

**STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS SHALAWAT EVERYDAY DI
MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

Cika Putri Handayani

9.335.079.16

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

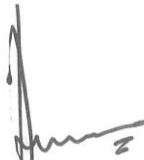
**STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS SHALAWAT EVERYDAY
DI MEDIA SOSIAL**

CIKA PUTRI HANDAYANI

NIM. 9.335.079.16

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 19780421 200501 1 002

Pembimbing II



Dr. Khaerul Umam, M.Ud
NIP. 19850825 201503 1 003

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kediri, November 2021

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : CIKA PUTRI HANDAYANI
NIM : 933507916
Judul : STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS SHALAWAT
EVERYDAY DI MEDIA SOSIAL

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 19780421 200501 1 002

Pembimbing II



Dr. Khaerul Umam, M.Ud
NIP. 19850825 201503 1 003

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS SHALAWAT
EVERYDAY DI MEDIA SOSIAL**

CIKA PUTRI HANDAYANI

NIM: 9.335.079.16

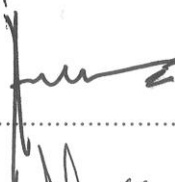
Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Pada Tanggal 23 April 2021

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720626 199903 1 002


(.....)

2. Penguji I
Dr. Prilani, M.Si
NIP. 19780421 200501 1 002


(.....)

3. Penguji II
Dr. Khaerul Umam, M. Ud
NIP. 19850825 201503 1 003


(.....)

Kediri, 23 April 2021
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag.
NIP. 19750613 200312 1 004

MOTTO

*Akan ada saatnya sesuatu itu menjadi sangat melelahkan,
tetapi jangan menyerah. Bertahanlah sedikit lagi, dan itu
akan segera berakhir.*

oleh Zhang Yixing

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan karunia-Nya penulis berkesempatan untuk menyelesaikan karya tulis ini. Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Ibu saya Poni dan Almarhum Bapak saya Bejo yang telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit sehingga menjadi sumber tenaga bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakakku, Imam Syafi'i, Riana Wati dan Almarhum Mohammad Solikin yang senantiasa memberikan kasih sayang dan semangat kepada penulis.
3. Untuk diri sendiri yang memutuskan berjuang sampai akhir setelah melalui perjalanan yang sulit.
4. Teman-temanku *Aini's Home* yang selalu memberikan dorongan, dukungan dan inspirasi sehingga penulis mendapatkan kekuatan untuk merampungkan skripsi ini.
5. Ibu Marpuah dan Bapak Sukir yang senantiasa berperan sebagai orang tua kedua bagi penulis selama perkuliahan.
6. Rekan kerja selama bekerja di Yayasan Indonesia Bershalawat yang senantiasa memberikan hiburan dan memberikan semangat untuk terus beribadah secara istiqomah.

ABSTRAK

CIKA PUTRI HANDAYANI 2021. *“Strategi Dakwah Komunitas Shalawat Everyday di Media Sosial”* Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, Pembimbing (1) Dr. Prilani, M.Si dan Pembimbing (2) Dr. Khaerul Umam. M.Ud.

Kata Kunci: Strategi, Dakwah, Komunitas, Shalawat

Strategi dakwah merupakan proses menentukan cara untuk menghadapi sasaran dakwah dalam suatu kondisi tertentu secara optimal. Salah satu dakwah yang sering dijumpai adalah dengan membaca shalawat. Shalawat dikenal melalui lagu-lagu religi yang sering kita dengarkan. Umumnya, masyarakat yang bershalawat lebih menyukai shalawat dengan iringan lagu, namun Shalawat Everyday memiliki banyak pengikut meskipun bershalawat tanpa iringan musik dan disarankan untuk bershalawat sebanyak-banyaknya. Hal ini diperlukan strategi untuk mengajak khalayak untuk bershalawat setiap hari.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang berhubungan dengan strategi dakwah komunitas Shalawat Everyday lalu penulis menganalisis antara temuan data dengan teori yang digunakan setelah itu disajikan untuk tahap akhirnya berupa kesimpulan dari penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan oleh komunitas Shalawat Everyday mulai dari strategi pemilihan komunikator yang hampir sesuai dengan faktor yang harus dimiliki komunikator yaitu komunikator memiliki kredibilitas dan daya tarik psikologis namun tidak memiliki faktor daya tarik secara fisik. Strategi penyusunan dan penyajian pesan sudah memuat ketiga unsur pesan yaitu informatif, edukatif dan persuasif. Strategi pemilihan media kurang lengkap karena hanya menggunakan media sosial seperti instagram, telegram, whatsapp dan website, komunitas ini tidak memiliki media cetak seperti buku atau majalah untuk menyebarluaskan ajakan bershalawat. Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak sasaran yaitu menggunakan cara pendekatan secara internal maupun eksternal.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Dakwah Komunitas Shalawat Everyday di Media Sosial*” ini guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Maka, demi sempurnanya skripsi ini penulis membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran berupa kritik dan saran yang membangun. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Nur Chamid, M.M., Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag., Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Dr. Prilani, M.Si, Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dalam penyusunan skripsi.
4. Dr. Khaerul Umam, M.Ud., Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri yang senantiasa memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Bapak, Ibu, Adik, dan teman-teman saya yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
7. Hananto Setyo Nugroho, S.H. yang selalu mendukung secara emosional sehingga penulis bergerak menyelesaikan skripsi.
8. Rekan KPI angkatan 2016 yang telah berjuang bersama sejak awal hingga akhir.

Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Kediri, 09 Maret 2021

Penulis

Cika Putri Handayani

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Strategi	9
B. Dakwah	11
C. Dakwah dan Studi Komunikasi.....	12
D. Komunikasi Massa	13
E. Media Sosial.....	16
D. Model Komunikasi Harold Lasswel	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	25

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
B. Kehadiran Peneliti.....	25
C. Lokasi Penelitian.....	26
D. Sumber Data.....	26
E. Pengumpulan Data	27
F. Analisis Data	29
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	29
H. Tahap-Tahap Penelitian	30
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	32
A. Paparan Data	32
1. Sejarah Berdirinya Komunitas Shalawat Everyday	32
2. Arti Logo Shalawat Everyday	34
3. Susunan Kepengurusan dan Tugasnya	36
4. Strategi Dakwah Komunitas Shalawat Everyday di Media Sosial.....	37
5. Kegiatan Komunitas Shalawat Everyday	65
B. Temuan Penelitian.....	68
1. Strategi Pemilihan Komunikator Dakwah Komunitas Shalawat Everyday dalam Perekrutan Anggota atau Followers di Media Sosial.....	68
2. Strategi Penyusunan dan Penyajian Pesan Dakwah Komunitas Shalawat Everyday di Media Sosial.....	69
3. Strategi Pemilihan Media Dakwah Komunitas Shalawat Everyday dalam Menyampaikan Pesan.	70
4. Strategi Pemilihan dan Pengenalan Khalayak Komunitas Shalawat Everyday	71
BAB V PEMBAHASAN	74
A. Pembahasan.....	74

1. Strategi Pemilihan Komunikator Dakwah Komunitas Shalawat Everyday dalam Perekrutan Anggota atau Followers di Media Sosial.....	74
2. Strategi Penyusunan dan Penyajian Pesan Dakwah Komunitas Shalawat Everyday di Media Sosial	76
3. Strategi Pemilihan Media Dakwah Komunitas Shalawat Everyday dalam Menyampaikan Pesan	78
4. Strategi Pemilihan dan Pengenalan Khalayak Komunitas Shalawat Everyday	80
BAB VI PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dokumentasi wawancara dengan Aldilla Dharma	27
Gambar 2. Logo Komunitas Shalawat Everyday	34
Gambar 3. Bagan Susunan Kepengurusan	36
Gambar 4. Pesan <i>reminder</i> dari penanggung jawab <i>group</i>	43
Gambar 5. Pesan dari tim penanggung jawab	45
Gambar 6. Tampilan instagram komunitas Shalawat Everyday	49
Gambar 7. Tampilan feed instagram komunitas Shalawat Everyday	51
Gambar 8. Tampilan feed instagram berupa audio video	52
Gambar 9. Pesan/konten dari tim media melalui snapgram.....	53
Gambar 10. Tampilan grup whatsapp komunitas Shalawat Everyday	55
Gambar 11. Tampilan isi saluran telegram komunitas Shalawat Everyday.....	57
Gambar 12. Tampilan website komunitas Shalawat Everyday.....	58
Gambar 13. Tampilan komentar di instagram Shalawat Everyday.....	59
Gambar 14. Tampilan komentar di instagram Shalawat Everyday.....	60
Gambar 15. Tampilan komentar di instagram Shalawat Everyday.....	61
Gambar 16. Komentar di instagram Shalawat Everyday	62
Gambar 17. Komentar di instagram Shalawat Everyday	62
Gambar 18. Acara pertemuan anggota Shalawat Everyday di Solo	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teori Harold Lasswell.....	19
Tabel 2. Daftar nama narasumber dan jabatannya	28