

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2    Manfaat Praktis .....	10
1.5    Kerangka Teori.....	11
1.5.1.    Uses and Gratifications Theory .....	11
1.5.2.    Pengaruh Konten Instagram.....	15
1.5.3.    Followers Engagement.....	15
1.6    Hipotesis Penelitian.....	17
BAB II.....	19
2.1.    Followers Engagement .....	19
2.1.1.    Proses Engagement .....	21
2.1.2.    Pilar Engagement .....	22
2.2.    Karakter Media Sosial sebagai Mass-personal Communications .....	24
2.3.    Food Vlogger.....	28

2.4.	Instagram .....	30
2.4.1.	Konten Foto .....	31
2.4.2.	Konten Video <i>Reels</i> .....	31
2.4.3.	Istilah dan Fitur dalam Instagram .....	32
2.5.	Penelitian Terdahulu .....	35
BAB III .....		43
3.1.	Jenis Penelitian .....	43
3.2.	Subjek dan Objek Penelitian .....	44
3.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.3.1.	<b>Populasi</b> .....	44
3.3.2.	<b>Sampel</b> .....	44
3.4.	Sumber Data .....	46
3.4.1.	Data Primer .....	46
3.4.2.	Data Sekunder .....	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6.	Definisi Operasional Variabel .....	48
3.6.1.	<b>Konten <i>Coffee Shop</i> Akun Instagram @ke.jogja (X)</b> .....	48
3.6.2.	<b>Followers Engagement (Y)</b> .....	49
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	51
3.7.1.	<b>Uji Validitas</b> .....	51
3.7.2.	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	54
3.8.	Teknik Analisis Data .....	55
3.8.1.	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	55
3.8.2.	<b>Analisis Regresi Linier Sederhana</b> .....	57
3.8.3.	<b>Analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b> .....	58
3.8.4.	<b>Analisis Korelasi Product Moment</b> .....	58
3.8.5.	<b>Uji Hipotesis (<i>T-Test</i>)</b> .....	59
BAB IV .....		59
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.2.	Gambaran Umum Karakteristik Responden .....	60
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	61

4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini .....	63
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili .....	64
4.3. Hasil Penelitian .....	65
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
4.3.2. Uji Asumsi Klasik .....	81
4.3.3. Uji Korelasi Product Moment.....	83
4.3.4. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	84
4.3.5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	85
4.3.6. Uji Hipotesis ( <i>T-Test</i> ) .....	86
4.4. Pembahasan .....	87
BAB V .....	91
5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran.....	92
LAMPIRAN.....	2

## **Daftar Gambar**

Gambar 1. 1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia 2022 .....	4
Gambar 1. 2 Unggahan Akun @ke.jogja Menyertakan Tangkapan Layar Peta Cafe Yang Diulas .....	7
Gambar 1. 3 Highlights “Publikasi Acara” Akun @ke.jogja Untuk Kegiatan Yang Akan Diadakan di Jogja Selama Akhir Pekan.....	8
Gambar 1. 4 Teori Uses and Gratifications.....	14

## Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4. 2 Deskripsi Usia Responden .....	61
Tabel 4. 3 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden.....	62
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden Saat Ini.....	63
Tabel 4. 5 Domisili Responden.....	64
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Relevansi .....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Akurasi.....	67
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Bernilai .....	69
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Mudah Dipahami .....	70
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Mudah Ditemukan .....	71
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Konsistensi.....	73
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keterlibatan .....	75
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Interaksi .....	77
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Perhatian .....	78
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Mempengaruhi.....	80
Tabel 4. 16 Uji Normalitas .....	81
Tabel 4. 17 Uji Linieritas.....	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Korelasi Product Moment .....	83
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	84
Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Determinasi.....	86