

ABSTRAK

Nurfachriza Umammi : Strategi Dakwah Visual Pada *Fashion Muslim Streetwear* (Studi Deskriptif pada *Brand Fashion “RSYD Official”*).

Strategi dakwah visual melalui *fashion streetwear* menjadi salah satu kegiatan dakwah melalui desain visual dengan media *T-Shirt*. Dalam era Gen-Z yang didominasi teknologi digital, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah tradisional, tetapi telah meluas ke media yang lebih *modern*. RSYD merupakan sebuah *brand fashion* yang bergerak dibidang dakwah dengan memanfaatkan desain visual untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Sehingga penelitian ini menyoroti strategi dakwah yang dilakukan oleh *brand RSYD Official* .

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana perencanaan strategi dakwah visual, bagaimana implementasi strategi dakwah visual, serta bagaimana evaluasi strategi dakwah visual melalui *fashion muslim streetwear* yang dilakukan oleh *Brand RSYD Official*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep strategi yang dikemukakan oleh Fred R David. Konsep tersebut menyatakan terdapat tiga tahapan dalam proses strategi yaitu, perencanaan, implementasi, serta evaluasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif tentang perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi dakwah melalui visual. Data yang didapat terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara kepada pihak RSYD dan desain grafis RSYD, observasi selama tujuh bulan, serta dokumentasi dari tampilan media sosial RSYD dan lima desain visual dari produk *best seller* RSYD.

Hasil penelitian menemukan temuan-temuan operasional strategi dakwah yang dilakukan RSYD melalui tahap perencanaan, yaitu tujuan RSYD ingin memberikan petunjuk kepada masyarakat luas, mengidentifikasi masalah, menetapkan pesan dakwah dan merancang konten-konten menarik. Tahap implementasi yaitu menjalankan yang sudah direncanakan, dengan membagikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan SDM yang ada, membuat desain visual dakwah, membuat konten yang menarik, serta melakukan *live streaming* di *e-commerce* dan sosial media nya. Tahap evaluasi dengan melihat faktor pendukung yaitu brand RSYD memiliki desain yang unik dan autentik dengan karakteristik cerita yang kuat, serta melihat faktor penghambat adalah orang-orang yang enggan memakai pakaian dengan unsur keagamaan, karena dianggap kurang modis, yang tidak sesuai dengan identitas dan gaya hidupnya.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Desain Visual, *Fashion Streetwear*

ABSTRACT

Nurfachriza Umammi : Strategy of Visual Da'wah in Muslim Streetwear Fashion (Descriptive Study on RSYD Official “Fashion Brand”)

Visual da'wah strategy through streetwear fashion has become one of the da'wah activities utilizing visual design with T-shirts as the medium. In the Gen-Z era dominated by digital technology, da'wah is no longer confined to traditional sermons but has expanded to more modern media. RSYD is a fashion brand that engages in da'wah by utilizing visual design to convey its da'wah messages. This research highlights the da'wah strategy employed by the RSYD Official brand.

The purpose of this research is to examine how the visual da'wah strategy is planned, implemented, and evaluated through Muslim streetwear fashion by RSYD Official. The theory used in this research is the strategy concept proposed by Fred R. David, which states that the strategic process consists of three stages: planning, implementation, and evaluation.

This research uses a qualitative approach and a constructivist paradigm. The method used is descriptive analysis of the planning, implementation, and evaluation of the visual da'wah strategy. The data collected includes primary and secondary data obtained through interviews with RSYD officials and graphic designers, seven months of observation, and documentation from RSYD's social media displays and five best-selling visual product designs.

The findings of the research reveal operational strategies of da'wah undertaken by RSYD through the planning stage, which includes the goal of guiding the broader community, identifying problems, determining da'wah messages, and designing engaging content. The implementation stage involves executing the planned activities, delegating tasks and responsibilities according to available human resources, creating visual da'wah designs, producing attractive content, and conducting live streaming on e-commerce platforms and social media. The evaluation stage considers supporting factors, such as RSYD's unique and authentic designs with strong narrative characteristics, and identifies hindering factors, such as individuals' reluctance to wear clothing with religious elements, as it is perceived as less fashionable and incompatible with their identity and lifestyle.

Keywords : Da'wah Strategy, Visual Design, Streetwear Fashion