

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna internet di Indonesia 2022	1
Gambar 1.2 Pengguna twitter di Indonesia tahun 2019-2022	2
Gambar 1.3 Analytics data akun ohmybeautybank	4
Gambar 1.4 Penghargaan yang didapatkan Somethinc	5
Gambar 1.5 EWOM tentang produk Somethinc yang ada di akun ohmybeautybank	6
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	25
Gambar 4.1 Screening Question Responden Merupakan Followers Dari Akun Twitter @ohmybeautybank dan merupakan generasi millennial dan gen z	39
Gambar 4.2 Screening Question Responden Mengetahui Brand Somethinc.....	39
Gambar 4.3 Screening Question Responden Pernah Melihat dan atau Melakukan Diskusi Mengenai Produk Somethinc Di Twitter	40
Gambar 4.4 Garis Kontinum Sub-Variabel Intensity	43
Gambar 4.5 Garis Kontinum Sub-Variabel Positive Valence of Opinion	45
Gambar 4.6 Garis Kontinum Sub-Variabel Content	47
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Electronic Word Of Mouth	48
Gambar 4.8 Garis Kontinum Sub-Variabel Strength Of Brand Association	49
Gambar 4.9 Garis Kontinum Sub-Variabel Association Favorability Of Brand	51
Gambar 4.10 Garis Kontinum Sub-Variabel Uniqeness of Brand Association	53
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Brand Image	48