

penelitian ini mendalami representasi nilai-nilai akhlak kepada Allah, sesama manusia, dan lingkungan. Keduanya sama-sama membahas dakwah digital dan peran media sosial, namun penelitian Deni bersifat konseptual dan luas, sedangkan penelitian penulis lebih fokus secara tematis dan analisis isi mendalam pada konten spesifik.

Penelitian oleh Siti Aisyah (2023) berjudul *“Peran Media Sosial Instagram dalam Penyebaran Pesan Moral Islami pada Akun @Hafizcomic”* menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menganalisis sejumlah konten komik Islami yang disajikan secara visual dan naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ilustrasi sederhana yang disertai narasi pendek memudahkan audiens, khususnya remaja, untuk memahami pesan moral Islami. Penelitian Aisyah memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama meneliti media dakwah berbasis komik digital di Instagram. Namun, penelitian Aisyah lebih menitikberatkan pada efektivitas visualisasi pesan dakwah, sedangkan penelitian penulis fokus pada struktur nilai akhlak berdasarkan teori M. Quraish Shihab (akhlak kepada Allah, sesama manusia, dan lingkungan).

Penelitian oleh Ahmad Fauzan (2022) berjudul *“Efektivitas Dakwah Digital melalui Konten Islami di Instagram @Pemudahijrah”* menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Penelitian ini meneliti strategi kreator konten dakwah dalam menarik minat audiens, termasuk penggunaan bahasa ringan, visual yang menarik,

serta interaksi aktif melalui kolom komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital di Instagram efektif dalam membangun engagement, tetapi menghadapi tantangan berupa penyaringan konten negatif dan konsistensi pengelolaan akun. Sama halnya dengan penelitian penulis, penelitian Fauzan membahas peran Instagram sebagai media dakwah. Bedanya, penelitian Fauzan lebih berfokus pada strategi komunikasi dan interaksi audiens, sementara penelitian penulis lebih menekankan pada representasi nilai-nilai akhlak dalam konten ilustrasi Islami akun @iqomic.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami dan mendeskripsikan makna-makna nilai pesan akhlak yang terkandung dalam konten-konten visual dan teks pada akun Instagram @Iqomic. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur frekuensi atau membuat generalisasi statistik, melainkan untuk mengungkap makna, pesan moral, dan nilai-nilai keislaman yang disampaikan dalam konten dakwah digital.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali secara mendalam dimensi-dimensi nilai akhlak dalam konteks budaya media sosial yang sarat makna simbolik dan komunikasi visual. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong, pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami realitas sosial dari perspektif subjek yang diteliti secara menyeluruh, holistik, dan mendalam.²⁹

Dalam konteks penelitian ini, analisis isi digunakan untuk mengkaji makna-makna nilai akhlak Islam yang terkandung dalam unggahan-unggahan akun Instagram @Iqomic. Peneliti akan menganalisis konten-konten tersebut berdasarkan kategori akhlak dalam Islam, yaitu akhlak

²⁹ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.

kepada Allah, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada lingkungan, sebagaimana dijelaskan dalam teori akhlak menurut M.Quraish Shibab dalam Wawasan Al-qur'an. Fokus utama bukan pada bentuk atau gaya ilustrasi, tetapi pada isi pesan akhlak yang terkandung dalam setiap unggahan.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif metode analisis isi, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan suatu fenomena sosial secara mendalam berdasarkan data-data non-numerik, seperti teks, gambar, yang dianalisis secara interpretatif. Dalam konteks penelitian ini, fenomena yang diteliti adalah penyampaian nilai-nilai pesan akhlak Islam melalui konten media sosial, khususnya pada akun Instagram @Iqomic yang merupakan platform dakwah visual populer di kalangan generasi muda.

Objek dalam penelitian ini adalah konten-konten unggahan akun Instagram @Iqomic, khususnya berupa unggaha, kutipan, komik singkat, dan narasi caption yang menyampaikan nilai-nilai Islam, terutama terkait akhlak. Akun @Iqomic merupakan singkatan dari *Islamic Quotes and Comic*, yang aktif menyajikan dakwah visual yang ringan, mudah diterima, namun sarat dengan pesan moral dan keislaman.

