



**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
FILANTROPI ISLAM
(STUDI KASUS *PLATFORM DIGITAL NU-CARE*)**



AHMAD ABI DZAR AL GIFARI

NIM : 3421019

2025



**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
FILANTROPI ISLAM
(STUDI KASUS *PLATFORM DIGITAL NU-CARE*)**



AHMAD ABI DZAR AL GIFARI

NIM : 3421019

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
FILANTROPI ISLAM
(STUDI KASUS *PLATFORM DIGITAL NU-CARE*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

AHMAD ABI DZAR AL GIFARI
NIM : 3421019

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
FILANTROPI ISLAM
(STUDI KASUS *PLATFORM DIGITAL NU-CARE*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

AHMAD ABI DZAR AL GIFARI
NIM : 3421019

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEEGRI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Abi Dzar Al Gifari
NIM : 3421019
Peogram Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **"Strategi Komunikasi Dakwah Filantropi Islam (Studi Kasus Platform Digital Nu-Care)"** adalah benar hasil dari penulis yang dihasilkan dari proses penelitian, semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka peneliti bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 9 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Ahmad Abi Dzar Al Gifari

NIM.3421019

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Hidayatullah, M.Sos

**Perumahan Griya Asa Cendekia no.211 Wangandowo, Bojong, Kabupaten
Pekalongan**

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi sdr. Ahmad Abi Dzar Al Gifari

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
c/q. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di Pekalongan

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb.

Setelah melakukan penelitian, bimbingan dan koreksi naskah skripsi saudara:

Nama : Ahmad Abi Dzar Al Gifari
NIM : 3421019
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Strategi Komunikasi Dakwah Filantropi Islam (Studi Kasus Channel YouTube Nu-Care)**

Saya menilai bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan untuk diujikan dalam sidang munaqasyah.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb

Pekalongan, 3 Mei 2025

Pembimbing,



Ahmad Hidayatullah

NIP. 199003102019031013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **AHMAD ABI DZAR AL GIFARI**

NIM : **3421019**

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH FILANTROPI
ISLAM (STUDI KASUS *PLATFORM DIGITAL NU-
CARE*)**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 30 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Dimas Prasetya, M.A.
NIP. 198911152020121006

Penguji II

Lutfi Maulana, M.Ag.
NIP.199407252025211010

Pekalongan, 9 Juli 2025

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag †
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Keputusan Bersama
Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan
Republik Indonesia
Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila

- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...إ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...ؤ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٍ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفُورٌ رَحِيمٌ / Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا / Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur selalu terucap kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keberkahan, dan keselamatan. tak lupa juga sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kita semua bisa mendapatkan pertolongan syafaatnya nanti di hari akhir. Mungkin masih banyak orang yang menganggap bahwa skripsi hanya merupakan sebuah karya ilmiah saja, tetapi sebenarnya skripsi lebih dari itu, proses panjang yang dilalui menjadi bukti akan adanya sebuah dedikasi dan ketekunan yang luar biasa dalam menjalani setiap proses perjalanan kehidupan. Maka oleh sebab itu disini peneliti akan mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung pengerjaan skripsi ini.

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang selalu memberikan jalan kemudahan dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini, terima kasih juga telah memberikan kelapangan serta kesabaran berpikir sehingga skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik.
2. Kepada diri sendiri, peneliti ucapkan terima kasih telah berjuang sampai titik ini, bersabar dengan segala cobaan dan rintangan yang menyertai, semoga ini bukan titik akhir, melainkan bisa menjadi titik awal menuju masa depan yang lebih baik dan sukses.
3. Kepada kedua orang tua, Ibu puji Hastuti dan Bapak Sobikhin yang telah mendukung baik itu secara langsung ataupun tidak, terima kasih juga atas do'a yang selalu menyerta, mohon maaf belum bisa memberikan sesuatu yang terbaik, mohon maaf sampai di titik ini belum bisa memenuhi ekspektasi Ibu dan Bapak, semoga ini menjadi awal yang baik untuk keluarga kita. Terima kasih juga kepada kaka dan adik saya Nova Naila Adiba dan Mirza Alam Nasrah atas dukungan dan doa kalian.
4. Kepada Pak Dayat (Ahmad Hidayatullah, M.Sos) sebagai dosen pembimbing skripsi yang selalu mau direpotkan disela kesibukannya untuk membimbing dan memberikan revisi yang sangat luar biasa serta do'anya sehingga skripsi ini menjadi layak untuk dipublikasikan, terimakasih juga saat awal-awal bimbingan

ketika bapak habis mengalami musibah masih mau untuk membimbing saya dalam pengerjaan skripsi.

5. Kepada Ibu Vyki Mazaya, M.S.I (DPA) yang selalu mau direpotkan disela kesibukannya membantu dan mendukung dari awal semester satu sampai semester delapan ini, terima kasih juga selalu memberikan solusi ketika saya ada masalah di bagian akademik.
6. Kepada seluruh teman-teman KPI Angkatan 2021, terkhusus kepada kelas A, dan terkhusus lagi kepada lima sahabat saya di kelas tersebut, mereka telah menjadi wajah-wajah orang yang pertama kali saya kenal dan temui ketika awal masuk ke UIN Gus Dur ini.
7. Kepada seluruh elemen yang ada di organisasi di KOPMA UIN GUS DUR Bapak Arif Kurniawan, M.M dan juga teman-teman yang lainnya tanpa terkecuali terima kasih telah memberi salah satu pengalaman yang berharga di hidup saya, tumbuh dan berkembang bersama, di sini saya merasa sangat dihargai dan saya merasa asas kekeluargaan itu tumbuh dan ada di dalam organisasi ini.
8. Terakhir terima kasih kepada ABG Siniar, Podcast Seminggu, GJLS, Trick Room, Kedubes, dan Podcast Raditya Dika, terimakasih obrolan dan tawa kalian telah menemani perjalanan skripsi saya sampai dengan akhir.

