

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Objek Penelitian.....	6
1.6. Tinjauan Pustaka.....	6
1.7. Kerangka Teori.....	9
1.7.1. Keterlibatan Konsumen.....	9
1.7.2. <i>Engagement</i> di Media Sosial.....	11
1.7.3. Motif Penggunaan Media Sosial.....	14
1.7.4. Layanan SVOD.....	17
1.8. Kerangka dan Operasionalisasi Konsep.....	18
1.9. Metodologi Penelitian.....	22
1.9.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	22
1.9.2. Metode Penelitian.....	23
1.9.3. Populasi dan Sampel.....	23
1.9.4. Jenis dan Sumber Data.....	25
1.9.5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.9.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
1.9.7. Teknik Pengolahan Data.....	28
1.9.8. Teknik Analisis Data.....	29
BAB 2 PROFIL NETFLIX DAN KATEGORISASI KONTENNYA DI INSTAGRAM.....	32
2.1. Netflix dari Tahun ke Tahun.....	32
2.2. Netflix di Indonesia.....	36
2.3. Pertumbuhan Pelanggan Netflix di Indonesia.....	38
2.4. Media Sosial Netflix.....	40
2.5. Kategorisasi Konten Instagram Netflix.....	41
BAB 3 PELANGGAN NETFLIX DAN BENTUK KETERLIBATANNYA DI INSTAGRAM.....	48
3.1. Pengguna Instagram di Indonesia.....	48
3.2. Kontribusi Pengguna Instagram pada Unggahan Terkait Netflix.....	49

3.3. Kreasi Pengguna Instagram Mengenai Netflix	51
3.4. Deskripsi Responden	53
BAB 4 TINGKAT KETERLIBATAN PELANGGAN DENGAN NETFLIX DI INSTAGRAM SERTA MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDORONGNYA	60
4.1. Penggunaan Layanan Netflix dan Instagram oleh Pelanggan Netflix.....	60
4.1.1. Durasi Berlangganan Netflix.....	60
4.1.2. Langganan Video Streaming lainnya	61
4.1.3. Mengikuti Media Sosial Netflix.....	63
4.1.4. Durasi Penggunaan Instagram Per Hari	65
4.2. Tingkat Keterlibatan Pelanggan dengan Netflix di Instagram	66
4.3. Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial terhadap Keterlibatan Konsumen dengan Merek di Media Sosial	81
4.3.1. Motif Tertinggi Pelanggan dalam Terlibat dengan Netflix di Instagram.....	81
4.3.2. Hubungan Antara Motif Penggunaan Media Sosial Terkait Merek dengan Keterlibatan Konsumen dengan Merek di Media Sosial	83
4.4. Pembahasan	86
4.4.1. Keterlibatan Konsumen dengan Merek di Media Sosial.....	88
4.4.2. Motif Penggunaan Media Sosial Terkait Merek	94
BAB 5 PENUTUP	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	98
5.2.1. Saran Praktis.....	98
5.2.2. Saran Akademis	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	L1