DAFTAR ISI

ABSTRAK i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
RIWAYAT HIDUP xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Perumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Kegunaan Penelitian 8
1.5 Kerangka Pemikiran 9
1.5.1 Landasan Teori 9
1.6 Hipotesis 15
1.7 Langkah-langkah Penelitian 16
1.7.1 Lokasi Penelitian 16
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan 16
1.7.3 Metode Penelitian 17
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data 17
1.7.5 Populasi dan Sampel 19
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data 20
1.7.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas 22
1.7.8 Teknik Analisis Data 27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 32
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 32
2.1.1 Penelitian Mengenai Elaboration Likelihood Model 37
2.1.2 Penelitian Mengenai Literasi Media Tabligh 39
2.2 Kajian Konseptual 39
2.2.1 Media Sosial 40

UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

2.2.2 TikTok sebagai Ruang Komunikasi Digital 41
2.2.3 Komunikasi Dakwah Digita..... 42
2.2.4 *Followers* sebagai Khalayak Media..... 45
2.2.5 Literasi Media Tabligh..... 46
2.3 TikTok dan *Characteristic* Pesan dalam Komunikasi Digital 47
2.3.1 TikTok sebagai Media Penyampaian Pesan 47
2.3.2 Karakteristik Video Pendek 48
2.3.3 Unsur Visual dalam Pesan TikTok 48
2.3.4 Komunikator dalam Konten TikTok..... 49
2.4 Komunikasi Dakwah Digital 49
2.4.1 Pengertian Komunikasi Dakwah 49
2.4.2 Perubahan Pola Penyampaian Dakwah..... 51
2.4.3 Pesan Dakwah dalam Format Video Pendek 51
2.4.4 *Followers* dalam Penerimaan Pesan Dakwah Digital..... 52
2.5 Literasi Media Tabligh (W. James Potter) 53
2.6 Keterkaitan Konseptual *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dan Literasi Media Tabligh 55
2.7 Perspektif I'lam dan Prinsip Tabayyun dalam Literasi Media Tabligh Digital 57
2.7 Kajian Teori..... 58
2.7.1 Elaboration Likelihood Model (ELM)..... 59
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64
3.1 Kondisi Objektif Lokasi Penelitian..... 64
3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 64
3.1.2 Profil Akun TikTok @akuansellma..... 68
3.1.3 Karakteristik Konten Akun @akuansellma 69
3.1.4 *Followers* Akun TikTok @akuansellma..... 71
3.1.5 Aktivitas Interaksi pada Akun @akuansellma..... 72
3.1.6 Relevansi Objek Penelitian dengan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dan Literasi Media Tabligh..... 73
3.1.7 Gambaran Umum Subjek Penelitian..... 75
3.2 Hasil Penyebaran Kuesioner 76
3.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 76

3.3 Uji Instrumen 89
3.3.1 Uji Validitas 89
3.3.2 Uji Realibilitas 90
3.3.3 Uji Asumsi Klasik 91
3.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana 96
3.3.5 Uji Hipotesis 97
3.3.6 Pengaruh *Elaboration Likelihood Model* (X) terhadap Literasi Media Tabligh (Y) 101
BAB IV PENUTUP 112
4.1 Kesimpulan 112
4.2 Saran 114
DAFTAR PUSTAKA 116
LAMPIRAN 121

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Operasional Variabel 9

Tabel 1.2 Skor Skala Likert 13

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 20

Tabel 3.1 Kriteria Kategori Penilaian Nilai Rata-Rata (Mean) 40

Tabel 3.2 Analisis Distribusi Jawaban Item Dimensi Jalur Sentral (Saya lebih memperhatikan isi pembahasan dibanding tampilan videonya)..... 40

Tabel 3.3 Analisis Distribusi Jawaban Item Dimensi Jalur Sentral (Saya mudah memahami penjelasan yang disampaikan)..... 41

Tabel 3.4 Analisis Distribusi Jawaban Item Dimensi Jalur Sentral (Saya mempertimbangkan isi informasi sebelum mempercayainya)..... 41

Tabel 3.5 Analisis Distribusi Jawaban Item Dimensi Jalur Sentral (Topik yang dibahas sesuai dengan kebutuhan saya)..... 42

Tabel 3.22 Hasil Uji Validitas Variabel X (Elaboration Likelihood Model) . 15

Tabel 3.23 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Literasi Media Tabligh) 16

Tabel 3.24 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y 16

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG