

ABSTRAK

Jamilah Nurhalimah. *Strategi Penyiaran Remotivi dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Produk Halal (Studi Kasus Pada Strategi Penyiaran Remotivi Dalam Video Mendadak Halal Di Media Sosial Youtube).*

Era globalisasi yang dihadapi saat ini membuat media dan informasi menjadi kebutuhan. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi harus diwaspadai karena bisa jadi bumerang untuk para pengguna. Lembaga Remotivi hadir dengan fokusnya terhadap isu-isu yang tengah terjadi di masyarakat, yang paling utama adalah membahas salah satu unsur dalam materi dakwah yaitu syariat, mempertanyakan kehalalan produk sandang.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data terkait strategi penyiaran yang dilakukan oleh channel *youtube* remotivi. Videonya yang berjudul “Mendadak Halal” telah memoderasi masyarakat media sosial *youtube* untuk saling menyampaikan gagasan yang argumentatif di kolom komentar milik mereka. Peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus yang mengkaji lebih dalam soal lembaga dan produksi video milik Remotivi. Peneliti menemukan sebuah keunikan yang dapat dikomparasikan dengan channel *youtube* lain yaitu “kok bisa” dalam hal mengedukasi masyarakat.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi sebuah model komunikasi, yaitu model S-M-C-R David K. Berlo pakar ilmu komunikasi dari Amerika Serikat. Komponen dalam penelitian ini telah memenuhi unsur dalam model S-M-C-R. Remotivi sebagai *source*, mendadak halal sebagai *message*, *youtube* sebagai *channel*, dan *netizen* sebagai *receiver*. Asumsi teori S-M-C-R dianalogikan dengan strategi penyiaran Remotivi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu halal, khususnya label yang ada pada produk sandang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam pemilihan topik, pengemasan pesan, dan penggunaan metode penyampaian pesan yang dipilih. Untuk memastikan materi yang dipilih merupakan materi dakwah yang ditujukan kepada umat islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a. Pemilihan topik di Remotivi dilakukan sebab pihak Remotivi ingin memilih dan menyaring isu sosial yang tengah menjadi perhatian dan diduga terdapat kejanggalan didalamnya. b. Pengemasan pesan yang dilakukan oleh Remotivi dibuat dengan merumuskan poin-poin yang dielaborasi sebelumnya dengan riset yang mendalam. c. Metode penyampaian pesan yang dilakukan oleh Remotivi merupakan strategi pendekatan kepada komunikasi. Pendekatannya menggunakan pesan yang tidak hanya bersifat informatif tapi juga persuasif. Langkah-langkah penyampaian pesan yang dilakukan Remotivi adalah, yang pertama dengan memoderasi, Remotivi menjadi moderator masyarakat media dengan menyampaikan gagasan hasil penelitian mengenai isu mendadak halal. yang kedua dengan diskusi.

Kata kunci: Strategi, Remotivi, Halal, Model S-M-C-R.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG