

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat secara Akademis.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Landasan Teoritis	9
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	12
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	12
1.6.3 Metode Penelitian.....	14
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	15
1.6.5 Informan atau Unit Analisis	17
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data	20
1.6.8 Teknik Analisis Data	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24

2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.2	Kajian Konseptual.....	31
2.2.1	Konsep Dakwah Kreatif.....	31
2.2.2	Strategi Dakwah Kreatif.....	49
2.2.3	Instagram Sebagai Media Dakwah Kreatif.....	56
2.3	Kajian Teoritis.....	79
2.3.1	Teori 5P's of Strategy.....	79
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		98
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	98
3.1.1	Profil Pribadi Pemilik Akun @Maulidya_a.....	98
	Foto Maulidya Putri Aji.....	98
3.1.2	Profil Halaman Akun Instagram @maulidya_a.....	100
3.1.3	Jenis dan Karakteristik Konten Dakwah di <i>Reels</i>	102
3.2	HASIL PENELITIAN.....	122
3.2.1	Motivasi Dakwah.....	122
3.2.2	Proses Pembuatan Konten.....	124
3.2.3	Target <i>Audiens</i>	128
3.2.4	Konsistensi Tema.....	130
3.2.5	Gaya Komunikasi.....	131
3.2.6	Jenis Konten.....	132
3.2.7	Durasi Konten.....	133
3.2.8	<i>Tren Viral</i>	134
3.2.9	Menarik Perhatian <i>Audiens</i>	134
3.2.10	Penggunaan Elemen Visual / Audio.....	135
3.2.11	Strategi <i>Engagement</i>	138
3.2.12	Waktu Unggah.....	140
3.2.13	Posisi Akun.....	142
3.2.14	Analisis Persaingan.....	143
3.2.15	Kalaborasi.....	146
3.2.16	Pendekatan yang Relevan.....	147
3.2.17	Nilai Dakwah yang Utama.....	150

3.3 HASIL PEMBAHASAN	151
3.3.1 Perencanaan Strategi Dakwah (<i>Plan</i>).....	152
3.3.2 Strategi Penyampaian Dakwah untuk Meningkatkan Keterlibatan <i>Audiens (Ploy)</i>	158
3.3.3 Pola Penyampaian Dakwah dalam Konten <i>Reels</i> (Pettern) Oleh <i>@maulidya_a</i>	163
3.3.4 Kedudukan Akun <i>@maulidya_a</i> sebagai Pendakwah Digital di Era Persaingan Konten (<i>Position</i>)	169
3.3.5 Perpektif Dakwah Maulidya terhadap kebutuhan Spritualitas Generasi Muda (<i>Perspective</i>)	171
BAB IV PENUTUP	175
4.1 Kesimpulan.....	175
4.2 Saran.....	176
DAFTAR PUSTAKA.....	178
LAMPIRAN.....	182

