

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSES PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SKEMA	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konsep	
1. Komunikasi Konseling Islam	8
2. <i>Ego state</i>	11
3. Media Sosial (<i>Facebook</i>)	12
F. Metode Penelitian	
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	14
2. Subjek Penelitian	14
3. Tahap-Tahap Penelitian	15
4. Jenis dan Sumber Data	16
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	20
7. Teknik Keabsahan Data	21
G. Sistematika Pembahasan	23
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori	24
1. Komunikasi Konseling Islam	24
a. Pengertian	24
b. Tujuan Komunikasi Konseling Islam	32
c. Proses Komunikasi Konseling Islam	34
2. <i>Ego state</i> dalam Analisis Transaksional	36
3. Media Sosial (<i>Facebook</i>)	41
a. Media Sosial	41
b. <i>Facebook</i>	43

4. Ekspresi Emosi	49
5. Ekspresi Menulis	53
6. Komunikasi Konseling Islam dalam Mengendalikan <i>Ego State</i> di Media Sosial	56
B. Penelitian Terdahulu yang Terkait	57
 BAB III PENYAJIAN DATA	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	59
B. Deskripsi Hasil Penelitian	65
1. Deskripsi Proses Komunikasi Konseling Islam Dengan Analisis <i>Ego state</i> Remaja di Beranda Media Sosial <i>Facebook</i>	65
2. Deskripsi Hasil Komunikasi Konseling Islam Dengan Analisis <i>Ego state</i> Remaja di Beranda Media Sosial <i>Facebook</i>	109
 BAB IV ANALISIS	
A. Analisis Proses Komunikasi Konseling Islam Dengan Analisis <i>Ego state</i> Remaja di Beranda Media Sosial <i>Facebook</i>	113
B. Analisis Hasil Komunikasi Konseling Islam Dengan Analisis <i>Ego state</i> Remaja di Beranda Media Sosial <i>Facebook</i>	119
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	121
B. Saran	123

DAFTAR PUSAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN