

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I PENDAHULUAN

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

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Media Baru	13
2.2.1 Manfaat <i>New Media</i>	14
2.2.2 Karakteristik <i>New Media</i>	14
2.3 Internet.....	15
2.4 Media Sosial	16
2.5 Instagram	17
2.6 Khalayak	18
2.6.1 Karakteristik Khalayak	19
2.7 Kepuasan	22

2.8 Teori Uses and Gratifications.....	24
--	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	33
3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	34
3.5.1 Definisi Konsep	34
3.5.2 Operasionalisasi Konsep.....	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.8 Teknik Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Instagram	48
4.1.2 Sejarah Instagram	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Identitas Responden.....	51
4.2.2 Terpaan Media.....	52
4.2.3 Kepuasan Khalayak	54

4.2.3.1	Kepuasan dari segi kecepatan.....	54
4.2.3.2	Kepuasan dari segi isi informasi lalu lintas	55
4.2.3.3	Kepuasan dari segi penyajian informasi lalu lintas	60
4.2.4	Hasil rata – rata penelitian	62
4.3	Pembahasan	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Praktis	68
5.2.2	Saran Akademis	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CV

