

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>RINGKESAN</i> .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan masalah .....	9
1.3. Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	11
BAB II .....	13
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS....	13
2.1    Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	13
2.1.2.    Kerangka Konseptual.....	16
2.1.2.1. Komunikasi.....	16
2.1.2.2. New Media .....	21
2.1.2.4. Preferensi Konten.....	25
2.1.2.5. Berita .....	26
2.1.2.6. Media Sosial.....	28
2.1.2.7. Tiktok .....	30
2.1.2.8. Masyarakat Cyber .....	32
2.1.2.9. Perilaku konsumsi Informasi .....	33
2.1.3. Kerangka Teoritis.....	35
2.2. Kerangka Pemikiran.....	38

<b>2.3. Hipotesis</b> .....	44
<b>BAB III</b> .....	46
<b>OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	46
<b>3.1. Objek Penelitian</b> .....	46
<b>3.2. Metode Penelitian</b> .....	47
<b>3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel</b> .....	49
<b>3.2.2. Populasi dan Teknik Sampling</b> .....	53
<b>3.2.3. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data</b> .....	58
<b>3.2.4. Rancangan Analisis Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Data</b> .....	60
<b>3.3. Uji Hipotesis</b> .....	68
<b>3.3.1. Uji F Simultan</b> .....	69
<b>3.3.2. Uji T Parsial</b> .....	69
<b>3.4. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian</b> .....	70
<b>3.4.1. Lokasi Penelitian</b> .....	70
<b>3.4.2. Jadwal Penelitian</b> .....	70
<b>BAB IV</b> .....	71
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	71
<b>4.1. Hasil Penelitian</b> .....	71
<b>4.1.1. Karakteristik Responden</b> .....	71
<b>4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen</b> .....	72
<b>4.1.3. Analisis Deskriptif</b> .....	76
<b>4.1.5. Tabulasi Silang</b> .....	92
<b>4.1.6. Uji Asumsi Klasik</b> .....	95
<b>4.1.7. Analisis Linearitas</b> .....	98
<b>4.1.8. Analisis Korelasi</b> .....	100
<b>4.1.10. Analisis Jalur</b> .....	102
<b>4.1.11. Pengujian Hipotesis</b> .....	108
<b>4.1.12. Pengujian Secara Parsial (Uji t)</b> .....	110
<b>BAB V</b> .....	120

<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>120</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>120</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>123</b>
<b>5.2.1. Saran Teoritis.....</b>	<b>123</b>
<b>5.2.2. Saran Praktis .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala Likert.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil uji validitas kuesioner preferensi konten.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4. 4 Hasil uji validitas kuesioner perilaku konsumsi informasi.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4. 5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4. 6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4. 7 Tanggapan responden mengenai konten @Geraldvincent untuk menegaskan kembali informasi yang sudah responden ketahui sebelumnya. ....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4. 8 Tanggapan responden mengenai konten @Geraldvincent membantu memperkuat pengetahuan responden tentang topik tertentu. ....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai cara @Geraldvincent mengemas konten berita membuat penyajian informasi terasa lebih menarik untuk diikuti. ....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4. 10 Tanggapan responden mengenai Cara @Geraldvincent mengemas berita membuat aktivitas mengikuti informasi terasa tidak membosankan. ....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai Informasi yang disampaikan @Geraldvincent membantu responden merasa lebih yakin terhadap informasi yang responden peroleh.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai Konten @Geraldvincent membantu responden mengikuti isu yang sedang banyak diperbincangkan.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai Konten @Geraldvincent terkadang menjadi bahan pembicaraan saya dengan anggota keluarga. ....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai Informasi dari konten @Geraldvincent sering menjadi topik yang responden bahas bersama teman. ....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai Konten @Geraldvincent membantu responden mengikuti perkembangan isu atau peristiwa yang sedang terjadi. ....</b>	<b>83</b>

