

DAFTAR ISI

TESIS	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
TRANSLITERASI.....	xv
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
المُلخَص.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Kegunaan Penelitian.....	9
D. Penegasan Istilah.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Biografi Gus Iqdam.....	15
B. Personal Branding	17
C. Komunikasi	26
D. Komunikasi Dakwah.....	30
E. Media sosial	49
F. Penelitian Terdahulu.....	51
G. Kerangka Teoritik Penelitian.....	61
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	65

B.	Kehadiran Peneliti.....	65
C.	Lokasi Penelitian.....	66
D.	Data dan Sumber Data	66
E.	Teknik Pengumpulan Data	67
F.	Teknik Analisis Data	69
G.	Pengecekan Keabsahan Data.....	71
H.	Tahap Penelitian	76
BAB IV HASIL PENELITIAN		73
A.	Deskripsi Data.....	73
B.	Gambaran Umum.....	74
C.	Paparan Data Hasil Wawancara	86
D.	Sintesis Temuan Penelitian.....	124
BAB V PEMBAHASAN		126
A.	Analisis strategi personal branding Gus Iqdam melalui media sosial.....	126
B.	Karakteristik Komunikasi Dakwah Digital Gus Iqdam Melalui Media Sosial	141
C.	Efek Komunikasi Dakwah Gus Iqdam Terhadap Audiens Ditinjau dari Media Sosial.....	160
BAB VI PENUTUP		178
A.	Kesimpulan	178
B.	Implikasi Penelitian.....	179
C.	Saran.....	181
DAFTAR RUJUKAN.....		183
LAMPIRAN-LAMPIRAN		195