

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 <i>Two-step Flow Model</i>	19
2.2 Jaringan dan Jaringan Sosial	21
2.3 Jaringan Komunikasi.....	23
2.4 Media Sosial.....	26
2.5 Media Sosial X	29
2.6 <i>Opinion Leader</i>	32
2.7 Penelitian Terdahulu	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional Konsep	40
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.4 Sumber data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Deskripsi #IndonesiaTerang.....	55
4.2. Proses Pengambilan (<i>Crawling</i>) dan Input Data	58
4.3. Hasil Penelitian	62
4.3.1. Analisis Jaringan #IndonesiaTerang	62
4.3.2. <i>Opinion Leader</i> dalam Jaringan #IndonesiaTerang	69
4.3.3. Pola Komunikasi <i>Opinion Leader</i> Jaringan #IndonesiaTerang	82
4.4. Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100