

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Komunikasi Politik.....	12
2.1.1.1 Komunikasi Politik di Media Sosial .....	16
2.1.1.2 Peran YouTube dalam Komunikasi Politik .....	18
2.1.1.3 Dampak YouTube Terhadap Proses Politik dan Opini Publik .....	19
2.1.2 Pemilihan Umum dan Partisipasi Politik.....	20
2.1.2.1 Partisipasi Politik dalam Konteks Pemilihan Umum.....	22
2.1.2.2 Peran Pemilu dalam Demokratisasi dan Partisipasi Masyarakat ....	24
2.1.3 Analisis Jaringan Komunikasi (Social Network Analysis - SNA).....	25
2.1.3.1 Pengertian dan Konsep Dasar SNA .....	25

2.1.3.2 Aplikasi Social Network Analysis (SNA) dalam Studi Komunikasi Politik.....	27
2.1.3.3 Relevansi SNA dalam Penelitian Debat Capres 2024.....	29
2.1.4 Elaboration Likelihood Model (ELM).....	31
2.1.4.1. Pengertian Teori ELM.....	31
2.1.4.2. Central Route dan Peripheral Route dalam Teori ELM.....	33
2.1.4.3. Penerapan Teori ELM dalam Komunikasi Politik.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	59
<b>BAB III.....</b>	<b>60</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	60
3.2 Metode Penelitian.....	61
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	63
3.3.1 Subjek Penelitian.....	63
3.3.2 Objek Penelitian.....	63
3.4 Lokasi Penelitian.....	64
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	64
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
3.6.1 Populasi Penelitian.....	66
3.6.2 Sampel Penelitian.....	66
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	67
3.8 Teknik Analisa Data.....	68
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	70
<b>BAB IV.....</b>	<b>71</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	71
4.1.1 Hasil Data Labs Polsys dan Gephi.....	72

4.1.1.1 Analisis Jaringan Aktor Pada Aplikasi Gephi .....	78
4.1.2 Analisa Elaboration Likelihood Model.....	103
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
4.2.1 Interpretasi Hasil Social Network Analysis (SNA) .....	114
4.2.2 Interpretasi Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) .....	127
4.2.3 Interpretasi Hasil dengan Teori Komunikasi Politik dan Media Sosial.....	135
<b>BAB V.....</b>	<b>137</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>137</b>
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Saran.....	138
5.2.1 Saran Praktis .....	139
5.2.2 Saran Akademis .....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>141</b>