

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
MOTTO HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
1. Kegunaan secara Akademis	8
2. Kegunaan secara praktis	9
E. Tinjauan Pustaka	9
1. Hasil Penelitian yang Relevan	9
2. Landasan Teoritis	13
3. Kerangka Konseptual	15
4. Sistematika Pembahasan	22
F. Langkah-Langkah Penelitian	22
1. Lokasi Penelitian	22
2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	23
3. Metode penelitian	24
4. Jenis Data dan Sumber Data	24
5. Informan atau Unit Analisis	26
6. Teknik Pengumpulan Data	27
7. Teknik Keabsahan Data	28
8. Teknik Analisis Data	29

BAB II KAJIAN PUSTAKA	30
A. Tinjauan Umum Media Dakwah	30
1. Definisi dan Fungsi Media Dakwah	30
2. Jenis-jenis Media Dakwah	33
3. Perkembangan Media Dakwah di Era <i>Modern</i>	41
4. Pengaruh Penggunaan Media Dakwah Terhadap Kelancaran Dakwah	46
B. Tinjauan Umum <i>Brand</i> Dakwah	49
1. Pengertian <i>Brand</i> Dakwah	49
2. Konsep <i>Branding</i> dalam Dakwah	51
3. Strategi <i>Branding</i> dalam <i>Brand</i> Dakwah	54
C. Tinjauan Umum <i>Design</i> Dakwah	59
1. Pengertian <i>Design</i> Dakwah	59
2. Pendekatan <i>Modern</i> pada <i>Design</i> Dakwah	61
3. Prinsip Dasar <i>Design</i> Dakwah	63
4. Manfaat <i>Design</i> Dakwah untuk Masyarakat	66
D. Tinjauan Umum Interaksi Simbolik	67
1. Pengertian Teori Interaksi Simbolik	67
2. Konsep Teori Interaksi Simbolik	69
3. Contoh Penerapan Interaksi Simbolik	72
4. Hal yang Mendasari Penggunaan Teori Interaksi Simbolik	76
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
1. Sejarah Berdirinya Elzatta	79
2. Visi Misi Elzatta	82
3. Profil Elzatta	86
4. Katalog Elzatta Tahun 2024 dan 2025	92
B. Hasil Penelitian	101
1. Proses Filosofis <i>Pattern design</i> Elzatta sebagai Media Dakwah	101
2. Pemaknaan <i>Pattern design</i> Elzatta Sebagai Media Dakwah	105
3. Kesesuaian <i>Pattern design</i> Elzatta sebagai Media Dakwah dengan Keinginan Masyarakat	111
C. Analisis Hasil Penelitian	116
1. Riset Peradaban Islam sebagai Proses Filosofis Dakwah dalam <i>Pattern design</i> Elzatta	118
2. Adaptasi Motif Arsitektur Islam sebagai Filosofis Dakwah Kitabah dalam <i>Pattern design</i> Elzatta	122

3. Pemaknaan Dakwah Kitabah melalui Simbol dalam <i>Pattern design</i> Elzatta.....	126
4. Pemaknaan <i>Pattern design</i> sebagai Representasi Identitas Muslim dalam Dakwah Kitabah.....	130
5. Strategi Elzatta Memahami Target Market Muslim dalam Penyesuaian <i>Pattern design</i> Elzatta sebagai Media Dakwah.....	134
6. Inovasi <i>Pattern design</i> dalam Menjaga Relevansi Dakwah <i>Fashion</i> Muslim	140
BAB IV PENUTUP.....	146
A. Simpulan.....	146
B. Saran.....	149
C. Implikasi.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN	157



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 3.1 Elidawati Pendiri Elzatta	79
Gambar 3.2 Visi Misi Elzatta	83
Gambar 3.3 Struktur Komisaris Elzatta.....	89
Gambar 3.4 Media Sosial Elzatta	90
Gambar 3.5 Official Website Elzatta.....	91
Gambar 3.6 Contoh Katalog Al-Khawarizmi.....	93
Gambar 3.7 Contoh Katalog Al-Bukhari.....	94
Gambar 3.8 Contoh Katalog Al-Maturidi.....	95
Gambar 3.9 Contoh Katalog Rabat.....	97
Gambar 3.10 Contoh Katalog Casablanca.....	98
Gambar 3.11 Contoh Katalog Marrakesh.....	99
Gambar 3.12 Contoh Katalog Florentia	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	12
Tabel 1.2 Daftar Informan Penelitian.....	26
Tabel 3.1 Nilai Utama Produk Elzatta.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Transkrip Wawancara.....	157
Lampiran 2.1 Surat Izin Observasi	168
Lampiran 3.1 SK Pembimbing	169
Lampiran 4.1 Data Bimbingan	170
Lampiran 5.1 Keterangan Plagiarisme Skripsi.....	172
Lampiran 6.1 Dokumentasi Penelitian	173

