

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	10
F. Landasan Pemikiran.....	14
G. Langkah-Langkah Penelitian.....	28
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>38</b>
A. Strategi.....	38
1. Pengertian Strategi.....	38
2. Tujuan Strategi.....	39
3. Unsur-Unsur Strategi.....	40
4. Fungsi Strategi.....	42
B. Dakwah.....	43
1. Pengertian dan Dasar Hukum Dawah.....	43
2. Unsur-Unsur Dakwah .....	49
3. Petunjuk Utama Dakwah.....	56
4. Dinamika Dakwah.....	62
5. Strategi Dakwah.....	64

C. Media Sosial Instagram.....	87
1. Pengertian Media Sosial.....	87
2. Sejarah dan Dinamika Media.....	89
3. Bentuk-bentuk Media Sosial.....	93
4. Instagram Sebagai Media Dakwah.....	98
5. Profil Media Sosial Dakwah.....	102
D. AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ).....	103
1. Komponen AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ).....	103
2. Teknik Komunikasi.....	107
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>112</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	112
1. Sejarah Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	112
2. Visi dan Misi Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	113
3. Struktur Pengurus Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	115
4. Aktifitas Dakwah Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	122
5. Pengelola Media Sosial Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	127
6. Profil Informan.....	141
B. Hasil Penelitian.....	143
1. Strategi Dakwah Sentimental.....	143
2. Strategi Dakwah Rasional.....	163
3. Strategi Dakwah Indrawi.....	175
C. Pembahasan.....	189
1. Pendekatan sentimental dalam dakwah.....	189
2. Pendekatan rasional dalam dakwah.....	192
3. Pendekatan indrawi dalam dakwah.....	195
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>198</b>

A. Simpulan.....	198
B. Saran.....	200
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>202</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>206</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pengguna Sosial Media.....	5
Gambar 1.2 Logo LDM UIN Bandung.....	7
Gambar 1.3 Diagram AIDA.....	17
Gambar 1.4 Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 2.1 Fungsi-Fungsi dan Strategi.....	42
Gambar 3.1 Akun Instagram LDM UIN Bandung .....	112
Gambar 3.2 Nama Pengurus LDM 2022.....	116
Gambar 3.3 Komentar dan Interaksi @ldmuinbdg dengan <i>mad'u</i> .....	130
Gambar 3.4 Salah satu konten @ldmuinbdg tentang cara dakwah.....	134
Gambar 3.5 Salah satu konten @ldmuinbdg menggunakan <i>voice talent</i> .....	138
Gambar 3.6 Unggahan LDM UIN Bandung 17 November 2022.....	145
Gambar 3.7 Unggahan LDM UIN Bandung 28 September 2022.....	148
Gambar 3.8 Unggahan LDM UIN Bandung 26 September 2022.....	151
Gambar 3.9 Unggahan LDM UIN Bandung 6 September 2022.....	154
Gambar 3.10 Unggahan LDM UIN Bandung 20 Mei 2022.....	157
Gambar 3.11 Unggahan LDM UIN Bandung 12 April 2022 .....	158
Gambar 3.12 Unggahan LDM UIN Bandung 21 Oktober 2022.....	165
Gambar 3.13 Unggahan LDM UIN Bandung 8 September 2022.....	168
Gambar 3.14 Unggahan LDM UIN Bandung 28 Juli 2022.....	171
Gambar 3.15 Unggahan LDM UIN Bandung 31 Juni 2022.....	173
Gambar 3.16 Unggahan LDM UIN Bandung 8 November 2022.....	178
Gambar 3.17 Unggahan LDM UIN Bandung 9 Juli 2022.....	180

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian yang Relevan.....	12
--	----

