

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Communication Science Department

Broadcasting Concentration

Muhammad Ghazian Hawari (20130530090)

**Da'wah Communication Strategy Through Instagram Social Media
@prouchannel Account**

Thesis Year : 2018

Bibliography : 29 Books + 1 Journal

Instagram account @prouchannel is an Instagram account which is part of the creative division of Pro - U Media publishing company which is one of the publishing companies Islamic books in Yogyakarta. This account was established in April 2017. Instagram account @prouchannel has two main content namely, da'wah video which is filled by capable speakers in the experts in accordance with the predetermined theme.

In this study using descriptive qualitative research methods in which this research method aims to plan systematically factual, and accurate about the facts and nature of the object of research and also aims to describe, record, analyze and interpret. Then in conducting this research using data collection techniques in three ways, namely, interviews with admin @prouchannel Instagram accounts, library studies, and observations.

The results of this study indicate the da'wah communication strategy carried out by the instagram account @prouchannel that is First, the selection of the target of da'wah, in the selection of the target of da'wah was divided into two, namely, the age of 18-24 years who dominated and aged 25-34 years. The second determination of the theme, in determining the theme of the @prouchannel Instagram admin do a random technique to adjust to the existing video stock. Third, the determination of the resource person, the selected resource person is capable resource person in his expert according to the predetermined theme. Fourth, determining the place of video taping, in this case adjusting to the agreement agreed upon with the resource person. Fifth, the timing of posting videos, videos and QOTD is posted every day with a alternating system

Keywords: Communication Strategy, Da'wah, Social Media

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Muhammad Ghazian Hawari (20130530090)

Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Akun @prouchannel

Tahun Skripsi : 2018

Daftar Pustaka : 29 Buku + 1 Jurnal

Akun instagram @prouchannel adalah akun instagram yang merupakan salah satu bagian dari divisi kreatif perusahaan penerbit Pro – U Media yang merupakan salah satu perusahaan penerbit buku – buku islami di Yogyakarta. Akun ini berdiri pada bulan April 2017. Akun instagram @prouchannel memiliki dua konten utama yaitu, video dakwah yang diisi oleh narasumber – narasumber yang *capable* dalam bidangnya sesuai dengan tema yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dimana metode penelitian ini bertujuan untuk membuat perencanaan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat dari objek penelitian dan juga bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisa, dan menginterpretasikan. Kemudian dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan tiga cara yaitu, wawancara dengan admin akun instagram @prouchannel, studi pustaka, dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh akun instagram @prouchannel yaitu, pertama pemilihan sasaran dakwah, dalam pemilihan sasaran dakwah ini dibagi menjadi dua yaitu, umur 18 – 24 tahun yang mendominasi dan umur 25 – 34 tahun. Kedua penentuan tema, dalam menentukan tema admin instagram @prouchannel melakukan teknik *random* menyesuaikan dengan stok video yang ada. Ketiga penentuan narasumber, narasumber yang dipilih adalah narasumber yang *capable* dalam bidangnya sesuai tema yang telah ditentukan. Keempat penentuan tempat *taping* video, dalam hal ini menyesuaikan dengan kesepakatan yang telah disepakati dengan narasumber. Kelima penentuan waktu posting video, video dan QOTD di posting setiap hari dengan sistem selang – seling.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Dakwah, Media Sosial