

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN LULUS DARI TIM PENILAI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Ruang Lingkup Penulisan	6
1.5 Manfaat Penulisan.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Media Sosial Instagram.....	9
2.2 Profil Akun Instagram Sekretariat DJBC	13
2.3 Aktivitas Media Sosial	15
2.4 Efektivitas Media Sosial	18
2.5 Aplikasi SmartPLS.....	19
2.6 Kerangka Berpikir.....	22
BAB III METODE DAN PEMBAHASAN	23
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.1.1 Jenis Data	23
3.1.2 Sumber Data.....	24
3.1.3 Populasi.....	24
3.1.4 Sampel.....	25
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.1.6 Periode Penelitian	26
3.1.7 Operasionalisasi Variabel	26

3.1.8 Metode Analisis Data.....	27
3.1.8.1 Teknik Pengukuran Data.....	27
3.1.8.2 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	27
3.2 Gambaran Umum Sekretariat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai ...	28
3.3 Pembahasan Hasil	31
3.3.1 Karakteristik Responden	31
3.3.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
3.3.1.2 Responden berdasarkan Usia	31
3.3.1.3 Responden berdasarkan Pendidikan	32
3.3.1.4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	32
3.3.2 Spesifikasi Model.....	33
3.3.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	36
3.3.3.1 Validitas Konvergen	36
3.3.3.2 Validitas Diskriminan	37
3.3.3.3 Reliabilitas	38
3.3.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	39
3.3.4.1 Uji Multikolinearitas	39
3.3.4.2 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	40
3.3.4.3 Uji <i>Stone-Geisser</i> (<i>Q Square</i>)	41
3.3.4.4 Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	42
3.3.5 Pembahasan.....	43
3.3.5.1 Pengaruh Frekuensi Informasi Terkini terhadap Efektivitas Instagram.....	43
3.3.5.2 Pengaruh Frekuensi <i>Feedback</i> Pesan terhadap Efektivitas Instagram.....	45
3.3.5.3 Pengaruh Gaya Pesan terhadap Efektivitas Instagram.....	46
3.3.5.4 Pengaruh Daya Tarik Pesan terhadap Efektivitas Instagram..	46
3.3.5.5 Pengaruh Kejelasan Informasi terhadap Efektivitas Instagram	47
BAB IV SIMPULAN.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53
SURAT RISET	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	67

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel III. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel III. 3 Responden berdasarkan Usia	31
Tabel III. 4 Responden berdasarkan Pendidikan.....	32
Tabel III. 5 Responden berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel III. 6 Indikator Variabel Frekuensi Informasi Terkini	34
Tabel III. 7 Indikator Variabel Frekuensi <i>Feedback</i> Pesan.....	34
Tabel III. 8 Indikator Variabel Gaya Pesan	35
Tabel III. 9 Indikator Variabel Daya Tarik Pesan.....	35
Tabel III. 10 Indikator Variabel Kejelasan Informasi	36
Tabel III. 11 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel III. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel III. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	41
Tabel III. 14 Hasil Uji <i>Stone-Geisser</i> (<i>Q Square</i>).....	42
Tabel III. 15 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Media Sosial Paling Favorit di Dunia.....	3
Gambar I. 2 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Dunia	3
Gambar I. 3 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia	4
Gambar II. 1 Kerangka Berpikir	22
Gambar III. 1 <i>Screenshot</i> Instagram Sekretariat DJBC	24
Gambar III. 2 Bagan Organisasi Sekretariat DJBC	29
Gambar III. 3 Spesifikasi Model Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Variabel Efektivitas	53
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Konvergen	54
Lampiran 3 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	55
Lampiran 4 Kuesioner dalam <i>Google Forms</i>	56
Lampiran 5 Sampel Penyebaran Kuesioner melalui <i>WhatsApp</i>	61
Lampiran 6 Sampel Penyebaran Kuesioner melalui DM Instagram.....	62
Lampiran 7 Daftar Responden	63