

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Landasan Pemikiran	10
G. Langkah-Langkah Penelitian	12
1. Objek Penelitian	12
2. Jenis Data dan Sumber Data	12
3. Paradigma Pendekatan	14
4. Metode Penelitian	14
5. Teknik Pengumpulan Data	15
6. Teknik Keabsahan Data	15
7. Teknik Analisis Data	17
H. Rencana dan Jadwal Penelitian	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Pesan Dakwah	19
1. Pengertian Pesan Dakwah	19
2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah	20
3. Pesan Dakwah dalam Al-Qur'an	23
B. Akhlak	25
1. Pengertian Akhlak	25
2. Ruang Lingkup Akhlak	28
3. Akhlak sebagai Pesan Dakwah	29
C. Media Sosial	32
1. Pengertian Media Sosial	32
2. Macam-Macam Media Sosial	33
3. Media Sosial sebagai Media Dakwah	38
D. Teori CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>)	38
1. Definisi Teori CMC	38
2. Konsep Teori CMC	40
3. Penerapan Teori CMC	40
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Profil Akun TikTok @Heyouw0	47
2. Konten dalam TikTok @Heyouw0	48
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	49
1. Kategori Pesan Akhlak pada Akun TikTok @Heyouw0 di Media Sosial TikTok Periode 2020-2021	51
2. Bentuk Pesan Akhlak pada Akun TikTok @Heyouw0 di Media Sosial TikTok Periode 2020-2021	54

BAB IV PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rencana dan Jadwal Penelitian	18
Tabel 3.1 Uraian Tema Konten	50
Tabel 3.2 Pengkodean Kategori Pesan Akhlak	52
Tabel 3.3 Uraian Tema Konten	54
Tabel 3.4 Uraian Tema Konten	78
Tabel 3.5 Uraian Tema Konten	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Unduhan Media Sosial	5
Gambar 3.1 Akun TikTok @Heyouw0	48
Gambar 3.2 Konten Akun TikTok @Heyouw0	49

