

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Perilaku Penggunaan Internet.....	2
Gambar 1.3 Gambaran Audiens Iklan Aplikasi Twitter .....	4
Gambar 1.4 Perilisan Produk Baru Chizu Red Velvet.....	7
Gambar 1.5 Konten Media Sosial Produk Chizu Red Velvet.....	7
Gambar 1.6 Screenshoot Review <i>Tweet</i> @gandhooy .....	8
Gambar 1.7 Screenshoot <i>Tweet</i> @YohanX1K, @nurarumia, @ranacuy .....	10
Gambar 1.8 Screenshoot <i>Tweet</i> @mujigaefoodsid .....	10
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Gambar 4.4 <i>Screening Question</i> Responden Berusia 20 – 29 Tahun .....	66
Gambar 4.5 <i>Screening Question</i> Responden Pengguna Media Sosial Twitter .....	67
Gambar 4.6 <i>Screening Question</i> Responden Mengetahui <i>Tweet</i> @gandhooy Terkait Somasi Es Teh Indonesia .....	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Indikator <i>Platform Assistance</i> .....	74
Gambar 4.8 Garis Kontinum Indikator <i>Venting Negative Feelings</i> .....	75
Gambar 4.9 Garis Kontinum Indikator <i>Extraversion/Positive – Self Enchantment</i> ...	76
Gambar 4.10 Garis Kontinum Indikator <i>Concern for Other Customers</i> .....	77
Gambar 4.11 Garis Kontinum Indikator <i>Social Benefits</i> .....	78
Gambar 4.12 Garis Kontinum Indikator <i>Advice Seeking</i> .....	79
Gambar 4.13 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Variabel E-WOM .....	81
Gambar 4.14 Garis Kontinum Indikator Citra Perusahaan .....	84
Gambar 4.15 Garis Kontinum Indikator Citra Pemakai .....	85

Gambar 4.16 Garis Kontinum Indikator Citra Produk.....	86
Gambar 4.17 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Variabel <i>Brand Image</i> .....	87
Gambar 4.18 <i>Method of Successive Interval</i> Variabel X.....	88
Gambar 4.19 <i>Method of Successive Interval</i> Variabel Y .....	88