

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial menjadi strategi baru dalam menyampaikan dakwah khususnya untuk mempersuasi jamaah untuk lebih tertarik datang ke masjid melalui konten yang sesuai mengikuti zaman tanpa harus melanggar akidah dan syariat. Masjid al lathiif menggunakan instagram sejak february 2017 dengan pengikut yang terus bertambah hingga tahun ini ada 93700 pengikut akun masjid al lathiif di instagram. Perkembangan dari akun instagram masjid al lathiif tidak lepas dari strategi komunikasi yang dibuat dengan memanfaatkan instagram. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual serta menggunakan paradigma pospositivistik dan Tujuan dari penelitian ini adalah dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak masjid Al lathiif dalam memanfaatkan media instagram serta hambatan yang dialami selama proses pemanfaatan instagram berlangsung.

Kata kunci: *media baru, dakwah, instagram, strategi komunikasi, budaya partisipan*