

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	17
1.4.2 Kegunaan Praktis	17
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	18
1.6 Sistematika Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Rangkuman Teori	20
2.1.1 Logika Desain Pesan (<i>Message Design Logic</i>).....	20
2.1.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	22
2.1.3 TikTok	24
2.1.4 Generasi Z.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2.1 Jurnal Nasional	27
2.2.2 Jurnal Internasional.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37

2.5 Ruang Lingkup Penelitian	37
2.5.1 Variabel Penelitian.....	37
2.5.2 Objek Penelitian.....	38
2.5.3 Subjek Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	39
3.2.1 Operasional Variabel	39
3.2.2 Skala Pengukuran	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder.....	47
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.5.1 Uji Validitas.....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Analisis Deskriptif	50
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI).....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	51
3.6.4 Uji Koefisien Korelasi (r)	51
3.6.5 Uji Hipotesis (Uji T)	52
3.6.6 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	53
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Pengumpulan Data	55
4.2 Karakteristik Responden	55
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan <i>Screening question</i>	56
4.3 Hasil Penelitian.....	59
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X) <i>Message Design Logic</i>	59
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y) <i>Kebutuhan Informasi</i>	66

4.3.3 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	75
4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.3.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	76
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	78
4.3.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	79
4.3.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.4.1 Variabel Konten Akun TikTok @skintific_id (<i>Message Design Logic</i>)...	82
4.4.2 Variabel Kebutuhan Informasi.....	84
4.4.3 Pengaruh Konten Akun TikTok terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Produk bagi <i>Followers</i> Gen Z @skintific_id.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Normatif.....	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	102