

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
ABSTRAKSI	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan	7
D. Kerangka Teori	8
D.1. Media Sosial.....	9
D.2. Kampanye Konten Positif	9
D.3. Advokasi Masyarakat Sipil melalui Media Sosial	13
E. Definisi Konseptual	17
E.1. Media Sosial	17
E.2. Kampanye Konten Positif.....	17
E.3. Advokasi melalui Media Sosial.....	17
F. Definisi Operasional	18
F.1. Media Sosial	18
F.2. Kampanye Konten Positif.....	18
F.3. Advokasi melalui Media Sosial	18
G. Metode Penelitian	18
G.1. Jenis Penelitian	25
G.2. Unit Analisa Data	27
G.3. Teknik Pengumpulan Data	28
G.3.1. Sumber Data	28
G.3.2. Cara Mengumpulkan Data	29
G.4. Teknik Analisa Data	30
H. Sistematika Penulisan	30

BAB II : DINAMIKA MEDIA SOSIAL DAN KERESAHAN

Pengantar	24
A. Fenomena Buzzer dan Akun Robot	24
A.1. Buzzer	24
A.2. Akun Robot	27
B. Meningkatnya Produksi Konten Negatif	29
B.1. Konten Sara dan Hoax	30
B.2. Upaya Pemerintah	33
C. Keluh Kesah Nettizen DIY	35
D. Kesimpulan	38

BAB III : MASYARAKAT DIGITAL JOGJA (MASDJO)

Pengantar	40
A. Sejarah dan Latar Belakang terbentuknya Masdjo	40
B. Pandangan dan Ideologi Masdjo	42
C. Keanggotaan Masdjo	43
D. Kegiatan dan Program Kerja Masdjo	47
E. Kesimpulan	50

BAB IV : STRATEGI ADVOKASI MASDJO

Pengantar	52
A. Periode sebelum terbentuknya Masdjo	53
A.1. Menangkal Konten Negatif dalam Pilpres 2014	53
B. Periode setelah terbentuknya Masdjo	57
B.1. Pengaruh Pilkada DKI Terasa Sampai DIY	57
B.2. Menangkal Radikalisme “Ala” Masdjo	61
B.3. Tempat Berkeluh Kesah Nettizen DIY	63
C. Keberpihakan Masdjo	65
D. Kesimpulan	67

BAB V : KESIMPULAN

69

DAFTAR PUSTAKA

72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Media Sosial Anggota Masdjo di Instagram	45
Gambar 2 Akun Media Sosial Anggota Masdjo di Twitter	46