

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	18
PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Identifikasi Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
1.4.1 Manfaat Teoritis	27
1.4.2 Manfaat Praktis	27
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
1.5.1 Lokasi.....	28
1.5.2 Waktu Penelitian	28
1.6 Sistematika Penulisan	29
BAB II	30
TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Landasan Teori	30

2.1.1 Teori Elaboration Likelihood Model (ELM).....	30
2.1.2 Konten Instagram	31
2.1.3 Minat Magang	31
2.1.4 <i>Digital Public Relations</i>	32
2.1.5 Definisi Magang.....	33
2.1.6 <i>New Media</i>	34
2.1.7 Media Sosial.....	36
2.1.8 Instagram.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.2.1 Literatur Jurnal Nasional Terdahulu.....	39
2.2.2 Literatur Jurnal Internasional Terdahulu	44
2.2.3 Literatur Skripsi Terdahulu	47
2.3 Kerangka Penelitian	52
2.4 Hipotesis.....	53
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	55
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	55
3.2.2 Skala Pengukuran.....	60
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.3.1 Populasi	61
3.3.2 Sampel.....	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.1 Data Primer	63
3.4.2 Data Sekunder	63
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	63

3.5.1 Uji Validitas.....	63
3.5.2 Uji Reliabilitas	65
3.6 Teknik Analisis Data	67
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	67
3.6.2 Analisis Regresi Sederhana	68
3.6.3 Uji Hipotesis	69
3.6.4 Uji Normalitas	70
3.6.5 Koefisiensi Determinasi.....	70
BAB IV	72
PEMBAHASAN	72
4.1 Karakteristik Responden	72
4.1.1 Karakteristik berdasarkan screening statement.	72
4.1.2 Profil Responden.....	73
4.2 Hasil Penelitian	74
4.2.1 Analisis Deskriptif	74
4.2.2 Method Successive Interval (MSI).....	82
4.2.3 Uji Normalitas	83
4.2.4 Uji Heterokedastisitas	83
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana	84
4.2.6 Uji Korelasi	85
4.2.7 Uji Hipotesis.....	86
4.3 Pembahasan.....	89
4.3.1 Variabel Konten (X)	89
4.3.2 Variabel Minat Magang (Y)	91
4.3.3 Pengaruh Konten Instagram @atapclass.Id Terhadap Minat Magang	92
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN	95

5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran Praktis.....	95
5.2.2 Saran Akademis.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	103