

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR, GRAFIK, DAN TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kebaruan Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembagian Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kerangka Teori	9
1. Teori Penggunaan dan Kepuasan (Uses and Gratification Theory).....	9
2. Teori Kredibilitas Sumber (<i>Source Credibility Theory</i>)	15
B. Kerangka Konsep	18
C. Hipotesis	19
D. Hubungan Antar Variabel	19
E. Kerangka Operasional	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Pendekatan Penelitian.....	25
B. Metode Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Teknik Pengambilan Sample	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	27
G. <i>Pilot Test</i>	28
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas.....	31
H. Uji Prasyarat Analisis	32

1. Uji Normalitas	32
2. Uji Linearitas	33
3. Uji Heterokedastisitas.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Responden	35
1. Usia.....	35
B. Analisis Deskriptif.....	35
1. Analisis Deskriptif Variabel Bebas <i>Source Credibility</i> (X)	36
2. Analisis Deskriptif Variabel Terikat <i>Uses and Gratification</i> (Y)	41
C. Analisis Korelasi	49
1. Analisis <i>Pearson Product Moment</i>	50
D. Analisis Regresi Linear	51
1. Uji Hipotesis (Uji T).....	52
E. Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	53
1. Analisis Tabulasi Silang Dimensi Kepercayaan (<i>Source Credibility</i>) dengan Dimensi <i>Gratification Sought</i> (<i>Uses and Gratification</i>).....	54
2. Analisis Tabulasi Silang Dimensi Keahlian (<i>Source Credibility</i>) dengan Dimensi <i>Gratification Obtain</i> (<i>Uses and Gratification</i>).....	56
3. Analisis Tabulasi Silang Dimensi Daya Tarik Komunikator (<i>Source Credibility</i>) dengan Dimensi Frekuensi Penggunaan (<i>Uses and Gratification</i>)	58
4. Analisis Tabulasi Silang Dimensi <i>Gratification Sought</i> (<i>Uses and Gratification</i>) dengan Dimensi <i>Gratification Obtain</i> (<i>Uses and Gratification</i>)	60
5. Analisis Tabulasi Silang Usia Responden Terhadap <i>Source Credibility</i>	61
F. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Limitasi Penelitian.....	72
C. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR, GRAFIK, DAN TABEL

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Gambaran Umum <i>Restreaming</i> Pertandingan MPL dalam Youtube oleh Peneliti.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Peringkat <i>Streamer</i> Indonesia Berdasarkan Jam Ditonton	4
Gambar 2. 1 Model Riset Uses and Gratification Oleh Windahl dan Levy (1984, dalam Aan, 2013)	10
Gambar 2. 2 Model Penelitian oleh Peneliti.....	18
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Penambahan Elemen Visual dalam Konten TutoR7	40
Gambar 4. 2 Perbandingan Jumlah Penonton Restreaming MPL di Minggu yang Sama	42

Daftar Grafik

Grafik 3. 1 Hasil Uji Scatterplot.....	34
Grafik 4. 1 Usia Responden.....	35
Grafik 4. 2 Hasil Tabulasi Silang Kepercayaan dengan Gratification Sought	55
Grafik 4. 3 Hasil Tabulasi Silang Keahlian dengan Gratification Obtain	57
Grafik 4. 4 Hasil Tabulasi Silang Daya Tarik Komunikator dengan Frekuensi Penggunaan	59
Grafik 4. 5 Hasil Tabulasi Silang Gratification Sought dengan Gratification Obtain	61
Grafik 4. 6 Hasil Tabulasi Silang Usia Responden dengan Source Credibility.....	62

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Matriks Paradigma Motivasi Manusia oleh Mcguire (1974, dalam Rakhmat, 2018).....	11
Tabel 2. 2 Kerangka Operasional	19
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	29
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	30
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	31
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	31
Tabel 3. 5 Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 3. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	33
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Keahlian.....	36

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Kepercayaan	37
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Daya Tarik Komunikator	38
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Frekuensi Penggunaan	42
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Gratification Sought	43
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Gratification Obtain	47
Tabel 4. 7 Interpretasi Besaran Nilai Korelasi (Muchlas, 2021)	50
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Korelasi Pearson Product Moment.....	50
Tabel 4. 9 Hasil ANOVA Analisis Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4. 10 Hasil Model Summary Analisis Regresi Linear Sederhana.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Uji T Model Regresi Lienar Sederhana	52
Tabel 4. 12 Pedoman Interpretasi Data menurut Azwar (2013, dalam Widyastuti et al., 2022).....	54
Tabel 4. 13 Hasil Interpretasi Besaran Rata-Rata Data oleh Peneliti	54
Tabel 4. 14 Hubungan antara Kepercayaan dengan Gratification Sought.....	55
Tabel 4. 15 Hubungan antara Keahlian dan Gratification Obtain	56
Tabel 4. 16 Hubungan antara Daya Tarik Komunikator dengan Frekuensi Penggunaan	58
Tabel 4. 17 Hubungan antara Gratification Sought dengan Gratification Obtain	60