

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Hasil Penelitian yang Relevan.....	6
F. Landasan Pemikiran .....	8
G. Langkah- langkah Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
A. Dakwah.....	18
1. Mubalig dan Hakikat Dakwah.....	18
2. Bentuk Utama Dakwah .....	23
3. Unsur- unsur Dakwah.....	26
4. Dinamika Dakwah.....	32
B. Media Sosial.....	35
1. Pengertian Media Sosial.....	35
2. Sejarah Media Sosial.....	37
3. Bentuk- bentuk Media Sosial .....	43
4. Media Sosial dan Dakwah.....	47

C. Personal Branding .....	49
1. Konsep Personal Branding .....	49
2. Personal Branding di Media Sosial .....	51
3. Personal Branding dalam Konteks Mubalig.....	52
4. Dampak Personal Branding terhadap Karir dan Reputasi.....	54
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Objek Penelitian.....	57
1. Biografi Ustadz Handy Bonny .....	57
2. Dinamika Dakwah Ustadz Handy Bonny .....	60
3. Profil Instagram Ustadz @handybonny .....	71
B. Hasil Penelitian .....	73
1. Strategi Personal Branding Mubalig di Instagram .....	73
2. Pengelolaan Konten Mubalig di Instagram .....	76
3. Dampak Personal Branding di Instagram.....	90
C. Analisis Hasil Pembahasan .....	95
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>
Lampiran 1.1 SK Pembimbing Skripsi .....	104
Lampiran 1.2 Lembar Bimbingan Skripsi.....	105