



@quranreview
✳️ /quranreview

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STORYTELLING DAN DAYA TARIK PESAN
DAKWAH PADA KONTEN AKUN INSTAGRAM
@QURANREVIEW**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Marine Lugina Muthmainah
NIM : 2210411208



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA**

**STORYTELLING DAN DAYA TARIK PESAN DAKWAH PADA
KONTEN AKUN INSTAGRAM @QURANREVIEW**

SKRIPSI



Dosen Pembimbing :
Dr. Wahidah R. Bulan, M.Si

Disusun Oleh :
Marine Lugina Muthmainah
2210411208

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Marine Lujina Muthmainah
NIM : 2210411208
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Storytelling dan Daya Tarik Papan Dakwah
pada Konten Instagram @QuranReview

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Wahidah F. Ewan, M.Si
.....)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Marine Lugina Muthmainah

NIM : 2210411208

Program Studi : S1- Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Juli 2026

Yang menyatakan,

Marine Lugina Muthmainah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marine Lugina Muthmainah

NIM : 2210411208

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STORYTELLING DAN DAYA TARIK PESAN DAKWAH PADA KONTEN
AKUN INSTAGRAM @QURANREVIEW**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 6 Agustus 2026

Yang menyatakan,



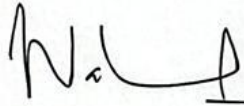
Marine Lugina Muthmainah

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Marine Lujina Muthmainah
NIM : 2210911208
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Storytelling dan Daya Tarik Pesan Dakwah
Pada Konten Akun Instagram @quranreview

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



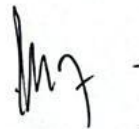
(Dr. Wahidah F. Bulan, M.Si.)

Penguji 1



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Juli 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola penyampaian pesan keagamaan di era digital, di mana *storytelling* di media sosial menjadi pendekatan alternatif yang efektif. Penelitian kualitatif studi kasus ini bertujuan untuk menganalisis strategi *storytelling* pada akun Instagram @quranreview sebagai media dakwah serta mengidentifikasi faktor daya tarik pesannya. Data dikumpulkan melalui observasi konten, wawancara mendalam bersama *founder*, dan analisis tanggapan pengikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @quranreview mengonversi retorika lisan menjadi tulisan dengan memodifikasi kerangka *digital storytelling* Joe Lambert, yang didukung pemikiran Bernard Robin, Bull & Kajder, serta Jason Ohler. Dari tujuh elemen Lambert, akun ini menerapkan dan memodifikasi lima elemen (*Point of View* berbasis kebutuhan audiens dan Al-Qur'an, *Emotional Content* yang fleksibel, *Soundtrack* minimalis untuk algoritma, *Economy* melalui strategi lintas platform ke YouTube, dan *Pacing* berbasis jeda teks kontras). Sebaliknya, dua elemen secara sadar ditiadakan, yaitu *Dramatic Question* (guna menghindari kesan mendikte) dan *The Gift of Your Voice* melalui konsep *faceless content* (guna meminimalkan risiko *personal branding* bagi komunikator sekaligus menjaga fokus audiens murni pada substansi ayat Al-Qur'an tanpa terdistraksi oleh figur individu). Strategi ini berhasil membangun daya tarik pesan rasional melalui penyampaian solusi logis, daya tarik emosional melalui bahasa humanis, serta daya tarik ketakutan halus untuk evaluasi diri (*muhasabah*). Penelitian ini mempertegas pentingnya strategi dakwah digital yang empatik, interaktif, dan transformatif dalam menyebarkan nilai keagamaan.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Digital Storytelling, Daya Tarik Pesan, Instagram, @quranreview.*

ABSTRACT

Information technology developments have transformed the patterns of religious message delivery in the digital era, where social media storytelling has emerged as an effective alternative approach. This qualitative case study aims to analyze the storytelling strategy used on the Instagram account @quranreview as a da'wah medium and to identify the factors behind its message appeal. Data were gathered through content observation, in-depth interviews with the founder, and an analysis of followers' responses. The findings reveal that @quranreview converts oral rhetoric into written form by modifying Joe Lambert's digital storytelling framework, supported by the conceptual insights of Bernard Robin, Bull & Kajder, and Jason Ohler. Of Lambert's seven elements, the account applies and modifies five elements (Point of View based on audience needs and the Qur'an, flexible Emotional Content, minimal Soundtrack tailored for algorithmic reach, Economy through a cross-platform strategy to YouTube, and Pacing built on contrasting text pauses). Conversely, two elements are deliberately omitted: Dramatic Question (to avoid sounding prescriptive) and The Gift of Your Voice through the implementation of faceless content. The purpose of adopting faceless content is to minimize personal branding risks for the communicator while keeping the audience's focus purely on the core message of the Qur'an without distraction from an individual figure. This strategy successfully constructs rational message appeal through logical solutions, emotional appeal through a humanized tone, and subtle fear appeal for self-evaluation (muhasabah). This study underscores the importance of empathetic, interactive, and transformative digital da'wah strategies in communicating religious values.

