

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat modern saat ini menghadapi rutinitas hidup yang serba cepat, ditandai dengan kemudahan akses informasi, persaingan ketat, dan tuntutan pekerjaan yang padat. Kondisi ini kerap membawa individu pada stres, kecemasan, kehampaan spiritual, dan krisis jati diri.¹ Situasi tersebut turut memicu pergeseran perilaku komunikasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan spiritualnya, di mana media digital menjadi salah satu saluran utama yang dimanfaatkan.² Apresiasi terhadap ekspresi seni religius pada dasarnya merefleksikan kebutuhan komunikasi spiritual tersebut.

Komunikasi dakwah dapat disampaikan melalui berbagai model dan media, mulai dari pendekatan konvensional yang telah lama diterima masyarakat, hingga pendekatan berbasis seni yang terus berkembang seiring dinamika zaman. Pendekatan seni sebagai media dakwah bukanlah fenomena baru dalam sejarah penyebaran Islam di Nusantara. Sejak era Walisongo, seni musik dan pertunjukan telah dimanfaatkan sebagai media dakwah, sebagaimana dicontohkan oleh Sunan Kalijaga yang menggunakan tembang Jawa seperti Lir-Ilir serta pertunjukan wayang kulit diiringi gamelan untuk menyisipkan nilai-nilai keislaman kepada

¹ Zaki Putra dkk. "Sufisme Urban: Oase Ketenangan Batin Di Tengah Hiruk Pikuk Modernitas." *Spiritualita* 9, no. 2 (2025): 111.

² Candra Krinsa Jaya dan Lalu Muh Reza Pratama. "Dakwah Di Era Digital: Inovasi Media Sebagai Respon Terhadap Kebutuhan Umat Kontemporer." *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 1 (2025): 12.

masyarakat. Tradisi ini menunjukkan bahwa dakwah melalui seni musik memiliki akar sejarah yang panjang dan terus bertransformasi mengikuti perkembangan zaman. Komunikasi dakwah pun dapat disampaikan melalui berbagai model dan media, mulai dari pendekatan konvensional hingga pendekatan berbasis seni yang terus berkembang seiring dinamika zaman.

Dalam praktiknya, penyampaian pesan dakwah dituntut untuk terus beradaptasi mengikuti karakteristik audiens dan perkembangan zaman.³ Sebuah prinsip yang menjadi dasar munculnya berbagai variasi pendekatan komunikasi dakwah, di luar pendekatan yang selama ini umum digunakan melalui forum formal seperti ceramah dan mimbar keagamaan⁴ Perkembangan ini membuat masyarakat semakin terbuka terhadap ekspresi seni sebagai bagian dari komunikasi keagamaan, termasuk musikalisasi puisi.⁵ Musik, sebagai medium komunikasi yang dekat dengan kehidupan manusia, dinilai mampu menjadi instrumen penyiaran nilai keislaman yang cair, adaptif, serta minim resistensi.⁶ Musikalisasi puisi dinilai mampu menjadi jembatan yang efektif untuk meminimalkan jarak sosial antara

³ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 20.

⁴ Muhammad, N., Nurul, A., & Anang, S. "Manajemen Dakwah Perspektif Emha Ainun Nadjib Dalam Pendekatan Kultural Dan Humanis," *Jurnal Pedagogi Dan Inovasi Pembelajaran*, (2026): 11.

⁵ Lalu Ikhwan Rosidi, "Dakwah Menggunakan Media Musik Religi (Studi Terhadap Modern Naseed The Power Of Sholawat Desa Jerneng Kecamatan Labuapi Lombok Barat)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2023), 1.

⁶ Fuadi, M. H., & Alfarisi, S. (2023). *Dakwah Dengan Seni Musik*. Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah.

penyiar dakwah dan umatnya.⁷ Dalam setiap bait lagu, pesan spiritual pada dasarnya dapat dirasakan ketika seseorang membuka diri untuk menghayatinya secara berulang.⁸

Musikalisasi puisi secara khusus hadir sebagai salah satu variasi pendekatan yang melengkapi ragam komunikasi dakwah yang telah ada, terutama agar pesan dakwah tetap relevan bagi masyarakat urban.⁹ Sebagai medium dakwah, puisi religius dapat menyampaikan ajaran Islam secara lebih lembut dan menyentuh dibanding ceramah verbal.¹⁰ Di antara berbagai musisi yang mengusung pendekatan ini, kehadiran Panji Sakti memberikan warna baru dalam ranah musik religi Indonesia. Strategi dakwah kreatifnya memadukan lirik puisi metaforis dengan instrumen musik sederhana dinilai didiga mampu menyentuh keresahan spiritual generasi muda, khususnya Gen Z.¹¹ Karakteristik dakwah melalui media seni yang menyentuh ruang batin ini sejalan dengan efektivitas internalisasi nilai moral dan akhlak lewat karya sastra yang dilagukan.¹² Pentingnya stimulasi ide kreatif dalam memproduksi pesan keagamaan agar nilai Islam tetap dapat diterima secara luwes oleh

⁷ Junanah dkk. "Dialectics of Islam and Bengal: A Study of the Da'wah Strategy of the Mafia Sholawat in Java". *Contemporary Education and Community Engagement* (2025).

⁸ Luthfi Ulfa Ni'amah, Muchamad Rudi Cahyono, dan M. Habib Akbar Rafsanjani, "Eksplorasi Pesan Dakwah pada Lagu Populer Alamate Anak Sholeh," *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 24, no. 2 (Desember 2024): 273.

⁹ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 20.

¹⁰ Ahmad Al Hallaji dan Muhammad Fajar Tubagus Dewantara, "Estetika Puisi Religius Pada Penampilan Teater Islami dalam Eksplorasi Dirasah Mashrahiyyah," dalam *Mahakarya Seni Al Amanah* 2025, 3

¹¹ Amalia Khairul Mafaza, Fathimah Zahro Al Khoziyah, Ludfiya Nurcahyani Oktafiya, dan Yasmina Bilqis Muharomah "Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi Di Tiktok: Studi Kasus Pada Akun @Taarts Tok," *As-Sulthan Journal Of Education*, 1(4), (2025): 4.

¹² Rifqi Syekh Zulfikar, Rodliyah Khuza'i, dan Irfan, Safrudin, "Analisis Semiotika Nilai Akhlak dalam Musikalisasi Puisi Sang Guru." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 5, no. 2 (2025), 74.

masyarakat modern.¹³ Daya tarik yang dimiliki Panji Sakti menjadi indikasi bahwa sebagian masyarakat modern turut mencari variasi pendekatan komunikasi dakwah yang lebih personal dalam upaya menemukan ketenangan batin.

