

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
RIWAYAT HIDUP .....	xiv
MOTTO HIDUP .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian yang Relevan .....	7
F. Landasan Pemikiran .....	16
G. Langkah-Langkah Penelitian .....	29
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
A. Manajemen .....	39
1. Pengertian Manajemen .....	39
2. Fungsi-Fungsi Manajemen .....	40
3. Unsur-Unsur Manajemen .....	46
B. Manajemen Strategi.....	48
1. Pengertian Manajemen Strategi .....	48

2. Manajemen Strategi Menurut Para Ahli .....	50
3. Karakteristik Manajemen Strategi .....	70
4. Manfaat Manajemen Strategi .....	71
C. Media Sosial .....	73
1. Pengertian Media Sosial .....	73
2. Karakteristik Media Sosial .....	75
3. Bentuk-Bentuk Media Sosial .....	77
4. Potensi Media Sosial dalam Dakwah.....	78
D. Kualitas Pegawai.....	85
1. Pengertian Kualitas .....	85
2. Pengertian Pegawai .....	86
3. Relevansi Pemahaman Keagamaan dengan Profesionalisme Pegawai ...	88
 <b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	92
A. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	92
1. Profil Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	92
2. Sejarah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	94
3. Visi dan Misi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	96
4. Struktur Organisasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	97
5. Lokasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat .....	98
B. Hasil Penelitian .....	99
1. Formulasi Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pemahaman Keagamaan Melalui Media Sosial .....	99
2. Implementasi Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pemahaman Keagamaan Melalui Media Sosial .....	120
3. Evaluasi Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pemahaman Keagamaan Melalui Media Sosial .....	130

C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	139
1. Formulasi Manajemen Strategi Dakwah Melalui Media Sosial .....	139
2. Implementasi Manajemen Strategi Dakwah Melalui Media Sosial .....	141
3. Evaluasi Manajemen Strategi Dakwah Melalui Media Sosial .....	144
4. Hasil Angket Terbuka dalam Menentukan Kualitas Pegawai .....	146
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>151</b>
A. Simpulan .....	151
B. Saran .....	152
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>154</b>
LAMPIRAN	

