

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRACT.....	8
ABSTRAK.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan.....	17
1.4 Manfaat.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Advokasi Media Sosial.....	19
2.2 Aktivisme Tagar	21
2.3 Aktor Advokasi Media Sosial	23
2.4 Hubungan Antar Aktor dalam Media Sosial	24
2.5 Strategi Advokasi dalam Media Sosial	28
2.6 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis penelitian	32
3.2 Tahapan penelitian	33
3.3 Teknik Analisis Data	33
3.3.1 Social network analysis (SNA)	33

3.3.2	Analisis isi kualitatif	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Aktor advokasi RUU PKS.....	38
4.1.1	Jaringan aktor #SahkanRUUPKS	38
4.1.2	Kelompok Aktor Advokasi RUU PKS	57
4.2	Strategi advokasi media sosial dalam #SahkanRUUPKS	62
4.2.1	Analisis konten.....	63
4.2.2	Strategi advokasi	78
4.3	Diskusi.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		viii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah kasus kekerasan terhadap perempuan 2008 - 2019.....	13
Gambar 4.1 Grafik Modularity #SahkanRUUPKS	39
Gambar 4.2 <i>Centrality degree</i>	40
Gambar 4.3 <i>in-degree centrality</i>	43
Gambar 4.4 <i>out-degree centrality</i>	46
Gambar 4.5 <i>Closeness centrality</i>	49
Gambar 4.6 <i>Betweenness centrality</i>	52
Gambar 4.7 <i>Eigenvector centrality</i>	55
Gambar 4.8 Tautan twitter @jakartafeminist.....	70
Gambar 4.9 tweet informasi	79
Gambar 4.10 tweet komunitas.....	83
Gambar 4.11 wordcloud #SahkanRUUPKS	84
Gambar 4.12 tweet penggalangan donasi.....	87
Gambar 4.13 petisi online	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ukuran pemetaan aktor advokasi	34
Tabel 3.2 Kategori pesan advokasi di Twitter	35
Tabel 4.1 <i>Degree centrality</i>	41
Tabel 4.2 <i>in-degree centrality</i>	44
Tabel 4.3 <i>out-degree centrality</i>	47
Tabel 4.4 <i>Closeness centrality</i>	50
Tabel 4.5 <i>Betweenness centrality</i>	53
Tabel 4.6 <i>Eigenvector centrality</i>	56
Tabel 4.7 Klasifikasi aktor berdasarkan kelompok.....	57
Tabel 4.8 Akumulasi jumlah pesan #SahkanRUUPKS	63
Tabel 4.9 Contoh pesan informasi	65
Tabel 4.10 Frekuensi pesan kategori komunitas	67
Tabel 4.11 Contoh pesan memberi pengakuan dan terima kasih.....	68
Tabel 4.12 Contoh pesan meminta tanggapan	69
Tabel 4.13 Contoh pesan percakapan.....	71
Tabel 4.14 Frekuensi pesan kategori aksi	73
Tabel 4.15 Contoh pesan promosi kegiatan	74
Tabel 4.16 Contoh pesan permintaan donasi	75
Tabel 4.17 Contoh pesan tanda tangan petisi/vote.....	76
Tabel 4.18 Contoh pesan lobi dan advokasi.....	77
Tabel 4.19 Frekuensi 5 kata tertinggi dalam #SahkanRUUPKS	84