

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

HALAMAN PENGESAHAN.....ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....iii

HALAMAN PERNYATAAN TESIS.....iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

DAFTAR GAMBAR x

Abstrak xi

Abstract xii

BAB I I

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Pertanyaan Penelitian 8

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 9

1. Manfaat Akademis 9

2. Manfaat Praktis 9

E. Kebaruan Penelitian 10

F. Kerangka Teori..... 13

1. Strategi Komunikasi Organisasi Keagamaan..... 13

2. Media Sosial Bagi Perempuan 17

3. Literasi Media sosial 18

4. Kompetensi Literasi Digital 20

G. Kerangka Konsep dan Model Penelitian 20

H. Sistematika Pembagian Bab 24

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PEREMPUAN 26

A. Organisasi Keagamaan Perempuan dan Perannya di Dunia Digital 27

1. Organisasi Keagamaan 27

2. Peran Organisasi Perempuan di Era Digital (Gerakan Sosial Digital) ... 28

B. Strategi Komunikasi Organisasi..... 31

C. Literasi Media sosial 34

1. Media sosial.....	37
2. Penggunaan Media sosial dan Perempuan	39
D. Aspek Penghambat dan Pendukung implementasi Strategi Komunikasi Organisasi	42
BAB III METODOLOGI.....	45
A. Paradigma dan Jenis Penelitian	45
B. Subjek dan Objek Penelitian	47
C. Sumber Data.....	50
1. Sumber Data Primer	50
2. Sumber Sekunder	51
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Teknik Pengolahan data dan Analisis Data.....	57
F. Limitasi Penelitian	59
BAB IV TEMUAN DAN DISKUSI.....	60
A. Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah	60
1. Nasyiatul Aisyiyah di Era Digital.....	61
2. Peran Strategis Organisasi Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah di Era Digital	62
B. Literasi Media Sosial Ibu dan Anak di Nasyiatul Aisyiyah.....	70
1. Gerakan Literasi Media sosial Ibu dan Anak Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah.....	71
C. Strategi Komunikasi Nasyiatul Aisyiyah	77
1. Strategi Sasaran Komunikasi.....	77
2. Strategi Pesan	79
3. Strategi Media	84
4. Strategi Komunikator	87
5. Timbal Balik.....	91
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Organisasi	92
1. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi.....	92
2. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Organisasi.....	93
BAB V.....	96
PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96

B. Saran.....	98
Daftar Pustaka	102