

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
UCAPAN TERIMA KASIH	III
DAFTAR ISI	VI
ABSTRAK	X
ABSTRACT	XI
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	7
3. Tujuan Penelitian	7
4. Manfaat Penelitian	8
5. Kerangka Teori	8
A. Politik Informasi Digital (Digital Information Politics)	16
6. Definisi Konseptual	20
7. Metode Penelitian	21
A. Jenis Penelitian dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	21
B. Tahapan dan Teknik Pengumpulan Data	22
C. Teknik Analisis Data	24
2. Analisis Teks (<i>Text Analytics</i>) sebagai metode kuantitatif	25
D. Tahapan Analisis Data	29
8. Sistematika Penulisan	31
BAB 2	32
CREATIVE HUB FISIPOL UGM DAN ADVOKASI DIGITAL PENANGANAN PANDEMI COVID-19 DI PEDESAAN	32
1. CHUB FISIPOL UGM	32
2. Media Digital Chub, Media Website dan Media Sosial Chub	34
A. Media Website Chub	34
B. Media Sosial Chub	37
3. Advokasi Digital Chub pada Penanganan Pandemi Covid-19 di Pedesaan	39
4. Lanskap Politik Creative Hub (Chub) Fisipol UGM dalam Advokasi Kebijakan Publik di Masa Pandemi dan Komparasinya dengan Kebijakan yang Diterapkan atau Diwacanakan	41
5 Kesimpulan	46
BAB 3	48
ASPEK PENGARUH POLITIK (ACTS OF POLITICAL INFLUENCES) DARI ARTIKEL KEBIJAKAN PANDEMI DI PEDESAAN OLEH CHUB FISIPOL UGM	48
1. Planning (Perencanaan)	48
2. Strategy (Strategi)	51
3 Research (Riset)	54
4 Reaching Audiences and Relevance (Menjangkau Audiens dan Relevansi)	57

5 Opinion and New Knowledge (Opini dan Pengetahuan Baru)	60
6. Kaitan Antara Aspek Pengaruh Politik dan Aspek Kehadiran Politik	62
7. Production Opinion (Produksi Opini) dan kaitannya dengan Messages (Pesan)	63
8 How To Influence Opinions (Bagaimana Cara Mempengaruhi Opini) dan Kaitannya dengan Positions (Posisi)	68
9. Use of Social Media (Penggunaan Media Sosial) dan Kaitannya dengan Rekognisi dan Visibilitas	72
BAB 4	77
ASPEK KEHADIRAN POLITIK (ACTS OF POLITICAL PRESENCES)	77
DARI ARTIKEL KEBIJAKAN PANDEMI DI PEDESAAN OLEH CHUB FISIPOL UGM	77
4. Penggunaan Voyant Tools untuk Melakukan Content Analytics (Analisis Konten) ..	77
1. Data Mining (Mengambil Data)	78
2. Data Processing (Pemrosesan Data)	79
3 Output Data (Hasil/Keluaran Data)	80
4. Cirrus Tools (Alat Cirrus)	80
A. Analisa Pesan (Messages) dalam Teks Opini	81
B. Kesimpulan Analisa Cirrus Tools	85
5. Bubblelines Tools (Alat Bubblelines atau Garis Gelembung)	86
A. Kesimpulan Analisa Bubble Lines Tools	89
6. Correlations Tools (Alat Korelasi)	89
7. Summary Tools (Alat Ringkasan)	99
8. Dimensi Pesan dari analisa Cirrus Tools terkait dengan agenda dan motif politik Chub	102
A. Dimensi Pesan daan agenda serta motif politik	104
9. Dimensi Posisi terkait dengan Analisa Bubblelines Tools dan Correlations Tools .	104
A. Analisa Bubblelines tools	105
B. Analisa Correlations tools	106
C. Dimensi Posisi dan agenda serta motif politik	108
10. Dimensi Rekognisi dan Visibilitas dan Analisa Summary Tools	109
11. Kesimpulan	111
BAB 5	113
RELASI ASPEK PENGARUH POLITIK DAN ASPEK KEHADIRAN POLITIK DALAM POLITIK INFORMASI DIGITAL	113
1 Relasi Aspek Pengaruh Politik dan Aspek Kehadiran Politik	113
2. Model Komprehensif dari Analisis Teks Aspek Kehadiran Politik	115
3. Kesimpulan	116
BAB 6	118
KESIMPULAN	118
1. Kesimpulan	118
2. Kerangka Keberhasilan dan Limitasi Penelitian	122
A. Politik advokasi digital aspek pengaruh politik	122
3. Keberhasilan dalam mengukur politik advokasi digital aspek kehadiran politik	123
4. Limitasi Penelitian dalam mengukur politik advokasi digital aspek pengaruh politik	124

5.Limitasi Penelitian dalam mengukur politik advokasi digital aspek kehadiran politik	125
DAFTAR PUSTAKA	126
References	126
DAFTAR WEB	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: homepage website Chub Fisipol UGM	36
Gambar 2: section artikel website Chub Fisipol UGM	37
Gambar 3: Instagram @chubfisipol - 2	39
Gambar 4: laman website https://voyant-tools.org/	79
Gambar 5: data analytics di laman Voyant Tools	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Logika advokasi digital dan 3 konsepnya	11
Tabel 2: Politik informasi digital dan 2 aspeknya	17
Tabel 3: Klasifikasi web media menurut McAfee (2006)	34
Tabel 4: hasil analisa Correlations Tools - 1	91
Tabel 5: hasil analisa Correlations Tools - 2	92
Tabel 6: hasil analisa Correlations Tools - 3	94
Tabel 7: hasil analisa Correlations tools - 4	95
Tabel 8: hasil analisa Correlations Tools - 5	96
Tabel 9: hasil analisa Correlations Tools - 6	97
Tabel 10: hasil analisa Correlations Tools - 7	98

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Logika advokasi digital dan 3 konsepnya	10
Bagan 2: Politik Informasi Digital dan 2 aspeknya	16
Bagan 3: Strategi menjangkau audiens dan menciptakan relevansi Error! Bookmark not defined.	
Bagan 4: Relasi Aspek Pengaruh Politik dan Aspek Kehadiran Politik	114
Bagan 5: Model Komprehensif dari analisis teks Aspek Kehadiran Politik	116

DAFTAR INFOGRAFIS

Infografis 1: hasil analisa Cirrus Tools - 1	80
--	----

Infografis 2: hasil analisa Bubblelines Tools	86
Infografis 3: hasil analisa Summary Tools	99
Infografis 4: Google Analytics website chub.fisipol.ugm.ac.id tahun 2020	75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1: hasil analisa Cirrus Tools -2	84
Grafik 2: hasil analisa Cirrus Tools -3	85