

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 TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10

1.4.2.1	Manfaat Bagi Peneliti	10
1.4.2.2	Manfaat Bagi Universitas	11
1.4.2.3	Manfaat Bagi Masyarakat	11
1.5	Kerangka Teoritis.....	11
1.5.1	Teori Jaringan Komunikasi	11
1.5.2	<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		16
2.1	Komunikasi Pemasaran Politik.....	16
2.2	<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	18
2.3	Media Sosial.....	21
2.4	Twitter.....	24
2.5	Pemilihan Umum (Pemilu)	28
2.6	<i>Echo Chamber</i>	34
2.7	<i>Voting Behaviour</i>	36
2.8	Jaringan Komunikasi	39
2.9	<i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	42
2.10	Penelitian Terdahulu	46
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4	Teknik Analisis Data.....	54

