DAFTAR ISI

MOTTO……..……..……..……..……..……..……..**ii**
LEMBAR PERSEMBAHAN…….....……..……..……..……..……..**iii**
KATA PENGANTAR…….....……..……..……..……..……..**vi**
DAFTAR ISI…….....……..……..……..……..……..**viii**
PEDOMAN TRANSLITERASI……..……..……..……..……..**ix**
ABSTRAK ...……..……..……..……..……..……..**xvi**
ABSTRACT ……..……..……..……..……..……..**xvii**
الملخصi……..……..……..……..……..……..**xvii**
BAB I PENDAHULUAN…….....……..……..……..……..……..**1**
A. Konteks Penelitian.……....……..……..……..……..……1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian..…..…..……..……..……9
C. Tujuan Penelitian.…….....……..……..……..……..……9
D. Kegunaan Penelitian…….....……..……..……..……..……10
1. Manfaat Teoritis…….....……..……..……..……10
2. Manfaat Praktis..…….....……..……..……..……...…10
a. Bagi Peneliti..…….....……..……..……..……...…10
b. Bagi Pembaca dan Masyarakat.…..……..……..……..10
E. Penegasan Istilah.....…….....……..……..……..……11
1. Persepsi Jamaah.…….....……..……..……..……..11
2. Pergantian Penceramah……..……..……..……12
3. Pengajian Rutin..……..……..……..……..……13
4. Jamaah.……..……..……..……..……..……14
F. Kajian Teori.....……..……..……..……..……..……..15
1. Komunikasi Dakwah……..……..……..……15
2. Pengertian Komunikasi Dakwah..……..……..……..……16
3. Aspek-Aspek Komunikasi Dakwah..…..……..……..……..18
4. Bentuk-Bentuk Komunikasi Dakwah..…..……..……..……20
5. Teori Persepsi.....22
6. Teori Kredibilitas Da'i.....25
G. Kerangka Berpikir..……..……..……..……..26
H. Penelitian Terdahulu...……..……..……..……..29
I. Metode Penelitian.…..……..……..……..……..34
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....…..……..……..…34
2. Kehadiran Peneliti……..……..……..……36
3. Lokasi Penelitian……..……..……..……..……36
4. Data dan Sumber Data.…..……..……..……..……..37
5. Teknik Pengumpulan Data.……..……..……..……..38
6. Teknik Analisis Data..…..……..……..……..……40
7. Pengecekan Keabsahan Data……..……..……..……41
8. Tahapan Penelitian…….……..……..……..……42

BAB II PROSES PERSEPSI JAMAAH TERBENTUK TERHADAP PERGANTIAN FIGUR DA'I 44
A. Terjadinya Pergantian Figur Da'i Dinilai Jamaah Upaya Untuk Melanjutkan Keberlangsungan……47
B. Jamaah Menunjukkan Kehadiran Secara Rutin Kembali Setelah Masa Adaptasi.....51
C. Perubahan Pada Digitalisasi yang Semakin Maju Dirasakan Jamaah.……54
BAB III PERSEPSI JAMAAH TERHADAP KREDIBILITAS DA'I BARU PASCA PERGANTIAN..... 58
A. Gus Nang Dinilai Memiliki Kompetensi Keilmuan Dakwah yang Baik.....59
B. Gaya Dakwah yang Santai Membuat Jamaah Merasa Nyaman Mengikuti Pengajian.....64
C. Efek Dakwah Menjadi Bukti Kredibilitas Gus Nang.....66
BAB IV FAKTOR APA SAJA YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI JAMAAH TERHADAP PERGANTIAN FIGUR DA'I……..70
A. Kualitas Dakwah dan Lingkungan Pengajian Menjadi Faktor Jamaah Merespon Positif……..71
B. Pengajian Rutin Sebagai Kebiasaan Jangka Panjang untuk Keberlangsungan Dakwah.....75
BAB V PENUTUP…….80
A. Kesimpulan…….80
B. Saran……...82
DAFTAR PUSTAKA.…….. 84
LAMPIRAN.……..87