Salah satu karyanya, lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" diadaptasi dari syair Maulana Jalaluddin Rumi dan merupakan musikalisasi puisi yang menarik untuk dikaji. Karya ini bukan sekadar bentuk seni biasa, melainkan sarana yang menuntun jiwa manusia menuju ketenangan, pemaknaan hidup, serta penghayatan hubungan antara manusia dengan Tuhan. Ketertarikan peneliti terhadap karya ini bermula dari pengamatan terhadap suasana yang terbangun dalam konser Panji Sakti, di mana lagu tersebut tampak mampu menghadirkan ruang kontemplatif bagi para penontonnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa syair Rumi mendorong seseorang untuk menjadi lebih baik sehingga dapat digunakan sebagai media terapi jiwa.¹⁴

Berdasarkan fenomena tersebut, kehadiran musikalisasi puisi "Wahai Air Mata yang Berlinang" dapat dipandang sebagai salah satu strategi komunikasi dakwah alternatif bagi masyarakat modern, baik bagi kelompok yang memiliki keterbatasan ruang dan waktu maupun bagi kelompok

¹³ Erwan Efendi, Cindy Suci Aisyah Simarmata, dan Rizky Fadli Harahap. "Menciptakan Ide Kreatif." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3, no. 2 (2023).

¹⁴ Dianing, Pra Fitri dan Tomi. Budianto, "Terapi Muhasabah Dalam Syair Jalaluddin Rumi," *Eaic: Esoterik Annual International Conferences*, vol. 1, no. 01 (November 2022).

masyarakat yang memiliki preferensi berbeda dalam menerima pesan keagamaan.¹⁵

Dalam membedah strategi dakwah kreatif yang diterapkan Panji Sakti, peneliti menggunakan teori strategi dakwah untuk mengkaji bagaimana strategi dakwah yang diterapkan oleh Panji Sakti. kreativitas Mel Rhodes sebagai pisau analisis utama, yang membagi strategi kreatif ke dalam empat dimensi: *Person* (pribadi), *Process* (proses), *Press* (lingkungan), dan *Product* (produk).¹⁶ Kebutuhan masyarakat akan variasi pendekatan komunikasi dakwah yang lebih personal menjadi salah satu pendorong kreativitas Panji Sakti dalam menciptakan musikalisasi puisi ini sebagai alternatif komunikasi dakwah yang efektif. Sejalan dengan pemikiran Asep Saeful Muhtadi, penyampaian pesan dakwah dituntut untuk selalu adaptif terhadap perkembangan zaman.¹⁷

Beberapa kajian terdahulu yang mengkaji Panji Sakti pada umumnya didominasi oleh pendekatan sastra dan gaya bahasa. Dalam konteks ini, bagaimana strategi kreatif Panji Sakti mengemas nilai spiritual melalui medium musikalisasi puisi, serta bagaimana dampak yang dirasakan oleh pendengar lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang," menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut. Di tengah berkembangnya fenomena musikalisasi puisi sebagai medium dakwah alternatif. Panji Sakti sebagai musisi sekaligus

¹⁵ Muhammad, N., Nurul, A., & Anang, S. "Manajemen Dakwah Perspektif Emha Ainun Nadjib Dalam Pendekatan Kultural Dan Humanis," Jurnal Pedagogi Dan Inovasi Pembelajaran, (2026): 11.

¹⁶ Mel Rhodes, "An Analysis of Creativity," The Phi Delta Kappan 42, no. 7 (1961): 307.

¹⁷ Asep Saeful Muhtadi, Komunikasi Dakwah (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 45.

komunikator dakwah belum pernah dikaji melalui perspektif komunikasi dakwah. Sebagaimana diuraikan pada uraian penelitian terdahulu, kajian-kajian sebelumnya mengenai Panji Sakti umumnya masih didominasi pendekatan sastra dan gaya bahasa, sementara kajian terhadap musisi religi lain berfokus pada genre musik populer yang berbeda karakteristiknya dari musikalisasi puisi sufistik.

Berdasarkan pemetaan tersebut, penggunaan teori strategi dakwah dan teori kreativitas 4P Mel Rhodes juga belum pernah diterapkan dalam penelitian sebelumnya untuk membedah strategi dakwah kreatif semacam ini. Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini tidak hanya mengkaji bagaimana kreativitas Panji Sakti terbentuk, tetapi sekaligus menelaah efek dakwahnya pada pendengar dalam satu kajian akademis.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini difokuskan untuk mengungkap strategi komunikasi dakwah kreatif Panji Sakti melalui musikalisasi puisi dalam lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang." Melalui studi ini, penelitian diharapkan dapat menjelaskan bagaimana strategi dakwah kreatif Panji Sakti dirancang, bagaimana pengemasan pesan dakwah diterapkan melalui praktik komunikasi di lingkungan industri musik, khususnya musikalisasi puisi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku dakwah untuk merumuskan strategi yang adaptif dan mampu menjangkau ruang-ruang yang belum banyak tersentuh oleh pendekatan dakwah yang telah ada, serta menawarkan perspektif baru dalam kajian komunikasi dan penyiaran Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, terdapat tiga pokok pembahasan yang akan dikaji dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana strategi dakwah kreatif Panji Sakti melalui musikalisasi puisi?
2. Bagaimana cara Panji Sakti dalam mengemas pesan dakwah dalam lagu “Wahai Air Mata Yang Berlinang”?
3. Bagaimana efek dakwah lagu “Wahai Air mata Yang Berlinang” pada para pendengar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk memahami bagaimana strategi dakwah kreatif Panji Sakti melalui musikalisasi puisi.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara Panji Sakti dalam mengemas pesan dakwah dalam lagu “Wahai Air Mata Yang Berlinang”
3. Untuk mengetahui bagaimana efek yang dirasakan oleh para pendengar lagu “Wahai air Mata Yang Berlinang”

Penelitian ini diharapkan tidak hanya dapat menjadi jawaban bagi berbagai pertanyaan diatas, namun juga dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dinataranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian yang membahas mengenai komunikasi dakwah melalui pendekatan seni musik sehingga dapat menjadi referensi penelitian terkait lainnya.
- b. Memberikan kontribusi terhadap penggunaan teori 4P's of Creativity dalam membedah pesan dakwah melalui seni

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi rujukan oleh para dai dalam merumuskan strategi dakwah sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif kepada para mad'u. selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai inspirasi dalam merumuskan bahan ajar maupun referensi perkuliahan seperti komunikasi dakwah, psikologi dakwah hingga strategi komunikasi digital.