MOTTO

“Studium Discendi Voluntate Quae Cogi Non Potest Constat”

(Semangat Belajar Lahir Dari Kemauan Yang Tidak Bisa Dipaksakan)

-Marcus Ferbius Quintilianus-
(Ahli Retorika Zaman Romawi)

“Hidup ini bukan tentang menunggu badai pergi, tetapi tentang belajar menari ditengah hujan”

-Raditya Dika-



ABSTRAK

Al Gifari. Abi Dzar. Ahmad. 2025. Strategi Komunikasi Dakwah filantropi Islam (Studi Kasus Platform Digital Nu-Care). Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Ahmad Hidayatullah, M.Sos.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Komunikasi, Dakwah Filantropi, Filantropi Islam, Nu-Care.

Peneliti mengkaji dan membahas dalam skripsi ini mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan lembaga Nu-Care dalam menarik *muzzaki*, dalam hal ini peneliti mempunyai dua rumusan permasalahan, pertama bagaimana implementasi strategi komunikasi yang digunakan dan yang, kedua bagaimana potensi pengaruh dari strategi komunikasi yang dipakai dalam proses komunikasi lembaga Nu-Care di platform digitalnya. Dengan tujuan untuk mengetahui implementasi dan potensi pengaruh strategi komunikasi yang digunakan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan analisis isi dan termasuk ke dalam *netnografi research*.

Penelitian ini dilakukan karena peneliti percaya sebuah strategi sangat penting dalam kegiatan komunikasi agar pesan yang dibawa bisa diterima dan dimengerti dengan baik oleh penerima pesan, selain itu yang melatarbelakangi penelitian ini adalah bahwa masih banyaknya fenomena tidak tepat sasaran penyaluran dana filantropi oleh sebab itu dengan adanya penelitian ini bisa menjadi sudut pandang baru terkait dengan penyaluran dana yang lebih baik.

Melalui penelitian ini peneliti mendapati hasil bahwa platform digital Nu-Care ini menggunakan konsep strategi komunikasi yang cenderung kepada persuasif atau mengajak dan memengaruhi yang dikemukakan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dimana dalam sebuah strategi komunikasi persuasif memiliki tiga konsep yaitu sosiokultural, *the meaning construction*, dan psikodinamika yang terimplementasi ke dalam *channel* Nu-Care melalui pendekatan *human interest*, *influencer* dan *endorsement*, serta desain visual dan *copywriting*.

Selain itu dengan adanya penggunaan strategi ini dapat berpotensi akan adanya pengaruh dari penerapan strategi dalam setiap konten yang diproduksi di Nu-Care, naik itu secara peningkatan jumlah *muzzaki* ataupun jumlah penerima manfaatnya bisa lebih tepat sasaran.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua, sholawat serta salahm selalu terhaturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW semoga kita mendapatka pertolongan syafaatnya di hari akhir nanti. Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan atas nikmat dari Allah SWT dengan ini selesai sudah pengerjaan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Filantropi Islam (Studi Kasus Platform Digital Nu-Care). Melalui penelitian ini peneliti berharap nantinya skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi masyarakat umum, baik itu dibidang akademik ataupun non akademik.

Selain itu, peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini selesi karena adanya dukungan dari berbagai pihak yang terkait, oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Mukoyimah, S.Sos., M.Sos. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dimas Prasetya, M.A. selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Ahmad Hidayatullah, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

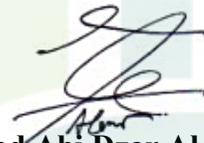
6. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Terkhusus Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Seluruh Bapak Ibu Staff, Administrasi, dan Karyawan Fakultas Ushuluddin adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Peneliti amat menyadari bahwa sannya skripsi masih banyak kekuarang dan bukan hasil yang sempurna oleh sebab itu peneliti mengucapkan mohon maaf atas hal tersebut. Demikian pengantar yang dapat peneliti sampaikan, semoga kita semua selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan selalui diberkahi dalam setiap jalan kehidupan, sekian dan terimakasih.

Wassalamualaikum, Wr.wb

Pekalongan, 9 Mei 2025

Penulis/Peneliti



Ahmad Abi Dzar Al Gifari
NIM.34210

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	xii
MOTTO.....	xiv
ABSTRAK	xv
KATA.PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR BAGAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metodologi Penelitian	12
G. Sistematikapenulisan	14
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH FILANTROPI.....	16
A. Strategi Komunikasi	16
B. Dakwah Filantropi	21

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH FILANTROPI ISLAM <i>PLATFORM DIGITAL NU-CARE</i>	26
A. Profil dan Sejarah Singkat	26
B. Visi dan Misi	27
C. Susunan Organisasi	28
D. Isi Platform Digital Nu-Care	29
BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH FILANTROPI ISLAM <i>PLATFORM DIGITAL NU-CARE</i>	42
A. Analisis Strategi Komunikasi Melvin L.DeFleur dan Sandra J Ball Terhadap Dakwah Filantropi Islam <i>Platform Digital Nu-Care</i>	42
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Susunan Organisasi.....	29
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konten video dokumentasi penyaluran bantuan GaZa Palestina	32
Gambar 1.2	Konten Habib Ja'far dalam mengajak untuk bersedekah melalui Nu-Care Laziz-Nu.....	34
Gambar 1.3	Konten video promosi program filantropi yaitu melalui berkorban di Nu-Care	35
Gambar 1.4	Konten Penyaluran Dana Di Instagram	37
Gambar 1.5	Konten Dakwah Instagram Filantropi Gus Baha	38
Gambar 1.6	Konten Promosi kegiatan filantropi di Instagram.....	39
Gambar 1.7	Tampilan website Nu-Care	40
Gambar 1.8	Konten video promosi program filantropi yaitu melalui kegiatan berkorban	43
Gambar 1.9	Konten Instagram yang menggunakan teknik the meaning construction.....	45
Gambar 1.10	Konten Tampilan website Nu-Care menggunakan teknik the meaning construction.....	47
Gambar 1.11	Konten short penjelasan mengenai cara menikmati hidup ala kyai Anwar Zahid	49
Gambar 1.12	Konten Instagram yang menggunakan teknik sosio kultural	51
Gambar 1.13	Konten video dokumentasi saat satu tahun genjatan senjata di Gaza Palestina	53
Gambar 1.14	Konten instagram dengan teknik psikodinamika	55

