

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Hipotesis	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Digital	15
2.1.3 Media Baru	16
2.1.4 Media Sosial	16
2.1.5 Tiktok	17
2.1.6 Perilaku <i>Flexing</i>	20
2.1.7 Popularitas	22
2.1.8 Perubahan Sikap	23
2.1.9 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	25
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Metode Riset	34
3.3.1 Waktu dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.2 Populasi dan Sampel	35
3.4 Teknik Pengujian Instrumen	37
3.4.1 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	37
3.5 Analisis Data	42

3.5.1	<i>Outer Model</i>	43
3.5.2	Mengukur <i>Inner Model</i>	46
3.6	Metode Operasional Variabel (deskriptif).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Karakteristik Responden.....	56
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Generasi Z.....	58
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Responden yang Mengetahui dan Mengikuti @Vilmeijuga di Tiktok.....	58
4.1.2	Statistik Deskriptif.....	59
4.1.2.1	Variabel Independen (X): Konten <i>Flexing</i> di Tiktok.....	60
4.1.2.2	Variabel Dependen (Y): Popularitas.....	70
4.1.2.3	Variabel Dependen (Y2): Perubahan Sikap.....	75
4.1.3	Analisis Data Variabel Independen: Konten <i>Flexing</i>	81
4.1.4	Analisis Data Variabel Dependen: Popularitas dan Perubahan Sikap.....	82
4.2	Analisis Data Penelitian.....	84
4.2.1	Pengujian <i>Outer Model</i>	84
4.2.2	Pengujian <i>Inner Model</i>	90
4.2.2.1	Uji Koefisien Korelasi, <i>Predictive Relevance</i> , <i>Effect Size (R-Square, Q-Square, and F-Square)</i>	91
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	93
4.2.2.3	<i>Path Coefficient</i>	95
4.3	PEMBAHASAN.....	97
4.3.1	Pembahasan Hipotesis 1.....	100
4.3.2	Pembahasan Hipotesis 2.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA		108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Konten <i>Flexing</i> Uang oleh @Vilmeijuga di Tiktok	4
Gambar 3.1 Hasil Model Struktural (<i>Pre-Test</i>).....	40
Gambar 4.1 Hasil Model Struktural (<i>Full-Test</i>).....	86
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	96
Gambar 4.3 Contoh Konten <i>Flexing</i> @Vilmeijuga.....	98
Gambar 4.4 Komentar pada Konten <i>Flexing</i> @Vilmeijuga.....	98
Gambar 4.5 Contoh Konten <i>Flexing</i> (Pamer)	102
Gambar 4.6 Komentar Audiens terhadap Konten <i>Flexing</i> (Palsu dalam artian citra)	102
Gambar 4.7 Tanggapan Audiens Setelah Menonton Konten <i>Flexing</i> @Vilmeijuga.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Pre-Test</i> Sebelum Penghapusan	37
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas <i>Pre-Test</i> Sesudah Penghapusan	39
Tabel 3.4 Hasil Pengujian AVE <i>Pre-Test</i>	40
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	41
Tabel 3.6 Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 3.7 <i>Screen Question</i> dalam Kuesioner.....	51
Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner (X)	52
Tabel 3.9 Pertanyaan Kuesioner (Y1)	53
Tabel 3.10 Pertanyaan Kuesioner (Y2)	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Generasi Z.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Responden yang Mengetahui dan Mengikuti @Vilmeijuga di Tiktok	59
Tabel 4.4 Pamer (Menunjukkan Koleksi Barang Mahal): @Vilmeijuga sering terlihat membuat video di dalam mobil mewahnya atau memperlihatkan mobilnya	60
Tabel 4.5 Pamer (Menunjukkan tumpukan uang): @Vilmeijuga sering memperlihatkan sejumlah tumpukan uang dalam videonya.....	61
Tabel 4.6 Pamer (Menunjukkan penampilan yang mewah): @Vilmeijuga memiliki penampilan yang mewah dalam video Tiktoknya	62
Tabel 4.7 Pamer (Menunjukkan harga barang yang dimiliki): @Vilmeijuga sering memperlihatkan barang mewah yang ia miliki dengan menyebutkan harga barang tersebut.....	63
Tabel 4.8 Palsu (Memamerkan pendapatan): @Vilmeijuga sering menunjukkan pendapatannya atau hasil penjualannya di Tiktok	64
Tabel 4.9 Palsu (Menunjukkan bahwa barang mahal itu tidak berharga): @Vilmeijuga sering terlihat tidak menghargai barang-barang yang ia miliki.	65
Tabel 4.10 Palsu (Memberikan pernyataan yang berlebihan): @Vilmeijuga sering memberikan pernyataan yang berlebihan.	66
Tabel 4.11 Palsu (Memberikan deskripsi yang tidak sesuai dengan hal yang ditunjukkan):@Vilmeijuga sering memamerkan barang mahalnya dengan deskripsi yang tidak sesuai.....	67
Tabel 4.12 Memaksakan Gaya (Menggunakan pakaian brand yang mahal):@Vilmeijuga sering terlihat mengenakan pakaian bermerek mahal di konten Tiktoknya.....	68
Tabel 4.13 Memaksakan Gaya (Memberikan label pada diri sendiri): @Vilmeijuga sering mengunggah konten di Tiktok yang menyebutkan dirinya kaya.	69
Tabel 4.14 Daya Tarik Fisik (Memiliki wajah yang menarik): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya merasa @Vilmeijuga memiliki wajah yang cantik, manis,	

