

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI (<i>ABSTRACT</i>)	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xvi
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	16
D. Objek Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	17
F. Kerangka Pemikiran	18
1. Peran Media Baru dalam Komunikasi Politik	18
2. Pemilih Pemula	21
3. Resepsi Pengguna Media Baru dan Kinerja Komunikasi Politik	23
4. <i>Voluntary Ambassador</i>	26

A. YouTube.Com, 2019	60
B. Pemilih Pemula dan <i>Independent Search</i>	67
C. Informan	71
1. Tamtomo Adi Priyo	72
2. Taufiq Irawan	75
3. Adhitya Nugroho	77
4. Rido Gustiandri	80
5. Riddho Noervianto	83
6. Ardiera Pramestika	86
7. Bernadus Dwi Iwan Setyono	89
BAB IV Resepsi Para Pemilih Pemula terhadap Video Kampanye	94
A. Temuan penelitian Tindakan dan Pemaknaan Informan	
1. Eksposur dari <i>indirect exposure suggested video</i> di halaman muka situs dari konten video kampanye	95
2. Preferensi Pengguna dalam Mengakses <i>Suggested Video</i>	100
3. Media Bound : preferensi media pasca interaksi dengan <i>suggested video</i>	104
4. Praktek resepsi terhadap <i>suggested video</i>	111
B. Pembahasan : Praktek Resepsi terhadap <i>Suggested Video</i> dalam Koteks Kajian Media Baru	120
1. Membangun Propaganda : Interaktivitas, Posisi Tawar	

1. Penggunaan Keterikatan	120
2. <i>Suggested video</i> dan kampanye politik digital	125
3. Kampanye Digital dalam Tangan	128
4. <i>Suggested Video</i> sebagai Agen Digital	134
BAB V Kesimpulan	140
A. Simpulan	140
B. Saran	143
Daftar Pustaka	145
Lampiran	149
1. Panduan Wawancara	150
2. Transkrip Wawancara	155
3. Surat Pernyataan Informan	189