

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Penelitian	1
I.2. Fokus Penelitian	9
I.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
I.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
I.3.2. Kegunaan Penelitian	10
I.3.2.1. Manfaat Praktis.....	10
I.3.2.2. Manfaat Teoritis.....	11
I.4. Landasan Pemikiran	11
I.5. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	32
2.1. Kerangka Konseptual.....	32
2.1.1. Dakwah.....	32
2.1.2. Dakwah <i>Niqab Squad</i>	38
2.1.3. Wanita Bercadar	41
2.1.4. Makna dan Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan.....	48
2.1.5. Media Sosial	53
2.2. Landasan Teoritis.....	57

2.2.1. Teori Tahapan Dakwah.....	57
2.2.2. Teori Interaksi Simbolik.....	61
2.2.3. Teori Konstruksi Realitas Sosial	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	72
3.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	72
3.1.1. Paradigma.....	72
3.1.2. Pendekatan Penelitian.....	73
3.2. Metode Penelitian.....	74
3.3. Jenis Penelitian.....	75
3.4. Sumber Data dan Teknik Penentuan Informan.....	76
3.4.1. Data Primer.....	77
3.4.2. Data Sekunder.....	78
3.4.3. Teknik Penentuan Informan.....	78
3.5. Prosedur Pengumpulan.....	79
3.6. Analisis Data.....	80
3.7. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	81
3.7.1. Lokasi Penelitian.....	81
3.7.2. Waktu Penelitian.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1. Hasil Penelitian	83
4.1.1. Komunitas <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung	83
4.1.1.1. Visi dan Misi <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung	90
4.1.1.2. Kegiatan Komunitas <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung	95
4.1.2. Profil Informan.....	98
4.1.3. Gambaran Hasil Penelitian	106
4.1.3.1. Komunikasi <i>Niqab Squad</i> dalam Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan	107
4.1.3.1.1. Saluran Komunikasi <i>Online</i>	108
4.1.3.1.2. Saluran Komunikasi <i>Offline</i>	114
4.1.3.2. Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan <i>Niqab Squad</i> Melalui Media Sosial.....	123
4.1.3.2.1. Strategi <i>Framing</i>	124
4.1.3.2.2. Strategi Penggunaan Bahasa	129

4.1.3.3. Tahapan Dakwah <i>Niqab Squad</i> dalam Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan	135
4.1.3.3.1. Tahapan Adaptasi	136
4.1.3.3.2. Tahapan Penataan	141
4.1.3.3.3. Tahapan Kemandirian	145
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	152
4.2.1. Komunikasi <i>Niqab Squad</i> dalam Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan.....	152
4.2.1.1. Saluran Komunikasi <i>Online</i>	152
4.2.1.2. Saluran Komunikasi <i>Offline</i>	164
4.2.2. Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan <i>Niqab Squad</i> Melalui Media Sosial	189
4.2.2.1. Strategi <i>Framing</i>	189
4.2.2.2. Strategi Pemilihan Bahasa	193
4.2.3. Tahapan Dakwah <i>Niqab Squad</i> dalam Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan	202
4.2.3.1. Tahap Adaptasi	203
4.2.3.2. Tahap Penataan	209
4.2.3.3. Tahap Kemandirian	212
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	217
5.1. Simpulan	217
5.2. Saran	219
5.2.1. Saran Akademis	219
5.2.2. Saran Praktis	219
DAFTAR PUSTAKA	220
LAMPIRAN	226

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Matriks <i>Riview</i> Perbandingan Penelitian Sejenis	26
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	82
Tabel 4.1. Profil Informan	103
Tabel 4.2. Informan Berdasarkan Struktur Komunitas	104
Tabel 4.3. Informan Berdasarkan Usia	105
Tabel 4.4. Informan Berdasarkan Pendidikan	105
Tabel 4.5. Profil Informan Berdasarkan Lama Beraktivitas	106
Tabel 4.6. Simbol-Simbol Wanita Bercadar	123



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Landasan Pemikiran.....	14
Gambar 2.1. Media Sosial Komunitas <i>Niqab Squad</i>	38
Gambar 2.2. Contoh Dakwah Instagram dan diskusi di <i>WA Niqab Squad</i> ..	39
Gambar 2.3. Contoh kegiatan jual-beli <i>Niqab Squad</i>	40
Gambar 4.1. Logo <i>Niqab Squad</i> Indonesia	92
Gambar 4.2. Cuplikan salah satu <i>hadits</i> yang dilansir Komunitas Wanita bercadar diakses pada Instagram sebagai alat komunikasi <i>onlinenya</i>	110
Gambar 4.3. Tampilan media sosial jenis <i>WA</i> komunitas wanita bercadar NS kota Bandung	113
Gambar 4.4. Kegiatan Pengajian di Masjid Al-Ukhuwah, Bandung	117
Gambar 4.5. Komunikasi <i>Offline</i> bentuk artefak <i>nasi dus</i>	118
Gambar 4.6. Komunikasi <i>offline</i> bentuk nonverbal (praktik) mengurus jenazah pada anggota komunitas. Tata cara mengurus jenazah tidak hanya dilakukan melalui <i>offline</i> akan tetapi dilakukan pula secara <i>online</i>	120
Gambar 4.7. Model Komunikasi <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung	121
Gambar 4.8. Model Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung.....	135
Gambar 4.9. Logo dan <i>logotype</i> komunitas wanita bercadar NA Saat disosialisasikan kepada anggota komunitas baru di Kota Bandung	138
Gambar 4.10. Sosialisasi <i>Niqab Squad</i> melalui penyemprotan <i>Desinfectan</i> di Masjid-Masjid dan Pondok Pesantren	139
Gambar 4.11. Tafsir Surat al-Fil dan Quraisy dalam Upaya Memperkuat Pembentukan Realitas Sosial Keagamaan Anggota Komunitas di Kota Bandung.....	143
Gambar 4.12. Kemandirian Wanita Bercadar NS dalam Berdakwah.....	147
Gambar 4.13. Kemandirian Anggota Komunitas NS Kota Bandung dalam Berdakwah membentuk realitas sosial Keagamaan	149
Gambar 4.14. Model Tahapan Dakwah <i>Niqab Squad</i> Kota Bandung	151