

ABSTRAK

Anisa Nurul Azizah (1640210067). Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat. Skripsi. Kudus: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). IAIN Kudus. 2022.

Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat untuk berdonasi menggunakan strategi komunikasi dakwah. Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui strategi komunikasi dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat (2) mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi komunikasi dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat. Manfaat penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi dakwah yang berkaitan dengan sedekah. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan studi lapangan pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati. Subyek dalam penelitian ini ketua cabang Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati yakni Gufiadi Setyo Indrawan dan beberapa donatur Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati yakni Khoirul Anwar, Adi Saputro, Maisyaroh dan Umi Salamah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi komunikasi dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat dengan meninjau tujuan, segmentasi khalayak, strategi penyusunan program kegiatan, dan media yang digunakan; promosi sosial media, program momentum, artis sebagai influencer, bekerjasama dengan lembaga lain dan respon cepat tanggap terhadap kebencanaan lokal. 2) Faktor penghambat dalam strategi komunikasi dakwah menarik minat sedekah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati yaitu; Faktor Internal, semangat relawan Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang masih naik turun dalam mensosialisasikan kepada masyarakat. Eksternal, banyaknya lembaga sudah bekerjasama dengan NGO (*Non-Government Organisation*) yang juga berkiprah dibidang sosial kemanusiaan dan kegiatan sosial. 3) Dan faktor pendukungnya adalah masyarakat wilayah itu sendiri, serta kemajuan teknologi informasi memudahkan dalam menyebarkan program dan berdonasi.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Dakwah, Sedekah, ACT Pati.*