DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

RIWAYAT HIDUP ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Kegunaan Penelitian 8
   1. Kegunaan Akademis 8
   2. Kegunaan Praktis 8
E. Tinjauan Pustaka 9
1. Landasan Teoritis 9
2. Kerangka Konseptual Dakwah 11
F. Langkah-Langkah Penelitian 14
1. Lokasi Penelitian 14
2. Paradigma dan Pendekatan 15
3. Metode Penelitian 16
4. Jenis Data dan Sumber Data 16

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

a. Jenis Data 16
b. Sumber Data 17
1) Sumber Data Primer 17
2) Sumber Data Sekunder 18
5. Informan atau Unit Analisis 18
6. Teknik Pengumpulan Data 19
7. Teknik Keabsahan Data 20
8. Teknik Analisis Data 22
BAB II 20
KAJIAN PUSTAKA 20
A. Hasil Penelitian Terdahulu 21
B. Kajian Konseptual 26
1. Content Writing 26
2. Motivasi Dakwah 34
3. Media Sosial 38
4. Konten Kreator 43
C. Landasan Teoritis 47
A. Gambaran Umum Penelitian 54
1. Profil Akun Instagram @alfatahar_ 54
2. Pengelolaan akun Instagram @alafatahar_ 56
3. Jenis-jenis konten 59
B. Hasil Penelitian 60
1. Proses pembuatan konten motivasi yang sesuai dengan kebutuhan audiens 60
a. Penentuan Tema Konten 61
b. Penyesuaian Bahasa Konten 69
2. Proses penggunaan konten motivasi Dakwah untuk membangun kedekatan dengan audiens di akun Instagram @alfatahar 73
a. Personal Branding melalui Gaya Komunikasi 74
b. Konsistensi Interaksi dengan Audiens 80

c. Membangun Kepercayaan Audiens 85
3. Proses Meliabatkan Audiens dalam Konten Motivasi Dakwah 86
a. Interaksi Dua Arah dengan Audiens 87
b. Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Meningkatkan Keterlibatan Audiens .. 91
c. Membangun Keterlibatan Audiens secara Berkelanjutan 93
C. Hasil dan Pembahasan 97
1. Proses kreatif membuat konten motivasi yang sesuai dengan kebutuhan audiens pada akun instagram @alfatahar_ 99
2. Proses inovatif penggunaan konten motivasi Dakwah untuk membangun kedekatan dengan audiens di akun Instagram @alfatahar 107
3. Proses interaktif Meliabatkan Audiens dalam Konten Motivasi Dakwah..... 124
BAB IV 138
PENUTUP 138
A. Kesimpulan 138
B. Saran 142
DAFTAR PUSTAKA 144
LAMPIRAN 130

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu 24

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Profile Akun Instagram @alfatahar_ 55
Gambar 3. 2 Rata-rata jumlah frekuensi Instagram @alfatahar_ 56
Gambar 3. 3 Postigan akun Instagram @alfatahar_ 64
Gambar 3. 4 question box 66
Gambar 3. 5 postingan akun Instagram @alfatahar_ 67
Gambar 3. 6 Interaksi akun Instagram @alfatahar_ 76
Gambar 3. 7 Interaksi di *Zoom Meeting* 78
Gambar 3. 8 Grup *One at a Time Space* 93

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG