

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Identifikasi Masalah	16
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
1.4.1. Tujuan Penelitian	16
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	19
2.1 Tinjauan Pustaka	19
2.1.1. <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	19
2.1.2. Kerangka Konseptual	26
2.1.1.1 Komunikasi Massa	26
2.2.1.2. Definisi Komunikasi Massa	26
2.2.1.3. Karakteristik Komunikasi Massa	27
2.2.1.4. Fungsi Komunikasi Massa	29
2.1.3.1. Media Sosial.....	31
2.1.3.2. Pengertian Media Sosial.....	31
2.1.3.3. Karakteristik Media Sosial	32
2.1.3.4. Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Massa Modern	33

2.1.4.1. Paparan Media.....	34
2.1.4.2. Pengertian Paparan Media.....	34
2.1.4.3. Unsur-Unsur Paparan Media.....	35
2.1.4.4. Dampak Paparan Media	37
2.1.5.1. Konten Media Sosial.....	39
2.1.5.2. Pengertian Konten Media Sosial.....	39
2.1.5.3. Karakteristik Konten Digital.....	40
2.1.5.4. Daya Tarik Visual dalam Konten.....	42
2.1.6. Paparan Konten Olahraga Lari.....	43
2.1.6.1. Definisi Paparan Konten Olahraga Lari.....	43
2.1.6.2. Dimensi Paparan Konten Olahraga Lari	44
2.1.6.1. Partisipasi Event Lari	56
2.1.6.2. Pengertian Partisipasi	56
2.1.6.3. Bentuk-Bentuk Partisipasi.....	57
2.1.6.4. Dimensi Partisipasi Event Lari	58
2.1.3. Kerangka Teoritis.....	60
2.1.3.1. Teori Efek Media (<i>Media Effects Theory</i>)	60
2.2. Kerangka Pemikiran.....	62
2.3. Hipotesis Penelitian.....	65
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	66
3.1 Objek Penelitian	66
3.2. Metode Penelitian.....	67
3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	68
3.2.1.1. Variabel Penelitian.....	68
3.2.1.2. Operasional Variabel.....	69
3.2.2. Populasi dan Teknik Sampling.....	75
3.2.2.1. Populasi.....	75
3.2.2.2. Teknik Sampling.....	76
3.2.3. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	80
3.2.3.1. Jenis Data	80
3.2.3.2. Prosedur Pengumpulan Data	81

3.2.4. Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data	82
3.2.4.1. Rancangan Analisis Data	82
3.2.4.2. Uji Validitas Data dan Reliabilitas.....	86
3.3. Lokasi Penelitian.....	90
3.4. Jadwal Penelitian.....	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	92
4.1. Hasil Penelitian	92
4.1.1. Identitas Responden	92
4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	95
4.1.2.1. Hasil Uji Validitas.....	95
4.1.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	99
4.1.3. Deskripsi Dimensi Tiap Variabel.....	101
4.1.3.1. Deskripsi Dimensi-Dimensi Paparan Konten Olahraga Lari.....	101
4.1.3.1.1. Dimensi Frekuensi Paparan (X1).....	101
4.1.3.1.2. Dimensi Daya Tarik Visual (X2).....	106
4.1.3.1.3. Dimensi Tren atau Budaya Pelari (X3).....	112
4.1.3.2. Deskripsi Dimensi – Dimensi Tingkat Partisipasi Event (Y)	117
4.1.3.2.1. Dimensi Keikutsertaan	117
4.1.3.2.2. Dimensi Antusiasme	123
4.1.3.2.3. Dimensi Keterlibatan	128
4.1.4. Analisis Data Penelitian	134
4.1.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	134
4.1.4.1.1. Uji Linearitas.....	134
4.1.4.1.2. Uji Normalitas.....	137
4.1.4.1.3. Uji Multikolinearitas	138
4.1.4.1.4. Uji Heteroskedastisitas.....	140
4.1.4.2. Uji Regresi Linier Berganda	141
4.1.4.2.1. Persamaan Regresi Linier Berganda	142
4.1.4.2.2. Koefisien Determinasi (R Square)	143
4.1.4.3. Uji Hipotesis	144
4.1.4.3.1. Uji t (Parsial).....	144

4.1.4.3.2. Uji f (Simultan)	147
4.2. Pembahasan.....	149
4.2.1. Pembahasan Secara Simultan Pengaruh Paparan Konten Olahraga Lari (X) Terhadap Tingkat Partisipasi Event (Y).....	149
4.2.2. Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi Frekuensi Paparan Terhadap Tingkat Partisipasi Event	155
4.2.3. Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi Daya Tarik Visual Terhadap Tingkat Partisipasi Event (Y).....	158
4.2.4. Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi Tren atau Budaya Pelari Terhadap Tingkat Partisipasi Event (Y).....	163
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	170
5.1. Kesimpulan	170
5.2. Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA	175
LAMPIRAN.....	178