

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | 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 |
| 3.6.3.4 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) Kebutuhan Informasi | 66 |

| | |
|--|------------|
| 4.3.3 Method of Successive Interval (MSI)..... | 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 Gen Z</i> @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 |