D. Kerangka Teori

1. Dakwah dan Ruang Lingkup

a. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa arab *da'aa*, *yad'uu*, *da'wata* yang memiliki arti mengajak, menyeru, atau memanggil. Istilah dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk ajakan menuju kebaikan yang menjauhi kemungkaran. Dalam prakteknya, sebuah dakwah dilakukan untuk mengubah

pesan agama yang memiliki arti dan berperan besar dalam pembentukan persepsi umat tentang nilai kehidupan.¹⁸

Dakwah merupakan sebuah proses penyampaian pesan kebajikan oleh dai (komunikator) kepada mad'u (komunikan). Oleh karena itu, dakwah merupakan sebuah upaya penyampaian ajaran agama berupa kebaikan, moralitas serta kesadaran spiritual agar manusia senantiasa berada di jalan Allah dan menjauhi kemungkaran. Dakwah memiliki peran besar dalam membentuk pemahaman bagi siapa saja yang menerimanya. Adapun tujuan utama dakwah adalah mentransformasikan nilai-nilai yang telah diajarkan ke dalam wujud perilaku yang nyata yakni dengan memadukan kehendak tuhan dengan tuntutan realitas¹⁹

b. Unsur Dakwah

Sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nahl ayat 125, dakwah dapat dilakukan melalui beberapa metode yakni melalui hikmah, pengajaran yang baik serta berdebat dengan cara yang baik. Hal ini bertujuan agar pesan dakwah dapat diterima dengan lapang. Selain itu terdapat operasionalisasi dakwah yang lain yakni berupa lisan, tulisan maupun sebuah seni. Adapun bentuk melalui lisan seperti berupa ceramah, seminar, khutbah dan lain-lain. Sedangkan dakwah melalui seni dapat berupa seni lukis,

¹⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 17.

¹⁹ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 33

seni tari maupun seni musik.²⁰ Terdapat beberapa komponen dalam komunikasi dakwah antara lain:

1. Dai

Dai adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah baik berupa lisan maupun perbuatan dan baik berupa individu maupun kelompok. Pada dasarnya setiap umat islam berperan sebagai juru dakwah yang artinya orang yang harus menyampaikan atau sering disebut juga sebagai komunikator dakwah²¹

2. Mad'u

Mad'u merupakan penerima atau sasaran dakwah. Mad'u dapat berupa individu maupun kelompok dan tidak harus beragama islam dengan kata lain mad'u bersifat menyeluruh. Menurut Pimay, objek dakwah dapat berubah seiring dengan perubahan aspek sosiokultural sehingga senantiasa mendapat perhatian khusus bagi pelaksana dakwah.²²

3. Pesan dakwah

Pesan dakwah merupakan sebuah ajaran kebaikan yang ingin disampaikan oleh da'i kepada sasaran dakwah. Pada dasarnya pesan dakwah berupa ajaran islam seperti tauhid maupun akhlak baik sesuai ajaran islam

²⁰ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997), Hal 19

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 19.

²² Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri* (Semarang: Rasail, 2009) hal. 187

4. Media dakwah

Terdapat berbagai pilihan media dakwah yang dapat digunakan misalnya berupa ceramah secara langsung maupun melalui media elektronik seperti radio, TV maupun melalui media sosial. Media merupakan bentuk kata jamak dari bahasa latin *mediom* yang berarti sebuah alat penghubung atau perantara. Sedangkan secara istilah, kata ini berarti segala sesuatu yang digunakan dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah dapat diartikan sebagai suatu jembatan penghubung untuk menyampaikan pesan dakwah

Apabila dilihat dari instrumennya maka terdapat 4 sifat sebuah media sebagaimana diapaparkah oleh Drs. Slamet Muhaemin yakni berupa visual, audio visual, auditif dan cetak.²³

5. Efek dakwah

Efek atau umpan balik merupakan respons dari proses dakwah. Efek tersebut dapat terjadi pada ranah kognitif, afektif maupun psikomotrik.²⁴ Menurut Jalaluddin Rahmat, dampak akan terjadi lantaran efek kognitif yaitu terjadi jika terdapat perubahan pada apa yang diterima, diketahui, dipahami dan

²³ Hasanuddin, *Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996) Hal. 43

²⁴ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 45.

dipersepsi oleh audiens yang berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.²⁵

Dalam konteks penelitian ini, unsur dakwah saling berkaitan. Panji Sakti berperan sebagai komunikator dakwah atau dai'i. musikalisasi puisi sebagai medium dakwah, para pendengar sebagai mad'u, dan dampak yang dirasakan para pendengar sebagai efek dakwah.

Kedua kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini pada dasarnya saling terhubung dalam satu alur analisis yang utuh. Dimensi *Product* dalam teori kreativitas Mel Rhodes, yakni lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" sebagai hasil akhir proses kreatif, berfungsi sebagai titik temu antara sisi komunikator dan sisi penerima pesan. Produk kreatif inilah yang kemudian menjadi stimulus yang memunculkan efek dakwah pada mad'u, sebagaimana dijelaskan melalui tahapan efek kognitif, afektif, dan konatif dalam teori komunikasi dakwah Asep Saeful Muhtadi. Dengan demikian, teori 4P Mel Rhodes menjelaskan bagaimana pesan dakwah dikemas secara kreatif oleh Panji Sakti, sedangkan teori efek dakwah menjelaskan bagaimana kemasan tersebut diterima dan berdampak pada pendengarnya, sehingga kedua kerangka ini membentuk satu

²⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 21.

model analisis yang berkesinambungan mulai dari proses produksi pesan hingga penerimaannya oleh mad'u.

c. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan suatu usaha yang dirancang secara sistematis dan terarah untuk tujuan fungsi dalam suatu organisasi.²⁶ Strategi adalah rencana suatu tindakan yang diterapkan pada keseluruhan pelaksanaan. Secara konseptual, strategi dipahami sebagai suatu patokan dalam bertindak untuk mencapai suatu rencana. Strategi dakwah berarti siasat maupun taktik yang dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah.²⁷

Secara epistemologis, strategi di definisikan sebagai suatu rencana atau pendekatan yang disusun berdasarkan pemahaman dan pengetahuan tentang suatu masalah atau situasi tertentu yang melibatkan pemikiran yang cermat, perencanaan yang terorganisir, serta pemilihan tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi dakwah merupakan proses penyusunan rencana kerja dakwah yang memanfaatkan metode dan sumber daya secara tepat, serta disusun untuk mencapai tujuan dakwah

²⁶ Hadari, Nawawi, "Manajemen Strategis: Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah Dengan Ilustrasi Di Bidang Pendidikan", (Yogyakarta: Gajah Mada University Press), 147.

