

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Hasil Penelitian	7
E. Landasan Berpikir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Strategi Komunikasi Dakwah Digital.....	20
1. Konseptualisasi Strategi Komunikasi Dakwah di Era Disrupsi.....	20
2. Transformasi Dakwah ke Platform Berbasis Web.....	22
3. Model Perencanaan dan Tahapan Strategi Dakwah Siber	24
4. Analisis Khalayak (Audiens) dan Personalisasi Pesan Digital	26

5. Etika dan Tantangan Dakwah di Ruang Digital	28
C. Konstruksi Pesan Dakwah.....	32
1. Konstruksi Realitas dalam Pesan Dakwah.....	32
2. Elemen Bahasa dalam Konstruksi Pesan Dakwah Digital.....	35
3. Simbol dan Visual dalam Pesan Dakwah Digital	38
4. Kategorisasi Konten Dakwah Digital	40
5. Strategi Konstruksi Pesan Dakwah Berbasis Digital	43
D. Optimalisasi Search Engine Optimization (SEO)	45
1. Visibilitas Mesin Pencari Digital	45
2. SEO- On-Page Artikel Dakwah	47
3. SEO Off-Page & Technical.....	49
4. Relevansi SEO Dakwah Digital.....	51
E. Media Digital (Web) dan Filantropi Islam	53
1. Karakteristik Website sebagai Media Dakwah Digital	53
2. Evergreen Dakwah Digital.....	56
3. Trust Digital Filantropi Islam	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	62
A. Paradigma.....	62
B. Pendekatan Penelitian.....	65
C. Jenis Penelitian	67
D. Metode Penelitian.....	70
E. Data dan Sumber Data	72
F. Informan.....	75
G. Teknik Pengumpulan Data	77
H. Teknik Analisis Data.....	83

I. Jadwal Penelitian	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	88
A. Deskripsi Data	88
1. Profil Rumah Zakat	88
2. Manajemen Rumah Zakat	93
3. Legalitas Formal dan Tata Kelola Manajemen Rumah Zakat	95
4. Akses Pemanfaatan Media Sosial	99
5. Tim Pengelola Website GBEC	101
6. Website Kanal Berita Rumah Zakat	111
B. Hasil Penelitian.....	121
1. Konstruksi Pesan Dakwah Digital pada Website Berita Rumah Zakat www.rumahzakat.org/berita dalam Perspektif Komunikasi Jaringan.....	114
2. Kendala dan Kebutuhan dalam Mengintegrasikan Nilai-Nilai Dakwah dengan Tuntutan SEO	128
3. Proses Perumusan dan Implementasi Strategi Komunikasi Dakwah Digital dalam Mengintegrasikan Teknik SEO dengan Prinsip Dakwah <i>Bil-qalam</i>	148
4. Strategi Komunikasi Dakwah Digital dalam Membangun Pemahaman dan Partisipasi Masyarakat Formal dan Tata Kelola Manajemen..	175
C. Pembahasan	188
1. Konstruksi Media Siber dan Pesan Dakwah RumahZakat.org dalam Perspektif Komunikasi Jaringan.....	188
2. Visibilitas Digital dan Substansi Dakwah: Analisis Kendala serta Kebutuhan Integrasi SEO pada Website Rumah Zakat	191
3. Proses Partisipatif dalam Perumusan dan Implementasi Dakwah Digital: Analisis Integrasi SEO dan Dakwah Bil-Qalam	196
4. Strategi Dakwah Digital dalam Membangun Public Engagement pada Masyarakat Jaringan.....	202

BAB V KESIMPULAN DAN SARANN	208
A. Simpulan	208
B. Saran	210
DAFTAR PUSTAKA	211
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	239



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jawal Penelitian.....	86
Tabel 4.1	Peran dan Tupoksi Pengelola Website Berita.....	104
Tabel 4.2	Analisis Tema dan Berita.....	109
Tabel 4.3	Kategori Tema Serta Isi Konten.....	110
Tabel 4.4	Analisis Tema dan Isi Konten.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Publikasi Laporan Keuangan.....	99
Gambar 2. Rapat Redaksi Peneliti dan Tim Media Rumah Zakat.....	103
Gambar 3. Tampilan Kanal Berita di Web Rumah Zakat.....	107
Gambar 4. Dakwah Aksi Nyata Lewat Pemberdayaan Masyarakat.....	115
Gambar 5. Dominasi Berita Informatif Berbasis Aksi Nyata.....	129
Gambar 6. Strategi Kata Kunci Populer dalam Dakwah.....	132
Gambar 7 Model Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Rumah Zakat.....	133
Gambar 8. Pengelolaan Sistematis Kategori Berita Rumah Zakat.....	136
Gambar 9. Strategi Dakwah Transparan Lewat Berita Lembaga.....	139
Gambar 10 Narasi Kepedulian Lewat Pembangunan Air Bersih.....	140
Gambar 11 Struktur Kategori Artikel Berbasis Kemudahan Pengguna.....	149
Gambar 12. Strategi Dakwah Digital Berbasis Optimasi Mesin Pencari.....	152
Gambar 13 Pemberdayaan Lansia Lewat Program Kebun Gizi.....	176
Gambar 14 Rumah Zakat Jangkau Jutaan Penerima Manfaat.....	179



DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing.....	216
2. Surat Izin Penelitian	217
3. Surat Perjanjian Kerahasiaan Data.....	218
4. Surat Keterangan Penelitian.....	221
5. Kisi-Kisi Peneliti.....	228
6. Pedoman Observasi	230
7. Pedoman Wawancara.....	232
8. Informan Penelitian.....	234
9. Dokumentasi Penelitian Diskusi Redaksi.....	235
10. Dokumentasi Penelitian Pantau Realtime Analitic.....	236
11. Dokumentasi Penelitian Google Analitic.....	236
12. Dokumentasi Penelitian Google Consol.....	237
13. Dokumentasi Penelitian.....	238
14. Daftar Riwayat Hidup.....	239

