

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Teoritis	15
1.4.2. Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Kampanye Politik di Media Sosial	16
2.1.2. Strategi Kampanye Politik	21
2.1.3. Analisis Isi	27
2.2. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Metode Penelitian	33
3.2. Fokus Penelitian	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Analisis Data dan Validitas Data	36
3.4.1. Analisis Data	36
3.4.2. Validitas Data	39
3.5. Tempat dan Waktu Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43

4.1.	Deskripsi Umum Objek Penelitian	43
4.2.	Hasil Analisis Isi	46
4.3.	Sinkronisasi Temuan dengan Teori Strategi Kampanye Politik	79
4.3.1.	<i>Timing</i>	81
4.3.2.	<i>Targeting</i>	84
4.3.3.	<i>Communication repertoire</i>	87
4.3.4.	<i>Agenda-building</i>	90
4.3.5.	<i>Rhetorical strategies</i>	94
BAB V PENUTUP.....		98
5.1.	Kesimpulan	98
5.2.	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN.....		107