

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @WHOINDONESIA TERHADAP SIKAP FOLLOWERS PADA ADAPTASI KEBIASAAN BARU”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Komunikasi Pemasaran Terpadu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Rambu Naha S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
3. Stella Stefany S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Utama.
4. Azalia Gerungan, B.Bus., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Kedua.
5. Yudha Dwi Nugraha Martha, S.T.P.

Tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik. Selanjutnya, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca demi menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi kajian Ilmu komunikasi dan bagi para pembaca.

Tangerang, 15 Januari 2021

Tria Yulizah

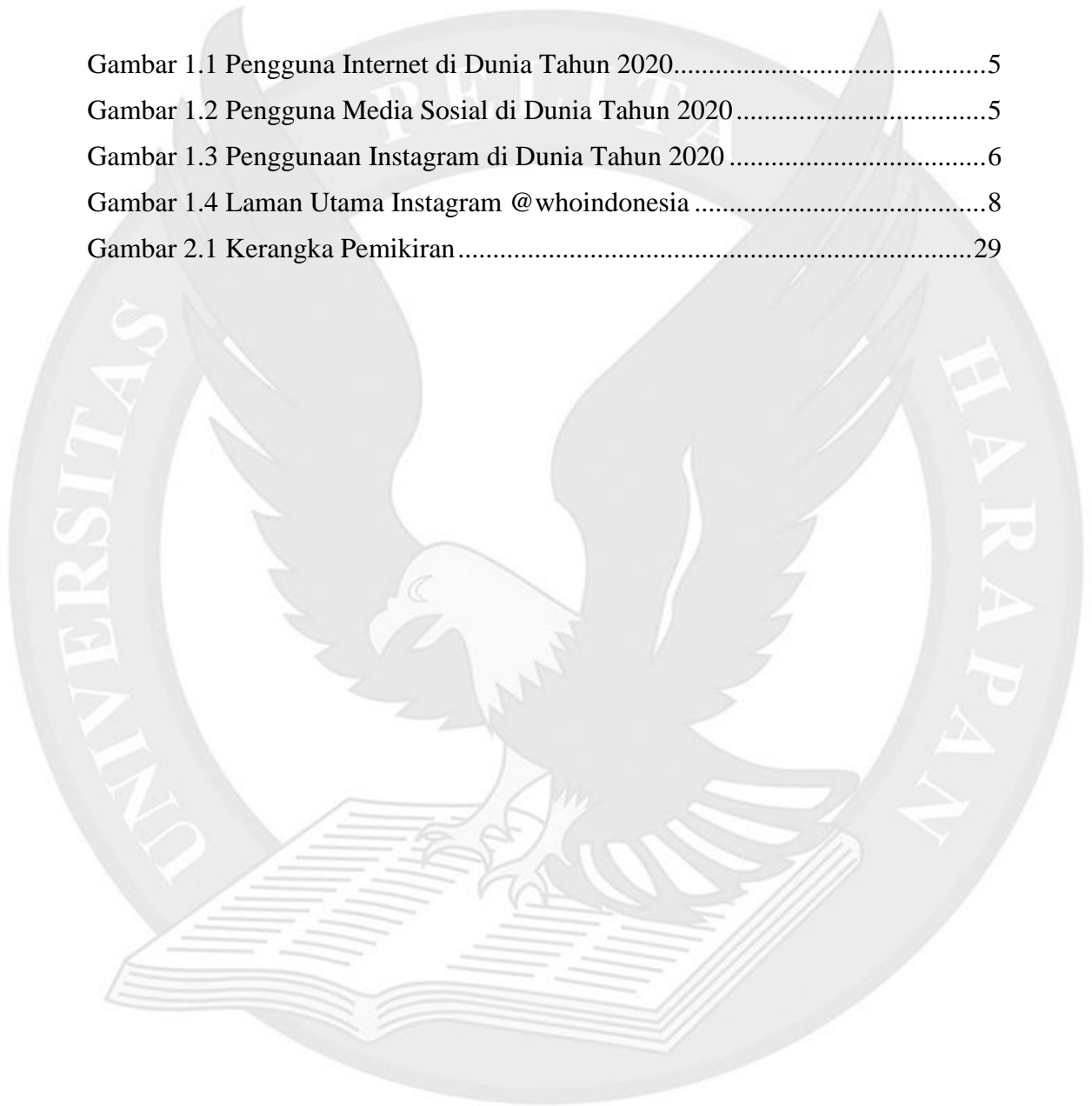
DAFTAR ISI

| | halaman |
|---|---------|
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR | ii |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR | iii |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 LATAR BELAKANG..... | 1 |
| 1.2 RUMUSAN MASALAH | 11 |
| 1.3 TUJUAN PENELITIAN | 12 |
| 1.4 MANFAAT PENELITIAN..... | 13 |
| 1.4.1 MANFAAT AKADEMIS | 13 |
| 1.4.2 MANFAAT PRAKTIS | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 KERANGKA KONSEP..... | 14 |
| 2.1.1 TERPAAN MEDIA | 14 |
| 2.1.2 SIKAP | 16 |
| 2.1.3 MEDIA SOSIAL..... | 18 |
| 2.2 PENELITIAN TERDAHULU | 20 |
| 2.3 KERANGKA TEORITIS..... | 25 |
| 2.4 KERANGKA PEMIKIRAN | 29 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 30 |
| 3.1 METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.2 TEKNIK PENARIKAN SAMPEL | 31 |
| 3.2.1 POPULASI..... | 31 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.2.2 | TEKNIK PENARIKAN SAMPEL | 32 |
| 3.2.3 | SAMPEL | 33 |
| 3.3 | OPERASIONALISASI VARIABEL..... | 35 |
| 3.3.1 | DEFINISI OPERASIONAL | 35 |
| 3.4 | TEKNIK PENGUMPULAN DATA..... | 41 |
| 3.5 | TEKNIK PENGUJIAN INSTRUMEN..... | 42 |
| 3.5.1 | UJI VALIDITAS | 43 |
| 3.5.2 | UJI RELIABILITAS | 44 |
| 3.6 | TEKNIK ANALISIS DATA..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 50 |
| 4.1 | ANALISIS DESKRIPTIF | 50 |
| 4.1.1 | ANALISIS DATA RESPONDEN | 50 |
| 4.1.2 | ANALISIS DATA PENELITIAN | 54 |
| 4.1.2.1 | DESKRIPSI VARIABEL TERPAAN MEDIA (X) | 54 |
| 4.1.2.2 | DESKRIPSI VARIABEL SIKAP (Y) | 61 |
| 4.2 | UJI NORMALITAS DATA..... | 66 |
| 4.3 | UJI KORELASI | 67 |
| 4.4 | UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA | 68 |