C. Sumber Data

Data dalam penelitian ini dibedakan dengan cara memperolehnya ada dua jenis data dalam kelompok ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer yang digunakan yaitu berupa konten-konten yang diunggah oleh akun Instagram @iqomic selama periode April–Mei tahun 2025, yang relevan dengan pesan dakwah akhlak.

Data primer dalam penelitian ini berupa konten-konten yang diunggah oleh akun Instagram @iqomic selama periode April–Mei 2025, yang relevan dengan pesan dakwah akhlak. Proses pemilihan data dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan beberapa indikator utama, seperti relevansi isi konten dengan kategori pesan akhlak, jumlah interaksi digital (views, likes, komentar, share, save), serta kualitas pesan yang ditampilkan, baik dari segi narasi, ilustrasi visual, maupun kekuatan komunikatifnya dalam menyampaikan nilai-nilai akhlak Islam kepada pengguna media sosial.

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Dalam penelitian ini, konten Instagram @iqomic diposisikan sebagai sumber data primer karena langsung diambil dari objek penelitian tanpa melalui perantara.

Implikasinya, pemanfaatan data primer dari konten digital memberikan keaslian (originalitas) dan relevansi yang tinggi terhadap

fokus penelitian. Selain itu, indikator interaksi digital (likes, komentar, share, save) menjadi representasi nyata mengenai sejauh mana pesan akhlak yang disampaikan dapat menjangkau, memengaruhi, dan diterima oleh audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan Krippendorff (2019) yang menyebutkan bahwa dalam analisis isi, konteks penerimaan pesan oleh audiens merupakan bagian penting dalam memahami makna dan dampak komunikasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi untuk melengkapi data primer yang didapatkan, seperti literatur, buku, e-book, internet, sosial media lainnya yang dapat mendukung dan menjelaskan masalah penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis.

Observasi dilakukan dengan mengamati akun Instagram @iqomic. Menurut Sugiyono, observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian, baik secara sistematis maupun tidak, untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian³⁰ Melalui observasi ini, peneliti memperoleh gambaran mengenai pola

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 145

penyajian konten dakwah, bentuk visual komik, serta interaksi audiens melalui fitur like, komentar, share, dan save.

Wawancara direncanakan secara semi-terstruktur dengan pengelola akun @iqomic atau sebagian pengikut akun tersebut. Menurut Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu antara pewawancara dan terwawancara untuk mendapatkan informasi mendalam. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui lebih dalam proses kreatif pembuatan konten dakwah, tujuan dakwah yang ingin dicapai, serta tanggapan audiens terhadap pesan akhlak yang disampaikan melalui komik digital³¹.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber tertulis maupun rekam jejak digital. Menurut Arikunto, dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.³ Sementara itu, Bungin menegaskan bahwa dokumentasi juga dapat berupa data yang diperoleh melalui dokumen tertulis maupun rekaman visual yang mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh melalui **screenshot** postingan akun Instagram @iqomic selama periode April–Mei 2025. Konten yang terdokumentasi dianalisis untuk mengidentifikasi nilai

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 186.

akhlak yang terkandung, baik akhlak kepada Allah, akhlak kepada sesama manusia, maupun akhlak kepada lingkungan³²

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (content analysis). Analisis isi adalah metode penelitian untuk mengkaji pesan komunikasi secara sistematis, objektif, dan dapat direplikasi, dengan tujuan menggambarkan isi pesan yang nyata maupun makna yang tersembunyi di balik teks.³³ Melalui analisis isi, peneliti dapat menemukan pola, kecenderungan, serta makna dari pesan yang terkandung dalam suatu teks atau media.

1. Menentukan unit analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten berupa postingan komik dakwah dari akun Instagram @iqomic yang diunggah pada periode April–Mei 2025.

2. Menentukan kategori

Kategori ditentukan berdasarkan teori akhlak M. Quraish Shihab, yang membagi akhlak ke dalam tiga hubungan utama: akhlak kepada Allah, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada lingkungan.

3. Melakukan coding (pencatatan isi)

Setiap konten yang terdokumentasi melalui screenshot diklasifikasikan

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 274.

³³ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 15–32.

ke dalam kategori akhlak sesuai dengan nilai yang terkandung di dalamnya

