

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
HALAMAN JUDUL	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Teori Kredibilitas Sumber	11
2.1.2 Gaya Komunikasi	12
2.1.3 Kualitas Konten.....	15
2.1.3.1 Kualitas Informasi.....	15
2.1.3.2 Konten.....	16
2.1.4 Kepercayaan Publik.....	17
2.1.5 Media Sosial	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.2.1 Jurnal Nasional Terdahulu.....	21
2.2.2 Jurnal Internasional Terdahulu	24
2.3 Model Penelitian.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30

3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.2.1 Variabel Independen.....	31
3.2.2 Variabel Dependen	31
3.2.3 Skala Pengukuran	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder	37
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.5.1 Uji Validitas	38
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.6.2 Uji Normalitas	44
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	45
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi	46
3.6.6 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Pengumpulan Data	48
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.4 Karakteristik Responden Status Pekerjaan	50
4.3 Hasil Penelitian	50
4.3.1 Uji Reliabilitas	51
4.4 Analisis Deskriptif	52
4.4.1 Penyajian Data Deskriptif Variabel Gaya Komunikasi.....	52
4.4.2 Penyajian Data Deskriptif Variabel Kualitas Konten.....	59
4.4.3 Penyajian Data Deskriptif Variabel Kepercayaan Publik	64
4.5 Uji Normalitas	68
4.6 Uji Linearitas	70
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.8 Analisis Koefisien Korelasi	73

4.9 Uji Hipotesis (Uji T)	76
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.10.1 Pembahasan Variabel Gaya Komunikasi	79
4.10.2 Pembahasan Variabel Kualitas Konten	80
4.10.3 Pembahasan Kepercayaan Publik.....	81
4.10.4 Besar Pengaruh Gaya Komunikasi pada Instagram @catchmeupco Terhadap Kepercayaan Publik.....	81
4.10.5 Besar Pengaruh Kualitas Konten pada Instagram @catchmeupco Terhadap Kepercayaan Publik.....	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Akademis.....	85
5.2.1 Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93