain melalui penulisan *caption* yang komunikatif dan informatif sekaligus membuka komunikasi di antara pengguna melalui gaya komunikasi, penggunaan filter dan pengaturan feed, foto dan video, dan *caption*.

**Kata kunci:** *Instagram, Dakwah, Felix SiauW*

## A. Pendahuluan

Pada 6 Oktober 2010, Instagram pertama kali muncul sebagai pengembangan dari facebook. Sebagai salah satu sosial media yang berpengaruh di masa sekarang, Instagram bukanlah sosial media yang sama dengan Facebook. Sebagai sosial media, Instagram difokuskan pada pembagian foto dan mengurangi beberapa fitur di Facebook. Kata instagram merujuk pada keseluruhan fungsi aplikasi ini, yaitu penggunaan instan foto dan telegram. Kedua fungsi ini menjadi kata instagram yang menunjuk pada fungsi penyebaran informasi dengan cepat dengan menggunakan sosial media.

Kemunculan instagram sama seperti kemunculan sosial media lain pada umumnya. Instagram bisa mengubah semua konsep penyebaran pesan secara tradisional dan terkadang lebih lama. Proses penyebaran pesan melalui sosial media lebih mudah dan cepat bagi masyarakat karena bisa dikendalikan oleh siapa saja. Jika media tradisional seperti surat kabar, majalah, TV, dan radio membutuhkan komunikator yang dikelola oleh lembaga pers, maka tidak berlaku bagi sosial media. Pengguna sosial media bisa siapa saja dan bisa menggunakan instagram sebagai salah satu komunikator yang meneruskan pesan kepada masyarakat.

Kondisi penyebaran pesan atau informasi mencakup semua aspek, termasuk penyebaran nilai-nilai dakwah. Saat ini, banyak da'i yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah untuk menjangkau *mad'u* (komunikan). Terutama untuk menjangkau sasaran yang berusia muda. Hasil survei yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menyebutkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh usia 15-30 tahun. Usia ini merupakan usia pengguna sedang mencari identitas diri.

Menurut Muchtar dan Ritchey, para tokoh agama Islam di Indonesia sudah menggunakan sosial media seperti YouTube, Facebook, ataupun Instagram. Mereka tidak meninggalkan cara lama dalam berdakwah, tetapi menambah dengan penggunaan sosial media sebagai pendamping sumber informasi kepada publik.<sup>1</sup>

Komunikan yang menggunakan instagram tidak perlu lagi menggunakan cara lama untuk mendapatkan informasi atau dakwah Islam dari da'i pilihan. Instagram memberi pilihan untuk mendapatkan informasi bagi *follower*. Ustadz Felix Siauw melalui akun instagram @felixsiauw juga melakukan hal yang sama dalam menggaet target dakwah di usia belia. Felix Siauw menggunakan instagram dengan mengikuti kebutuhan dan kesukaan generasi milenial dan zilennial dengan unggahan foto dan *caption* di *feed*. Sebagai salah satu da'i yang aktif di sosial media dan memiliki *follower* sebanyak 4,8 juta pengikut di Instagram.

Dari jumlah pengikut di atas, penulis tertarik mengkaji strategi yang digunakan Felix Siauw dalam berdakwah di instagam.<sup>2</sup> Menurut Steward L. Tubb, sosial media dipercaya oleh komunikan sebagai salah satu tempat untuk mencapai

---

<sup>1</sup> Muchtar, N., & Ritchey, J. A. *Preaching, Community, and Convergence: Use of Old and New Media by Profressive Indonesian Islamic Leaders*. (The International Communication Gazette, 2014), hal. 361

<sup>2</sup> Hasil pengamatan di instagram @felixsiauw pada tanggal 24 November 2020, pukul. 14.05.

tujuan. Salah satunya untuk mencapai nilai kontrol sosial.<sup>3</sup> Sebagai seorang tokoh publik di bidang keagamaan, Felix SiauW mampu menebarkan nilai-nilai kontrol sosial melalui dakwahnya di instagram.

