ABSTRAK

Maulana Malik Syarifuddin (B71213052) : "Majalah Aula Di Era Digital (Studi Tentang Strategi Majalah Aula Sebagai Media Dakwah)"

Kata kunci : Strategi, Majalah Dakwah, Era Digital.

Era persaingan bisnis media, yang dalam konteks ini melibatkan majalah dakwah dan majalah konvensional ataupun media *online* menjadikan perusahaan bersaing dengan strategi media masing-masing untuk memasarkan produknya. Masyarakat saat ini cenderung lebih menyukai majalah modern dan media *online*. Berangkat dari fenomena tersebut Peneliti mengambil isu tersebut untuk dijadikan materi skripsi dengan maksud untuk mengetahui bagaimana strategi majalah Aula dalam menghadapi kemajuan era digital saat ini.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini berusaha mendeskriptifkan strategi yang dilakukan majalah Aula dalam menghadapi kemajuan era digital. Teknik pengumpulan data ini diambil dari wawancara, observasi dan dokumentasi pada PT. Aula Media Nahdlatul Ulama. Dalam peneitian ini menghasilkan temuan data sebagai berikut : Membuat akun sosial media seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Memiliki *website* resmi untuk meng-*update* setiap edisi dalam produksi terbarunya. Melakukan inovasi dengan cara menerbitkan *e-magazine*. Aula juga pernah memperbarui rubriknya. Kemudian dari segi pemasaran, memiliki strategi yaitu dengan cara menguatkan agen-agen penjualan. Mendekatkan hubungan dengan pondok pesantren.

Bagi Peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya mengupas sebagian kecil dari Majalah Aula, oleh karena itu disarankan kepada Peneliti lain untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh majalah secara kualitatif agar dapat diketahui hal apa saja yang kiranya menjadi masukan bagi peningkatan kualitas media tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id