| 4.5 | PEMBAHASAN | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 75 |
| 5.1 | KESIMPULAN | 75 |
| 5.2 | SARAN | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 77 |
| <i>CURRICULUM VITAE</i> | | |

DAFTAR GAMBAR

| | halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Pengguna Internet di Dunia Tahun 2020..... | 5 |
| Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Dunia Tahun 2020..... | 5 |
| Gambar 1.3 Penggunaan Instagram di Dunia Tahun 2020 | 6 |
| Gambar 1.4 Laman Utama Instagram @whoindonesia | 8 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 29 |



DAFTAR TABEL

| | halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Sebaran COVID-19 di Dunia dan Indonesia..... | 2 |
| Tabel 3.1 Tabel Instrumen Penelitian | 37 |
| Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas..... | 44 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas | 45 |
| Tabel 3.4 <i>Internal Consistency</i> | 45 |
| Tabel 4.1 Statistik Deskriptif | 50 |
| Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden | 51 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan Responden | 52 |
| Tabel 4.4 Lamanya Menjadi <i>Followers</i> | 53 |
| Tabel 4.5 Persetujuan Mengikuti Protokol Penanganan COVID-19 | 54 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Akses Instagram | 55 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Akses Instagram @whoindonesia | 56 |
| Tabel 4.8 Durasi Akses Instagram | 57 |
| Tabel 4.9 Durasi Akses Instagram @whoindonesia | 58 |
| Tabel 4.10 Perhatian Terhadap Unggahan @whoindonesia | 59 |
| Tabel 4.11 Kemenarikan Pesan Protokol Penanganan COVID-19..... | 60 |
| Tabel 4.12 Kepercayaan Pada Informasi @whoindonesia..... | 61 |
| Tabel 4.13 Keyakinan Pada Informasi @whoindonesia | 62 |
| Tabel 4.14 Perasaan Sedih Responden..... | 63 |
| Tabel 4.15 Perasaan Senang Responden | 64 |
| Tabel 4.16 Kecenderungan Mengadaptasi Kebiasaan Baru | 65 |
| Tabel 4.17 Kecenderungan Mensosialisasikan Kebiasaan Baru..... | 65 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas | 67 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi..... | 68 |
| Tabel 4.20 <i>Guilford's Rule of Thumb</i> | 68 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Pengaruh | 69 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | halaman |
|---|---------|
| LEMBAR MONITORING BIMBINGAN TUGAS AKHIR | A-1 |
| KUESIONER | B-1 |
| HASIL OUTPUT PENGOLAHAN DATA..... | B-8 |
| <i>TURNITIN RESULT</i> | B-15 |

