

## Daftar Isi

Halaman Judul .....	i
Intisari .....	ii
Daftar Isi .....	iii
Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5. Urgensi Penelitian .....	10
Bab II .....	11
Kerangka Konseptual .....	11
2.1. Pengantar .....	11
2.2. Agenda Setting .....	12
2.2.1. Eksistensi Kelompok Kepentingan dalam Penyusunan Agenda .....	15
2.3. Aktivasi Digital Campaign untuk Membangun Pola Jaringan Kepentingan .....	17
2.3.1. Strategi Kelompok Kepentingan dalam Digital Campaign .....	22
2.4. Penutup .....	25
Bab III .....	26
Metode Penelitian .....	26
3.1. Jenis Penelitian .....	26
3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.2.1. Data Primer .....	30
3.2.2. Data Sekunder .....	33
3.3. Teknik Analisis Data CADS .....	34
BAB IV .....	39
Pergulatan Wacana Populer .....	39
4.1. Dinamika Perkembangan Wacana dalam Kampanye Undang-Undang Cipta Kerja .....	41
4.2. Penggunaan Wacana Populer untuk Membangun Jaringan Kepentingan Kelompok Mahasiswa .....	50
BAB V .....	62



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Memahami Strategi Kampanye Digital Kelompok Mahasiswa dalam Upaya Memengaruhi Kebijakan Undang-Undang Cipta Kerja: Analisis Wacana Twitter**

DIANA PUSPITA ASRI, Prof. Dr. Erwan Agus Purwanto, M. Si.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>Resultan Strategi Kampanye Digital Kelompok Mahasiswa atas Kebijakan Cipta Kerja.....</b>	<b>62</b>
<b>5.1. Pengembangan Pola Jaringan Masalah Melalui Pesan Twitter .....</b>	<b>66</b>
<b>5. 2. Reaksi Pemerintah terhadap Pola Jaringan Masalah Kelompok Mahasiswa .....</b>	<b>73</b>
<b>BAB VI.....</b>	<b>83</b>
<b>Penutup .....</b>	<b>83</b>
<b>6.1. Kesimpulan .....</b>	<b>83</b>
<b>6.2. Keterbatasan dan Rekomendasi .....</b>	<b>85</b>
<b>Daftar Pustaka : .....</b>	<b>86</b>