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka berpikir.....	11
---	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan sebuah kegiatan interaksi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain yang di dalamnya memuat pesan guna di sampaikan dengan baik kepada komunikan¹, tentunya dalam kegiatan komunikasi perlu adanya sebuah cara dan metode yang tepat agar komunikasi yang berlangsung antara individu dengan yang lain bisa berjalan dengan dengan baik dan juga pesan yang dimuat bisa tersampaikan dengan sempurna. Oleh sebab itu strategi komunikasi sangat penting diterapkan dalam setiap kegiatan komunikasi.

Perlu diketahui bahwasannya strategi komunikasi juga perlu diterapkan dalam kegiatan dakwah, hal ini dikarenakan sama dengan proses komunikasi pada umumnya, di dalam setiap kegiatan dakwah pesan-pesan ajaran Islam yang ingin disampaikan kepada komunikan bisa tersampaikan dengan baik dan juga dipahami oleh komunikannya, sehingga nantinya pesan ajaran Islam yang terkandung bisa berpengaruh terhadap perilaku komunikannya, dan dapat diimplementasikan dalam setiap kegiatan bermasyarakat, oleh sebab itu strategi komunikasi juga penting dalam sebuah kegiatan dakwah.²

Adapun kegiatan dakwah yang menerapkan strategi komunikasi salah satunya adalah Nu-Care Laziz-Nu, dimana lembaga ini merupakan sebuah lembaga amil zakat yang berkecimpung di bidang filantropi, dimana lembaga ini merupakan sebuah tempat untuk menjembatani umat dalam menyalurkan dana filantropinya berupa zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), agar dana yang ada bisa dialokasikan dengan baik dan disalurkan ke pihak yang lebih tepat sasaran dalam hal

¹ A.D. Triningtyas, *Komunikasi antar pribadi*.(CV. AE MEDIA GRAFIKA tahun 2015) hlm. 31

² A.D. Triningtyas, *Komunikasi antar pribadi*.(CV. AE MEDIA GRAFIKA tahun 2015) hlm. 31

ini adalah fakir miskin dan lain sebagainya. Lembaga ini berdiri pada tahun 2004 dimana hal ini sesuai dengan keputusan yang ada dalam Mukhtar NU ke-31 pada bulan November 2004. Dimana lembaga ini merupakan milik Nahdlatul Ulama.³

Nu-Care Laziz-nu ini didirikan dengan tujuan untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan umat dengan melakukan pemberdayaan dana dari para orang yang melakukan kegiatan filantropi, baik itu berupa dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) ataupun dana sosial keagamaan lainnya (DSKL). Adapun dengan adanya lembaga seperti ini harapannya bisa menjadi salah satu upaya bersama untuk bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat muslim dan masyarakat Indonesia pada umumnya sehingga bisa ikut berkontribusi dalam penurunan angka kemiskinan di Indonesia, karena jika dilihat dari data perolehan potensi zakat saja di Indonesia bisa mencapai 317 Triliun per tahunnya.⁴

Selain ikut serta dalam peningkatan kesejahteraan warga melalui kegiatan filantropi Islam, Nu-Care juga memiliki peran lain yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu berperan sebagai agen sosialisasi dalam hal peningkatan nilai-nilai filantropi Islam melalui produk konten dakwah filantropi yang mereka produksi, hal ini dikarenakan pada kenyataannya yang masih menjadi permasalahan umum adalah masih banyaknya masyarakat yang sekedar menyalurkan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) kepada yang terlihat tidak mampu saja, mereka tidak melakukan penelusuran lebih lanjut terkait latar belakang kondisi ekonomi sebenarnya penerima dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) tersebut, oleh sebab itu perlu adanya sosialisasi berkelanjutan untuk mengatasi fenomena tersebut.⁵

³ “Sekilas NU Care-LAZISNU” https://nucare.id/sekilas_nu (Diakses pada 7 Juli 2024 Pukul 20:15 WIB)

⁴ S.Safwan, S.,Z. Zulfahmi, dkk, ‘*eksplorasi problematika dan model alternatif optimalisasi zakat di indonesia era perekonomian modern*’. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi vol.3 no.5 (2023). hlm 115-127.

⁵ *Ibid*

Di mana jika fenomena seperti ini terus dianggap biasa saja dan menjadi lumrah di kalangan umum maka nantinya penepatan dana dari proses kegiatan filantropi di kalangan masyarakat ini ditakutkan tidak sesuai sasaran yang membutuhkan, sehingga nantinya tidak akan berimbas kepada penurunan tingkat kemiskinan di Indonesia, oleh sebab itu perlu adanya edukasi dan pengenalan kepada masyarakat terkait dengan penerapan ajaran filantropi yang lebih baik agar dana yang diperoleh bisa disalurkan tepat sasaran, sehingga dengan adanya edukasi ini tujuan dari adanya kegiatan filantropi bisa terlaksana, seperti halnya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Selain fokus kepada penyaluran dana filantropi Nu-Care juga selalu memberikan edukasi dan pemahaman baru terkait dengan kegiatan filantropi salah satunya yaitu dengan melalui berbagai *platform* media sosial, dan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah platform digital Nu-Care, di mana di dalam *platform* tersebut termuat berbagai ajaran-ajaran filantropi yang bertujuan untuk mengajak dan memengaruhi penontonnya agar bisa mempraktikkan ajaran filantropi Islam dalam kehidupan bermasyarakatnya.

