

ABSTRAK

Alpia Nur Zakiyyah Atorid: Strategi Dakwah Melalui Media Sosial (Analisis Deskriptif pada Akun Media Sosial @ldmuinbdg)

Strategi dakwah merupakan bagian dari rangkaian aktifitas dakwah yang disusun untuk mencapai tujuan dakwah. Dalam media online strategi dakwah diterapkan supaya dapat mengenal segmentasi *mad'u*, dakwah yang disampaikan sesuai dengan algoritma media online, dan dicapai oleh *mad'u* dari seluruh pengguna media. Dakwah LDM UIN Bandung sesuai dengan profil LDM berfokus terhadap mahasiswa dan masyarakat sekitar, bila LDM melakukan dakwah dalam media sosial Instagram @ldmuinbdg perlu mempertimbangkan pengguna media (*mad'u*), topik, gaya bahasa dan keefektifan. Penelitian ini dilakukan di sekretariat LDM dan akun media sosial Instagram @ldmuinbdg.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi dakwah yang diterapkan oleh LDM UIN Sunan Gunung Djati dalam berdakwah di media sosial Instagram dengan nama akun @ldmuinbdg. Untuk mengetahui konten dalam akun @ldmuinbdg dalam menerapkan pendekatan sentimental dalam dakwah, dalam menerapkan pendekatan rasional dalam dakwah, dan dalam menerapkan pendekatan indrawi dalam dakwah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi dakwah yang ditulis oleh Muhammad Abu Fatah Al-Bayununi dalam kitab al-madkhal ila ilmi dakwah serta buku Pengantar Studi Ilmu Dakwah. Berikutnya ada teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang ditulis oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Manajemen Pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga dilakukan wawancara dan observasi konten terhadap subjek yang diteliti. Metode dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, sebabnya penelitian perlu penjabaran secara deskriptif dari hasil analisis sesuai dengan teori yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat menunjukkan bahwasannya dakwah dapat dilakukan sesuai dengan era zaman. Penggunaan platfrom media sosial dapat mengefektifkan dakwah saat ini, ditambah dengan adanya strategi dakwah dan AIDA dalam penerapannya terhadap penyampaian dakwah. Dakwah dengan konsep perencanaan strategi dan pemilihan kalimat untuk menarik perhatian penerima dakwah menjadi kunci keberhasilan dakwah. Penerapannya sangat cocok dengan segmentasi LDM UIN Sunan Gunung Djati, yakni mahasiswa UIN Bandung, terutama pengguna yang aktif dalam media sosial Instagram.

Kata Kunci: *Strategi Dakwah, Media Sosial, Instagram, LDM UIN Bandung*