

ABSTRAK

Annisa Aprilyanti: Strategi Komunikasi Dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani
(Penelitian Di YouTube RTQ TV)

Di era saat ini, banyak pendakwah yang memperbarui cara mereka menyampaikan dakwah dan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan pesan dakwah. Pada dasarnya, Strategi merupakan rencana dan pengelolaan yang dirancang untuk mencapai tujuan. Selain berperan sebagai panduan arah, strategi juga harus dapat memberikan taktik operasional yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani juga memiliki strategi agar pesan dakwah yang disampaikan menginspirasi masyarakat untuk melakukan kebaikan setelah mendengarkan dakwah dari KH Fakhruddin Al-Bantani. Strategi ini merupakan langkah-langkah yang direncanakan terlebih dahulu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam media sosial melalui YouTube pada konten dakwah video KH Fakhruddin Al-Bantani dengan tiga fokus penelitian tentang cara KH Fakhruddin Al-Bantani memahami sudut pandang jamaah, cara KH Fakhruddin Al-Bantani menyusun pesan, dan metode komunikasi KH Fakhruddin Al-Bantani dalam berdakwah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi dakwah dalam perspektif ilmu komunikasi dari Arifin Anwar yang menjelaskan bahwa dalam proses berdakwah diperlukan strategi dengan tiga rumusan yakni memahami audiens, menyusun pesan dengan tepat, dan menetapkan metode komunikasi.

Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mengandalkan data lapangan yang diperoleh melalui informan, responden, dokumentasi, dan observasi di setting sosial yang berhubungan dengan subjek yang diteliti. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan wawancara, observasi, serta dokumentasi agar memperoleh data yang valid dan mendalam pada strategi yang digunakan KH Fakhruddin Al-Bantani dalam berdakwah melalui media sosial.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi komunikasi dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani pada media sosial terbagi pada tiga aspek. Pertama cara KH Fakhruddin Al-Bantani memahami sudut pandang jamaah menunjukkan adanya pemahaman mendalam pada audien yang terbagi pada tiga jenis audiens yakni awam, akademik, dan khusus. Sedangkan cara KH Fakhruddin Al-Bantani menyusun pesan ditemukan bahwa pesan yang disusunnya menyesuaikan dengan ketiga jenis karakteristik jamaah. Kemudian pada metode komunikasi KH Fakhruddin Al-Bantani dalam berdakwah terdapat temuan bahwa KH Fakhruddin Al-Bantani menggunakan beberapa metode menyesuaikan dengan ketiga jenis kategori jamaah yang ada.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Dakwah, KH Fakhruddin Al-Bantani, YouTube