## B. Konseptual / Teori

### Komunikasi Islam Sebagai Komunikasi Dakwah

Komunikasi Islam dikaitkan juga dengan komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada suatu kelompok orang yang besumber dari Alqur'an dan hadits menggunakan pesan verbal dan nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat, dan atau perilaku orang lain.<sup>4</sup>

Komunikasi Islam disampaikan dengan pesan-pesan keislaman menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Komunikasi Islam menekankan unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan disebut sebagai dakwah. Dakwah adalah pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia mengikuti Islam.<sup>5</sup>

Dalam melihat strategi komunikasi Islam yang dilakukan oleh seseorang melalui sosial media bisa digunakan teori pembelajaran sosial yang dicetuskan oleh Albert Bandura. Dalam teori ini dijelaskan bahwa pelaku mengontrol dan mengatur perilakunya sendiri, meskipun lingkungan akan berubah akan saja. Hal terpenting adalah untuk mengabstrasikan perilaku orang lain yang akan ditiru. Perilaku-perilaku yang ditiru oleh orang lain tersebut dipilih dan ditiru oleh pelaku.<sup>6</sup>

Ditinjau dari sudut pandang komunikasi, dakwah merupakan bentuk komunikasi persuasi yang mengajak seseorang berbuat ke arah kebaikan. Selama ini, komunikasi Islam yang dilakukan dengan tujuan dakwah dilakukan oleh da'i melalui cara tradisional dengan cara berceramah secara kelompok. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan kemunculan media baru, komunikasi Islam mengambil tempat melalui trend penggunaan sosial media sebagai media dakwah. Saat ini, sosial media juga banyak digunakan oleh para pendakwah untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah.

Penggunaan sosial media sebagai media dakwah diakui sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada mad'u.

---

<sup>3</sup> Stewart, T., et.al. *Human Communication*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), hal. 143-144

<sup>4</sup> Mega Silvia, Ridwan Efendi, Vidi Sukmayadi, *Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial*. Research Gate, Desember 2019.

<sup>5</sup> Muslimah, *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*, diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/164422-ID-etika-komunikasi-dalam-perspektif-islam.pdf> pada tanggal 24 November 2020.

<sup>6</sup> Febri Nurrahmi, Puteri Farabuana, *Efektivitas Dakwah Melalui Instagram*, Nyimak: Journal of Communication, Vol. 4 No.1, Maret 2020.

## Instagram Sebagai Media Dakwah

Penggunaan instagram belakangan bukan saja untuk membagikan informasi. Bagi seorang tokoh publik, instagram juga berfungsi sebagai alat untuk membangun *branding* diri para penggunanya. Penyebaran konten di instagram berupa video dan foto merupakan wujud dari aktivitas PR kontemporer. Oleh sebab itu, penting bagi penggunanya untuk terlibat aktif dalam diskusi yang dibangun oleh pengguna lainnya.<sup>7</sup>

Perkembangan teknologi dan komunikasi massa melahirkan trend baru dalam dunia komunikasi. Penggabungan teknologi dan media kemudian menggiring kelahiran media baru sebagai praktek jurnalisme dan proses penyampaian pesan komunikasi dari komunikator kepada komunikan.<sup>8</sup> Trend baru ini juga melahirkan berbagai jenis sosial media yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Salah satunya adalah instagram.

Konsep dakwah di Instagram dilakukan dengan pendekatan yang kreatif. Konsep yang dilakukan oleh para pembuat konten dan menyebarkan melalui instagram dengan tujuan dakwah akan menghasilkan berbagai macam pengaruh. Berbagai pengaruh yang ditargetkan adalah perubahan perilaku yang lebih baik, termotivasi melakukan kebajikan, teredukasi, dan memberi pengaruh positif dan lebih religius.

