

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	3
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4.Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1.Penelitian Terdahulu	5
2.2.Kajian Teori	12
2.2.1.Komunikasi Massa	12
2.2.2.Fungsi Komuniakasi Massa	13
2.2.3.Karakteristik Komunikasi Massa	15
2.2.4.Efek Komunikasi Massa	17
2.2.5.Teori Uses And Gratifications	19
2.2.6.Teori Uses and Effects	21
2.3.Media	22
2.3.1.Definisi media	22

2.3.2. Pengertian New Media	22
2.3.3. Karakteristik New Media	24
2.3.4. Kelebihan New Media	26
2.3.5. Kekurangan New Media	27
2.4. Media Sosial	28
2.4.1. Pengertian Media Sosial	28
2.4.2. Sejarah media sosial	31
2.4.3. Ciri-ciri dan Jenis-jenis Media Sosial	31
2.5. Instagram	35
2.6. Film Sebagai Media Massa	41
2.7. Promosi	43
2.7.1. Promosi Film melalui Media Sosial	45
2.8. Mahasiswa	48
2.9. Khalayak	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1. Tipe Penelitian	54
3.2. Metode Penelitian	55
3.3. Populasi dan Sampel	56
3.3.1. Populasi	56
3.3.2. Sampel	56
3.4. Definisi Konsep Dan Operasional Konsep	58
3.4.1. Definisi Konsep	58
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	59
3.5. Validitas dan Realibitas	66

3.5.1. Uji Validitas	66
3.5.2. Uji Reliabilitas	68
3.6. Teknik Pengumpulan Data	69
3.6.1. Data Primer	70
3.6.2. Data Skunder	70
3.7. Teknik Analisi Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	72
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1. Instagram	72
4.2. Hasil Penelitian	77
4.2.1. Karakteristik Responden	77
4.2.2. Penggunaan Media Sosial Instagram	78
4.3. Pembahasan	100
4.4. Hasil Uji Validitas	102
4.5. Hasil Uji Relibilitas	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	