

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Media Baru (<i>New media</i>).....	8
2.1.1 Pandangan Terhadap <i>New media</i>	9
2.1.2 Manfaat <i>New media</i>	9
2.1.3 Komponen <i>New media</i>	10
2.2 Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	11
2.3 Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi dan Informasi.....	18
2.4 Hipotesis Teoritis.....	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Tipe Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	24
3.4.1 Definisi Konsep	24
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	25
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.5.1 Validitas	28
3.5.2 Reliabilitas	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Data Primer.....	29
3.6.2 Data Sekunder.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Instagram	36
4.1.2 Fitur-fitur Instagram	37
4.1.3 Akun Instagram Lambe Turah.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Data Responden	41
4.2.2 Analisa Data Kuisisioner.....	44
4.3 Deskripsi Data	81
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81

4.3.2 Uji Normalitas.....	85
4.3.3 Uji Asumsi Linearitas	86
4.3.4 Uji Koefisien Korelasi	87
4.3.5 Analisa Regresi Sederhana	88
4.4 Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA