

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan masalah	4
D. Tujuan penelitian.....	4
E. Manfaat penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan	5
A. Kajian Teori.....	7
1. Dakwah Islam	7
a. Pengertian Dakwah Islam	7
b. Macam-macam Dakwah Islam	7
c. Metode Dakwah Islam	8
2. Media Dakwah Islam	14
a. Pengertian Media Dakwah	14
b. Jenis-jenis Media Dakwah	15
3. <i>Cyberculture</i>	16
a. Pengertian <i>Cyberculture</i>	16
b. Manfaat <i>Cyberculture</i>	18
c. Dakwah Melalui <i>Cyberculture</i>	19
4. Media Sosial.....	20
a. Pengertian Media Sosial	20
b. Jenis-Jenis Media Sosial	21
c. Platform Media Sosial	23
d. Karakteristik Media Sosial.....	25
e. Peran media Sosial.....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Berpikir.....	32

BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	35
C. Subjek Penelitian.....	35
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Pengujian Keabsahan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Objek Penelitian	42
1. Profil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam ...	42
2. Letak Geografis.....	42
3. Visi dan Misi Progran Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.....	43
4. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.....	44
B. Deskripsi Data Penelitian.....	44
1. Deskripsi Data Media Sosial Yang Digunakan Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus Sebagai Media Dakwah Islam	44
2. Deskripsi Data Pemanfaatan <i>Cyberculture</i> Sebagai Media Dakwah Islam Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus.....	52
3. Deskripsi Data Alasan Pemanfaatan <i>Cyberculture</i> Sebagai Media Dakwah Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus.....	55
C. Analisis Data Penelitian	56
1. Analisis Media Sosial Yang Digunakan Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus Sebagai Media Dakwah Islam	56
2. Analisis Pemanfaatan <i>Cyberculture</i> Sebagai Media Dakwah Islam Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus	57
3. Analisis Alasan Pemanfaatan <i>Cyberculture</i> Sebagai Media Dakwah Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Kudus	63
BAB V	67
PENUTUP	67
A. Simpulan	67
B. Saran-saran.....	67

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka berpikir.....	33
Gambar 3.1. Analisis Data Model Miles dan Huberman	40
Gambar 4.1. Tangkapan layar <i>Google Maps</i> Kampus IAIN Kudus.....	43
Gambar 4.2. Postingan Cerita Muhammad Ma’ruf Amin Dalam Akun Instagram @marfamn	45
Gambar 4.3. Postingan Wulan Agustina Dalam Akun Instagram @wulwulan_26.....	46
Gambar 4.4. Postingan Ahmad Sayid Abidin Dalam Akun Instagram @CATATAN.....	46
Gambar 4.5. Postingan Syafira Refi Oktafiyani Dalam Akun Instagram @piraa03	47
Gambar 4.6. Postingan Dakwah Siska Ayu Angraini Melalui Cerita Whatsapp	48
Gambar 4.7. Postingan Dakwah Ummul Lathifah Melalui Cerita Whatsapp.....	48
Gambar 4.8. Postingan Dakwah Ita Nisfiatul Khasanah Melalui Cerita Whatsapp	49
Gambar 4.9. Dakwah Muhammad Ma’ruf Amin Melalui Pesan Pribadi Whatsapp	49
Gambar 4.10. Dakwah Rahmat Kamal Dafiq Melalui Pesan Pribadi Aplikasi Whatsapp.....	50
Gambar 4.11. Postingan Vivi Rima Mellinda Dalam Akun Tiktok @vivirima	51
Gambar 4.12. Postingan Vivi Rima Mellinda Dalam Akun Tiktok @vivirima_	51