²⁷ Awaluddin Pimay, "Paradigma Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof. Kh Saifuddin Zuhri" (Semarang: Rasail, 2009). 171

yang dirumuskan secara jelas dan terukur. Menurut Ali Aziz, dakwah terbagi menjadi tujuan utama, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai ajaran Islam, dan tujuan khusus, yaitu tahapan-tahapan perantara menuju tujuan utama tersebut. Dengan mengutip pemikiran Effendi, Ali Aziz turut menegaskan bahwa strategi dakwah perlu memperhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lasswell, yaitu *who says what in which channel to whom with what effect*, sementara Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah (*manahij al-da'wah*) sebagai sistem perencanaan dakwah beserta kerangka kerjanya.²⁸

Menurut Ali Aziz, strategi dakwah merupakan proses penyusunan rencana kerja dakwah yang memanfaatkan metode dan sumber daya secara tepat, serta disusun untuk mencapai tujuan dakwah yang dirumuskan secara jelas dan terukur.²⁹ Ali Aziz turut menjelaskan bahwa tujuan dakwah terbagi menjadi tujuan utama, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai ajaran Islam, dan tujuan khusus, yaitu tahapan-tahapan perantara menuju tujuan utama tersebut. Dengan mengutip pemikiran Effendi, Ali Aziz turut menegaskan bahwa strategi

²⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019, 300.

²⁹ Ibid.

dakwah perlu memperhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lasswell, yaitu *who says what in which channel to whom with what effect*, sementara Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah (*manahij al-da'wah*) sebagai sistem perencanaan dakwah beserta kerangka kerjanya.³⁰

Strategi merupakan rancangan kegiatan, yang menunjang keberhasilan suatu pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Strategi juga merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan penerapan ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Semakin kreatif dalam memecahkan masalah maka akan semakin kecil tingkat kesalahan yang mungkin timbul di masa yang akan datang.³¹

2. Musik Sebagai Media Dakwah Kontemporer

Musik kontemporer merupakan gaya musik yang tidak terikat pada jenis tertentu yang memungkinkan adanya perpaduan antara musik dahulu dengan musik modern. Musik menjadi sarana yang tepat dalam penyampaian dakwah. Musik, sebagai salah satu cabang seni paling populer, muncul menjadi wasilah (media) dakwah yang memiliki daya penetrasi sosiologis yang luar biasa. Keunggulan musik terletak pada kemampuannya menciptakan atmosfer emosional tertentu yang dapat

³⁰ Ibid.

³¹ Ayu Febriana Zaputri, "Strategi Dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah Melalui Media Sosial" (PhD diss., UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2025). 10

mengkondisikan batin pendengar untuk lebih siap menerima pesan-pesan spiritual.

Pada dasarnya aktivitas dakwah harus mampu untuk beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Seorang dai harus menawarkan model dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman. Kesuksesan dakwah terletak pada kemampuan dai untuk mengemas dan menyampaikan pesan dakwah kepada mad'unya tanpa mengurangi isi dari pesan yang disampaikan. Sebagai upaya untuk mencapai tujuan tersebut maka seorang dai perlu akrab dengan teknologi serta memahami teknik dan strategi untuk mengoptimalkan peran dan manfaat dari sebuah media. Seorang dai perlu memanfaatkan sebuah media untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada para jamaah kapan saja dan di mana saja.³²

3. Teori Kreativitas Mel Rhodes

Untuk membedah strategi dakwah kreatif Panji Sakti dari sisi komunikator, peneliti ini menggunakan teori kreativitas dari Mel Rhodes yang secara sistematis mampu menguraikan proses kreatif panji sakti sebagai komunikator dakwah menggunakan empat dimensi yang saling berkaitan. Kreativitas pada dasarnya merupakan fenomena yang kompleks dan bersifat sintesis, sehingga tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu komponen tunggal. Mel Rhodes menemukan bahwa definisi kreativitas dapat dianalisis menjadi empat dimensi yang saling berkaitan. Keempat

³²Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori Pendekatan Dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 5.

untaian tersebut kemudian dikenal sebagai empat P kreativitas, yaitu *person* (pribadi), *process* (proses), *press* (tekanan/lingkungan), dan *product* (produk).³³ Keempat dimensi tersebut dalam penelitian ini digunakan sebagai pisau analisis utama untuk membedah strategi dakwah kreatif Panji Sakti.

Dimensi *person* mencakup aspek kepribadian, kecerdasan, temperamen, sikap, kebiasaan, konsep diri, serta sistem nilai individu yang melatari kapasitas kreatif seseorang. Dalam penelitian ini, dimensi *person* digunakan untuk menelaah sosok Panji Sakti sebagai pencipta karya, termasuk latar belakang, nilai-nilai, dan pandangan keagamaan yang mendasari penciptaan musikalisasi puisi tersebut. Dari sosok inilah kemudian muncul rangkaian aktivitas mental yang membentuk dimensi *process*, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, pemikiran, hingga komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang ketika menciptakan suatu gagasan. Dimensi ini digunakan untuk mengungkap bagaimana proses kreatif Panji Sakti berlangsung, mulai dari munculnya ide adaptasi syair Jalaluddin Rumi hingga proses penyusunan lirik dan musik dalam lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang".

Proses kreatif tersebut tidak terjadi dalam kehampaan, melainkan dipengaruhi oleh dimensi *press*, yang menjelaskan hubungan timbal balik antara individu dan lingkungannya, di mana faktor-faktor ekologis dapat membentuk tekanan psikologis yang bersifat mendukung maupun

³³ Mel Rhodes, "An Analysis of Creativity," *The Phi Delta Kappan* 42, no. 7 (1961): 307.

menghambat proses kreatif seseorang. Dalam konteks penelitian ini, dimensi *press* digunakan untuk melihat bagaimana kondisi sosial, keagamaan, dan kebutuhan spiritual masyarakat modern menjadi faktor pendorong bagi Panji Sakti dalam menciptakan karya tersebut sebagai alternatif komunikasi dakwah.

Pada akhirnya, keseluruhan interaksi antara *person*, *process*, dan *press* tersebut bermuara pada dimensi *product*, yaitu hasil akhir dari proses kreatif yang telah diwujudkan dalam bentuk nyata, baik berupa gagasan, karya, maupun artefak yang dapat dikomunikasikan dan dimaknai oleh orang lain. Dalam penelitian ini, dimensi *product* diarahkan pada lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" itu sendiri sebagai produk kreatif yang menjadi objek analisis utama, baik dari segi lirik, musik, maupun pesan dakwah yang terkandung di dalamnya. Menurut Mel Rhodes, konsep dasar dalam pengembangan ide kreatif mengacu pada kemampuan seseorang (*person*) dalam merealisasikan ide-ide (*product*) yang diperoleh dari proses berpikir (*process*) dalam mengembangkan sebuah ide sebagai tindakan untuk memenuhi suatu kebutuhan yang dipengaruhi oleh kebutuhan lingkungan.³⁴

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan dikaji. Penelusuran ini bertujuan untuk memastikan adanya kebaruan penelitian

³⁴ Mel Rhodes, "An Analysis of Creativity," *The Phi Delta Kappan* 42, no. 7 (1961): 307.

sekaligus untuk memperkuat landasan teoretis yang digunakan, berikut ini adalah sepuluh penelitian terdahulu yang relevan.

