

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persetujuan Sidang Tesis	iii
Halaman Perbaikan	iv
Pernyataan	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
Ucapan Terima Kasih	viii
Daftar Isi	x
Daftar Bagan	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4.Manfaat Penelitian	14
1.5.SistematikaPenulisan	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Pengertian Pemasaran	18
2.3. Komunikasi Pemasaran	19
2.3.1. Delapan Bauran Komunikasi Pemasaran	20
2.4. Pemasaran Politik	21
2.4.1. Lima Tahap Pemasaran Politik	22
2.5. <i>Buzz Marketing</i>	23
2.6. <i>E-Marketing</i>	24
2.7. <i>Personal Branding</i>	25
2.7.1. Tiga Elemen dalam <i>Personal Branding</i>	26
2.8. <i>Political Branding</i>	27
2.9. Komunikasi Politik	28
2.10. Dinamika Komunikasi Politik	30
2.10.1. Konteks Dinamis	32
2.10.2. Internet dan Politik	33
2.10.3. <i>New Public Sphere</i>	34

BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL	37
3.1. Model Analisis	37
BAB 4 METODE PENELITIAN	39
4.1. Pendekatan Penelitian	39
4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
4.3. Populasi dan Sampel	40
4.4. Jenis dan Sumber Data	41
4.5. Metode Pengumpulan Data	41
4.6. Metode Analisis Data	42
4.7. <i>Trustworthiness</i> dan Triangulasi Data	42
BAB 5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	44
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
5.2. Hasil Analisa Penelitian	47
5.2.1. <i>Thread</i> Pencapresan Joko Widodo	47
5.2.2. Kelompok <i>Thread</i> Berdasarkan Isi	49
5.2.2.1. <i>Thread</i> Jokowi (+) / Prabowo (-)	50
5.2.2.2. <i>Thread</i> Jokowi (-) / Prabowo (+)	52
5.2.2.3. <i>Thread</i> Netral	55
5.2.2.4. <i>Thread</i> Lain-lain	56
5.2.3. Kelompok <i>Thread</i> Berdasarkan Kesesuaian Judul dengan Isi <i>Thread</i>	58
5.2.3.1. <i>Straight Thread</i>	58
5.2.3.2. <i>Trap Thread</i>	60
5.2.4. Analisis <i>Thread</i> Jokowi (+)	61
5.2.4.1. Subjek yang Mendukung Pencapresan Joko Widodo	61
5.2.4.2. Objek Dukungan Pencapresan Joko Widodo	63
5.2.5. Analisis <i>Thread</i> Jokowi (-)	64
5.2.5.1. Subjek yang Meragukan Pencapresan Joko Widodo	64
5.2.5.2. Hal-hal yang Mengurangi Dukungan Pencapresan Joko Widodo	67
5.2.5.3. Bantahan Pendukung Joko Widodo dalam Pencapresan Joko Widodo	67
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	68
5.3.1. Penggunaan Jejaring Sosial dalam Komunikasi Politik	68

5.4. Triangulasi Analisis Penelitian	74
5.5. Keterbatasan Penelitian	74
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1. Kesimpulan	76
6.2. Saran	77

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1. Model Penelitian	38
Bagan 5.1. Analisis <i>Thread</i> Pencapresan Jokowi Di Kaskus	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Survei Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK	5
Tabel 1.2. Hasil Rekapitulasi Pilpres 2014 KPU	11
Tabel 5.1. Pembagian <i>Thread</i>	49
Tabel 5.2. <i>Thread</i> Jokowi (+) / Prabowo (-)	50
Tabel 5.3. <i>Thread</i> Jokowi (-) / Prabowo (+)	53
Tabel 5.4. <i>Thread</i> Netral	55
Tabel 5.5. <i>Thread</i> Lain-lain	57
Tabel 5.6. <i>Trap Thread</i>	60
Tabel 5.7. Dukungan Rakyat dalam Pencapresan Joko Widodo	61
Tabel 5.8. Dukungan Para Tokoh dalam Pencapresan Joko Widodo	62
Tabel 5.9. Sifat Joko Widodo yang disukai Rakyat	63
Tabel 5.10. Aktifitas Joko Widodo yang Merakyat.....	63
Tabel 5.11. Beberapa Tokoh yang Meragukan Pencapresan Jokowi	64
Tabel 5.12. Pihak/Lembaga Asing yang Meragukan Kemampuan Joko Widodo	65
Tabel 5.13. Masyarakat yang Meragukan Pencapresan Joko Widodo	66
Tabel 5.14. Kepribadian Joko Widodo	67
Tabel 5.15. Bantahan Pendukung Joko Widodo Terhadap Berita Negatif atau <i>Black Campaign</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Internet di Indonesia tahun 1998-2015	7
Gambar 5.1. Tampilan Halaman Depan Kaskus	45
Gambar 5.2. Tampilan Kolom Sign in Join	46
Gambar 5.3. Tampilan Laman Registrasi Kaskus	46
Gambar 5.4. Tampilan Forum Pencapresan Jokowi pada <i>Page 11</i>	47