Kegiatan dakwah filantropi yang dilakukan oleh Nu-Care di Platform *Digital* memiliki daya tarik atau kekhasan tersendiri dibandingkan dengan lembaga filantropi lainnya, dimana melalui efektifitas digital, integrasi program dan juga penggunaan pendekatan dalam mengajak kepada filantropi menjadi pembeda dari kegiatan Filantropi yang diselenggarakan oleh lainnya.

Selain ikut berupaya dalam membangun kesejahteraan umat, Nu-Care juga memberikan konten-konten yang dimuat dalam *platform digital* Nu-Care yang terdapat unsur dakwah didalamnya baik itu dakwah *bil-lisan*, *bil-qolam*, ataupun *bil-*

hal,⁶ Jadi peneliti ingin mengetahui bagaimana implementasi serta bagaimana potensi pengaruh dari strategi komunikasi dakwah filantropi Islam di dalam *platform digital* Nu-Care dengan menggunakan metode seperti halnya observasi dan dokumentasi secara langsung terhadap produk konten dakwah dengan membatasi jumlah konten berdasarkan rentan waktu bulan Mei sampai dengan November 2024, hal ini menarik karena dari tahun ke tahun konten yang diproduksi semakin menarik penonton dengan jumlah penonton yang meningkat.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana implementasi strategi komunikasi dakwah filantropi Islam dalam *platform digital* Nu-Care?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana implementasi dari strategi komunikasi dakwah filantropi dalam *platform digital* Nu-Care

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini nantinya bisa menjadi sebuah pengetahuan yang baru yang berkaitan dengan konten dakwah yang lebih persuasif di sebuah konten, dan juga dengan adanya penelitian ini bisa mencoba membuka cara pandang yang baru bagi masyarakat terkait dengan bagaimana metode atau cara kita menyampaikan atau menerima pesan dakwah yang disuguhkan pada sebuah konten. Selain itu dalam penelitian ini juga nantinya diharapkan bisa menjadi pengetahuan tambahan atau bahkan baru dalam studi komunikasi Islam dan juga bisa menjadi rujukan bagi penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini nantinya bisa memiliki manfaat dalam hal metode baru penyampaian pesan dakwah pada zaman sekarang ini dengan menggunakan media sosial digital, selain itu dengan adanya kegiatan penelitian ini

⁶ Daniel, Rusyad. *Ilmu dakwah: Suatu pengantar*. (Abqarie Press tahun 2020) hlm 56

diharapkan perilaku filantropi juga bisa meningkat melalui sebuah percontohan

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Ada beberapa teori yang tentunya menjadi sebuah landasan atau dasar dalam seorang peneliti melakukan penelitian ini, dengan ini akan dipaparkan teori apa saja yang ada dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Teori Strategi Komunikasi

Teori strategi bisa dijelaskan melalui dua bagian, yaitu secara bahasa dan istilah. Jika dilihat secara bahasa strategi memiliki arti suatu usaha dalam memenangkan sebuah peperangan, hal ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategos* sedangkan jika dilihat secara istilah strategi bisa diartikan sebagai sebuah rencana yang didalamnya memiliki gabungan antara tujuan, rangkaian, dan kebijakan yang menjadi kesatuan. Dikatakan bahwasanya sebuah strategi dianggap menjadi sebuah rancangan formulasi yang baik guna menciptakan sumber daya yang dapat bersaing.⁷

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach yang mengatakan bahwa komunikasi yang terdapat di dalamnya ada *the meaning construction*, psikodinamika, dan sosiokultural. Dimana pada psikodinamika merupakan sebuah ilmu mengenai bagaimana pengetahuan disampaikan melalui pendekatan emosi, sedangkan pada sosiokultural lebih kepada perubahan sikap seseorang yang dilatarbelakangi oleh lingkungan, dan pada *the meaning construction* merupakan sebuah metode terhadap pemahaman

⁷ WS Zamzani. *Strategi Komunikasi Organisasi*, tahun 2021, hlm 22-25.

seseorang akan sebuah hal.⁸ Pada sebuah kegiatan komunikasi bertujuan guna mempengaruhi komunikan, yang bertindak sebagai komplementer adalah komunikator, dimana antara komunikator dan komunikan bisa saling melengkapi, atau bisa dibedakan menjadi persuder dan persuader.

b. Content Analysis

Teori *content analysis* milik Barelson menjelaskan bahwa ini merupakan sebuah teori ataupun metode dalam sebuah penelitian yang memiliki sifat yaitu pembahasan terhadap suatu objek yang mendalam, dan biasanya berupa media massa. *Content analysis* ini memiliki tujuan untuk mendapatkan deskripsi yang objektif dan sistematis di dalam media komunikasi.⁹

Paradigma naturalistik interpretatif memengaruhi bagaimana penelitian kualitatif dengan tujuan menciptakan sebuah realitas dan juga memahami maknanya, dimana penelitian ini sangatlah memperhatikan proses, peristiwa, dan juga otensitas, dengan menggunakan metode analisis isi seorang peneliti mampu melihat fenomena komunikasi dan menentukan apa yang diteliti serta semua tindakan harus berdasarkan pada sebuah tujuan.

Selanjutnya, pilih unit analisis yang akan dikaji dan sasaran penelitian, tempat, tanggal, dan alat komunikasi harus disebutkan jika subjek penelitian adalah data verbal. Namun, jika subjek penelitian berhubungan dengan satu

⁸ M. Deka, Algamsi “*Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terhadap Followers Nya*“. Lampung: Doctoral dissertation vol.1no.1 (2021) hlm 23

⁹ Rozali, Y. A. *Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah*, (Mediasi, tahun 2022) hlm. 68.

pesan dalam suatu media, pesan tersebut harus diidentifikasi serta media yang mengirimkannya.¹⁰

2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk menghindari adanya kesamaan dan untuk mengetahui bagaimana dan apakah ada penelitian serupa yang sama, oleh sebab itu diperlu adanya penelitian relevan atau tinjauan pustaka untuk mengetahui hal tersebut, disinilah peneliti melakukan hal tersebut. Ada lima penelitian relevan untuk penelitian ini, diantaranya adalah.

Pertama, ada penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media” yang diteliti oleh Siti Aisyah Hajar, M, Syukron Anshori pada tahun 2021. Bertujuan guna mengetahui Farah Qoonita dalam strategi komunikasi persuasif menyampaikan dakwah melalui new media dengan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif yang dipilihnya. Di dalam penelitiannya itu dijelaskan bahwa hasilnya adalah peneliti mendapati bahwa Farah dengan menggunakan new media sebagai media dakwah sangat efektif, sepertihalnya dengan melalui desain grafis serta bahasa yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach¹¹. Adapun perbedaan dari penelitian ini ada pada hasil yang ditemukan bahwa penelitian ini menunjukan melalui new media dakwah bisa berjalan lebih efektif, sedangkan jika pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti harapannya hasil yang diperoleh berupa strategi komunikasi persuasif dalam memengaruhi penonton.

¹⁰ J.Ahmad. *Desain penelitian analisis isi (Content analysis)*. (Research Gate Tahun 2018) hlm. 20

¹¹ S. A. Hajar, & M. S. Anshori. ”Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media” Sumbawa:*Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* vol.2 no.1 (2022) hlm 62-66.

Kedua, ada penelitian yang berjudul “Komunikasi persuasif pada hubungan interpersonal perokok aktif dan pasangannya” yang ditulis oleh Hanafiah Ali, Chatia Hastasari pada tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan dan bagaimana hubungan tersebut antara seorang perokok aktif dengan pasangannya yang perokok pasif, Penelitian ini mengumpulkan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD), menggunakan sampling purposive, dan memastikan keabsahan data dengan triangulasi sumber. Kemudian, data dianalisis dengan mengumpulkan, mereduksi, menampilkan, dan menarik kesimpulan. Teori yang digunakan adalah penetrasi sosial. Dalam Penelitian ini menunjukkan hasil adanya hubungan interpersonal antara perokok aktif dan pasangannya di kalangan mahasiswa UNY salah satunya adalah keterbukaan secara langsung, berupa saran dan nasihat dari aktivitas merokok, dan lainnya.¹² Adapun perbedaan salah satunya ada pada proses pengumpulan data yang menggunakan metode FGD, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable, dimana dalam penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi, dan simak catat.

Ketiga, ada penelitian yang berjudul “komunikasi persuasif pada iklan layanan masyarakat di lembaga penyiaran public TVRI Kaltim versi Go Green” yang diteliti dan ditulis oleh Ariani, Widia, dkk pada tahun 2019. Didalam penelitian ini peneliti mengetahui iklan layanan masyarakat TVRI Kaltim yang mengandung unsur strategi komunikasi persuasif, dengan teori komunikasi yang digunakan adalah milik Laswell. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, dari penelitian ini hasilnya dapat diketahui bahwa iklan tersebut

¹² Hanafiah Ali., & Chatia Hastasari. “Komunikasi Persuasif pada Hubungan Interpersonal Perokok Aktif dan Pasangannya” *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikas*, Vol.1 no.2 (2020) hlm. 35-44.

belum dikatakan efektif karena ada beberapa hal.¹³ adapun perbedaan penelitian ini salah satunya terletak pada penggunaan teori komunikasi yang berbeda serta objek penelitiannya.

Keempat, ada penelitian yang berjudul “Pendekatan Filantropi dalam membangun kesejahteraan masyarakat” diteliti dan ditulis oleh Anuar Puteh, Abdul Ghafur Don, dkk pada tahun 2020. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif melalui mekanisme observasi mendalam dan wawancara, dengan ini peneliti ingin mengetahui sebuah dakwah konvensional menjadi jarang karena adanya internet, dengan teori komunikasi publik. Dari hasil yang ada didapatkan bahwa adanya peningkatan walaupun tidak fluktuatif terhadap jamaah pengajian konvensional.¹⁴ Perbedaannya terletak pada metode pengumpulan datanya yang pada penelitian tersebut menggunakan observasi dan wawancara mendalam, serta pada penelitian tersebut lebih fokus pada dakwah filantropi secara langsung, sedangkan penelitian ini lebih kepada dakwah filantropi di media sosial.

