

ABSTRAK

Skripsi penulis buat berjudul Strategi Komunikasi Dakwah Relawan Dalam Merealisasikan Pembangunan Pondok Pesantren an-Najah Melalui Celengan Keluarga. Latar belakang Masalah pada penelitian ini adalah ketertarikan peneliti melihat adanya masalah di Pondok Pesantren an-Najah, terlihat dari kurangnya anggaran dalam pembangunan gedung pondok pesantren an-Najah yang membuat terbengkalainya pembangunan tersebut. Sehingga para relawan memiliki kreatifitas untuk membagikan celengan keluarga kepada masyarakat untuk mendedekahkan sebagian hartanya dengan harapan hasil yang didapat bisa digunakan untuk membangun gedung Pondok Pesantren tersebut. Dalam hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah relawan dan meengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam merealisasikan pembangunan pondok pesantren an-Najah. Teori yang digunakan pada skripsi ini adalah teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell untuk menerangkan kegiatan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “who, says what, which channel, to whom, with what effect”. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan jenis penelitian lapangan (field research). Sumber data penelitian ini berjumlah 4 orang. Data didapatkan melalui observasi,wawancara dan dokumentasi.Adapun hasil penelitian ini mendeskripsikan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh relawan Pondok Pesantren an-Najah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk bersedekah melalui celengan keluarga dengan memperhatikan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell yaitu: Pertama Strategi Komunikasi Dakwah Relawan dalam Merealisasikan pembangunan Pondok Pesantren an-Najah yakni para relawan lah yang menjadi komunikator untuk memilih seseorang atau masyarakat yang memiliki kredibilitas tinggi seperti tokoh masyarakat atau pejabat untuk dapat andil dalam penerima celengan keluarga yang gunanya untuk merealisasikan pembangunan gedung Pondok Pesantren an-Najah. Kedua, pesan yang disampaikan para relawan adalah himbauan untuk bersedekah menyisihkan sebagian hartanya melalui celengan keluarga guna untuk keberlangsungan dalam merealisasikan pembangunan gedung Pondok Pesantren an-Najah. Ketiga, media yang digunakan para relawan untuk mengenalkan celengan keluarga kepada para masyarakat luas yakni meliputi media elektronik dan media sosial seperti whatsapp, youTube, Instagram dan Facebook. Serta para relawan mengadakan event seperti perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW, Syafari Rhamadhan, dan acara wisuda tahfidz yang diselenggarakan di Pondok Pesantren an-Najah. Keempat, Dalam pemilihan komunikan tidak ada batasan usia untuk pengambilan celengan keluarga tersebut, dalam arti siapapun boleh mengambil celengan keluarga tersebut. Kelima, efek yang diharapkan dalam hal ini adalah gedung Pondok Pesantren an-Najah segera terealisasikan agar dapat berdiri dan ditempati para santri.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Dakwah, Relawan Pondok Pesantren An-Najah, Celengan Keluarga.*