

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan dan Asumsi Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori Dasar	15
2.3 Definisi Konten	15
2.4 Media Sosial	16
2.4.1 Klasifikasi Media Sosial	16
2.4.2 Fungsi Media Sosial.....	18
2.5 Niat Memilih	18
2.6 Pemilihan Umum.....	19
2.6.1 Fungsi Pemilihan Umum	19
2.6.2 Asas-Asas Pemilihan Umum	20
2.7 Generasi Z	21
2.8 Metode PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Penentuan Objek Amatan	26
3.2 Studi Literatur.....	26
3.3 Identifikasi Masalah	26
3.4 Konseptualisasi Model Penelitian	27
3.5 Penyusunan Kuesioner	34
3.6 Pengumpulan Data	35

3.7	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
3.8	Model Struktual (<i>Inner Model</i>)	36
3.9	Analisa Data dan Hasil	38
3.10	Kesimpulan dan Saran	38
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		39
4.1	Pengumpulan Data	39
4.2	Data Demografis Responden	39
4.3	Statistika Deskriptif	44
4.4	Uji Kesesuaian Model Konfigural	45
4.5	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
4.6	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		52
5.1	Verifikasi dan Validasi	52
5.2	Analisis Hasil Responden	54
5.3	Analisis Faktor Yang Berpengaruh	55
5.3.1	Konten Media Sosial	55
5.3.2	Opini Pemilih	56
5.3.3	Kepercayaan Pemilih	57
5.3.4	Citra Kandidat	58
5.3.5	Citra Partai	59
5.3.6	Niat Memilih	60
5.4	Implikasi Manajerial	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		63
6.1	Kesimpulan	63
6.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		70