

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR.....	15
ABSTRAK	16
ABSTRACT	17
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Perumusan Masalah.....	38
1.3 Tujuan Masalah	38
1.4 Manfaat Penelitian.....	38
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	38
1.4.2 Manfaat Akademis	39
1.4.3 Manfaat Praktis	39
1.5 Kerangka Teori.....	40
1.5.1 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i>	40
1.6 Kerangka Pemikiran	43
1.7 Hipotesis.....	46
1.7.1 Hipotesis Uji Linearitas Variabel X1 dan Y	46
1.7.2 Hipotesis Uji Linearitas Variabel X2 dan Y	46
1.7.3 Hipotesis Uji Linearitas variabel X1 dan X2 Terhadap Y	47
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	48
2.1 Media Baru	48

2.2 Media Sosial	50
2.3 Instagram	52
2.4 Platform Media.....	55
2.5 Persepsi dan Komunikasi Visual	58
2.6 Behavioral Effects of Visuals	60
2.7 Kualitas Konten	61
2.7.1 Definisi Kualitas Konten	61
2.7.2 Indikator Kualitas Konten.....	63
2.8 Penggunaan Elemen Visual	65
2.8.1 Definisi Penggunaan Elemen Visual	65
2.8.2 Indikator Penggunaan Elemen Visual.....	67
2.9 Perilaku Engagement Pengguna Media Sosial	68
2.9.1 Definisi Perilaku Engagement Pengguna Media Sosial	68
2.9.2 Indikator Perilaku Engagement Pengguna Media Sosial.....	71
2.10 Hasil Penelitian Terdahulu	72
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	78
3.1 Jenis Penelitian	78
3.2 Objek Penelitian	80
3.3 Variabel Penelitian	80
3.3.1 Variabel Independen 1 (Variabel Bebas 1).....	80
3.3.2 Variabel Independen 2 (Variabel Bebas 2).....	80
3.3.3 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	81
3.4 Populasi dan Sampel	81
3.4.1 Populasi.....	81
3.4.2 Sampel	82
3.5 Sumber Data	83
3.5.1 Data Primer	83
3.5.2 Data Sekunder.....	84
3.6 Teknik Pengumpulan Data	84
3.7 Definisi Konseptual	86
3.7.1 Kualitas Konten	87

3.7.2 Penggunaan Elemen Visual	87
3.7.3 Perilaku <i>Engagement</i>	88
3.8 Definisi Operasional	88
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	92
3.9.1 Uji Validitas	92
3.9.2 Uji Reliabilitas	95
3.10 Uji Prasyarat Analisis	97
3.10.1 Uji Normalitas	97
3.10.2 Uji Multikolinieritas	98
3.11 Uji Hipotesis	98
3.11.1 Analisis Regresi Linier Berganda	98
3.11.2 Pengujian Hipotesis (Uji T Parsial dan F Simultan)	99
3.11.3 R <i>Square</i> (Uji Koefisien Determinasi)	100
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	102
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	102
4.2 Gambaran Umum Responden	104
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	104
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	104
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Profesi	105
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Domisili	106
4.3 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel X1	107
4.3.1 Deskripsi Variabel X1: Kualitas Konten	107
4.4 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel X2	113
4.4.1 Deskripsi Variabel X2: Penggunaan Elemen Visual	113
4.5 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel Y	119
4.5.1 Deskripsi Variabel Y: Perilaku <i>Engagement</i>	119
4.6 Hasil Uji Normalitas	125
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	126
4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	127
4.9 Hasil Uji Hipotesis (Uji T Parsial dan F Simultan)	129
4.10 Hasil R <i>Square</i> (Uji Koefisien Determinasi)	131

4.11 Pembahasan Hasil Penelitian.....	134
4.11.1 Pembahasan Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	134
4.11.2 Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	135
4.11.3 Pengaruh Masing-masing Variabel Independen	135
4.11.4 Indikator Perilaku <i>Engagement</i> (Y).....	137
4.12 Relevansi dengan Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM)	138
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	142
5.1 Kesimpulan.....	142
5.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN I. Kuesioner Penelitian	156
LAMPIRAN II. Jawaban Hasil Kuesioner	163
LAMPIRAN III. Dokumentasi	173
LAMPIRAN IV. Hasil SPSS	174