

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan penelitian .....	10
D. Manfaat penelitian .....	10
E. Kerangka teori .....	11
1. Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	11
2. Teori Belajar Sosial ( <i>Social Learning Theory</i> ) .....	16
3. Kepercayaan Diri ( <i>Self Confidence</i> ) .....	19
F. Hipotesis .....	22
BAB II.....	23
2. 1 Intensitas Menonton .....	23
2. 2 Indikator Intensitas .....	23
2.3 Media Sosial .....	25
2.3.1 Jenis-Jenis Media Sosial .....	25
2.3.2 Media Jejaring Sosial ( <i>Social Networking</i> ) .....	26
2.3.3 Jurnal Online ( <i>Blog</i> ).....	26
2.3.4 Jurnal Online Sederhana atau <i>Mikroblog (Microblogging)</i> .....	27
2.3.5 Media Berbagi ( <i>Sharing</i> ) .....	27
2.3.6 Penanda Sosial ( <i>Social Bookmarking</i> ).....	28

2.3.7 Media Konten Bersama atau Wiki.....	28
2.4 YouTube.....	28
2.5 Percaya Diri.....	29
2.6 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Diri.....	30
2.7 Indikator Kepercayaan Diri.....	31
2.8 Penelitian Terdahulu.....	33
<b>BAB III</b> .....	<b>36</b>
3.1 Jenis penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian.....	36
3.3 Variabel Penelitian.....	37
3.3.1. Variabel Independent (Variabel Pengaruh).....	37
3.3.2. Variabel Dependent (Variabel Terpengaruh).....	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Lokasi Penelitian.....	43
3.6 Sumber data penelitian.....	43
3.6.1 Data Primer.....	43
3.6.2 Data Sekunder.....	43
3.7 Definisi Konseptual.....	43
3.7.1 Intensitas Menonton.....	43
3.7.2 Percaya diri.....	44
3.8 Definisi operasional.....	44
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian.....	44
3.9 Teknik Pengambilan Data.....	45
3. 9. 1 Kuesioner.....	45
3.10 Skala Pengukuran Data.....	45
3.11 Teknik Analisis Data.....	46
3.11.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	46
3.11.2 Uji Validitas Instrumen.....	47
3.11.3 Uji Reliabilitas.....	52
<b>BAB IV</b> .....	<b>55</b>

4.1	Deskripsi Umum Penelitian.....	55
4.2	Deskripsi Responden.....	56
4.3	Deskripsi Menjadi Manusia.....	58
Tabel 4.5 Perbandingan Media Online .....		59
4.4	Deskripsi Variabel.....	59
4.4.1.	Intensitas Menonton Konten YouTube Menjadi Manusia.....	59
4.4.2.	Proses Penumbuhan Rasa Percaya Diri.....	82
4.5	Analisis Data .....	94
4.5.1	Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> .....	94
4.5.2	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	96
4.5.3	Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	98
4.5.4	Pengujian Signifikansi T.....	99
4.6	Pembahasan .....	101
BAB V.....		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....		111
Lampiran .....		114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen.....	48
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X “Intensitas Menonton Konten YouTube Menjadi Manusia” .....	50
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y “Proses Penumbuhan Rasa Percaya Diri” .....	51
Tabel 3.5 Tabel Koefisien .....	53
Tabel 4.1 Usia Responden.....	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 4.3 Tahun Angkatan.....	57
Tabel 4.4 Durasi Menonton.....	58
Tabel 4.5 Interval kelas Indikator Motivasi .....	61
Tabel 4.6 Skor Penilaian Indikator Motivasi .....	61
Tabel 4.7 Interval kelas Indikator Durasi Kegiatan .....	66
Tabel 4.8 Tabel Skor Penilaian Indikator Durasi Kegiatan .....	67
Tabel 4.9 Interval Kelas Indikator Frekuensi Kegiatan .....	68
Tabel 4.10 Skor Penilaian Indikator Frekuensi Kegiatan .....	69
Tabel 4.11 Interval Kelas Indikator Presentasi .....	71
Tabel 4.12 Skor Penilaian Indikator Presentasi .....	72
Tabel 4.13 Interval Kelas Indikator Arah Sikap .....	75
Tabel 4.14 Skor Penilaian Indikator Arah Sikap .....	76
Tabel 4.15 Interval Kelas Indikator Minat .....	78
Tabel 4.16 Skor Penilaian Indikator Minat .....	79
Tabel 4.17 Total Variabel X.....	81
Tabel 4.18 Interval Kelas Indikator Keyakinan Kemampuan Diri & Optimis .....	83
Tabel 4.19 Skor Penilaian Indikator Keyakinan Kemampuan Diri & Optimis .....	84
Tabel 4.20 Interval Kelas Indikator Objektif, Rasional, & Realistis .....	88
Tabel 4.21 Skor Penilaian Indikator Objektif, Rasional, & Realistis .....	89
Tabel 4.22 Interval Kelas Indikator Bertanggung Jawab.....	91
Tabel 4.23 Skor Penilaian Indikator Bertanggung Jawab.....	92

Tabel 4.24 Total Variabel Y.....	93
----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Sosial Media (2019).....	2
Gambar 1.2 Pengguna Aktif Sosial Media (2019).....	2
Gambar 1.3 YouTube <i>Account</i> Menjadi Manusia.....	9
Gambar 1.4 Komentar Penonton Menjadi Manusia.....	9
Gambar 3.1 Paradigma Sederhana .....	40
Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X “Intensitas Menonton Konten YouTube Menjadi Manusia.....	54
Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y “Proses Penumbuhan Rasa Percaya Diri”.....	54
Gambar 4.1 Hasil Analisis Korelasi Product Moment.....	95
Gambar 4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana variabel X terhadap Y.....	97
Gambar 4.3 Koefisien Determinasi.....	98
Gambar 4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana variabel X terhadap Y.....	99