dan menarik.....	70
Tabel 4.15 Daya Tarik Fisik (Memiliki fashion style yang menarik): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya merasa @Vilmeijuga memiliki gaya berbusana yang elegan dan menarik	71
Tabel 4.16 Keahlian-keahlian (Memiliki keahlian atau kemampuan): Menurut saya, @Vilmeijuga sebagai Tiktoker memiliki kemampuan untuk menghibur audiensnya melalui kontennya yang lucu, unik, dan menarik.	72
Tabel 4.17 Karakteristik Personal (Memiliki karakter yang menarik): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya merasa vilmei memiliki karakter yang menarik.	73
Tabel 4.18 Karakteristik Personal (Memiliki karakter yang patut dicontoh): Saya sering melihat @Vilmeijuga berbagi rezeki atau membantu orang lain melalui konten Tiktoknya.	74
Tabel 4.19 Perubahan Watak (Adanya perubahan cara pandang dalam menyikapi kehidupan): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya merasa @Vilmeijuga adalah orang yang baik hati.....	75
Tabel 4.20 Perubahan Watak (Adanya perubahan cara pandang dalam menyikapi kehidupan): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya ingin menjadi seperti @Vilmeijuga	76
Tabel 4.21 Perubahan Kepercayaan (Munculnya penilaian setelah memperoleh suatu informasi): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya percaya bahwa uang atau kekayaan adalah kunci dari kesuksesan seseorang	77
Tabel 4.22 Perubahan Kepercayaan (Munculnya asumsi setelah memperoleh informasi): Setelah menonton konten <i>flexing</i> @Vilmeijuga di tiktok, saya percaya bahwa jumlah kekayaan itu berbanding lurus dengan kebahagiaan seseorang	78
Tabel 4.23 Perubahan Perbuatan (Adanya perubahan perbuatan): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya ingin memiliki dan menggunakan barang-barang mewah seperti yang dimiliki olehnya	79
Tabel 4.24 Perubahan Perbuatan (Adanya perubahan perbuatan): Setelah menonton konten @Vilmeijuga di Tiktok, saya merasa perlu dan terdorong untuk membagikan atau menunjukkan barang mewah di media sosial.....	80
Tabel 4.25 Analisis Indikator Variabel Konten <i>Flexing</i>	81
Tabel 4.26 Analisis Indikator Variabel Popularitas	82
Tabel 4.27 Analisis Indikator Variabel Pengaruh.....	83
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Validitas <i>Full-Test</i>	85
Tabel 4.29 Hasil Pengujian AVE <i>Full-Test</i>	87
4.30 <i>Cross Loadings</i>	88
4.31 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	89
4.32 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Full-Test</i>	90
4.33 <i>Inner Model R-Square dan Q-Square</i>	91
4.34 <i>Inner Model F-Square</i>	92
4.35 <i>VIF Value</i>	93
4.36 <i>Path Coefficients</i>	96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	A-1
Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Tugas Akhir.....	A-1
LAMPIRAN B	B-1
Kuesioner.....	B-1
Hasil Kuesioner.....	B-4
Hasil Uji Outer Model dan Inner Model.....	B-12
Hasil <i>Turnitin</i>	B-14
<i>Curriculum Vitae</i>	B-15