Sebagai pendukung media dakwah, banyak sosial media yang bisa dipilih oleh para komunikator dakwah, salah satunya adalah instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui Instagram dakwah dibagikan dengan memposting video, sehingga para audien dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di Instagram. Dakwah adalah ajakan atau seruan, panggilan atau undangan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam<sup>9</sup>

Saat ini, berdakwah melalui Instagram semakin mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pesan dakwah, karena Instagram merupakan media yang banyak penggunanya dari berbagai kalangan masyarakat. Instagram, sebagai salah satu yang paling populer *platform* media sosial di kalangan pemuda Indonesia dalam menciptakan dan memperluas ruang alternatif untuk membangun identitas mereka sebagai Muslim yang berbudi luhur. Memanfaatkan teknologi Instagram dengan bahasa visualnya.<sup>10</sup> Salah satu pelaku dakwah yang memanfaatkan instagram sebagai media dakwah adalah Felix Siau. Beberapa kajian sebelumnya membahas metode dan konten dakwah Felix Siau di berbagai sosial media, khususnya di Facebook, Twitter, dan YouTube.

---

<sup>7</sup> Cangara, H., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 111-118

<sup>8</sup> B. Digg-Brown, *Strategic Public Relations: An Audience –Focused Approach*, (Wadsworth: Cengage Learning, 2012), hal. 537

<sup>9</sup> Zulkifli M. *Ilmu Dakwah*, (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005), hal. 2

<sup>10</sup> Eva F. Nisa, *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*. 2018. *Religious Studies*, Victoria University of Wellington, hal. 68-99

## Dakwah Felix SiauW di Sosial Media

Felix SiauW dikenal sebagai muallaf yang sebelumnya beragama kristen katolik. Felix SiauW adalah keturunan Tionghoa asal Palembang dan alumni dari Institut Pertanian Bandung (IPB). Felix SiauW tumbuh dan besar di lingkungan non muslim, ia mengenal Islam pada tahun 2002 saat masih kuliah di program studi hortikultura.<sup>11</sup>

Pada penelitian sebelumnya disebutkan bahwa Felix SiauW menunjukkan karakteristik pesan dakwah yang unik. Felix SiauW memfokuskan pesan dakwah dari intisari ketauhidan sebagai implementasi dari *amar ma'ruf* nahi munkar dengan membidik problematika kekinian. Metode dakwah yang dilakukannya merupakan penggabungan nilai dakwah dengan teknologi, sehingga didapatkan *mad'u* yang meleak media melalui berbagai fitur sosial media.<sup>12</sup>

### C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang memiliki tujuan untuk meringkaskan dan menggambarkan berbagai situasi, kondisi atau fenomena realitas sosial yang ada dan sedang terjadi di masyarakat yang akan menjadi objek penelitian dan berusaha menarik sebuah realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, sifat, karakter, tanda, model atau gambaran tentang situasi, kondisi, ataupun sebuah fenomena tertentu.<sup>13</sup> Sumber data primer diperoleh dari akun instagram @felixsiauW sebanyak 30 postingan dari 3.037 postingan yang diunggah oleh Felix SiauW ke instagram. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Penulis juga melakukan observasi non partisipan, yaitu peneliti tidak terlibat langsung dengan objek yang ditelitinya dan peneliti hanya bertindak sebagai pengamat independen.<sup>14</sup> Teknik yang penulis gunakan dalam menganalisis data adalah teknik analisis induktif, yaitu peneliti menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus.

### D. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Gaya Berkomunikasi Felix SiauW di Instagram

Felix SiauW mengikuti gaya berpikir dan cara kegemaran anak muda pada umumnya. Felix SiauW memposting hal-hal yang dekat dengan anak muda, kemudian menggiring sudut pandang anak muda dalam konteks dakwah. Konten berisi satire yang dipublikasikan akan memancing diskusi di kolom komentar. Felix SiauW juga membalas komentar-komentar tersebut dengan ramah dan akrab.

---

<sup>11</sup> Felix SiauW, diakses melalui [https://id.wikipedia.org/wiki/Felix\\_SiauW](https://id.wikipedia.org/wiki/Felix_SiauW) pada tanggal 24 November 2020.

