

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| Halaman Sampul Luar..... | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| Halaman Persetujuan..... | iii |
| Halaman Pengesahan | iv |
| Pernyataan Keaslian Tulisan | v |
| Halaman Motto..... | vi |
| Pedoman Transliterasi Arab Latin | vii |
| Persembahan | ix |
| Abstrack | x |
| Kata Pengantar | xii |
| Daftar Isi..... | xiv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| E. Penegasan Istilah..... | 8 |
| F. Penelitian Terdahulu | 11 |
| G. Metode Penelitian..... | 16 |
| H. Sistematika Pembahasan | 20 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|---------------------------|----|
| A. Media Sosial..... | 22 |
| B. Lingkungan Hidup | 29 |
| C. Hukum Positif | 37 |
| D. Hukum Islam..... | 45 |

**BAB III PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PROMOSI LINGKUNGAN HIDUP DALAM PERSPEKTIF
HUKUM POSITIF**

- A. Lingkungan Hidup Menurut Undang-Undang NO 32
Tahun 2009 50
- B. Persamaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Lingkungan
Hidup Dalam Perspektif Hukum Positif 55

**BAB IV PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PROMOSI LINGKUNGAN HIDUP DALAM PERSPEKTIF
HUKUM ISLAM**

- A. Lingkungan Hidup dalam Konsep Islam 63
- B. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Lingkungan Hidup dalam
Hukum Islam 69

**BAB V ANALISIS PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DALAM
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI LINGKUNGAN
HIDUP DAN HUKUM ISLAM**

- A. Bentuk Komunikasi Pemasaran Media Sosial Sebagai Sarana
Promosi Lingkungan Hidup Dalam Hukum Positif Dan
Hukum Islam 84
- B. Persamaan Dan Perbedaan Media Sosial Sebagai
Sarana Promosi Lingkungan Hidup Dalam Hukum Positif Dan
Hukum Islam 88

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan 91
- B. Saran 92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN