

## ABSTRAKSI

Lagu adalah salah satu bentuk hasil dari sebuah karya seni, sebuah lagu tidaklah mungkin dipersembahkan oleh penciptanya kalau tidak memiliki manfaat bagi masyarakat di mana lagu itu diciptakan. Bagi penciptanya sendiri, sebuah lagu dipersembahkan kepada pendengarnya di samping bertujuan untuk menghibur, juga merupakan media komunikasi untuk menyampaikan apa yang ada dalam benak penciptanya.

Berkaitan dengan lagu sebagai media komunikasi, lagu-lagu yang dibawakan oleh group *rock* Gigi, sangat menarik untuk diamati. Lagu-lagu yang dibawakan oleh Gigi dalam album *Raihlah Kemenangan* mengusung tema yang bernuansakan religius, yaitu pesan-pesan tentang kerohanian atau pesan dakwah, seperti lagu Tuhan, Rindu Rosul, Lailatul Qodar, Raihlah Kemenangan, Dengan menyebut nama Allah, Perdamaian, dan masih banyak lagu-lagu lainnya.

penelitian ini menggunakan metode studi kasus, sedangkan objek penelitian ini adalah bagaimana pengemasan dan daya tarik yang pakai oleh band GIGI di album *Raihlah Kemenagan* dan *pintu Sorga*. Sebagai penunjang penelitian menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Serta menggunakan teknik analisa data kualitatif, dan untuk menjaga validitas data dalam penelitian ini

Daya tarik yang dikedepankan Gigi untuk merebut perhatian pendengar di kalangan anak muda agar menyukai lagu religi pertama kali adalah arasemennya. Setelah mereka mendengarkan, diharapkan kemudian mereka meresapi isi pesan yang ada pada liriknya. Dalam dakwah konvensional penggambaran da'i selalu terkait dengan sosok ustadz, ulama, guru atau kiai, maka dengan pemanfaatan media setiap muslim dapat menjalankan perannya sebagai seorang da'i. Dengan ungkapan lain wahana dakwah media menjadikan subjek dakwah menjadi lebih banyak. Dengan demikian, Gigi sebagai komunikator penyampai pesan moral dalam album religinya dapat dikatakan sebagai subjek dakwah, walaupun mereka bukan da'i, ustadz, ulama ataupun kiai.

Melalui lagu religi ini, para pemusik termasuk Gigi, berdasarkan kemampuan dan kondisi yang ada dapat melaksanakan peran dakwahnya. Hal ini karena faktor : 1). kecocokan antara kemampuan sebagai subjek dakwah dengan media dakwah yang sangat banyak bentuk dan macamnya. 2). umat dakwah yang tidak dapat lagi terjangkau oleh dakwah dalam bentuk konvensional. 3). Dakwah dengan memanfaatkan media juga akan lebih efektif karena proses komunikasi akan dapat terlaksana dengan lebih intensif, lebih menarik, dan untuk kondisi tertentu lebih realistik