

ABSTRAK

Rahman Karim: Strategi Komunikasi Dakwah Masjid Perkotaan (Studi Kasus Kegiatan Dakwah Di Masjid Daarut Tauhiid Kota Bandung).

Masjid merupakan simbolisasi peradaban ummat islam, masjid pada masa nabi Muhammad SAW bukan hanya sebagai tempat beribadah melainkan sebagai tempat dimana ummat islam dapat berkumpul dan mencari solusi dari permasalahan duniawi serta ukhrawi. Begitu juga zaman sekarang karakter manusia yang dipengaruhi oleh lingkungan menimbulkan kebiasaan yang berbeda terhadap masjid terutama daerah perkotaan. Dakwah di daerah perkotaan pasti jauh berbeda dengan perdesaan di tengah masyarakat nya yang sibuk dalam pekerjaan tapi masjid Daarut Tauhiid bisa memberikan solusi.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui: (1) penetapan da'i yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid; (2) segmentasi mad'u yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid; (3) pengemasan pesan dalam strategi komunikasi di masjid Daarut Tauhiid; (4) pemilihan media dalam pesan strategi komunikasi di masjid Daarut Tauhiid; (5) hasil sikap mad'u dalam pesan strategi komunikasi di masjid Daarut Tauhiid.

Teori yang digunakan adalah teori Harold D Laswell yang terdiri dari lima komponen yaitu *who says what in which channel to whom with what effect* yang artinya Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana.

Paradigma yang digunakan adalah interpretif, yang memandang realitas memiliki banyak sisi, sehingga dapat dikaji dari berbagai sudut pandang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan untuk menggali strategi komunikasi dakwah di masjid Daarut Tauhiid.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa masjid Daarut tauhiid kota bandung memiliki metode tersendiri dalam menetapkan da'i, terutama dengan pelatihan santri karya ataupun karyawan yang bekerja di Daarut Tauhiid. Target mad'unya pun tidak dibatasi usia melainkan semua kalangan dengan bentuk penyampain pesan yang dikemas dengan ilmu tauhid. Pemanfaatan media juga telah berjalan dan dikembangkan dengan sangat baik dengan target startegi komunikasi kelembutan hati.

Implikasi pada penelitian ini dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat seputar agama dengan banyaknya yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, dengan begitu memberikan potensi besar untuk memperluas jangkauan dakwah. Kemudian berkontribusi dalam pengembangan dan pemahaman agan agama yang baik dan benar.

Kata Kunci: Strategi komunikasi; Masjid; Daarut Tauhiid