

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKÉSAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian	10
1.3.2.1. Kegunaan Teoritis	10
1.3.2.2. Kegunaan Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	12
2.1.2. Kerangka Konseptual	17
2.1.2.1. Komunikasi Digital	17
2.1.2.2. Media Sosial.....	18
2.1.2.3. TikTok sebagai Platform Media Sosial	19
2.1.2.3.1. Algoritma For You Page (FYP).....	21
2.1.2.4. <i>Content Creator</i>	23
2.1.2.5. Karakteristik Konten Video Pendek.....	24
2.1.2.5.1. <i>Attention Span</i> dan Urgensi Karakteristik Konten	24
2.1.2.5.2. Struktur Konten Video Pendek.....	26
2.1.2.5.3. <i>Emotionality</i>	28
2.1.2.5.4. <i>Storytelling</i>	29
2.1.2.5.5. <i>Information Relevance</i>	30
2.1.2.6. <i>Engagement Followers</i>	31
2.1.2.6.1. Dimensi <i>Engagement</i> di Media Sosial	33
2.1.2.6.2. Engagement pada Platform TikTok.....	35
2.1.2.6.3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Engagement Followers	36
2.1.3. Kerangka Teoritis	38

2.1.3.1.	Elaboration Likelihood Model (ELM).....	38
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	40
2.3.	Hipotesis.....	46
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	48
3.1.	Objek Penelitian.....	48
3.1.1.	Akun TikTok @aliciaeva9	49
3.2.	Metode Penelitian	51
3.2.1.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	52
3.2.1.1.	Variabel Penelitian	52
3.2.1.2.	Operasional Variabel	54
3.2.2.	Populasi dan Teknik Sampling.....	56
3.2.2.1.	Populasi.....	56
3.2.2.2.	Teknik Sampling	57
3.2.3.	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	61
3.2.3.1.	Jenis Data	61
3.2.3.2.	Prosedur Pengumpulan Data	62
3.2.4.	Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	65
3.2.4.1.	Uji Validitas.....	65
3.2.4.2.	Uji Reliabilitas	66
3.2.4.3.	Rancangan Analisis Data	68
3.2.4.3.1.	Model Analisis Jalur.....	68
3.2.5.	Uji Asumsi Klasik	74
3.2.6.	Uji Hipotesis	74
3.3.	Lokasi Penelitian.....	77
3.4.	Jadwal Penelitian.....	77
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1.	Hasil Penelitian	79
4.1.1.	Identitas Responden	79
4.1.2.	Gambaran Umum Respons <i>Followers</i>	81
4.1.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas	84
4.1.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
4.1.4.	Analisis Data Penelitian	88
4.1.4.1.	Uji Asumsi Klasik	88
4.1.4.1.1.	Uji Linearitas.....	88
4.1.4.1.2.	Uji Normalitas.....	91
4.1.4.1.3.	Uji Multikolinearitas	92
4.1.4.1.4.	Uji Heteroskedastisitas.....	93
4.1.4.2.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	95
4.1.4.2.1.	Koefisien Korelasi Antar Dimensi Karakteristik Konten Video Pendek (X).....	95

4.1.4.2.2.	Koefisien Jalur Karakteristik Konten Video Pendek (X) terhadap Engagement Followers (Y)	96
4.1.4.2.3.	Koefisien Determinasi Pengaruh Karakteristik Konten Video Pendek (X) terhadap Engagement Followers (Y)	98
4.1.4.2.4.	Rekapitulasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ..	99
4.1.4.3.	Uji Hipotesis	101
4.1.4.3.1.	Hasil Uji Parsial / Uji T – Statistik.....	101
4.1.4.3.2.	Hasil Uji Simultan / Uji F – Statistik	103
4.2.	Pembahasan.....	104
4.2.1.	Pembahasan Secara Simultan Pengaruh Karakteristik Konten Video Pendek (X) terhadap Engagement Followers (Y)	104
4.2.2.	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi Emotionality (X1) terhadap Engagement Followers (Y)	105
4.2.3.	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi <i>Storytelling</i> (X2) terhadap <i>Engagement Followers</i> (Y).	107
4.2.4.	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Dimensi <i>Information Relevance</i> (X3) terhadap <i>Engagement Followers</i> (Y).....	109
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1.	Kesimpulan	111
5.2.	Saran.....	112
5.2.1.	Saran Teoritis	112
5.2.2.	Saran Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115	
LAMPIRAN.....	118	