No	Judul	Penulis (Tahun)	Persamaan	Perbedaan	Kebaruan Penelitian Ini
1	Musikalisasi Puisi Sang Guru Karya Panji Sakti dari Puisi Puji Jagad Karya Nurlaelan	Mutia Rahmi Zafirahana, Yudi Sukmayadi, Tono Rachmad Pujo Hartono (2022)	Sama-sama menjadikan Panji Sakti sebagai objek yang diteliti	Penelitian terdahulu fokus pada proses penciptaan karya "Sang Guru"; penelitian ini fokus pada strategi dakwah kreatif dalam lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang"	Mengangkat objek lagu yang belum pernah diteliti, dengan fokus pada strategi dakwah, bukan sekadar proses penciptaan karya
2	Syiar Islam Melalui Musik di Era Sosial Media	Jumarnis (2021)	Sama-sama menggunakan musik sebagai media dakwah	Penelitian terdahulu memakai musik sebagai penambah daya tarik visual; penelitian ini mengkaji aransemen musik minimalis sebagai medium penyampai pesan dakwah sufistik	Mengkaji pengemasan pesan dakwah secara lebih spesifik lewat aransemen musik minimalis, bukan musik sebagai pelengkap visual semata
3	Eksistensi Nilai-Nilai Dakwah di Kalangan Generasi Z	Siti Rahma Harahap (2022)	Sama-sama memanfaatkan media sosial (YouTube, TikTok,	Penelitian ini menyampaikan pesan lewat peleburan musik minimalis dan	Menawarkan pendekatan dakwah yang personal dan reflektif

			Instagram) untuk menyebarkan pesan dakwah	lirik sufistik, bukan ceramah verbal	sebagai pelengkap dakwah konvensional, menjawab kebutuhan riil masyarakat modern
4	Strategi Dakwah Kreatif Pada Akun TikTok @bagussuhar	Ali Ma'sum (2023)	Sama-sama menggunakan teori 4P's of Creativity dari Mel Rhodes	Penelitian terdahulu mengkaji dakwah lewat animasi TikTok; penelitian ini mengkaji karya sastra musikalisasi puisi	Menerapkan teori Mel Rhodes pada objek karya sastra musikalisasi puisi, kombinasi yang belum pernah dilakukan sebelumnya
5	Musik Modern Sebagai Media Dakwah di Pondok Pesantren Jawaahirul Hikmah III	Ihsan Maulana Syafi'i	Sama-sama menggunakan musik modern sebagai media dakwah	Penelitian terdahulu fokus pada santri dan masyarakat pesantren; penelitian ini fokus pada Panji Sakti dan pendengar umum lagunya	Menggunakan pendekatan studi kasus lapangan yang lebih menyeluruh, mencakup pencipta karya sekaligus pendengarnya
6	Wali Band Sebagai Media Dakwah	Afifatul Laila Mubarakah,	Sama-sama menggunakan musik untuk	Penelitian ini mengkaji musikalisasi puisi	Mengangkat objek musikalisasi

	Kontemporer: Nilai-Nilai Edukatif dan Spiritual dalam Lagu "Tobat Maksiat"	dkk. (2026)	mengemas pesan spiritual dalam lirik lagu	sufistik Maulana Jalaluddin Rumi, berbeda gaya bahasa dengan lagu pop Wali Band	puisi sufistik yang belum pernah diteliti dari perspektif komunikasi dakwah
7	Pesan Dakwah Melalui Musikalisasi Puisi Perjalanan Karya Khoirul Trihan	Ameliana (2022)	Sama-sama mengkaji pesan dakwah dalam karya musikalisasi puisi	Penelitian terdahulu menggunakan puisi modern dan metode analisis isi tekstual; penelitian ini menggunakan puisi sufistik Rumi dan pendekatan studi kasus	Menggunakan pendekatan studi kasus yang lebih menyeluruh, tidak berhenti pada pembedahan teks lirik semata
8	Pengembangan Strategi dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Melalui Seni dan Budaya	Isman Iskandar (2022)	Sama-sama menggunakan seni dalam menyebarkan dakwah Islam	Penelitian terdahulu menggunakan studi literatur umum; penelitian ini menggunakan studi kasus lapangan pada strategi kreatif Panji Sakti	Menghadirkan data lapangan yang lebih menyeluruh (observasi dan wawancara langsung), bukan sekadar kajian literatur
9	An Existentialist Interpretation of the Song "Tanpa Aku"	Faridhotul Khasanah, Rofhani (2025)	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif untuk	Penelitian terdahulu mengkaji lagu "Tanpa Aku" dengan	Memadukan tiga teori dakwah (Ali Aziz, Mel Rhodes,

	by Panji Sakti		mengkaji karya Panji Sakti sebagai medium refleksi batin	pendekatan semiotika dan eksistensialisme Kierkegaard; penelitian ini mengkaji lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang"	Muhtadi) untuk tiga rumusan masalah sekaligus, belum pernah dilakukan bersamaan
10	Analisis Makna Leksikal dalam Lirik Lagu "Kepada Noor" Karya Panji Sakti	Eka Edinda Yuliana Andriyani, dkk. (2024)	Keduanya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji karya musikalisasi puisi Panji Sakti	Penelitian terdahulu membedah makna leksikal lagu "Kepada Noor"; penelitian ini berbeda objek formal, pisau analisis, dan judul lagu	Berfokus pada strategi dakwah dan efek bagi pendengar, bukan sekadar analisis makna kata secara leksikal

F. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang ditulis secara deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti realitas yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menempatkan peneliti sebagai instrument utama.³⁵ Dalam penerapannya, metode ini memiliki sesuai untuk digunakan dalam untuk menganalisis secara mendalam terkait strategi dakwah kreatif yang diterapkan Panji Sakti dalam lagu Wahai

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Air Mata yang Berlinang karena dapat menjelaskan data lapangan secara terperinci.³⁶ Peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana penerapan strategi dakwah kreatif yang dilakukan panji sakti melalui musikalisasi puisi khususnya pada lagu “Wahai Air Mata yang Berlinang” dalam menjangkau masyarakat yang terbiasa dengan ritme hidup yang serba cepat dan belum terjangkau oleh dakwah konvensional. Peneliti juga berfokus pada penelusuran terkait bagaimana proses pengemasan nilai spiritualitas dalam lagu “Wahai Air Mata yang Berlinang” serta bagaimana dampak yang dirasakan oleh para pendengarnya.

2. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan pandangan Robert K. Yin mengenai kedekatan peneliti dengan fenomena yang diteliti, peneliti hadir dan memosisikan diri sebagai pengamat sekaligus pengumpul data yang bersifat objektif namun partisipatif baik dalam ruang digital maupun fisik terkait karya Panji Sakti. Kehadiran peneliti di lapangan bersifat terbuka di mana subjek penelitian yaitu Panji Sakti selaku musisi dan dai mengetahui secara penuh keberadaan dan tujuan akademis dari peneliti sehingga proses wawancara mendalam dapat berlangsung secara alamiah tanpa memanipulasi situasi nyata.

Selain kehadiran secara fisik pada saat wawancara dan observasi dokumen, peneliti juga hadir secara digital guna mengamati interaksi pada kanal-kanal distribusi lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang". Pada

³⁶ Ibid.

tahap ini, kehadiran peneliti berfungsi sebagai pengamat pasif yang melacak, mengumpulkan, dan mengontekstualisasikan data komentar warganet tanpa melakukan intervensi atau memengaruhi opini yang berkembang di kolom komentar tersebut. Melalui validasi identitas yang jelas dan batasan peran yang tegas ini, kehadiran peneliti di lapangan dipastikan mampu menangkap kedalaman data mengenai strategi dakwah dan dampak psikologis spiritual pendengar, dengan tetap menjaga independensi ilmiah agar terhindar dari bias subjektif sepanjang penelitian berlangsung.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini membagi lokasi kajian ke dalam dua dimensi ruang, yaitu ruang fisik untuk pengumpulan data secara langsung dan ruang digital untuk pelacakan data virtual.

Lokasi penelitian langsung ditentukan secara situasional dengan memanfaatkan momentum pertunjukan seni Panji Sakti yang pelaksanaannya bertepatan dengan masa penelitian. Pelaksanaan wawancara dengan Panji Sakti selaku narasumber utama dalam penelitian ini mengalami perubahan jadwal yang semula akan dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2026 sebagaimana telah terlampirkan dalam surat izin penelitian menjadi tanggal 9 februari 2026. Hal ini terjadi atas kesepakatan bersama demikian juga untuk pemilihan tempat pertemuan fisik yang dtentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara peneliti dan narasumber. Selain itu, wawancara langsung dengan

para pendengar dilaksanakan di lokasi-lokasi tertentu yang dirasa nyaman dan disetujui oleh kedua belah pihak. Pendekatan ini diambil agar proses wawancara mendalam mengenai strategi kreatif dan pengemasan karya dapat berlangsung dalam suasana yang kondusif, nyaman, dan alamiah bagi informan utama.

Sementara itu, lokasi penelitian digital mengambil tempat di ruang digital yang menjadi wadah utama distribusi dan interaksi atas lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang". Secara spesifik, lokasi virtual ini berpusat pada platform Instagram milik Panji Sakti dengan mendokumentasikan ragam komentar warganet guna membedah dampak psikologis serta spiritual yang dirasakan oleh batin para pendengar serta kanal YouTube yang digunakan peneliti untuk mengamati lirik.

4. Data dan Sumber Data

Keragaman data dalam sebuah penelitian diklasifikasikan dalam bentuk informan, benda/dokumen, serta situasi lingkungan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrument utama (Human Instrument) yang merancang, mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Terdapat dua sumber data yang menjadi pilar utama pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari narasumber pertama melalui prosedur pengambilan data dengan

observasi, wawancara, dan dokumentasi.³⁷ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara terhadap Panji Sakti 4 pendengar lagu Wahai Air Mata yang Berlinang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media/dokumen yang telah ada. Data ini berfungsi sangat krusial untuk memperkuat temuan primer serta menjadi bahan dalam proses triangulasi data. Wujud data sekunder dalam penelitian ini berbentuk teks, dokumen audio-visual, dan rekam jejak digital. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

1. Wujud fisik dari karya itu sendiri, yang mencakup teks lirik puisi dan struktur aransemen musik dari lagu "*Wahai Air Mata yang Berlinang*", serta arsip profil resmi maupun literatur ilmiah pendukung yang relevan dengan objek penelitian.
2. Berupa jejak digital tekstual yang bersumber dari komentar, ulasan, dan testimoni warganet untuk menjawab rumusan masalah ketiga mengenai efek dakwah, data utama diperoleh dari satu unggahan *Reels* Instagram yang secara khusus dibuat oleh Panji Sakti untuk merespons rumusan masalah tersebut, memuat komentar dan testimoni pendengar terhadap lagu "*Wahai Air Mata yang Berlinang*". Data ini diperkuat dengan hasil observasi

³⁷ Ibid.

terhadap interaksi digital Panji Sakti, seperti unggahan ulang story Instagram dari pendengarnya

Tabel 1 Peran Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Panji Siswanto	Narasumber utama, pencipta sekaligus penyanyi lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang", memahami langsung latar belakang penciptaan, proses produksi, dan strategi dakwah di balik karyanya. Bersedia memberikan keterangan secara terbuka terkait proses kreatif dan strategi dakwahnya.
2	Anas Husaini Al Ramdani	Narasumber pendengar, merupakan pendengar lama karya-karya Panji Sakti dan telah mendengarkan lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" lebih dari 5 kali. Aktif berinteraksi dengan karya Panji Sakti dan bersedia berbagi pengalaman serta pemaknaannya terhadap lagu tersebut.
3	Anis Fitria	Narasumber pendengar, merupakan pendengar lama karya-karya Panji Sakti dan telah mendengarkan lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" lebih dari 5 kali. Aktif berinteraksi dengan karya Panji Sakti dan bersedia berbagi pengalaman serta pemaknaannya terhadap lagu tersebut.
4	Aprilia Eka Wahyuningsih	Narasumber pendengar, merupakan pendengar lama karya-karya Panji Sakti, meskipun baru mendengarkan lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" sebanyak 2 kali. Tetap memenuhi kriteria sebagai informan karena keterpaparan jangka panjang terhadap karya-karya Panji Sakti secara umum, serta bersedia berbagi pengalaman dan pemaknaannya.
5	Berliana Berta Putri Rahmadani	Narasumber pendengar, merupakan pendengar lama karya-karya Panji Sakti dan telah mendengarkan lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang" lebih dari 5 kali. Aktif berinteraksi dengan karya Panji Sakti dan bersedia berbagi pengalaman serta pemaknaannya terhadap lagu tersebut.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data memiliki peran penting sebagai fondasi utama dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan mendalam dengan melibatkan berbagai sumber informasi untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas. Untuk memperoleh data yang akurat dalam menjawab strategi dakwah kreatif panji sakti melalui musikalisasi puisi dalam lagu wahai air mata yang berlinang, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data utama sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dalam penelitian kualitatif membantu peneliti memahami interaksi sosial dan fenomena secara kontekstual dengan mengamati dan mencatat hal-hal penting.³⁸ Moleong berpendapat bahwa observasi dilakukan untuk mengoptimalkan kemampuan peneliti dalam hal motif, kepercayaan, perhatian, perilaku, dan ketidaksadaran subjek.³⁹ Peneliti menerapkan metode observasi dengan berfokus pada pengamatan suasana kontemplatif dalam pertunjukan dengan hadir langsung di lapangan. Meskipun demikian, peneliti tetap melakukan pemantauan seluruh aktivitas digital yang relevan dengan fokus penelitian.

