

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
MOTTO HIDUP	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	15
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kajian Konseptual	26
2.2.1 Dakwah.....	26
2.2.2 Dakwah Digital.....	34
2.2.3 Strategi Dakwah Digital	44
2.2.4 Penyuluh Agama Islam	49
2.2.5 Media Sosial	56
2.3 Kajian Teoritis	68
2.3.1 Teori <i>Mediatization of Religion</i> (Stig Hjarvard)	68
BAB III.....	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74

3.1 Gambaran Umum akun instagram @kuasukasari_bdg	74
3.1.1 Sejarah Pembuatan Akun instagram @kuasukasari_bdg	74
3.1.2 Struktur pengelolaan akun Instagram @kuasukasari_bdg	76
3.1.3 Jenis dan karakteristik Konten dalam Akun Instagram @kuasukasari_bdg	77
3.2 Hasil Penelitian.....	79
3.2.1 Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Agama (<i>Media for Religion</i>)	79
3.2.1.1 Bentuk Penyampaian Pesan Dakwah	79
3.2.1.2 Penyusunan dan Perencanaan Konten	83
3.2.1.3 Konsistensi dan Jadwal Unggahan	86
3.2.1.4 Kendala Teknis.....	90
3.2.2 Penggunaan Media Sosial sebagai Lingkungan Agama (<i>Media of Religion</i>)	95
3.2.2.1 Interaksi Audiens dengan Konten	95
3.2.2.2 Pola Komunikasi Dua Arah antara Penyuluh dan Masyarakat	97
3.2.2.3 Pengaruh Lingkungan Digital terhadap Pemahaman Agama	100
3.2.3 Penggunaan Media Sosial sebagai Pengganti Ruang Religius (<i>Media as Religion</i>)	104
3.2.3.1 Aktivitas Religius yang Berpindah ke Media Sosial	104
3.2.3.2 Instagram sebagai Ruang Dakwah Baru	107
3.3 Pembahasan	109
3.3.1 Analisis <i>media for religion</i>	109
3.3.1.1 Instagram berfungsi sebagai alat penyebaran dakwah.....	109
3.3.1.2 Penyuluh menyesuaikan format dakwah dengan logika media (visual, singkat).....	113
3.3.2 Analisis <i>media of religion</i>	116
3.3.2.1 Media sosial menjadi lingkungan baru praktik religius	116

3.3.2.2 Interaksi penyuluh dengan jamaah membentuk ruang sosial keagamaan online	120
3.3.3 Analisis <i>media as religion</i>	124
3.3.3.1 Instagram tidak hanya media, tetapi menjadi ruang religius	124
3.3.3.2 Aktivitas keagamaan berlangsung sepenuhnya di platform digital	128
BAB IV	132
PENUTUP	132
4.1 Kesimpulan	132
4.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	140

