

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Dakwah	25
2.1.1 Pengertian Dakwah	25
2.1.2 Dasar Hukum Dakwah.....	29
2.1.3 Unsur-Unsur Dakwah	32
2.1.4 Dakwah Melalui Media	40
2.2 Instagram	42
2.2.1 Definisi Instagram	42
2.2.2 Sejarah Instagram	43
2.2.3 Fitur-Fitur Instagram	45
2.2.4 Materi Dakwah di Instagram	47
2.2 Desain Grafis	49

2.2.1 Definisi dan Sejarah Desain Grafis.....	49
2.2.2 Elemen-Elemen Grafis.....	52
2.2.3 Prinsip – Prinsip Desain Grafis.....	59
2.2.4 Proses Rancangan Desain Grafis	61
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
3.1.1 Sejarah Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	64
3.1.2 Visi dan Misi Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	66
3.1.3 Struktur Pengurus Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	67
3.1.4 Aktivitas Dakwah Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	74
3.2 Hasil Penelitian	79
3.2.1 Proses Rancangan Desain Grafis	79
3.2.2 Proses Penerapan Elemen Grafis dan Prinsip Desain.....	86
3.2.3 Proses Penyampaian Pesan Dakwah Melalui Desain Grafis di Instagram	138
3.3 Pembahasan.....	141
3.3.1 Media Dakwah Berbasis Komunikasi Visual	141
3.3.2 Urgensi Desain Grafis Sebagai Dakwah <i>bi al-Kitabah</i>	145
3.3.3 Evaluasi Penggunaan Desain Grafis sebagai Media Dakwah LDM UIN Bandung.....	148
BAB IV PENUTUP	155
4.1 Simpulan.....	155
4.2 Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	161