

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	2
B. RUMUSAN MASALAH.....	9
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9
D. MANFAAT HASIL PENELITIAN.....	10
1. <i>Manfaat Teoritis</i>	10
2. <i>Manfaat Praktis</i>	10
E. KERANGKA BERPIKIR.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. HASIL PENELITIAN TERDAHULU.....	15
B. TEORI PEMILU DAN PENDEKATAN PSIKOPOLITIS PERILAKU MEMILIH.....	18
C. TEORI STRATEGI POLITIK KAMPANYE.....	20
D. TEORI KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL.....	21
E. TEORI MEDIATISASI POLITIK.....	23
F. TEORI REPRESENTASI SIMBOLIK.....	24
G. TEORI <i>AFFECTIVE INTELLIGENCE</i>	25
H. TEORI BUDAYA POPULER: <i>MOE ANTHROPOMORPHISM</i> DAN KONSUMSI DATABASE.....	27
I. TEORI PSIKOLOGI POLITIK.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. PENDEKATAN DAN METODE PENELITIAN.....	30
B. JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN.....	31
1. <i>Data Primer</i>	32
2. <i>Data Sekunder</i>	32
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	32
D. TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	34
E. TEKNIK ANALISIS DATA.....	35
F. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. KONDISI OBJEKTIF LOKASI PENELITIAN.....	37
B. HASIL PENELITIAN.....	42
1. <i>Data Proses Penggunaan Moefikasi</i>	44
2. <i>Data Faktor Relevansi Strategis Moefikasi</i>	46
3. <i>Data Implikasi Strategi Moefikasi</i>	48
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	50
BAB V PENUTUP.....	68
A. SIMPULAN.....	68
B. SARAN.....	69
REFERENSI.....	71
LAMPIRAN 1. INSTRUMEN PENELITIAN.....	77
<i>Pedoman Observasi</i>	78
<i>Pedoman Studi Dokumentasi</i>	79
LAMPIRAN 2. LEMBAR REKAPITULASI KORPUS DATA UTAMA.....	82
LAMPIRAN 3. LEMBAR MATRIKS KERJA ANALISIS WACANA KRITIS	
MULTIMODAL PER DATA.....	83
<i>Data1</i>	83
<i>Data2</i>	85
<i>Data3</i>	87
<i>Data4</i>	88
LAMPIRAN 4. DATA PENDUKUNG TAMBAHAN.....	90
A. <i>Profesionalisasi Kampanye</i>	90
B. <i>Mode Visual Moe Style</i>	90
C. <i>Divergensi Realitas</i>	90
D. <i>Ekonomi Perhatian & Budaya Pop</i>	91
E. <i>Amnesia Referensial & Pergeseran Orientasi Pemilih (Tangkapan Layar</i> <i>Komentar)</i>	92
<i>Tabel Hasil Tangkapan Layar Kolom Komentar</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Skema Konseptual (Sumber: Diolah Peneliti).....	11
Tabel 4. 1 Jumlah Perolehan Suara Tiap Kandidat	37
Tabel 4. 2. Instrumen Data (Sumber: Diolah Peneliti).....	43
Tabel 4. 3 Tangkapan Layar Kolom Komentar Tiap Data (Sumber: Diolah Peneliti).....	48
Tabel 4. 4 Matriks Sebaran Indikator Moefikasi pada Tiap Data (Sumber: Diolah Peneliti).....	51
Tabel 4. 5 Perbandingan Engagement Konten Moefikasi dengan Konten Formal (Sumber: TikTok @gerindra).....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Konten dengan Moefikasi dan Bukan Sumber: Instagram @gerindra.....	4
Gambar 1. 2 Perbandingan Jumlah Followers Akun Instagram dengan konten Moefikasi dan non-Moefikasi Sumber: Instagram.....	5
Gambar 4. 1 Perbandingan Perolehan Suara Antar Kandidat (Sumber: Diolah Peneliti)	38
Gambar 4. 2 Perbandingan Pencarian Narasi Gemoy dan Visi Misi (Sumber : Google Trends).....	47
Gambar 4. 3 Perbandingan Engagement (Likes) Data1–Data4 dan Konten Formal (Sumber: Diolah Peneliti).....	57
Gambar 4. 4 Alur Mekanisme Psikologis Penerimaan Moefikasi (Sumber: Diolah Peneliti).....	64

