

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Kegunaan Penelitian.....	21
1.4.1 Kegunaan Teoritis	21
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	21
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Rangkuman Teori.....	22
2.1.1 <i>Elaboration Likelihood Theory</i> (ELT)	22
2.1.2 <i>Uses and Gratification</i>	24
2.1.3 Media Baru (<i>New Media</i>)	26
2.1.4 Media Sosial.....	27
2.1.5 TikTok	29
2.1.5.1 Konten.....	30
2.1.5.2 Konten AI.....	32
2.1.6 Jenis-Jenis Cerita.....	34
2.1.7 <i>Artificial Intelligence</i> (AI).....	36
2.1.8 Persepsi.....	37
2.1.9 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	39
2.1.10 Generasi Z	41

2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Kerangka Pemikiran	66
2.4 Hipotesis Penelitian.....	68
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	68
BAB III METODE PENELITIAN.....	70
3.1 Jenis Peneltian	70
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	70
3.2.1 Operasional Variabel	70
3.2.2 Skala Pengukuran	74
3.3 Tahapan Penelitian	75
3.4 Populasi dan Sampel	75
3.4.1 Populasi	75
3.4.2 Sampel	76
3.5 Teknik Pengumpulan Data	77
3.5.1 Data Primer	77
3.5.2 Data Sekunder	78
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	78
3.6.1 Uji Validitas	78
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	80
3.7 Teknik Analisis Data.....	81
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	81
3.7.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	83
3.7.3 <i>Measurement Outer Model</i>	84
3.7.4 <i>Structural Inner Model</i>	85
3.7.5 Uji Hipotesis.....	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Pengumpulan Data	87
4.2 Karakteristik Responden	88
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	90
4.3 Hasil Penelitian	91
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Konten AI (X1).....	91

4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Konten Non-AI (X2).....	100
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi (Z)	112
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) ...	118
4.3.5 Analisa <i>Outer Model</i>	127
4.3.5.1 Uji <i>Convergent Validity</i>	128
4.3.5.2 Uji <i>Discriminant Validity</i>	129
4.3.5.3 Uji <i>Composite Reliability</i>	132
4.3.6 Analisa <i>Inner Model</i>	132
4.3.6.1 Uji <i>R-Square</i>	133
4.3.6.1 Uji <i>F-Square</i>	134
4.3.6.2 Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	135
4.3.7 Uji Hipotesis	136
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	140
4.4.1 Pengaruh Konten AI terhadap Persepsi	140
4.4.2 Pengaruh Konten Non-AI terhadap Persepsi	142
4.4.3 Pengaruh Konten AI terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	144
4.4.4 Pengaruh Konten Non-AI terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	146
4.4.5 Pengaruh Persepsi sebagai Mediator terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	148
4.4.6 Pengaruh Konten AI melalui Persepsi terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	149
4.4.7 Pengaruh Konten Non-AI melalui Persepsi terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	151
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	154
5.1 Kesimpulan.....	154
5.2 Saran.....	156
5.2.1 Saran teoritis.....	156
5.2.2 Saran Praktis.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	168