

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	13
1. Tinjauan Mengenai Media Sosial Sebagai Faktor Pembentukan Konsep Diri 13	
2. Tinjauan Mengenai Konsep Diri.....	14
3. Konsep Manusia Super <i>Übermensch</i>	15
G. Metodologi Penelitian.....	16
1. Pendekatan dan Metode.....	16
2. Sumber Data.....	17
3. Teknik Pengumpulan Data.....	18
4. Teknik Analisis Data.....	20
H. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II.....	24
TEORI-TEORI TENTANG MEDIA SOSIAL, KONSEP DIRI DAN KONSEP MANUSIA SUPER <i>ÜBERMENSCH</i>	24
A. Teori Mengenai Media Sosial.....	25
1. Media Sosial.....	27

2. Media Sosial Dalam Dunia Virtual.....	40
B. Teori-Teori Mengenai Konsep Diri.....	43
1. Gambaran Umum Mengenai Konsep Diri.....	43
2. Konsep Manusia Unggul; <i>Übermensch</i> , Friedrich Wilhelm Nietzsche.....	47
C. Media Sosial Sebagai Media Pembentukan Konsep Diri.....	59
BAB III.....	63
KONSEP DIRI MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL.....	63
A. Kondisi Objektif Mahasiswa Aqidah Filsafat Islam.....	64
B. Hasil Penelitian dan Analisis.....	66
a. Aktivitas Mahasiswa AFI Dalam Penggunaan Media Sosial.....	66
b. Media Sosial Sebagai Media Pembentukan Konsep Diri.....	76
c. Analisis Konsep Diri Pengguna Media Sosial Melalui Konsep <i>Übermensch</i> Nietzsche.....	87
BAB IV.....	100
PENUTUP.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	viii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Data Penggunaan Internet dan Mobile Internet 2019</i>	26
<i>Gambar 2.2 Annual Digital Growth Indonesia Januari 2019</i>	29
Gambar 2.3 <i>Annual Digital Growth Indonesia Januari 2019</i>	29