Kelima, ada penelitian yang berjudul ”Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram”, yang diteliti oleh Redla Amjadaeli Fawwaz pada tahun 2023. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan juga paradigma konstruktivisme dan dilengkapi dengan studi kasus melakukan dokumentasi, observasi, dan

¹³ Widia, Ariani, dkk . “Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Lembaga Penyiaran Publik Tvri”, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol.1 no.2(2019) hlm. 167-178

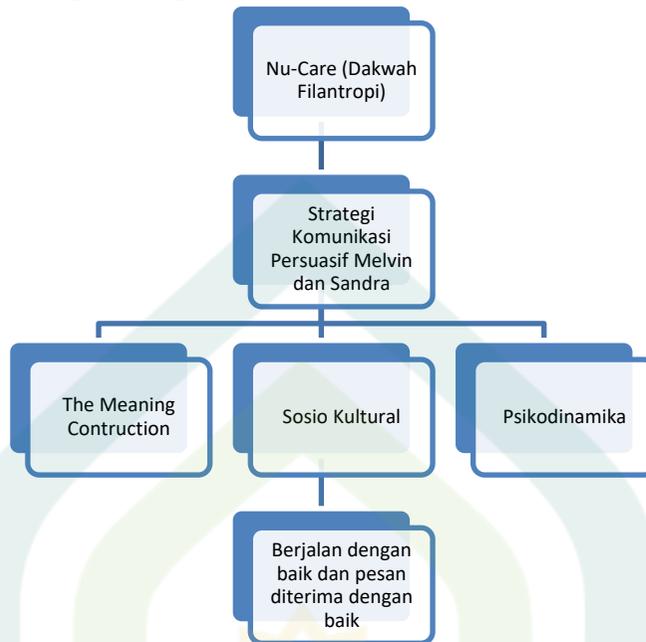
¹⁴ Abdul Ghofur Don, Anuar Puteh, dkk. “Pendekatan Filantropi Dakwah Dalam Membangun Kesejahteraan Masyarakat”.Malaysia: AZKA International Journal of Zakat & Social Finance, vol.4 no.1 (2020) hlm. 44-56.

wawancara. Strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball- Rokeach menjadi teori yang digunakan pada penelitian ini. Bertujuan untuk memanfaatkan kemudahan media sosial melalui akun Instagram @laznasalirsyadpurwokerto untuk membangun motivasi bersedekah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konstruksi makna yang dilakukan Laznas Al-Irsyad Purwokerto yaitu memberikan edukasi seputar sedekah, melakukan sosialisasi penggalangan dana, dan membuat perumpamaan¹⁵ sebenarnya dalam penelitian tersebut banyak terdapat persamaan dengan penelitian ini, adapun perbedaan yang ada yaitu terkait dengan objek penelitiannya, dan juga fokus penelitiannya, dimana dalam penelitian tersebut fokus kepada lembaganya bukan kepada *platform* media sosialnya

Ada beberapa perbedaan dan persamaan secara garis besar antara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu di atas. Berdasarkan metode penelitian yang akan diteliti oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, ini menjadi salah satu persamaan dari lima penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Sedangkan untuk perbedaannya ada pada objek penelitiannya, penelitian ini menjadikan *Platform Digital Nu-Care* sebagai objek penelitiannya. Untuk metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada beberapa kesamaan dengan penelitian relevan yang kelima, yaitu melalui observasi dan dokumentasi.

¹⁵ R. A. Fawwaz. “*Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram*” Jakarta: Bachelor's thesis Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, vol.1 no.2 (2023). hlm. 41

3. Kerangka Berpikir



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

Strategi komunikasi persuasif dakwah filantropi Islam di dalam *Platform Digital* Nu-Care sudah mencakup indikator besar didalam proses komunikasi persuasif yang dibagi menjadi empat indikator yaitu komunikan, komunikator, media, dan pesan. Dalam *platform digital* Nu-Care ini yang berperan menjadi pembawa informasi guna memengaruhi (komunikan/Persuader) yaitu orang-orang yang ada didalam konten tersebut, dimana orang atau pihak tersebut ingin menyampaikan suatu hal informasi (Pesan) kepada orang atau pihak lain, dalam hal penyampaian pesan atau informasi kepada orang atau pihak lain maka Nu-care mempergunakan *platform* media sosial dalam hal ini adalah Media, dan pada akhirnya pesan yang disampaikan oleh komunikator melewati media komunikasi platform bisa tersampaikan dengan baik kepada penerima pesan ataupun informasi.

Dengan ini proses strategi komunikasi dari dakwah filantropi Islam yang dilakukan oleh Nu-Care melalui *platform digital* bisa berjalan dengan baik dan pesannya tersampaikan dengan baik karena sudah memenuhi beberapa indikator tercapainya sebuah proses komunikasi persuasif.

F. METODOLOGI PENELITIAN

Perumusan metodologi penelitian sangat penting dalam penelitian karena hanya dengan metodologi yang jelas penelitian dapat berjalan dengan baik. Metodologi penelitian didefinisikan sebagai metode ilmiah yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang dianggap penting dalam penelitian. Data yang dimaksud dapat berupa data sekunder, primer atau data lainnya, maka peneliti memiliki metodologi penelitian sebagai berikut :

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan studi kasus. Selain itu, penelitian ini berjenis kualitatif karena memberikan deskripsi lebih lanjut tentang objek penelitian atau peristiwa penelitian dan menjelaskan hasilnya yang diperoleh dari analisis sesuai dengan kondisi aslinya.¹⁶

Adapun penelitian ini juga termasuk kedalam penelitian *Netnografi Research*, dimana penelitian ini lebih fokus terhadap pengamatan dan juga observasi secara langsung dalam sebuah media *online* yang meneliti terkait dengan fenomena atau komunikasi yang ada di situs *online*¹⁷.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini berupa sebuah produk konten yang ada di platform digital Nu-Care, *platform* ini bernama Nu-Care. Merupakan sebuah *platform digital* dibawah naungan Nahdlotul Ulama yang isinya

¹⁶ S. Sarosa. “*Analisis data penelitian kualitatif*” (Kanisius, tahun 2020). hlm 7

¹⁷ G. Priyowidodo, *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. (RajaGrafindo Persada-Rajawali, tahun 2022) hlm. 37

merupakan konten tentang ajakan berbuat filantropi yang dilakukan secara konsisten.

