

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	8
ABSTRACT	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Kontribusi Akademis	23
1.4.2 Manfaat Praktis	23
1.4.3 Literasi Digital Masyarakat.....	23
1.5 Kajian Pustaka	24
1.6 Kerangka Teoritis	34
1.6.1 Personalisasi Politik di Media Sosial	34

1.6.2	TikTok sebagai <i>user friendly</i>	36
1.6.3	Mediatisasi Representasi Politik Era Algoritmik	39
1.6.4	Teori Decoding Stuart Hall	41
1.7	Metodologi Penelitian	44
1.7.1	Desain Penelitian.....	44
1.7.2	<i>Setting</i> Penelitian.....	47
1.7.3.	Subjek Penelitian.....	48
1.7.4	Jenis Data	48
1.7.5	Teknik Pengumpulan Data	49
1.7.6	Teknik Analisis Data.....	51
BAB II	DARI VIRAL KE VITAL	54
2.1	TikTok sebagai Platform Populer	54
2.2	Pertemuan Dua Dunia: TikTok dan Kampanye Politik	57
2.3	Fenomena Kampanye Pilpres 2024-2029 di Indonesia.....	60
2.4	Influencer Pada Pemilu Presiden Republik Indonesia 2024	63
BAB III	MEWACANAKAN PRABOWO DI TIKTOK: PERSONALISASI POLITIK DALAM KUASA WACANA DIGITAL.....	69
3.1	Personalisasi Profesional: Strategi Penggambaran Kerja Nyata Prabowo Oleh Influencer.....	73
3.2	Personalisasi Emosional: Pewacanaan Narasi Emosional tentang Prabowo oleh influencer.....	79

3.3 Personalisasi Privat : Penampilan Kehidupan dan Relasi Kedekatan Prabowo dengan Figur-Figur Kunci.....	85
3.4 Personalisasi Politik, Mediatisasi, dan Algoritma: Rebranding Citra Prabowo Subianto oleh Influencer TikTok	91
BAB IV MEMBACA ULANG PERSONALISASI DIGITAL: INTERPRETASI USER ATAS KONTEN PERSONALISASI PRABOWO SUBIANTO OLEH INFLUENCER TIKTOK.....	95
4.1 Wacana User Terhadap Konten Personalisasi Prabowo: Hegemoni Wacana Dan Respons User Terhadap Konten Influencer.....	97
4.2 Respons User: Dominant-Hegemonic, Negotiated, dan Oppositional.....	104
4.3 Relasi Kuasa Digital Dan Dominasi Wacana Influencer Tiktok	112
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Catatan Kritis	122
DAFTAR PUSTAKA	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengkodean dan penguraian struktur siaran.....	41
Gambar 1. 2 Proses Komunikasi Influencer di TikTok	42
Gambar 2. 1 Douyin & TikTok.....	55
Gambar 2. 2 Kampanye Gemoy dan Cara Unik Berkampanye	61
Gambar 2. 3 Rate TikTok influencer A	64
Gambar 2. 4 Rate TikTok influencer Y	65
Gambar 4. 1 Wacana user pada konten influencer A.....	97
Gambar 4. 2 Wacana user pada konten influencer Y.....	99
Gambar 4. 3 Konten Bela Palestina influencer Y	114
Gambar 4. 4 Konten After Debat influencer A	115
Gambar 4. 5 Engagement Rates influencer A	116
Gambar 4. 6 Engagement Rates influencer Y	116

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Rerata Engagement Konten influencer A dan influencer Y	101
Tabel 4. 2 Respons Dominant Reading Konten influencer A dan Y	106
Tabel 4. 3 Respons Negotiated Reading Konten influencer A dan Y	108
Tabel 4. 4 Respons Oppositional Reading Konten influencer A dan Y	109