

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>D. Kegunaan Penelitian</b> .....	7
<b>E. Hasil Penelitian yang Relevan</b> .....	7
<b>F. Landasasn pemikiran</b> .....	10
1. Landasan teoritis .....	10
2. Kerangka Konseptual.....	12
3. Strategi Dakwah .....	13
4. Personal branding.....	16
5. Sosial Media.....	20
<b>G. Langkah-Langkah Penelitian</b> .....	22
1. Objek Penelitian .....	22
2. Lokasi Penelitian.....	22
3. Paradigma dan Pendekatan .....	23
4. Metode Penelitian.....	23
5. Pendekatan penelitian.....	24
6. Jenis Data dan Sumber Data .....	24
7. Sumber Data.....	25
8. Teknik Pengumpulan Data.....	25
9. Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB II</b> .....	29
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	29
<b>A.Dakwah</b> .....	29
1. Pengertian Dakwah .....	29

2.	Unsur-unsur dakwah .....	31
3.	Bentuk utama dakwah .....	57
4.	Dinamika dakwah.....	63
<b>B.</b>	<b>Personal Branding .....</b>	<b>65</b>
1.	Pengertian Personal Branding .....	65
2.	Unsur-unsur personal branding .....	66
3.	Urgensi personal branding.....	66
4.	Tantangan Personal Branding.....	69
<b>C.</b>	<b>Strategi Personal Branding Dai.....</b>	<b>70</b>
1.	Pengertian Dai .....	70
2.	Kompetensi Dai .....	72
3.	Urgensi Personal Branding Bagi Dai.....	75
4.	Unsur-Unsur Personal Branding Bagi Dai .....	76
a.	Kepribadian Islami (Akhlak).....	76
b.	Kompetensi Ilmu .....	77
c.	Gaya Komunikasi.....	77
d.	Konsistensi (Istiqamah).....	77
e.	Penampilan.....	77
f.	Kehadiran di Media Sosial / Publik .....	78
g.	Nilai Unik (Ciri Khas).....	78
h.	Kredibilitas dan Integritas .....	78
<b>D.</b>	<b>Teori Interaksi Simbolik.....</b>	<b>78</b>
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
<b>A.</b>	<b>Profil Wajdi Azim.....</b>	<b>82</b>
<b>B.</b>	<b>Gambaran Umum Akun Instagram Wajdi Azim.....</b>	<b>82</b>
<b>C.</b>	<b>Visi dan Misi Dakwah Wajdi Azim di Media Social .....</b>	<b>88</b>
<b>D.</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>89</b>
<b>E.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>103</b>
1.	Mengidentifikasi Nilai-Nilai Personal Branding Dalam Dakwah .....	103
2.	Memproduksi Konten Dakwah dan Meninggalkan Kesan .....	111
3.	Strategi Wajdi Azim Dalam Membangun Personal Branding .....	116
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>144</b>

<b>PENUTUP</b> .....	144
<b>A. Kesimpulan</b> .....	144
<b>B. Saran</b> .....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	148





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG