

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN DIAGRAM.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang.....	1
Pertanyaan Penelitian.....	5
Tujuan Penelitian.....	5
Manfaat Penelitian.....	5
Kebaruan Penelitian.....	6
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
Kerangka Pemikiran.....	7
Komunitas virtual dan prosumerisme.....	7
<i>Electronic word of mouth</i> (eWOM).....	10
<i>Customer journey</i> dan eWOM.....	14
Kerangka Konsep.....	17
Fase prapembelian.....	18
Fase pembelian.....	19
Fase pascapembelian.....	20
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
Paradigma dan Jenis Penelitian.....	22
Metode Riset.....	23
Teknik Pengumpulan Data.....	25
Teknik Analisis Data.....	31
Subjek Penelitian.....	33
Profil komunitas virtual @literarybase.....	33
Profil informan.....	35
Limitasi Penelitian.....	37
<b>BAB IV</b>	
<b>TEMUAN DAN DISKUSI.....</b>	<b>38</b>

Eksposur terhadap Pesan eWOM.....	38
On-going search.....	41
Passive search.....	48
Active search.....	49
Evaluasi Pesan eWOM.....	55
Kuantitas eWOM.....	55
Kredibilitas eWOM.....	59
Sikap positif atau negatif terhadap eWOM.....	70
Pembuatan Pesan eWOM.....	82
Faktor fungsional.....	84
Faktor sosiopsikologis.....	93
Diskusi.....	99
Pola konsumsi informasi pada fase prapembelian.....	99
Linearitas	
 <b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
Kesimpulan.....	108
Saran.....	109
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>
Data Arsip.....	117
Lembar Persetujuan Partisipasi dalam Penelitian.....	121
Transkrip Wawancara.....	139

## DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN DIAGRAM

### DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.5</b> Profil Informan.....	36
<b>Tabel 4.1</b> Temuan Eksposur Pesan eWOM.....	40
<b>Tabel 4.2</b> Temuan Evaluasi Pesan eWOM.....	53
<b>Tabel 4.3</b> Temuan Pembuatan Pesan eWOM.....	83
<b>Tabel 4.4</b> Pola Konsumsi Informasi pada Fase Prapembelian.....	100
<b>Tabel 4.5</b> Pola Linear Antara Aktivitas eWOM.....	104

### DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1</b> Contoh <i>Post</i> dan <i>Reply</i> Rekomendasi Buku.....	29
<b>Gambar 3.2</b> Pesan <i>Broadcast</i> Pencarian Informan.....	29
<b>Gambar 4.1</b> Rekomendasi Buku Mancanegara.....	42
<b>Gambar 4.2</b> Rekomendasi Buku untuk Mengatasi <i>Reading Slump</i> .....	46
<b>Gambar 4.3</b> Permintaan Pendapat Pembaca.....	47
<b>Gambar 4.4</b> Pendapat Pembaca.....	47
<b>Gambar 4.5</b> Pencarian Buku dengan Genre Spesifik.....	52
<b>Gambar 4.6</b> Pemberian Rating Bintang.....	65
<b>Gambar 4.7</b> Penggunaan Narasi “Wajib/Harus”.....	65
<b>Gambar 4.8</b> Penggunaan Narasi “Wajib/Harus”.....	66
<b>Gambar 4.9</b> Rekomendasi Buku dengan Relevansi Personal.....	68
<b>Gambar 4.10</b> Sampul Buku <i>Wreckage</i> .....	71
<b>Gambar 4.11</b> Sampul Buku <i>Laut Bercerita, Seorang Pria yang Melalui Duka dengan Mencuci Piring, Star of the North</i> .....	73
<b>Gambar 4.12</b> Rekomendasi Buku Berdasarkan Elemen Visual.....	73
<b>Gambar 4.13</b> Rekomendasi Buku Penulis Nonzionis.....	77
<b>Gambar 4.14</b> Perilaku Menghindari Penulis Zionis.....	78
<b>Gambar 4.15</b> Perilaku Berhati-hati dala Melabeli Penulis Zionis.....	79
<b>Gambar 4.16</b> Rekomendasi Buku Berdasarkan Pengalaman Membaca.....	85
<b>Gambar 4.17</b> Rekomendasi Buku Berdasarkan Alur Cerita.....	89
<b>Gambar 4.18</b> Rekomendasi Buku Berdasarkan Tokoh.....	90
<b>Gambar 4.19</b> Rekomendasi Negatif Buku Penulis Zionis.....	92
<b>Gambar 4.20</b> Rekomendasi Buku Berdasarkan Penulis.....	93

### DAFTAR DIAGRAM

<b>Diagram 2.1</b> Model Konseptual Penelitian.....	17
<b>Diagram 3.1</b> Tahap-Tahap Penelitian Netnografi (Kozinets, 2010).....	24
<b>Diagram 3.2</b> Tahap-Tahap Pengumpulan Data Arsip.....	27
<b>Diagram 3.3</b> Tahap-Tahap Pengumpulan Data Elisitasi.....	30
<b>Diagram 3.4</b> Tahap-Tahap Analisis Data.....	33
<b>Diagram 4.1</b> Pola Eksposur terhadap Pesan eWOM.....	39
<b>Diagram 4.2</b> Pola Perilaku Evaluasi Pesan eWOM.....	53
<b>Diagram 4.3</b> Pola Perilaku Pembuatan Pesan eWOM.....	83