Keywords: Digital Da'wah, Digital Storytelling, Message Appeal, Instagram, @quranreview.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Storytelling dan Daya Tarik Pesan Dakwah pada Konten Instagram @quranreview”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis dengan hormat menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam kelancaran skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, antara lain yaitu:

1. Ibu Dr. Wahidah R. Bulan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak berkontribusi dengan memberikan arahan, saran, dan doa dalam proses penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si. dan Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan nasihat dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penelitian ini.
4. Founder sekaligus penulis @quranreview beserta tim yang sudah mengizinkan penulis untuk meneliti @quranreview
5. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan, pendampingan, iringan doa selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya Ayah, Bunda, Adik-adik, serta Keluarga besar yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman di perkuliahan, Sri, Ingrid, Sena, El, atas kehadiran dan dukungan, serta kesediaannya untuk terus mengingatkan dan berdiskusi selama proses perkuliahan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat dan kakak, Afifah Farhani dan Aisyah Nurul Izzati, atas doa, kalimat-kalimat penyemangat, dan dukungannya yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu terutama pengurus dan volunteer IAR, Teman-teman dan adik-adik di COMIC, Sahabat-sahabat Mentoring, Rekan-rekan kerja Sparks Sports, yang turut menyemangati dan mendukung penulis hingga saat ini.
9. Pihak-pihak lain yang turut berkontribusi dan memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyelesaian tugas akhir ini.

Jakarta, 31 Desember 2025



Marine Lugina Muthmainah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Batasan Masalah.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademik	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
3.1 Penelitian Terdahulu	11
3.2 Definisi Konseptual	23
3.3 Teori Daya Tarik Pesan.....	36
2.3 Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Objek Penelitian	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Sumber Data.....	44
3.4.1 Data Primer	44
3.4.2 Data Sekunder	45
3.5 Penentuan Informan.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1 Teknik Analisis Data	46
3.6.2 Teknik Keabsahan Data.....	48
3.7 Pelaksanaan Waktu Penelitian.....	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50

4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Analisis	61
4.2.2 Pembahasan	95
BAB V	121
PENUTUP.....	121
4.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	122
5.2.1 Saran Akademis	122
5.2.2 Saran Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian.....	49
Tabel 4.1 Strategi storytelling yang digunakan oleh pembuat akun Instagram.....	71
Tabel 4.2 Strategi Lain di Luar 7 Elemen	81
Tabel 4..3 Analisis Daya Tarik Pesan Dakwah pada Storytellung Quran Review dari Perspektif Audiens.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan pada bulan Oktober 2025 – Januari 2026	5
Gambar 3.1 Profil Instagram Quran Review	42
Gambar 4.1 Konten Instagram Quran Review	53
Gambar 4.2 Konten Instagram Quran Review	54
Gambar 4.3 Profil Youtube Quran Review	55
Gambar 4.4 Profil Spotify Quran Review	56
Gambar 4.5 Profil Thread Quran Review.....	56
Gambar 4.6 Profil Telegram Quran Review.....	57
Gambar 4.7 Profil Facebook Quran Review Sumber : Akun Facebook Quran Review	58
Gambar 4.8 Profil Website Quran Review.....	58
Gambar 4.9 Elemen Tempo dalam Konten Instagram Quran Review	70
Gambar 4.10 Postingan dengan Pola Problem-Agitate-Solution	74
Gambar 4.11 Daya Tarik Rasional dalam Konten Quran Review	82
Gambar 4.12 Daya Tarik Emosional dalam Konten Quran Review	86
Gambar 4.13 Daya Tarik Emosional dalam Konten Quran Review	87
Gambar 4.14 Daya Tarik Ketakutan dalam Konten Quran Review	90
Gambar 4.15 Dampak yang dirasakan Audiens Terhadap Konten Quran Review	95