2. Wawancara

³⁸ John W. Creswell And Cheryl N. Poth, "*Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 4th Ed". (Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc., 2018).

³⁹ Lexy J Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 1st Ed. (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2000).

Teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dari interaksi komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dan menggali data secara komprehensif dari informan melalui serangkaian pertanyaan yang relevan dengan berfokus pada penelitian.⁴⁰ Wawancara pada penelitian ini bersifat semi-terstruktur dimana informan dapat secara fleksibel memberikan informasi tambahan dan sesuai dengan pandangan mereka secara relevan namun tetap dalam daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Sampel dipilih berdasarkan kriteria spesifik. Alasan menggunakan teknik ini adalah untuk memperoleh kedalaman data bukan kesimpulan berdasarkan perhitungan statistik.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai pelengkap dalam wawancara yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen tertulis, gambar, maupun arsip yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi memiliki peran yang strategis karena memiliki sifat yang stabil dan tidak reaktif. Dalam menggunakan teknik dokumen seorang peneliti harus memiliki pemikiran yang kritis dan kehati-hatian dalam menafsirkan karena seringkali dokumen digunakan untuk

⁴⁰ Kristin G. Esterberg, *Qualitative Methods in Social Research* (Boston: McGraw-Hill, 2002).

tujuan tertentu.⁴¹ Dalam penelitian ini teknik dokumentasi yang digunakan meliputi profil Panji Sakti, penelusuran terhadap lirik lagu serta komentar para followers yang dapat mendukung data penelitian serta mencari literasi pendukung seperti Buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian juga menjadi literatur pendukung untuk teknik dokumentasi ini.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan utama dalam sebuah penelitian kualitatif yang memiliki tujuan untuk menginterpretasikan makna dari data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini analisis data sudah dilakukan sejak peneliti mulai mengumpulkan data hingga seluruh data terkumpul secara lengkap. Peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif milik Miles, Huberman, dan Saldana. Mereka berpendapat bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan dengan saling berkaitan dan terus berlangsung hingga data yang diperoleh jenuh atau dianggap cukup hingga tidak ditemukan informasi yang baru.⁴²

Terdapat empat alur kegiatan untuk teknik analisis data dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

⁴¹ Robert K. Yin, *Case Study Research and Applications: Design and Methods*, 6th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018).

⁴² Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014).

Proses pengolahan data dalam penelitian ini dimulai pada tahap penghimpunan informasi menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi lapangan. Peneliti secara aktif melakukan pencatatan pada setiap fenomena yang ditemukan dan menyusun ringkasan sementara untuk memastikan bahwa tema penelitian tidak menyimpang dari rumusan masalah. Ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah kondensasi data pada tahap analisis lebih lanjut.

b. Kondensasi Data

Kondensasi data adalah proses memilih, menyederhanakan, memetakan, dan mentransformasi data kasar yang muncul dari catatan penelitian. Proses ini bertujuan menyaring informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian dan berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

c. Penyajian Data

Langkah selanjutnya dari teknik analisis data adalah penyajian data dimana sekumpulan informasi disusun sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dalam hal ini data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif berupa uraian teks yang sistematis, matriks, tabel, atau bagan yang membantu peneliti dalam memahami hubungan antar variabel penelitian. Bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dengan padu dan mudah diraih sehingga mempermudah peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kecenderungan yang relevan.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir dari teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan dimana data yang telah melewati proses pengujian dan perbandingan berulang dapat ditetapkan kesimpulan akhir yang solid dan kredibel. Verifikasi dilakukan untuk menguji dan meninjau kembali kebenaran dan keabsahan data agar hasil penelitian bersifat valid dan kokoh.

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung dari awal hingga akhir dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman data yang diteliti.

7. Keabsahan data

Dalam upaya menjamin kredibilitas data mengenai strategi dakwah kreatif Panji Sakti dalam lagu Wahai Air Mata yang Berlinang maka peneliti menerapkan prosedur pemeriksaan keabsahan data. Langkah ini diperlukan untuk memastikan data yang terkumpul sesuai dengan realitas objektif dan kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penelitian ini menggunakan kriteria keabsahan data yang dikembangkan oleh Moleong dan Sugiyono dengan fokus utama yaitu Teknik Triangulasi.⁴³ Terdapat tiga Teknik Triangulasi yang dirujuk oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber untuk menguji kredibilitasnya.

Dalam penelitian ini sumber data yang dibandingkan adalah

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, 3rd ed. (Bandung: Alfabeta, 2023).

wawancara informan Panji Sakti selaku subjek utama penelitian dengan empat orang para pendengar lagu Wahai Air Mata yang Berlinang dan literatur pendukung lain yang relevan seperti temuan komentar pendukung dari sosial media @panjisakti. Dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat dengan mudah memastikan data dan informasi yang bersifat kredibel.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk mengecek data pada sumber yang sama dengan mengkombinasikan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda. Kombinasi dari beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara sesuai dengan realitas observasi digital yang dilakukan pada akun @panjisakti di Instagram serta melakukan pengecekan dengan teknik dokumentasi dan menggunakan literatur pendukung yang relevan. Tujuan dari triangulasi ini adalah untuk memastikan keselarasan antara pernyataan narasumber terhadap realitas konten yang telah dipublikasikan.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu diterapkan dengan mengumpulkan data untuk setiap waktu yang berbeda guna mengamati konsistensi strategi yang diterapkan. Dimensi waktu memegang peran yang penting karena dapat memengaruhi kredibilitas data yang diperoleh selama proses penelitian.

Dengan menggunakan tiga Teknik Triangulasi yang dikembangkan oleh Moleong dan Sugiyono menjadi upaya bagi peneliti untuk dapat memaksimalkan standar kredibilitas data. Menjadi hal yang sangat penting dalam penelitian ini guna mendapatkan realitas data sehingga dapat dipertanggungjawabkan dalam menganalisis strategi dakwah kreatif Panji sakti dalam lagu Wahai Air Mata Yang Berlinang.

