

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN KEASLIAN.....	V
MOTTO	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	IIII
DAFTAR LAMPIRAN	IIIV
TRANSLITERASI	XV
ABSTRAK	XXII
ABSTRACT	XXIV
ملخص.....	XXVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Penegasan Istilah	12
BAB II KAJIAN TEORI	19
A. Transformasi Komunikasi Dakwah.....	19
B. Kategorisasi dan Pola Perilaku GenZ.....	25
D. Media Sosial Instagram sebagai Ruang Dakwah	34
E. Penelitian Terdahulu	37
F. Kerangka Toeritik Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian.....	43
B. Kehadiran Peneliti	44

C. Lokasi Penelitian	45
D. Data dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Analisis Data	49
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
H. Tahapan Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Paparan Data	60
C. Temuan Penelitian	104
BAB V PEMBAHASAN	107
A. Bentuk Dakwah Konvensional Materi Fikih Sebelum Berbasis Digital..	107
B. Pola Pengemasan dan Penyajian Materi Fikih pada Akun Instagram @ngajigaes.id.....	114
C. Implikasi Komunikasi Dakwah Digital dalam Membangun Pemahaman dan Kesadaran Fikih pada Generasi Z	125
BAB VI PENUTUP	135
A. Simpulan	135
B. Implikasi.....	136
C. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	146

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 4.1 Profil Teknis dan Platform @ngajigaes.id	57
Tabel 4.2 Profil Informasi	58
Tabel 4.3 Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.4 Informan Berdasarkan Rentan Usia	59
Tabel 4.5 Pemetaan Unsur Komunikasi Dakwah Konvensional	61
Tabel 4.6 Topik Fikih @ngajigaes.id	75
Tabel 4.7 Topik Konten Engagement Tinggi	76
Tabel 4.8 Format Konten Digital @ngajigaes.id	78
Tabel 4.9 Karakteristik Materi dan Format Penyajian	82
Tabel 4.10 Alur Kerja Produksi Konten.....	84
Tabel 4.11 Kesesuaian Konten dengan Karakteristik Gen Z	86
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	87
Tabel 4.13 Implikasi Komunikasi Dakwah	94
Tabel 4.14 Dimensi Interaksi	100
Tabel 4.15 Temuan Penelitian	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Bentuk Dakwah Konvensional Materi dari Kitab Kuning	62
Gambar 4.2 Penelusuran Terpopuler di Google 1 Tahun Terakhir.....	65
Gambar 4.3 Akun Instagram dan TikTok @ngajigaes.id.....	69
Gambar 4.4 Konten Mengandung Sumber Rujukan Kitab	72
Gambar 4.5 Balasan Komentar teknik Smiling Tech dan tambahan emoji ...	73
Gambar 4.6 Konten bersanad dari sumber yang jelas.....	74
Gambar 4.7 Materi Topik yang disajikan @ngajigaes.id.....	76
Gambar 4.8 Konten Engagement Tinggi	77
Gambar 4.9 Konten dengan Hook Hiperbola.....	79
Gambar 4.10 Bentuk Format Konten @ngajigaes.id.....	80
Gambar 4.11 Briefing Pagi Tim @ngajigaes.id	85
Gambar 4.12 Konten Viewers Tinggi	89
Gambar 4.13 Interaksi Followers.....	93
Gambar 4.14 Highlight @ngajigaes.id	95
Gambar 4.15 Tanggapan Admin bagi yang mempertanyakan sanad	97
Gambar 4.16 WhatsApp Community @ngajigaes.id.....	98
Gambar 4.17 Kajian Live TikTok dan Tanya Jawab WhatsApp Grup.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	1
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian	2
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	3
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	9
Lampiran 5 kuesioner penelitian.....	21
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	26
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara	29
Lampiran 8 Biodata Penulis.....	30