

ABSTRAK

Farida Fawwaz: “Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Studi Terhadap Dakwah Gus Aldi Melalui Prank Shalawat pada Channel Youtube Gus Aldi)”

Shalawat yang memiliki arti kemuliaan, doa, kesejahteraan, ibadah dan keberkahan merupakan salah satu bentuk penghormatan kepada Allah Swt. dan Nabi Muhammad Saw. shalawat adalah salah satu ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh seorang muslim. Seiring berjalannya waktu, shalawat banyak digemari oleh masyarakat, dan semakin banyak pula pegiat shalawat, salah satunya adalah Gus Aldi. Gus Aldi memiliki metode unik dan menarik dalam berdakwah shalawat. Salah satu metode yang digunakan oleh Gus Aldi dalam berdakwah adalah melalui konten prank shalawat. Prank yang memiliki citra buruk mampu memikat hati masyarakat karena terobosan baru, yaitu prank shalawat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengadaan materi pada konten prank shalawat Gus Aldi, bagaimana perencanaan produksi prank shalawat Gus Aldi di media sosial, serta tanggapan netizen terhadap dakwah Gus Aldi melalui prank shalawat.

Peneliti menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell yang dikelompokkan sebagai bentuk komunikasi linear dengan formula “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Teori ini mempermudah penelitian dalam memahami aksi dan metode dakwah shalawat yang dilakukan oleh Gus Aldi.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dapat menjawab fokus penelitian dengan pertanyaan "bagaimana". Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah miles and huberman dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa prank shalawat dimaksudkan untuk orang yang belum mengenal shalawat. Prank shalawat dipopulerkan oleh Gus Aldi, yaitu seorang konten kreator sekaligus pegiat shalawat. Dakwah yang dikemas dengan konten prank dan bersifat candaan serta santai merupakan strategi untuk membuat orang nyaman dengan shalawat. Terdapat sebuah misi penting yang disampaikan melalui konten prank shalawat Gus Aldi. Proses produksi konten prank shalawat melewati proses pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Kata Kunci : Gus Aldi, Prank Shalawat, Harold D. Lasswell, Dakwah Media Sosial.