

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II : KERANGKA TEORI	
A. Teori Penelitian	7
1. Strategi Komunikasi Dakwah	7
a. Strategi.....	7
b. Komunikasi Dakwah	12
2. Donasi	17
a. Pengertian Donasi	17
b. Jenis-jenis Donaasi	20
3. Master Stokis PT MGI	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Berfikir	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Sumber Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Uji Keabsahan Data	29
F. Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MGI (Mega Gloryoung International).....	32
1. Legalitas	32
2. Misi.....	32
3. Visi	32
4. CSR	33
5. Produk	33
6. Master Stokis MGI Kudus	34
B. Analisis Data Penelitian	37
1. Strategi Komunikasi Dakwah yang dilakukan Master Stokis MGI Kudus	37
2. Pendekatan Dakwah Master Stokis MGI Kudus	40
3. Kontribusi Master Stokis MGI Kudus dalam Masyarakat	43
C. Analisis Data Donasi Sosial	45
1. Analisis strategi Komunikasi Dakwah Master Stokis MGI Kudus.....	45
2. Analisis Komunikasi Dakwah Master Stokis MGI Kudus dalam Donasi Sosial	46
3. Analisis Kontribusi Master Stokis MGI Kudus kepada Masyarakat	47

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	49
B. Saran	49

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**