

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	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis:	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Landasan Teoritis.....	7
1.6 Langkah-langkah Penelitian	9
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan.....	10
1.6.3 Metode Penelitian	10
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	11
1.6.5 Informan atau Unit Analisis.....	12
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	14

1.6.8 Teknik Analisa Data.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Konseptual	21
2.2.1 Dakwah	21
2.2.2 Strategi Dakwah.....	49
2.2.3 Media Sosial Instagram.....	54
2.2.4 Konten Visual	72
2.3 Kajian Teoritis	78
2.3.1 Teori 5p's of Strategy oleh Henry Mintzberg.....	78
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	87
3.1.1 Profil Pribadi Pemilik Akun @sholahayub.....	87
3.1.2 Profil Halaman Akun Instagram @sholahayub	90
3.1.3 Jenis dan Karakteristik Konten Visual @sholahayub	92
3.2 Hasil Penelitian.....	100
3.2.1 Tujuan Dakwah.....	100
3.2.2 Proses Pembuatan Konten.....	102
3.2.3 Konsistensi gaya dan bentuk konten	109
3.2.4 Gaya Konten	109
3.2.5 Ciri Khas, Daya Tarik	111
3.2.6 Isu Relevan.....	113
3.2.7 Target Engagement	114
3.2.8 Waktu Unggah	115
3.2.9 Analisis Persaingan	116
3.2.10 Keterhubungan dengan Audiens	118
3.2.11 Respon Followers.....	120

3.3 Hasil Pembahasan.....	122
3.3.1 Strategi perencanaan <i>plan</i> dakwah.....	122
3.3.2 Strategi penyampaian dakwah <i>ploy</i> atau taktik untuk meningkatkan keterlibatan audiens	128
3.3.3 Strategi Pola <i>pattern</i> konten visual dalam menyampaikan dakwah.....	131
3.3.4 Posisi <i>position</i> akun @sholahayub sebagai pendakwah di media sosial Instagram di tengah persaingan konten.....	136
3.3.5 Respon <i>followers</i> terhadap konten yang diunggah dari perspektif internal	138
BAB IV PENUTUP	142
4.1 Kesimpulan.....	142
4.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145



DAFTAR TABEL

Bagan 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
--	-----------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Konseptual 5 P's of Strategy Henry Mintzberg	9
Gambar 3.1 Foto Sholah Ayub.....	87
Gambar 3.2 Profil Akun Instagram @sholahayub.....	90
Gambar 3.3 Konten Visual berjudul Ada yang di balik senyumnya menyimpan sepi.....	92
Gambar 3.4 <i>Insight</i> Postingan 15 Februari 2025.....	93
Gambar 3.5 Konten Visual Berjudul: Gapapa punya sedikit teman.....	94
Gambar 3.6 <i>Insight</i> Konten Visual pada tanggal 12 April 2025.....	96
Gambar 3.7 Konten Visual Kolaborasi dengan tema kejadian di Palestina.....	97
Gambar 3.8 <i>Insight</i> Konten Visual pada tanggal 12 April 2025.....	98
Gambar 3.9 Komentar Sholah Ayub pada tanggal 17 Maret 2025.....	119
Gambar 3.10 Question box dan Respon DM Sholah Ayub pada tanggal 18 Oktober 2022.....	119
Gambar 3.11 Proses Perencanaan pada Akun @sholahayub.....	127



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing	148
Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian	148
Lampiran 3 Bimbingan Skripsi	149
Lampiran 4 Pedoman Observasi dan Wawancara	150
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	153

