

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	17
1.6 Kerangka Teori.....	18
1.6.1 Relevansi Teori dengan Penelitian.....	21
1.7 Kerangka Pemikiran.....	22
1.8 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB II.....	27
TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Kepuasan Penonton.....	27
2.2 Aktivitas Produksi Pesan.....	30
2.3 Konsep User Generated Content (UGC).....	33
2.4 Media Sosial sebagai Media Distribusi UGC.....	37
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Paradigma dan Metode Penelitian.....	46
3.2 Objek Penelitian.....	47
3.3 Lokasi Penelitian.....	48
3.4 Variabel Penelitian.....	48
3.4.1 Variabel Bebas (Independen) (X).....	49

3.4.2 Variabel Terikat (Dependen) (Y).....	51
3.5 Definisi Operasional.....	52
3.6 Populasi.....	54
3.7 Sampel.....	55
3.8 Sumber Data.....	58
3.8.1 Data Primer.....	58
3.8.2 Data Sekunder.....	58
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.10 Teknik Analisis Data.....	60
3.10.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.10.1.1 Uji Validitas.....	61
3.10.1.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.10.2.1 Uji Normalitas.....	67
3.10.2.2 Uji Linearitas.....	68
3.10.2.3 Uji Autokorelasi.....	69
3.10.3 Uji Hipotesis.....	70
3.8.3.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	70
BAB IV.....	73
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Deskripsi dan Sinopsis Film Jumbo.....	73
4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	77
4.4 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	79
4.5 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel X.....	80
4.5.1 Deskripsi Variabel X: Kepuasan Penonton.....	80
4.5.1.1 Deskripsi Indikator Kesesuaian Harapan.....	82
4.5.1.2 Deskripsi Indikator Kinerja Aktual.....	83
4.5.1.3 Deskripsi Indikator Nilai yang Dirasakan.....	85
4.5.1.4 Deskripsi Indikator Respon Afektif.....	86
4.5.1.5 Deskripsi Indikator Niat Merekomendasikan.....	87
4.6 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel Y.....	89
4.6.1 Deskripsi Variabel Y: Aktivitas Produksi UGC.....	89
4.6.1.1 Deskripsi Indikator Penciptaan Konten (Creation).....	91
4.6.1.2 Deskripsi Indikator Kontribusi terhadap Konten (Contribution).....	92

4.6.1.3 Deskripsi Indikator Konsumsi Konten (Consumption).....	93
4.7 Hasil Uji Normalitas.....	95
4.8 Hasil Uji Linearitas.....	98
4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	98
4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	100
4.11 Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
4.11.1 Pembahasan Karakteristik Responden.....	103
4.11.2 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	104
4.11.3 Indikator Kepuasan Penonton (X).....	105
4.11.4 Indikator Aktivitas Produksi UGC.....	107
4.12 Relevansi dengan Teori Message Design Logic (MDL).....	108
4.12.1 Keterkaitan dengan Expressive Design Logic.....	109
4.12.2 Keterkaitan dengan Conventional Design Logic.....	110
4.13.3 Keterkaitan dengan Rhetorical Design Logic.....	110
BAB V.....	112
KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN I. KUESIONER PENELITIAN.....	123
LAMPIRAN II. Jawaban Hasil Kuesioner.....	128
LAMPIRAN III. Dokumentasi.....	161
LAMPIRAN IV. Hasil SPSS.....	162
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert.....	61
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X.....	63
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	79
Tabel 4.4 Variabel X Kepuasan Penonton.....	81
Tabel 4.5 Indikator Kesesuaian Harapan.....	83
Tabel 4.6 Indikator Kinerja Aktual.....	84

Tabel 4.7 Indikator Nilai yang Dirasakan.....	85
Tabel 4.8 Indikator Respon Afektif.....	87
Tabel 4.9 Indikator Niat Merekomendasikan.....	88
Tabel 4.10 Variabel Y Aktivitas Produksi UGC.....	89
Tabel 4.11 Indikator Penciptaan Konten.....	91
Tabel 4.12 Indikator Kontribusi terhadap Konten.....	92
Tabel 4.13 Indikator Konsumsi Konten.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Uji Reliabilitas Variabel X.....	66
Gambar 3.2 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	66
Gambar 4.1 Poster Film Jumbo.....	74
Gambar 4.2 Contoh UGC.....	76
Gambar 4.3 Uji Normalitas K-S.....	96
Gambar 4.4 Uji Normalitas Histogram.....	96
Gambar 4.5 Uji Normalitas P-P Plot.....	97
Gambar 4.6 Uji Linearitas.....	98
Gambar 4.7 Uji Autokorelasi.....	99
Gambar 4.8 Hasil R Square.....	100
Gambar 4.9 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	101
Gambar 4.10 Tabel ANOVA.....	102