

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
1. Kegunaan Akademis	9
2. Kegunaan Praktis	9
E. Tinjauan Pustaka	10
1. Landasan Teori.....	10
2. Kerangka Konseptual	12
F. Langkah-Langkah Penelitian.....	16
1. Lokasi Penelitian.....	16
2. Paradigma dan Pendekatan	17
3. Metode Penelitian.....	18
4. Jenis dan Sumber Data	18
5. Informan dan Unit Analisis.....	19
6. Teknik Pengambilan Data	20
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	21
8. Teknik Analisis Data.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
A. Hasil Penelitian Terdahulu	24
B. Kajian Konseptual	29

1. Strategi Manajemen	29
a. Pengertian Strategi Manajemen	29
b. Komponen dalam Strategi Manajemen.....	31
c. Tahapan dalam Strategi Manajemen.....	32
2. Dakwah	33
a. Pengertian dan Tujuan Dakwah	33
b. Unsur-Unsur Dakwah.....	39
c. Konten Dakwah.....	41
3. Konvergensi Media	44
a. Definisi Konvergensi Media	44
b. Dimensi Konvergensi Media	45
c. Konvergensi Media Televisi	46
C. Kajian Teoritis.....	47
1. Teori Difusi Inovasi	47
a. Pengertian Teori Difusi Inovasi	47
b. Asumsi Dasar Teori.....	48
c. Pengertian Difusi Inovasi	48
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
1. Profil Perusahaan MQTV Bandung	51
2. Struktur Organisasi	54
3. Program Acara MQTV Bandung	56
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Dimensi <i>Knowledge</i> (Pengetahuan)	62
2. Dimensi <i>Persuasion</i> (Ketertarikan)	64
3. Dimensi <i>Decision</i> (Keputusan)	66
4. Dimensi <i>Implementation</i> (Implementasi).....	68
5. Dimensi <i>Confirmation</i> (Konfirmasi).....	69
C. Pembahasan.....	71
1. Strategi Membangun Kesadaran Audiens Melalui Dakwah Digital di MQTV	71
2. Strategi Persuasi dalam Meningkatkan Daya Tarik Konten Dakwah MQTV	74
3. Strategi Mendorong Audiens untuk Mengikuti Konten Dakwah MQTV..	77

4. Strategi pengaplikasian Pesan Dakwah dalam Kehidupan Audiens MQTV80
5. Menilai Dampak Konten Dakwah Terhadap Audiens MQTV 83

BAB IV PENUTUP

- A. **Kesimpulan** 87
- B. **Saran** 87