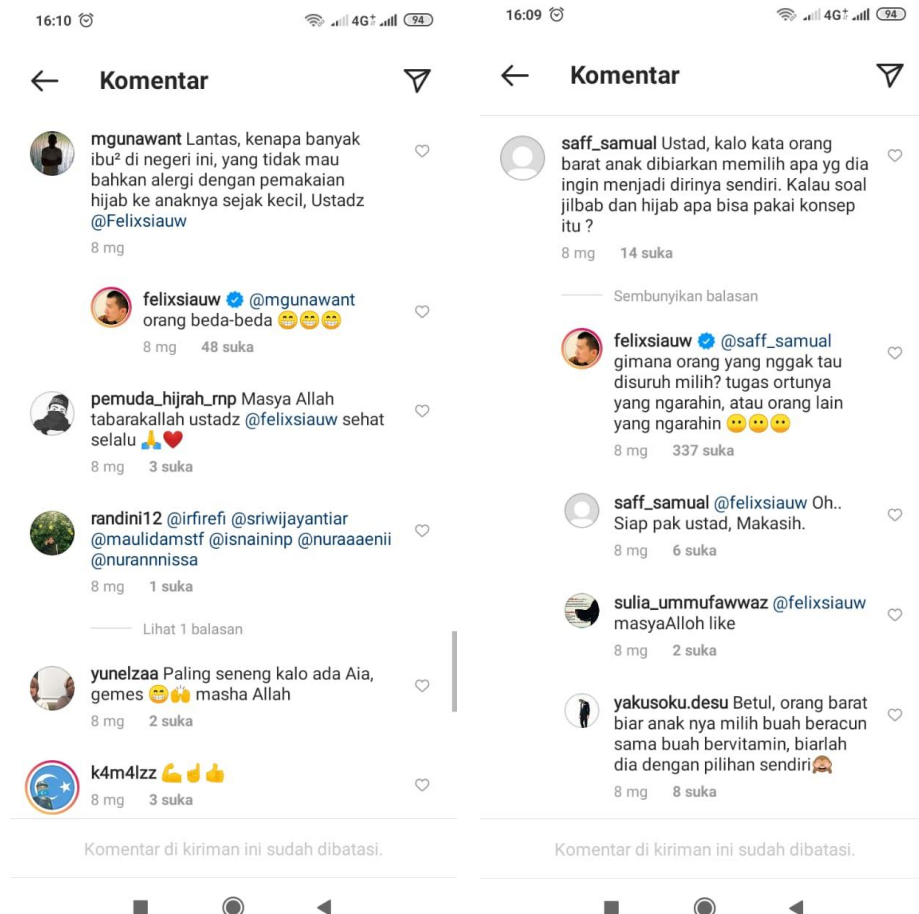
<sup>12</sup> Farhan Farhan, "PESAN DAKWAH FELIX SIAUW DI MEDIA SOSIAL (PERSPEKTIF MEANING AND MEDIA)," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam* 1, no. 2 (2017), <https://doi.org/10.22373/al-idarah.v1i2.2242>.

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009),

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, (Jakarta: Alfabeta, 2014).

Ratusan sampai ribuan komen berisi diskusi tentang topik yang dibahas oleh Felix Siauw.

Salah satu gaya berkomunikasi Felix Siauw dapat dilihat dari balasan komentar seperti gambar berikut ini:



Gambar 1: Felix Siauw membalas komentar pada postingannya.

Pada gambar di atas, Felix Siauw membalas komentar yang ditinggalkan pada postingannya. Balasan komentar ada yang berupa penjelasan dan hanya berupa emoji. Balasan berupa ikon emosi pada komentar tertentu memberikan pengaruh positif pada pengguna lain yang mengikuti akunnya. Terutama yang berkaitan dengan *engagement* di Instagram Felix Siauw.

