

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kerangka Berpikir	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Preferensi	14
2.1.1 Definisi Preferensi	14
2.1.2 Dimensi Preferensi	16
2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Preferensi	18
2.1.4 Mekanisme Pembentukan Preferensi	20
2.2 Konten Dakwah Digital	21
2.2.1 Definisi dan Hakikat Dakwah Digital	21
2.2.2 Produksi dan Struktur Pesan Dakwah Digital	25

2.2.3	Karakteristik Media Baru dalam Dakwah	27
2.3	Dewasa Muda	32
2.3.1	Hakikat dan Karakteristik Dewasa Muda.....	32
2.3.2	Dimensi Psikologis dan Kebutuhan Spiritual Dewasa Muda	34
2.4	<i>Quarter Life Crisis</i>	36
2.4.1	Pengertian <i>Quarter Life Crisis</i>	36
2.4.2	Karakteristik dan Fase <i>Quarter Life Crisis</i>	41
2.4.3	Faktor Penyebab <i>Quarter Life Crisis</i> di Era Digital.....	44
2.4.4	Dampak <i>Quarter Life Crisis</i> terhadap Stabilitas Mental.....	46
2.4.5	Strategi Coping dan Spiritualitas	47
2.5	Teori.....	50
2.5.1	Uses and Gratification Theory	50
2.5.2	<i>New Media Theory</i>	63
2.6	Hasil Penelitian Terdahulu	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		82
3.1	Paradigma Penelitian.....	82
3.2	Pendekatan Penelitian	83
3.3	Jenis Penelitian	84
3.4	Data dan Sumber Penelitian.....	85
3.5	Metode Penelitian.....	86
3.6	Objek Penelitian	88
3.7	Subjek Penelitian.....	88
3.8	Teknik Pengumpulan Data	99
3.9	Teknik Analisis Data	101
3.10	Tempat dan Waktu Penelitian.....	102

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	104
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	104
4.1.1 Identitas dan Branding Akun @akal.indo	104
4.1.2 Karakteristik Konten Dakwah Digital	106
4.2 Hasil Penelitian	112
4.2.1 Preferensi <i>Followers</i> dalam Memilih Konten Dakwah Digital	112
4.2.2 Penggunaan Media oleh <i>Followers</i> dalam Menghadapi <i>Quarter Life Crisis</i>	131
4.2.3 Persepsi <i>Followers</i> terhadap Produksi Konten Dakwah Digital	141
4.3 Pembahasan	157
4.3.1 Analisis Preferensi <i>Followers</i> dalam Memilih Konten Dakwah Digital	157
a. Relevansi Tema Konten dengan Kehidupan <i>Followers</i>	157
4.3.2 Analisis Penggunaan Media oleh <i>Followers</i> dalam Menghadapi <i>Quarter Life Crisis</i>	171
4.3.3 Analisis Persepsi <i>Followers</i> terhadap Produksi Konten Dakwah Digital	187
BAB V PENUTUP	198
5.1 Simpulan	198
5.2 Saran	199
DAFTAR PUSTAKA	202
LAMPIRAN	223

DAFTAR TABEL

TABEL 1 TABEL TRANSLITERASI KONSONAN	IX
TABEL 2 TABEL TRANSLITEASI VOKAL TUNGGAL	XI
TABEL 3 TABEL TRANSLITERASI VOKAL RANGKAP	XI
TABEL 4 TABEL TRANSLITERASI MADDAH	XI
TABEL 5 PENELITIAN TERDAHULU	76
TABEL 6 TABEL JADWAL PENELITIAN	103

