

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.6 Tinjauan Pustaka	15
1.7 Langkah – Langkah Penelitian	19
1.8 Analisis Data	23
BAB II	25
KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Strategi Komunikasi	25
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi	25
2.1.2 Komponen Strategi Komunikasi	34
2.1.3 Tujuan Strategi Komunikasi	35
2.1.4 Tahapan Menyusun Strategi Komunikasi	36
2.2 Komunitas Sebagai Objek dan Subjek	37
2.2.1 Pengertian Komunitas	37

2.2.2 Unsur – Unsur Komunitas	39
2.2.3 Bentuk – Bentuk Komunitas	39
2.2.4 Faktor Pembentuk Komunitas	44
2.3 Sosialisasi Pesan.....	44
2.3.1 Pengertian Sosialisasi	44
2.3.2 Jenis – Jenis Sosialisasi.....	45
2.3.3 Proses Sosialisasi.....	47
2.3.4 Syarat Terjadinya Sosialisasi	48
2.3.5 Tujuan Sosialisasi	49
2.4 Media Baru	50
2.4.1 Pengertian Media Baru	50
2.4.2 Karakteristik Media Baru	51
2.4.3 Fungsi dan Manfaat Media Baru	53
2.4.4 Instagram Sebagai Media Baru.....	55
2.5 Teori Difusi Inovasi	57
2.5.1 Asal Teori	57
2.5.2 Tipe Penerima Inovasi.....	58
2.5.3 Proses Difusi dan Adopsi	60
2.5.4 Konsep Teori Difusi Inovasi	61
2.5.5 Elemen Teori Difusi Inovasi	62
2.5.6 Penerapan Teori Difusi Inovasi.....	64
BAB III.....	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
3.1 Gambaran Umum.....	67
3.1.1 Sejarah Berdirinya Komunitas Teman Halal	67
3.1.2 Visi dan Misi.....	69
3.1.3 Program Kegiatan	70
3.1.4 Struktur Kepengurusan	71
3.1.5 Permasalahan Gaya Hidup Halal dalam Realita Sosial.....	75

3.1.6 Media yang Digunakan Komunitas Teman Halal	77
3.2 Hasil Penelitian	79
3.2.1 Perencanaan Strategi Komunikasi yang Dilakukan Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram?	79
3.2.2 Implementasi Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram?.....	84
3.2.3 Faktor Pendukung, Penghambat dan Solusi Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram?.....	91
3.2.4 Evaluasi Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram?	94
3.3 Pembahasan	96
BAB IV	112
PENUTUP.....	112
4.1 Kesimpulan	112
4.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penilaian Global Islamic Economy Indicator	5
Tabel 1.2	Kerangka Teori Penelitian	14
Tabel 1.3	Tinjauan Pustaka	16
Tabel 3.1	Struktur Kepengurusan Teman Halal	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Profil Teman Halal	67
Gambar 3.2	Peringkat Indonesia Selama 3 Tahun Terakhir	75
Gambar 3.3	Pemaparan Materi Pada Postingan Teman Halal	81
Gambar 3.4	Pembagian Part Pada Setiap Pembahasan Materi Teman Halal	82
Gambar 3.5	Postingan Halal Challance	83
Gambar 3.6	Screenshot Interaksi Anantara Follower dengan @teman_halal	84
Gambar 3.7	Poster Saat Melakukan On Air di Radio MQ FM	86
Gambar 3.8	Profil Podcast Teman Halal	87
Gambar 3.9	Profil Teman Halal Pada Aplikasi Umma	87
Gambar 3.10	Materi Pembahasan Pada Aplikasi Umma	88
Gambar 3.11	Promosi yang Dilakukan Followers Teman Halal	91

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan CEO Teman Halal	120
Daftar Pertanyaan Tim Riset Teman Halal	122
Daftar Pertanyaan <i>Followers</i> Teman Halal	123
Daftar Pertanyaan Peserta Diskusi Teman Halal	124

