

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kajian Penelitian yang Relevan	7
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Langkah-Langkah Penelitian	14
1. Lokasi Penelitian	14
3. Metode Penelitian.....	16
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	16
5. Informan atau Unit Analisis	17
6. Teknik Pengumpulan Data	18
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data	19
8. Teknik Analisis Data.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
A. Dakwah	23
1. Pengertian Dakwah.....	23
2. Unsur-unsur Dakwah.....	26
3. Dakwah di Era Digital	30
B. Media Sosial.....	33

1.	Pengertian Media Sosial	33
2.	Pengelolaan Media Sosial	43
3.	Media Sosial sebagai Sarana Dakwah	44
C.	<i>The Circular Model of SOME</i>	47
1.	Pengertian <i>The Circular Model of SOME</i>	47
2.	Konsep <i>The Circular Model of SOME</i>	49
3.	<i>The Circular Model of SOME</i> dalam Komunikasi Dakwah	60
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A.	Gambaran Umum Akun Instagram @percikaniman	63
1.	Sejarah Pembuatan Akun Instagram @percikaniman	63
2.	Struktur Pengelolaan Akun Instagram @percikaniman	70
3.	Konten dalam Akun Instagram @percikaniman	74
B.	Hasil Penelitian	81
1.	Tahap Pembagian Konten (<i>Share</i>) dalam Akun Media Sosial Instagram @percikaniman	82
2.	Tahap Optimalisasi Konten (<i>Optimize</i>) dalam Akun Media Sosial Instagram @percikaniman	95
3.	Tahap Pengelolaan (<i>Manage</i>) Akun Media Sosial Instagram @percikaniman	109
4.	Tahap Pengikutsertaan Publik (<i>Engage</i>) dalam Akun Media Sosial Instagram @percikaniman	124
C.	Pembahasan	137
1.	Analisis Pembagian Konten (<i>Share</i>) dalam Akun @percikaniman	140
2.	Optimalisasi Konten (<i>Optimize</i>) dalam Akun @percikaniman	141
3.	Analisis Pengelolaan Konten (<i>Manage</i>) dalam Akun @percikaniman	142
4.	Analisis Pengikutsertaan Publik (<i>Engage</i>) dalam Akun @percikaniman	143
BAB IV	PENUTUP	146
A.	Kesimpulan	146
B.	Saran	148
DAFTAR PUSTAKA.....		149
LAMPIRAN.....		158

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kajian Penelitian yang Relevan	7
Tabel 3. 1 Akun instagram lainnya milik Percikan Iman	68
Tabel 3. 2 Struktur Pengelolaan Media Instagram @percikaniman.....	73
Tabel 3. 3 Kolaborasi dan Tagar dalam Postingan Akun @percikaniman.....	74
Tabel 3. 4 Kolaborasi akun dan penggunaan tagar dalam akun @percikaniman .	79
Tabel 3. 5 Aspek Share dalam akun Instagram @percikaniman.....	83
Tabel 3. 6 Aspek Optimize dalam akun Instagram @percikaniman	99
Tabel 3. 7 Aspek Manage dalam akun Instagram @percikaniman	114
Tabel 3. 8 Aspek Engage dalam akun Instagram @percikaniman.....	127
Tabel 3. 9 Circular Model of SOME dalam Instagram @percikaniman.....	138



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Konseptual.....	14
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Profil Instagram @percikaniman	63
Gambar 3. 2 Logo Percikan Iman	70
Gambar 3. 3 Filosofi Logo Percikan Iman.....	71
Gambar 3. 4 Konten Informasi Kajian.....	75
Gambar 3. 5 Konten Edukasi	75
Gambar 3. 6 Konten Dokumentasi Kegiatan	76
Gambar 3. 7 Konten Reels	77
Gambar 3. 8 Konten Potret Kenangan	77
Gambar 3. 9 Konten Renungan.....	89
Gambar 3. 10 Konten dengan sumber yang valid.....	93
Gambar 3. 11 Kolom komentar (positif) di akun @percikaniman.....	94
Gambar 3. 12 Konten yang memiliki value di akun @percikaniman.....	97
Gambar 3. 13 Konten Reels dengan respon interaktif (like, comment, share) .	101
Gambar 3. 14 Insight Instagram @percikaniman	119
Gambar 3. 15 Kolom komentar (respon do'a) di akun @percikaniman	122
Gambar 3. 16 Konten kolaborasi dengan Influencer	129
Gambar 3. 17 Konten program "Run For Palestine	133
Gambar 3. 18 Konten program "Tanya Bundo Yanti".....	135