Dalam Instagram *engagement* merupakan hal penting dalam proses komunikasi yang terjadi, baik secara verbal dengan balasan teks atau nonverbal berupa ikon emosi yang diberikan oleh Felix Siauw. Selain memberikan pengaruh positif kepada *follower* Felix Siauw, *engagement* Instagram juga berpengaruh pada traffic kunjungan ke akun yang dibalas komentarnya.



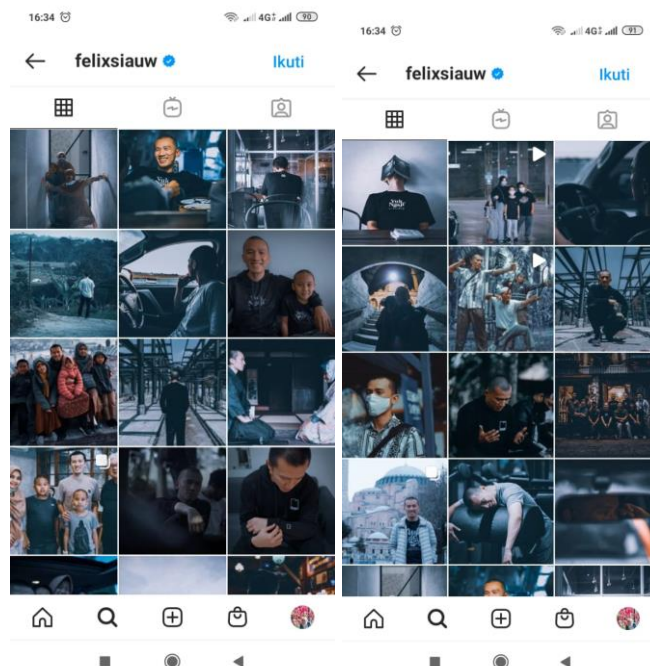
*Engagement* adalah tingkat keterlibatan pengguna postingan di instagram. Mulai dari memberi *likes*, berkomentar, sampai menyimpan postingan.<sup>15</sup>

## 2. Penggunaan Filter Sebagai Daya Tarik Konten

Dalam proses pengunggahan foto di instagram dikenal dengan istilah *feed*, *gallery*, atau album. Istilah ini mengacu pada koleksi foto yang terdapat pada akun pengguna instagram. Para pengguna instagram aktif biasanya mengunggah foto dengan tema tertentu. Bahkan mempercantik dengan filter tertentu. Ide kreatif seperti ini biasanya dikuasai oleh anak-anak muda.

Dalam menarik minat pada keindahan dan daya tarik konten, Felix Siauw juga membuat konten di feed dengan memberi filter pada unggahan foto-fotonya. Kata filter merujuk pada fitur instagram untuk memberikan efek-efek pada gambar atau foto yang diunggah secara gratis ke instagram. Sebagai contoh, efek mengubah warna foto menjadi terang, putih, sejuk, gelap, dan lain-lain.<sup>16</sup>

Pengelolaan foto Felix Siauw di instagram juga menggunakan filter ke warna-warna yang dominan gelap. Perubahan filter menjadi gelap pada akun memberi efek lebih baik dan terkesan elegan. Tampilan *feed* instagram Felix Siauw dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2: Filter gelap yang digunakan oleh Felix Siauw untuk feed instagram.

---

<sup>15</sup> 45 *Istilah Dalam Instagram yang Perlu Kamu Ketahui*, diakses melalui <https://studioantelope.com/istilah-dalam-instagram/> pada tanggal 24 November 2020.

<sup>16</sup> 45 *Istilah Dalam Instagram...*

Penggunaan filter di feeds salah satu bentuk komunikasi dan strategi yang dilakukan oleh Felix Siau. Penggunaan filter dengan tema tertentu kebanyakan dilakukan oleh anak muda untuk meningkatkan *engagement* di instagram. Selain itu penggunaan tema dan filter tertentu akan menjaring mereka dalam komunitas kreatif di instagram. Hal ini dilakukan oleh Felix Siau dan secara otomatis akan terikat dengan pengguna lain.

