

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	8

F. Langkah-Langkah Penelitian	15
-------------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 21

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
--	----

B. Tinjauan Umum tentang Kitabah.....	23
---------------------------------------	----

1. Definisi Kitabah	23
---------------------------	----

2. Jenis Kitabah.....	24
-----------------------	----

3. Teknik Kitabah.....	27
------------------------	----

C. Tinjauan Umum tentang Konten Promosi	34
---	----

1. Pengertian Konten Promosi	34
------------------------------------	----

2. Macam Konten Promosi	34
-------------------------------	----

3. Tujuan Konten Promosi	36
--------------------------------	----

D. Tinjauan Umum tentang Media Sosial.....	39
--	----

1. Sejarah Media Sosial.....	39
------------------------------	----

2. Bentuk Media Sosial	41
------------------------------	----

3. Peran Media Sosial dalam Dakwah	43
--	----

E. Tinjauan Umum tentang Teori AIDA	44
---	----

1. Definisi Teori AIDA.....	44
-----------------------------	----

2. Tahapan Teori AIDA	45
-----------------------------	----

3. Penerapan Teori AIDA	48
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Hasil Penelitian	61
1. Teknik <i>Attention</i> dalam Penulisan Konten Promosi Dakwah di Media Sosial	62
2. Teknik <i>Interest</i> dalam Penulisan Konten Promosi Dakwah di Media Sosial	71
3. Teknik <i>Desire</i> dalam Penulisan Konten Promosi Dakwah di Media Sosial	81
4. Teknik <i>Action</i> dalam Penulisan Konten Promosi Dakwah di Media Sosial	90
C. Pembahasan.....	100
1. Trend Masa Kini sebagai Inspirasi Penulisan Konten Promosi Dakwah.....	100
2. Faktor Pembentuk Ketertarikan Audiens terhadap Kajian di Masjid Pemuda Raheela.....	109
3. Relevansi Isi <i>Direct Message</i> Promosi Dakwah dengan Keinginan Audiens.....	116

4. <i>Continue Action</i> Sebagai Implikasi Kalimat <i>Call to Action</i>	
Admin dalam Konten Promosi Dakwah	119
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	126
A. Simpulan	126
B. Saran.....	128
D. Implikasi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	148



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Masjid Pemuda Raheela	53
Gambar 3. 2 Profil Akun Instagram @masjid.pemudaraheela.....	58
Gambar 3. 3 Konten Reels Edukasi.....	60
Gambar 3. 4 Konten Feed Informasi	61
Gambar 3. 5 Design Feed dan Reels	65
Gambar 3. 6 Penggunaan Hook pada Feed.....	67
Gambar 3. 7 Konten Reels Viral	68
Gambar 3. 8 Konten Feed Overthinking	72
Gambar 3. 9 Engagement Konten Reels & Feed.....	75
Gambar 3. 10 Kolom Komentar	77
Gambar 3. 11 Like Audiens.....	79
Gambar 3. 12 Direct Message Instagram 1	83
Gambar 3. 13 Direct Message Instagram 2	86
Gambar 3. 14 Konten Promosi Dakwah.....	92
Gambar 3. 15 Link di bio Instagram	94
Gambar 3. 16 Kajian di Masjid Pemuda Raheela.....	96
Gambar 3. 17 Postingan Audiens	98

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Konseptual	14
Bagan 3. 1 Struktur Kepengurusan Masjid	55
Bagan 3. 2 Perbandingan Warna Design.....	64
Bagan 3. 3 Persentase Isi Direct Message.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	148
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	165
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	166
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan di Masjid	167

