

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Abstraksi	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Peneltian	5
E. Kerangka Pemikiran	5
1. Konsep Meme	5
2. Media Sosial sebagai Media Baru	10
3. Komunikasi Politik	11
F. Kerangka Konsep	16
G. Metodologi Penelitian	18
H. Teknik Pengumpulan Data	24
I. Teknik Analisis Data	24
J. Asumsi	25
BAB II KAMPANYE MELALUI FACEBOOK SEBAGAI PROSES KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK	27
A. Kampanye Pemilihan Presiden di Indonesia	27
B. Komunikasi Politik dan Demokrasi di Media Sosial	39
C. Media Sosial sebagai Media Pembentuk Opini dan Kekuatan Politik	46

D. <i>Facebook</i> , Media Komunikasi Politik di Era Digital	49
E. Pendukung Kampanye Pilpres 2014 di Media Sosial <i>Facebook</i>	55
BAB III KANDIDAT CAPRES-CAWAPRES DAN KOALISI ANTARKUBU DALAM KAMPANYE PEMILIHAN PRESIDEN 2014.....	61
A. Profil Capres dan Cawapres Pemilihan Presiden 2014	61
1. Joko Widodo	61
2. Prabowo Subianto	64
3. Jusuf Kalla	67
4. Hatta Rajasa	70
B. Koalisi Indonesia Hebat	73
1. Koalisi Indonesia Hebat	76
2. Koalisi Merah Putih	76
C. Meme dan Kampanye Pemilihan Presiden 2014	78
D. Akun <i>Facebook</i> "Jokowi-JK" dan "PRO Prabowo-Hatta" sebagai Komunikasi Politik	79
1. Akun "Jokowi-JK"	80
2. Akun "PRO Prabowo-Hatta"	82
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	85
A. Meme pada Akun <i>Facebook</i> "Jokowi-JK"	85
1. <i>Meme 1</i> (Deklarasi Damai)	85
2. <i>Meme 2</i> (Macan Asia)	95
3. <i>Meme 3</i> (Insinyur vs Militer)	103
B. Meme pada Akun <i>Facebook</i> "PRO Prabowo-Hatta"	112
1. <i>Meme 4</i> (Pencitraan Jokowi)	113
2. <i>Meme 5</i> (Komunisme di Kubu Jokowi)	122
BAB V BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	143
DAFTAR PUSTAKA	148