8. Tahapan Penelitian

Terdapat 3 tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan tahapan penelitian yang diungkapkan oleh Moelong sebagai berikut:

a. Tahap Pra Penelitian

Tahap pra-penelitian merupakan tahap paling awal dan menjadi penentu dalam melakukan sebuah penelitian. Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan terhadap suasana kontemplatif yang tercipta pada konser Panji Sakti dan pengamatan terhadap pola interaksi yang tercipta di *Instagram story* serta pengalaman pribadi para pendengar di kolom komentar akun Instagram dan TikTok @panjisakti yang dibagikan secara sukarela. Pada tahap ini peneliti merumuskan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai serta menyusun kerangka kerja penelitian untuk menjadi panduan selama proses penelitian.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Tahap ini dilaksanakan setelah segala persiapan selesai dan penelitian dapat dilanjutkan ke tahap dimana peneliti mengumpulkan data secara langsung. Peneliti melakukan wawancara kepada Panji sakti guna mengetahui strategi dakwah kreatif serta pengemasan pesan spiritual dalam lagu Wahai Air Mata yang Berlinang sehingga dapat menjadi alternatif dakwah di era digital. Peneliti juga secara aktif melakukan observasi digital pada media sosial Instagram @panjisakti. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara terhadap 4 pendengar aktif Lagu Wahai Air Mata yang Berlinang untuk mengetahui efek

yang mereka rasakan setelah menerima pesan dakwah yang dikemas dalam karya musikalisasi puisi. Data pada tahap ini bersifat kualitatif dan memberikan gambaran menyeluruh tentang strategi dakwah kreatif Panji Sakti melalui musikalisasi puisi.

c. Tahap Pasca Penelitian

Tahapan ini dilakukan setelah semua data dan informasi telah terkumpul dan dapat masuk pada tahap analisis data. Data yang telah terkumpul menggunakan Teknik observasi dan wawancara dapat dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif. Peneliti mengidentifikasi tema utama, pola yang muncul pada data. Hasil analisis ini kemudian disusun dalam bentuk laporan yang mencakup hasil temuan, diskusi serta rekomendasi bagi para pelaku dakwah yang ingin menerapkan pendekatan kreatif berbasis seni sebagai medium dakwah.

G. Sistematika Pembahasan

1. BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang penelitian yang membahas fenomena strategi kreatif Panji Sakti dalam menyampaikan pesan melalui musikalisasi puisi, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, landasan teori yang mencakup konsep strategi kreatif Mel Rhodes dan komunikasi dakwah Asep Saeful Muhtadi, penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian yang meliputi pendekatan deskriptif

kualitatif dengan desain studi kasus, Bab ini berfungsi sebagai fondasi konseptual dan metodologis yang mendasari seluruh proses penelitian.

2. BAB II STRATEGI DAKWAH KREATIF PANJI SAKTI MELALUI MUSIKALISASI PUISI

Membahas bagaimana strategi kreatif yang berlangsung pada diri Panji Sakti dalam konteks penciptaan karya musikalisasi puisi. Bab ini menyajikan temuan tentang dinamika proses kreatif, gagasan filosofis, serta kondisi-kondisi yang melatarbelakangi lahirnya karya-karya beliau dari sudut pandang internal kreator selaku komunikator.

3. BAB III STRATEGI PENGEMASAN MUSIKALISASI PUISI SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Menganalisis berbagai wujud nyata dari pengemasan pesan dakwah yang dilakukan Panji Sakti sebagaimana yang dituangkan ke dalam lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang". Bab ini menelaah penyelarasan lirik dan aransemen musik, serta bagaimana pesan dikonstruksi agar menjadi media syiar yang kuat.

4. BAB IV EFEK DAKWAH BAGI PENDENGAR LAGU WAHAI AIR MATA YANG BERLINANG

Menyajikan dan menganalisis secara mendalam bagaimana para pendengar memaknai dan merespons lagu "Wahai Air Mata yang Berlinang". Bab ini mengungkap dampak yang dirasakan oleh batin para pendengar baik melalui wawancara langsung maupun komentar warganet di platform Instagram.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyajikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian sebagai jawaban atas tiga rumusan masalah yang telah dirumuskan di awal, serta saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang relevan.

H. Jadwal Penelitian

Tabel 2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan											
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Observasi Pra Penelitian												
Penyusunan Proposal												
Seminar Proposal												
Pelaksanaan Penelitian												
Analisis Data												
Penyusunan Laporan												
Bimbingan Skripsi												
Ujian Skripsi												

I. Kerangka Berpikir

Seiring dengan perubahan tatanan sosial budaya, kebutuhan akan variasi pendekatan dakwah yang lebih personal kini dinilai semakin relevan dalam menjangkau segmen tertentu, khususnya masyarakat modern yang berdampingan dengan teknologi dan memiliki ritme hidup serba cepat. Kebutuhan ini bukan wujud hilangnya kebutuhan spiritual, melainkan indikasi bahwa belum semua medium dakwah menjangkau karakteristik dan kebutuhan masyarakat modern secara merata. Kejenuhan ini bukan sebagai

wujud hilangnya kebutuhan spiritual, melainkan belum adanya medium dakwah yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat modern.

Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mencari ketenangan spiritual melalui medium yang dekat dengan rutinitas mereka namun tidak menggurui. Menanggapi fenomena tersebut, Panji Saki hadir sebagai sebuah solusi. Melalui karya musikalisasi puisi, “Wahai Air Mata yang Berlinang” yang diadaptasi dari karya Maulana Jalaluddin Rumi, sosoknya menerapkan strategi dakwah kreatif dengan menyampaikan pesan bermuatan spiritual yang dikemas melalui medium seni. Strategi ini dikaji untuk mengetahui proses ketika sebuah komunikator dakwah membangun identitas untuk merespon sebuah fenomena dengan membuat karya bermuatan pesan dakwah tanpa paksaan.

Penerapan teori strategi dakwah digunakan untuk mengkaji bagaimana strategi Panji Sakti selaku komunikator dakwah. Teori kreativitas dari Mel Rhodes (*Person, Press, Process, Product*) digunakan untuk membedah bagaimana dakwah kreatif Panji Sakti terbentuk dan bagaimana dia mengemas karyanya sebagai sebuah media dakwah. Sedangkan untuk mengkaji bagaimana strategi tersebut berdampak pada pendengarnya, peneliti menggunakan teori komunikasi dakwah dari Asep Saeful Muhtadi yang menekankan bahwa dakwah yang efektif terjadi ketika bersifat adaptif, humanis dan menempatkan mad'u sebagai subjek aktif yang membangun kesadarannya sendiri. Dengan demikian penelitian ini bermula pada analisis terhadap komunikator menuju analisis karya dan bagaimana dampaknya.

Penelitian ini pada akhirnya tidak hanya mendeskripsikan fenomena dakwah, tetapi menghasilkan formulasi dakwah kreatif yang dapat digunakan sebagai referensi para pelaku dakwah.

Tabel 3 Kerangka Berpikir