Filter gelap yang dipilih Felix Siau juga menunjukkan ketegasan dalam bersosial media dan memiliki kekuatan konsistensi. Jika memperhatikan foto yang diposting oleh Felix Siau secara detil, maka umumnya foto tersebut berupa koleksi pribadi, perjalanan, dan kenangan bersama keluarga yang sifatnya bukan sebagai PR kontemporer.

Daya tarik konten instagram Felix Siau terletak pada tema diary visual yang ditampilkan di *feed*. Warna yang dipilih oleh Felix Siau juga warna yang cenderung populer digunakan oleh anak muda Indonesia, sehingga terjalin kedekatan emosional dengan generasi muda. Kedekatan yang dijalin secara virtual di dunia maya memberi keuntungan untuk *engagement* di instagram.

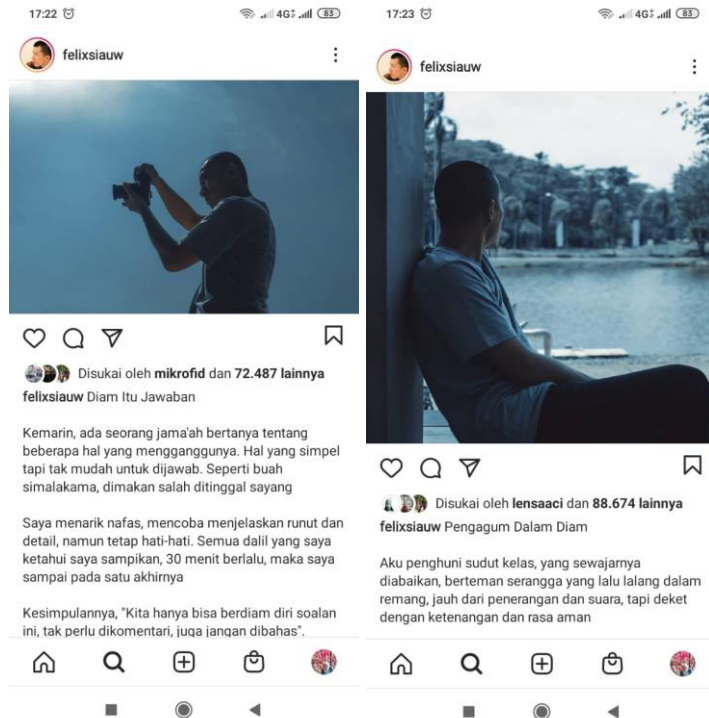
### **3. Potret dan Video Sebagai Konten**

Berdasarkan fungsinya, instagram memang sosial media yang diciptakan untuk berbagi foto. Berbagai foto yang berkaitan dengan hobi dan kehidupan penggunanya akan diunggah di sini. Banyak instagrammer memposting foto-foto dengan tema-tema tertentu sebagai daya tarik. Para da'i yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah pun tidak ketinggalan. Video, podcast, kutipan, dan jadwal dakwah bertebaran di *feed* mereka.

Felix Siau yang menggunakan media sosial sebagai media dakwah tidak melakukan hal yang sama. Penulis mengamati, dalam 30 postingan yang diunggah Felix Siau di instagram, tidak satupun berisikan jadwal atau kutipan Islami. Foto-foto pribadi dengan nuansa gelap memenuhi *feed*.

Nilai dakwah yang ditunjukkan oleh Felix Siau dalam foto dengan cara menginterpretasi sesuatu dari foto tersebut. Contoh interpretasi foto bisa dilihat pada gambar berikut.





*Gambar 3: Foto pribadi Felix Siauw yang digunakan di sosial media untuk menggambarkan kata DIAM.*

Gambar di atas mewakili tulisannya tentang diam. Felix Siauw tidak menggunakan ilustrasi lainnya. Dia memilih foto diri sendiri dan memberi analogi tersendiri kepada *followernya*. Uraian yang ditulis di bagian *caption* akan mengarahkan netizen untuk berpikir seragam. Foto sendiri juga mengarahkan para *follower* untuk mencintai diri sendiri sebelum mencintai orang lain.