<b>Tabel 4. 16 Tanggapan responden mengenai konten @Geraldvincent tontonan saat ingin mengalihkan pikiran dari berbagai tekanan. ....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 17 Tanggapan responden mengenai konten @Geraldvincent menjadi salah satu pilihan saat responden ingin beristirahat sejenak dari rutinitas harian. ....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 4. 18 Tanggapan responden mengenai kebiasaan menggunakan media digital sebagai sumber untuk memperoleh informasi mengenai berbagai isu atau peristiwa. ....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 4. 19 Tanggapan responden mengenai pencarian informasi ketika membutuhkan penjelasan mengenai isu atau peristiwa tertentu.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 4. 20 Tanggapan responden mengenai secara langsung mengakses sumber informasi yang dianggap sesuai dengan kebutuhan responden.....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4. 21 Tanggapan responden mengenai pertimbangan kesesuaian informasi yang diperoleh dengan kebutuhan informasi responden.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 22 Tanggapan responden mengenai informasi yang diperoleh responden digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami situasi atau pengambilan keputusan. ....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 23 Tanggapan responden mengenai kesulitan mengingat informasi yang disampaikan dalam konten @Geraldvincentt.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 24 Tanggapan responden mengenai informasi dari konten @Geraldvincent tidak selalu dapat responden gunakan dalam kehidupan sehari-hari.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 25 Kategori Jawab Kebutuhan Kognitif (X1)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 26 Kategori Jawab Kebutuhan Afektif (X2)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 27 Kategori Jawab Kebutuhan Pribadi (X3)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 28 Kategori Jawab Kebutuhan Sosial (X4)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 29 Kategori Jawab Kebutuhan Pelepasan (X5)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 30 Kategori Jawab Perilaku Konsumsi Informasi (Y)Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Tabel 4. 31 Tabulasi Silang Kebutuhan Kognitif (X1) dengan Perilaku Konsumsi Informasi (Y) .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4. 32 Tabulasi Silang Kebutuhan Afektif (X2) dengan Perilaku Konsumsi Informasi (Y) .....</b>	<b>93</b>

<b>Tabel 4. 33 Tabulasi Silang Kebutuhan Pribadi (X3) dengan Perilaku Konsumsi Informasi (Y)</b> .....	93
<b>Tabel 4. 34 Tabulasi Silang Kebutuhan Sosial (X4) dengan Perilaku Konsumsi Informasi (Y)</b> .....	94
<b>Tabel 4. 35 Tabulasi Silang Kebutuhan Pelepasan (X5) dengan Perilaku Konsumsi Informasi (Y)</b> .....	95
<b>Tabel 4. 36 Hasil Uji Normalitas Model Struktural</b> .....	96
<b>Tabel 4. 37 Uji Multikolinearitas antara Preferensi Konten <i>Review</i> Berita ..</b>	97
<b>Tabel 4. 38 Uji linearitas antara preferensi konten dengan perilaku konsumsi informasi</b> .....	99
<b>Tabel 4. 39 Matriks Korelasi antar Dimensi Preferensi Konten</b> .....	100
<b>Tabel 4. 40 Koefisien jalur kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan pelepasan terhadap perilaku konsumsi informasi followers generasi Z</b> .....	102
<b>Tabel 4. 41 Koefisien Determinasi Preferensi Konten Terhadap Perilaku Konsumsi Informasi</b> .....	104
<b>Tabel 4. 42 Rekapitulasi pengaruh langsung dan tidak langsung dimensi preferensi konten terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	107
<b>Tabel 4. 43 Anova Untuk Pengujian Secara Simultan (Uji F)</b> .....	109
<b>Tabel 4. 44 Ringkasan uji pengaruh kebutuhan kognitif terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	110
<b>Tabel 4. 45 Ringkasan uji pengaruh kebutuhan afektif terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	111
<b>Tabel 4. 46 Ringkasan uji pengaruh kebutuhan pribadi terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	113
<b>Tabel 4. 47 Ringkasan uji pengaruh kebutuhan sosial terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	114
<b>Tabel 4. 48 Ringkasan uji pengaruh kebutuhan pelepasan terhadap perilaku konsumsi informasi</b> .....	115

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Indonesia Jadi Pengguna Tiktok Terbanyak Ke-2 di Dunia.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Profil Akun Tiktok @Geraldvinecitt .....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar 2. 1 Indonesia Jadi Negara Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 3. 1 Profile akun Tiktok @geraldvincentt .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 3. 2 Analisis Jalur (Path Analysis) .....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4. 1 Grafik Normal Quantile Plot .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 4. 2 Scatterplot Heteroskedastisitas.....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 4. 3 Scatterplot hubungan antara preferensi konten dengan perilaku konsumsi informasi .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4. 4 Diagram Jalur Hasil Penelitian .....</b>	<b>105</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> .....	130
<b>Lampiran 2</b> .....	132
<b>Lampiran 3</b> .....	134
<b>Lampiran 4</b> .....	137
<b>Lampiran 5</b> .....	139
<b>Lampiran 6</b> .....	139
<b>Lampiran 7</b> .....	140
<b>Lampiran 8</b> .....	161
<b>Lampiran 9</b> .....	162
<b>Lampiran 10</b> .....	163
<b>Lampiran 11</b> .....	164
<b>Lampiran 12</b> .....	166
<b>Lampiran 13</b> .....	166