

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN PENULIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Landasan Pemikiran.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Konsep Penelitian	16
1. Dakwah Kontemporer dan Media Visual.....	16
2. Diseminasi Pesan Dakwah melalui Produk Lifestyle	31
3. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	41
B. Penelitian Relevan	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Paradigma Penelitian	59
B. Pendekatan Penelitian	60
C. Metode Penelitian	61
D. Jenis Penelitian	62
E. Sumber Data Penelitian	63

F. Subjek Penelitian	65
G. Teknik Pengumpulan Data.....	67
H. Teknik Analisis Data.....	69
I. Lokasi dan Waktu Penelitian	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
B. Hasil Penelitian.....	79
1. Penyajian Pesan Dakwah melalui Produk <i>Lifestyle</i> Muhajir Project Store.....	79
2. Proses Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Pesan Muhajir Project Store.....	112
3. Praktik Sosiaokultural dalam Diseminasi Pesan Dakwah melalui Produk Muhajir Project Store	152
C. Pembahasan	162
1. Penyajian Pesan Dakwah melalui Produk <i>Lifestyle</i> Muhajir Project Store.....	162
2. Proses Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Pesan Dakwah Muhajir Project Store.....	172
3. Praktik Sosiokultural dalam Diseminasi Pesan Dakwah melalui Produk Muhajir Project Store	185
BAB V KESIMPULAN.....	196
A. Kesimpulan.....	196
B. Saran	198
DAFTAR PUSTAKA.....	200
LAMPIRAN.....	205

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rincian Sampel Penelitian	80
Tabel 4.2 Analisis Pemilihan Kosakata pada Dimensi Teks	84
Tabel 4.3 Analisis Tata Bahasa pada Dimensi Teks	91
Tabel 4.4 Analisis Struktur Teks Sumber: Tangkapan layer akun Instagram @muhajirprojectstore, diakses 28 Juli 2026.....	97
Tabel 4.5 Analisis Elemen Visual.....	104
Tabel 4.6 Analisis Indikator Teks dari Jejak Digital	118
Tabel 4.7 Analisis Kanal Distribusi Teks	122
Tabel 4.8 Intertekstualitas Manifest pada Konten Muhajir Project Store	132
Tabel 4.9 Konfigurasi Interdiskursivitas pada Konten Muhajir Project Store...	135
Tabel 4.10 Profil Informan Konsumen.....	140
Tabel 4.11 Pola Respon Audiens pada Unggahan Instagram.....	146



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Eksplanasi (Fairclough)	48
Gambar 4.1 Contoh Produk Muhajir Project Store (Buku Doa Set)	76
Gambar 4.2 Contoh Produk Muhajir Project Store (Air Freshener)	76
Gambar 4.3 Toko Muhajir Project Store	77
Gambar 4.4 Akun Instagram Muhajir Project Store	78
Gambar 4.5 Profil Instagram Muhajir Project.....	115
Gambar 4.6 Profil Instagram Ustadz Muhammad Nurul Zikri	115
Gambar 4.7 Struktur Tata Kelola Ekosistem Dakwah Muhajir Project	117
Gambar 4.8 Contoh Kiriman Konten Muhajir Project Store Di Instagram	124
Gambar 4.9 Tampilan Website Resmi Muhajirproject.Id.....	125
Gambar 4.10 Ulasan Profil Muhajir Project Store Pada Website Resmi	126
Gambar 4.11 Tampilan Platform E-Commerce Shopee Muhajir Project Store ..	127
Gambar 4.12 Tampilan Platform E-Commerce Tokopedia Muhajir Project Store	127
Gambar 4.13 Suasana Dan Interior Toko Muhajir Project Store	128
Gambar 4.14 Pesan Dakwah Pada Desain Interior Toko Muhajir Project Store.	129
Gambar 4.15 Interior Toko Muhajir Project Store	129
Gambar 4.16 Unggahan Tentang Rekap Muhajir Project Store Tahun 2025	130
Gambar 4.17 Unggahan Countdown Ramadan Sebagai Bukti Determinan Situasional Kalender Islam.....	155
Gambar 4.18 Akun Instagram Ekosistem Muhajir Project	158
Gambar 4.19 Slide 1 K-10 Contoh Penyatuan Visual Ibadah + Produk Dalam Satu Frame	170
Gambar 4.20 K-08 Visual Suasana Toko Untuk Mendukung Kedekatan Dengan Audiens Muda Urban	171
Gambar 4.21 Cuplikan Reels K-06: Penyandingan Logo Muhajir Project Store Dan Garuda Indonesia Dalam Penyambutan Jemaah Haji Untuk Klaim Kredibilitas Institusional	171