3. Sumber Data

Data adalah unsur penting dalam penelitian untuk menentukan kualitas dari sebuah hasil penelitiannya. Ada dua jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian:

- a) **Sumber Data Primer**, Data ini berasal dari objek penelitian itu sendiri, dalam hal ini sumber data didapatkan dari channel youtube Nu Care, yang diperoleh dari hasil mengamati produk konten dari channel tersebut¹⁸
- b) **Sumber Data Sekunder**, Data ini berasal dari selain dari data primer atau diluar data dari objek penelitian, dalam hal ini bisa berasal dari penelitian terdahulu, atau beberapa pendapat ahli yang masih berkaitan dengan penelitian ini.¹⁹

4. Teknik Pengumpulan Data

- a) **Observasi**, adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap apa saja yang menjadi objek penelitian, biasanya dalam hal observasi dilakukan dengan menggunakan panca indra seperti halnya melihat dan atau mendengar dan dilakukan secara sistematis.²⁰
- b) **Dokumentasi**, adalah sebuah teknik pengumpulan data dan informasi, biasanya yang paling sering digunakan dalam bentuk seperti halnya arsip, foto, tulisan, transkrip, dan dokumen dalam bentuk laporan sehingga nantinya akan dilakukan telaah. Dalam penelitian ini nanti dokumentasi bisa berupa potongan gambar dari

¹⁸ I. Muda, M. Doli, dkk. “*Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*”.(USUpress, tahun 2010). hlm. 16

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ N. Martono. “*Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*”(Raja Grafindo Persada, tahun 2010) hlm. 62

channel youtubanya, ataupun bisa transkrip konten videonya.²¹

5. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini nantinya data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode *content analysis* dari Barelson yang menjelaskan bahwa ini merupakan sebuah teori ataupun metode dalam sebuah penelitian yang memiliki sifat yaitu pembahasan terhadap suatu objek yang mendalam, dan biasanya berupa media massa. *content analysis* ini memiliki tujuan untuk mendapatkan deskripsi yang objektif dan sistematis dalam media komunikasi. Adapun secara prosedural biasanya dalam metode *content analysis* ini ditetapkan beberapa langkah yaitu sebagai berikut, yang pertama melakukan kategorisasi, kedua mengumpulkan data, ketiga mengolah data, keempat menyajikan data, dan yang terakhir adalah hasil atau menarik kesimpulan.²²

Adapun prosedur analisis isi dalam penelitian ini adalah dengan cara mengamati produk konten dari *platform digital* Nu-Care, bagaimana mereka menyajikan konten yang bersangkutan dengan sikap kedermawanan, infak, sedekah, dan zakat kepada para penontonnya, sehingga mampu mempersuasi penontonnya untuk ikut melakukan sesuai yang diinginkan oleh *platform* tersebut dengan teknik komunikasi yang dimiliki.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Supaya mempermudah dalam memahami penelitian ini yang berjudul “**Strategi Komunikasi Dakwah Filantropi Islam (Studi Kasus Platform digital Nu-Care)**” maka berikut ini pemaparan mengenai sistematika penulisannya:

²¹ N. Martono. “*Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*”.(Raja Grafindo Persada, tahun 2010) hlm. 62

²² R. S. Melati, S. D. Ardianti, dkk.” *Analisis Karakter Disiplin dan Tanggung Jawab Siswa Sekolah Dasar pada Masa Pembelajaran Daring*”.(Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 2021), hlm 135-137

BAB I : Bab ini memaparkan permasalahan utama yang meliputi, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian baik itu secara teoritis ataupun praktis, tinjauan pustaka yang meliputi lima penelitian relevan terdahulu, metodologi penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB II : Dalam bab ini berisi mengenai landasan teori yang digunakan, seperti halnya teori komunikasi persuasif Melvin dan Sandra, selain itu didalam bab ini juga terdapat kajian konseptual, seperti penjelasan mengenai teori komunikasi persuasif, strategi komunikasi, dakwah *bil-hal*, filantropi, sosial media, dan youtube.

BAB III : Pada bab ini menyangkup mengenai pemaparan dari objek penelitian yang dimaksud, dalam hal ini adalah *Platform digital* Nu-Care, yang meliputi profil, sejarah, konten, dan lain sebagainya.

BAB IV : Pembahasan di bab ini adalah mengenai analisis data hasil penelitian dan juga pembahasan dari hasil temuan selama melakukan observasi dan dokumentasi pada objek kajian perihal strategi komunikasi yang digunakan serta dakwah filantropi didalam konten tersebut dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif,

BAB V : Bab ini merupakan bab penutup atau terakhir yang dimana memuat terkait dengan kesimpulan secara singkat, padat, dan jelas dari apa yang diteliti, dan juga di bab terakhir ini terdapat saran-saran bagi penelitian ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, *Pertama* yaitu konsep strategi komunikasi dakwah filantropi yang ada di *Platform Digital* Nu-Care menggunakan konsep-konsep yang ada pada strategi komunikasi persuasif dari Melvin dan Sandra seperti halnya yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya, seperti *the meaning construction*, psikodinamika, dan sosiokultural. Dengan ini mampu memengaruhi baik itu emosional atau tindakan dari para *audiens* yang ada.

Kedua, selain itu peneliti juga menyimpulkan bahwa *platform digital* Nu-Care ini mampu mengimplementasikan strategi komunikasi, dimana dalam hal ini yaitu strategi komunikasi persuasif milik Melvin dan Sandra kedalam setiap konten yang diproduksinya, adapun dalam praktiknya Nu-Care mengimplementasikan strategi-strategi tersebut dengan melalui berbagai macam pendekatan, seperti halnya pendekatan melalui sisi *human interest* nya dengan menstimulus emosi penonton, selain itu juga bisa diimplementasikan melalui teknik *copywriting* dan juga desain visual yang dapat menambah tingkat ketertarikan seseorang terhadap Nu-Care Laziz-Nu ini.

Melalui implementasi strategi komunikasi persuasif Melvin Sandra ini Nu-Care mampu menerapkannya dengan baik dengan menggunakan berbagai pendekatan dalam setiap produksi konten yang ada di berbagai platform digital yang dimiliki oleh Nu-Care seperti Youtube, Instagram, dan Website sehingga pendistribusian pesan bisa diterima dengan baik.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini peneliti memiliki beberapa saran baik itu secara praktis dan teoritis yang bisa digunakan untuk kemudian hari seperti halnya berikut:

1. Praktis

Peneliti menyarankan kepada Nu-Care untuk bisa lebih memperhatikan managerialnya, hal ini dikarenakan jika tersebut bisa dikelola dengan baik lagi maka bisa menjadi wadah promosi dakwah filantropi yang efektif, hal ini tentunya sejalan dengan pengguna Platform yang begitu besar, selain itu peneliti juga memberikan saran agar sistem uploading konten video di *Platform Digital* Nu-Care bisa dilakukan secara rutin dan konsisten, hal ini karena peneliti melihat masih belum konsisten perihal upload konten video di Platform Digital dalam hal ini adalah Youtube, peneliti melihat seringkali *Channel* tersebut jarang upload video kontennya. Tetapi secara keseluruhan di Platform Digital lainnya sudah baik dalam implementasi strategi yang ada.

2. Akademis

Melalui penelitian ini, Penelitian selanjutnya bisa lebih luas lagi dari penelitian ini dalam hal objek dan focus penelitiannya, selain itu peneliti juga menginginkan penelitian selanjutnya bisa lebih fokus menekankan kepada dampak dari penggunaan strategi dan efektifitas penggunaan stratei dalam memengaruhi khalayak. hal ini dikarenakan dalam penelitian ini belum sampai membahas dalam tentang hal itu, dengan adanya penelitian selanjutnya yang relevan bisa semakin melengkapi dan mengoreksi antara penelitian yang saat ini, dulu dan nanti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, L. (2022). Konsep Dakwah Dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, 7(3).
- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5(9), 1-20.
- Al-Bayanuni, M. A. A. F. (2021). *Pengantar studi ilmu dakwah*. Pustaka Al-Kautsar.
- Alfi, I., & Saputro, D. R. (2018). Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(2), 193-210.
- Ali, H., & Hastasari, C. (2020). Komunikasi Persuasif pada Hubungan Interpersonal Perokok Aktif dan Pasangannya. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 35-44.
- Annual Reaport Nu-Care
- Arif, K. M., Luthfi, A., & Suja'i, A. (2022). Urgensi manajemen dalam dakwah. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 37-50.
- Bahtiar, A. T., Ghazali, B., Nasution, Y. Y., Shonhaji, S., & Yanti, F. (2020). Dakwah Bil Hal: Empowering muslim Economy in Garut. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 14(1), 113-132.
- Don, A. G., Puteh, A., Muhamat, R., & Nasir, B. M. (2020). Pendekatan Filantropi Dakwah Dalam Membangun Kesejahteraan Masyarakat. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 44-56.
- Farma, J., & Umuri, K. (2021). Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat. *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 15.

- Fawwaz, R. A. *Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Green, K. V. G. (2019). *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Lembaga Penyiaran Publik Tvri*.
- Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 62-66.
- Halwati, U. (2023). Potret Dakwah Rasulullah (Dakwah Bil Hal, Bil Lisan dan Bil Qolam). *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 69-78.
- Hardian, N. (2018). Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 42-52.
- Hutagalung, I. (2016). Disonansi Kognitif pada Perilaku Seks Pranikah. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 71-80.
- Liliwari, A. (2010). *Strategi komunikasi masyarakat*. Lkis Pelangi Aksara.
- M Deka, A. (2021). *Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terhadap Followers Nya* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Maftuhin, A. (2022). *Filantropi Islam: Pengantar teori dan praktik*. Magnum Pustaka.
- Maftuhin, A. (2022). *Filantropi Islam: Pengantar teori dan praktik*. Magnum Pustaka.

- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. RajaGrafindo Persada
- Maulana, M. J., & Asbari, M. (2023). Dunia Pasca Pandemi: Perspektif Gita Wirjawan. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 139-142.
- Melati, R. S., Ardianti, S. D., & Fardani, M. A. (2021). Analisis Karakter Disiplin dan Tanggung Jawab Siswa Sekolah Dasar pada Masa Pembelajaran Daring. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 3062-3071.
- Morissan, A. C. W., & Hamid, F. (2010). Teori komunikasi massa. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Priowidodo, G. (2022). *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Purwatiningsih, A. P. (2021). *Masyarakat Kota Semarang dan Filantropi Islam*. Penerbit NEM.
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. In *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19, p. 68).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.
- Suparlan, S. (2019). Teori konstruktivisme dalam pembelajaran. *Islamika*, 1(2), 79-88.
- Triono, T. A., & Sangaji, R. C. (2023). Faktor Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan Di Indonesia: Studi Literatur Laporan Data Kemiskinan BPS Tahun 2022. *Journal of Society Bridge*, 1(1), 59-67.
- Umanailo, M. (2003). Paradigma Konstruktivis. *Paradigma*, 75.

Utomo, K. B. (2018). Strategi dan metode pembelajaran pendidikan agama islam mi. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 5(2), 145-156.

Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).