Felix Siauw juga memposting beberapa foto keluarganya di *feed*. Foto keluarga dengan uraian tentang mencintai keluarga dan keutamaan keluarga sebagai umat muslim. Foto tersebut dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 4: Keluarga Felix Siauw di feed Instagram.

Selain didominasi dengan foto pribadi, akun Felix Siauw juga diisi dengan posting keluarga. Foto istri dan anaknya yang dijadikan sebagai ilustrasi materi dakwah tentang keluarga dan anak. Tidak hanya postingan tentang politik dan kritik sosial, postingan keluarga juga banyak diminati oleh follower Felix Siauw, baik dari segi like atau komentar.

Sedangkan untuk video, Felix Siauw memposting potongan video yang diunggah ke YouTube sebagai tease untuk para penonton dakwahnya dalam bentuk audio visual. Salah satu contohnya bisa dilihat pada gambar berikut ini.



*Gambar 5: Cuplikan video tentang hijab yang juga diposting di YouTube.*

Foto di atas adalah cuplikan video yang diunggah oleh Felix Siauw di Instagram sebagai lead untuk konten YouTube-nya. Uraian yang ditulis di *caption* juga membangun diskusi di antara para netizen. Ada yang berupa pertanyaan dan tanggapan. Konten yang diposting oleh Felix Siauw dalam bentuk video sama jumlah peminatnya dengan bentuk gambar.

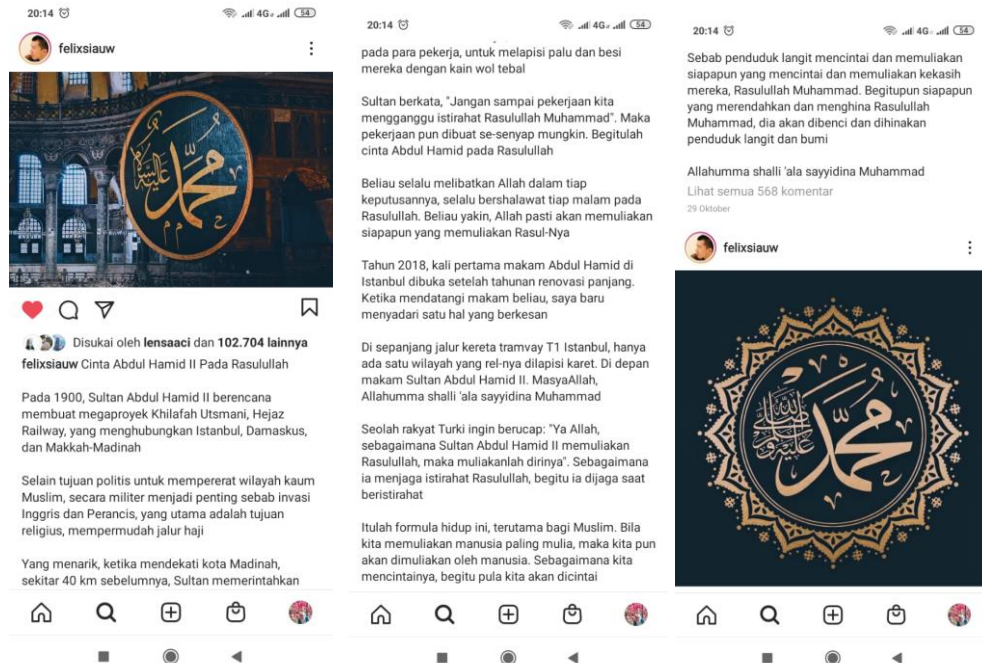
Strategi membagikan foto dan video kepada *follower* salah satu cara menggerakkan massa yang ingin mengetahui kehidupan tokoh publik untuk mengenal lebih dekat sosok idolanya. Memahami tokoh publik melalui foto dan uraian yang ditulis adalah satu cara bentuk kedekatan emosional dalam berkomunikasi dengan follower.

