

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Akademik	6
1.4.2 Empiris (Praktikal)	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Wisata Halal	8
2.1.1 Pengertian Wisata Halal	8
2.1.2 Pengembangan Wisata Halal	11
2.1.3 Kontroversi tentang Pengembangan Wisata Halal	14
2.2 Opini Publik	16
2.2.1 Definisi Opini Publik	16
2.2.2 Opini Publik di Media Sosial Era Digital	19
2.3 Partisipasi melalui Media Sosial terhadap Proses Pembentukan Kebijakan	21
2.4 Alur Berpikir	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sumber Data	25



3.2.1 Data tweet	25
3.2.2 Data studi pustaka	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Analisis Data.....	27
3.4.1 Analisis Sentimen.....	27
3.4.2 Analisis Isi.....	30
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Respons Publik di Media Sosial Twitter terhadap Kebijakan Malang Halal.....	32
4.1.1 Persebaran Kata dalam Tweet Malang Halal.....	32
4.1.2 Variasi Respons dalam Tweet Malang Halal	36
4.1.3 Hasil Klasifikasi Sentimen dalam Tweet Malang Halal	38
4.2 Analisis Isi Sentimen dalam Tweet Malang Halal	41
4.2.1 Argumen Kontra (Sentimen Negatif)	41
4.2.2 Argumen Pro (Sentimen Positif)	44
4.2.3 Sentimen Netral	46
4.3 Pro-kontra Malang Halal dalam Proses Pembentukan Kebijakan.....	49
BAB V	51
PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54