

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profile PT Mediawave Interactive	1
1.1.2. Logo PT Mediawave Interactive	2
1.2.Latar belakang.....	2
1.3.Perumusan Masalah	8
1.4.Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5.Tujuan Penelitian	9
1.6.Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Aspek Teoritis	9
1.6.2. Aspek Praktis	9
1.7.Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.7.1. Lokasi dan Objek Penelitian	10
1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian.....	10
1.8.Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA LINGKUP PENELITIAN	12
2.1.Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Knowledge Management	12
2.1.2 Reputasi.....	14
2.1.3 Social Media	18
2.1.4 Twitter	20

2.1.5	Instagram.....	20
2.1.6	LinkedIn.....	21
2.1.7	Social Computing.....	21
2.1.8	Social Network Analysis.....	21
2.1.9	Knowledge Management dan Social Network Analysis	23
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	27
BAB II METODE PENELITIAN		28
3.1.	Karakteristik Penelitian.....	28
3.2.	Tahapan Penelitian.....	29
3.3.	Populasi dan Sample	30
3.3.1.	Populasi.....	30
3.3.2.	Sample.....	30
3.4.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	30
3.5.	Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Karakteristik Data	35
4.2.	Hasil Pemodelan Pemetaan Jaringan Pengetahuan.....	37
4.2.1.	Degree Centrality	38
4.3.	Hasil Pemodelan Pemetaan Jaringan Pengetahuan dan Reputasi.	40
4.3.1	Hasil Pemodelan Pemetaan Jaringan Reputasi Twitter	42
4.3.2	Hasil Pemodelan Pemetaan Jaringan Reputasi Instagram	44
4.3.3	Hasil Pemodelan Pemetaan Jaringan Reputasi LinkedIn.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1.	Kesimpulan	48
5.2.	Saran	49
5.2.1	Saran untuk Perusahaan MediaWave	49
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.4