#### **4. Caption Foto**

Caption merupakan keterangan atau deskripsi tentang post yang dikirimkan ke Instagram. Tidak ada ketentuan dalam menulis caption di Instagram. Di dalam caption Instagram, pengguna bisa menambahkan hastag atau tanda pagar untuk membuat *grouping* atau kelompok postingan tertentu yang bisa diakses oleh pengguna lain dengan mudah.

Felix Siauw salah satu da'i yang menulis caption di Instagram dengan uraian yang panjang, gaya bahasa ringan dan menarik, serta terkadang dilengkapi dengan tagar tertentu. Hasil pengamatan peneliti, sebagian besar foto yang diposting di Instagram dalam 30 postingan terakhir hanya sedikit yang ditambahkan tagar.

Caption yang ditulis oleh Felix Siau di setiap postingan instagramnya berupa artikel tentang segala sesuatu yang sedang trending. Felix Siau menulis dengan gaya narasi deskriptif. Data-data yang disajikan tidak berlebihan, tapi mengena bagi pembaca. Berikut adalah contoh caption yang ditulis oleh Felix Siau di instagram.



Gambar 6: Salah satu caption di instagram Felix Siau dengan tema cinta dan hubungannya dengan sejarah.

Bahasa yang digunakan di caption mudah dicerna oleh pembaca. Caption yang ditulis oleh Felix Siau di instagram merupakan ringkasan atau inti dari konten yang ditayangkan di YouTube. Caption yang ditulis di instagram merupakan narasi singkat yang ditulis oleh Felix Siau untuk para netizen yang tidak sempat menonton di YouTube atau pengantar bagi para pengguna YouTube.

## E. Kesimpulan

Penggunaan instagram oleh Felix Siau sebagai media dakwah cenderung mengikuti gaya anak muda. Strategi penggunaan *feed* dan filter yang dengan tema gelap adalah gaya Felix Siau dalam mengelola konten di instagram. Instagram Felix Siau dikelola dengan strategi memperbaiki beberapa bagian, sehingga pesan dakwah Islam bisa disampaikan kepada anak muda khususnya.

Bagian-bagian yang menjadi ciri khas dan mendapat *engagement* (hubungan antar pengguna Instagram) terdapat pada gaya berkomunikasi dengan netizen, penggunaan filter pada foto, pemilihan foto untuk diposting, dan *caption* narasi berupa artikel singkat. Keempat unsur ini adalah strategi Felix Siau dalam menjangkau proses komunikasi secara Islami dalam menyampaikan dakwahnya kepada kaum muda.

## Daftar Pustaka

- 45 *Istilah Dalam Instagram yang Perlu Kamu Ketahui*, diakses melalui <https://studioantelope.com/istilah-dalam-instagram/> pada tanggal 24 November 2020.
- Bungin, Burhan. 2009, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H., 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Cet. 6* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Diggs-Brown, B. 2012. *Strategic Public Relations: An Audience-Focused Approach* (International ed.). Wadsworth: Cengage Learning.
- Farhan, Farhan. "PESAN DAKWAH FELIX SIAUW DI MEDIA SOSIAL (PERSPEKTIF MEANING AND MEDIA)." *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam* 1, no. 2 (2017). <https://doi.org/10.22373/al-idarah.v1i2.2242>.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." In *METODE PENELITIAN ILMIAH*, 2014.
- Muchtar, N., & Ritchey, J. A. 2014. "Preaching, Community, and Convergence: Use of Old and New Media by Profressive Indonesian Islamic Leaders". *The International Communication Gazette*
- Muslimah, *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*, diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/164422-ID-etika-komunikasi-dalam-perspektif-islam.pdf> pada tanggal 24 November 2020.
- Nisa, Eva F. 2018. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia". *Religious Studies*, Victoria University of Wellington.
- Silvia, Mega, "Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial". *Research Gate*, Desember 2019.
- Stewart, T., et.al. 1996. *Human Communication*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Zulkifli M. 2005. *Ilmu Dakwah*, Makassar: Pustaka Al-Zikra.