

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5    Kerangka Teori dan Konsep.....	11
1.5.1 Media Equation Theory.....	11
1.5.2 Media Sosial.....	12
1.5.3 Twitter .....	12
1.5.4 Perilaku Memilih.....	13
1.6    Hipotesis.....	13

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1	Karakteristik Media Sosial.....	14
2.2	Penggunaan Media Sosial Twitter Oleh Paslon Pilkada.....	16
2.3	Studi Perilaku Memilih Indonesia.....	19
2.4	Penelitian Sebelumnya .....	21
BAB III	METODE PENELITIAN.....	24
3.1	Jenis Penelitian.....	24
3.2	Objek dan Subjek Penelitian .....	25
	3.2.1 Objek Penelitian .....	25
	3.2.2 Subjek Penelitian.....	25
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
	3.3.1 Lokasi Penelitian .....	25
	3.3.2 Waktu Penelitian .....	26
3.4	Sumber Data.....	26
	3.4.1 Data Primer .....	26
	3.4.2 Data Sekunder .....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
	3.5.1 Teknik Penyebaran Kuesioner .....	27
	3.5.2 Teknik Kepustakaan.....	27
	3.5.3 Website/Media Online.....	28
3.6	Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
	3.6.1 Populasi Penelitian .....	28
	3.6.2 Sampel Penelitian.....	28
3.7	Variabel Penelitian .....	29
	3.7.1 Variabel Bebas .....	29
	3.7.2 Variabel Terikat.....	29
3.8	Definisi Konseptual dan Operasional.....	30
	3.8.1 Definisi Konseptual.....	30
	3.8.1.1 Social Influencer.....	30

3.8.1.2	Perilaku Memilih Masyarakat.....	31
3.8.2	Definisi Operasional .....	31
3.8.2.1	Kredibilitas Social Influencer .....	32
3.8.2.2	Perilaku Memilih Masyarakat.....	33
3.9	Teknik Analisis Data .....	35
3.9.1	Analisis Korelasi Product Moment .....	35
3.9.2	Regresi Linier Sederhana .....	36
3.10	Skala Pengukuran .....	37
3.11	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.11.1	Uji Validitas .....	38
3.11.2	Uji Reliabilitas.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	42
4.2	Profil Responden .....	43
4.3	Preferensi Responden .....	47
4.4	Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.4.1	Kredibilitas Social Influencer.....	50
4.4.1.1	Keahlian .....	50
4.4.1.2	Keterandalan/Kepercayaan .....	54
4.4.1.3	Dinamisme .....	57
4.4.1.4	Sosiabilitas .....	61
4.4.1.5	Karisma.....	64
4.4.2	Perilaku Memilih.....	68
4.4.2.1	Sosiologis.....	68
4.4.2.2	Psikologis.....	71
4.4.2.3	Rasionalitas .....	75
4.5	Pengujian Hipotesis .....	79
4.5.1	Analisis Korelasi Product Moment .....	79
4.5.2	Uji Regresi Linier Sederhana .....	81
4.6	Pembahasan .....	83

BAB V	PENUTUP.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN