# **DAFTAR ISI**

[LEMBAR PERSETUJUAN i](#_Toc145575902)

[ABSTRACT ii](#_Toc145575903)

[ABSTRAK iii](#_Toc145575904)

[RINGKESAN iv](#_Toc145575905)

[KATA PENGANTAR v](#_Toc145575906)

[DAFTAR ISI viii](#_Toc145575907)

[DAFTAR TABEL xii](#_Toc145575908)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_Toc145575909)

[DAFTAR LAMPIRAN xiv](#_Toc145575910)

[BAB I 1](#_Toc145575911)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc145575912)

[1.1. Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc145575913)

[1.2. Identifikasi Masalah 15](#_Toc145575914)

[1.3. Tujuan Penelitian 16](#_Toc145575915)

[1.4. Kegunaan Penelitian 16](#_Toc145575916)

[1.4.1. Kegunaan Teoritis 16](#_Toc145575917)

[1.4.2. Kegunaan Praktis 17](#_Toc145575918)

[BAB II 18](#_Toc145575919)

[KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 18](#_Toc145575920)

[2.1. Kajian Pustaka 18](#_Toc145575921)

[2.1.1. *Review* Penelitian sejenis 18](#_Toc145575922)

[2.2. Kerangka Konseptual 23](#_Toc145575923)

[2.2.1. Komunikasi 23](#_Toc145575924)

[2.2.1.1. Pengertian Komunikasi 23](#_Toc145575925)

[2.2.1.2. Komunikasi Massa 24](#_Toc145575926)

[2.2.2. Media Baru (New Media) 26](#_Toc145575927)

[2.2.2.1. Pengertian Media Baru (New Media) 26](#_Toc145575928)

[2.2.2.4. Karakeristik dan Ciri Media Baru 28](#_Toc145575929)

[2.2.3. Media Sosial 29](#_Toc145575930)

[2.2.3.1. Pengertian Media Sosial 29](#_Toc145575931)

[2.2.3.2. Komponen 4C dalam media sosial 30](#_Toc145575932)

[2.2.3.3. Karakteristik Media Sosial 31](#_Toc145575933)

[2.2.3.4. Jenis - Jenis Media Sosial 33](#_Toc145575934)

[2.2.4. Instagram 35](#_Toc145575935)

[2.2.4.1. Pengertian Instagram 35](#_Toc145575936)

[2.2.4.2. Sejarah Instagram 36](#_Toc145575937)

[2.2.4.3. Fitur - Fitur Instagram 37](#_Toc145575938)

[2.2.5. Kebutuhan Informasi 43](#_Toc145575939)

[2.2.5.1 Jenis Kebutuhan Informasi 44](#_Toc145575940)

[2.3. Kerangka Teoritis 45](#_Toc145575941)

[2.3.1. Teori Ketergantungan Sistem Media atau Media System Dependency Theory (MSD) 45](#_Toc145575942)

[2.4. Kerangka Pemikiran 54](#_Toc145575943)

[2.5. Hipotesis 55](#_Toc145575944)

[BAB III 57](#_Toc145575945)

[OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 57](#_Toc145575946)

[3.1. Objek dan Metodologi Penelitian 57](#_Toc145575947)

[3.1.1. Objek Penelitian 57](#_Toc145575948)

[3.1.2. Metodologi Penelitian 57](#_Toc145575949)

[3.2. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel 58](#_Toc145575950)

[3.2.1. Variabel Penelitian 58](#_Toc145575951)

[3.2.2. Operasional Variabel 59](#_Toc145575952)

[3.2.3. Skala Pengukuran 62](#_Toc145575953)

[3.3. Populasi dan Teknik Sampling 64](#_Toc145575954)

[3.3.1. Populasi 64](#_Toc145575955)

[3.3.2. Teknik Sampling 66](#_Toc145575956)

[3.4. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data 69](#_Toc145575957)

[3.4.1. Jenis Data 69](#_Toc145575958)

[3.4.1.1. Data Primer 69](#_Toc145575959)

[3.4.1.2. Data Sekunder 78](#_Toc145575960)

[3.4.2. Prosedur Pengumpulan Data 78](#_Toc145575961)

[3.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data 79](#_Toc145575962)

[3.5.1. Rancangan Analisis Data 79](#_Toc145575963)

[3.5.1.1. Analisis Deskriptif 79](#_Toc145575964)

[3.5.2. Uji Validitas Data dan Reliabilitas Data 81](#_Toc145575965)

[3.5.2.1. Uji Validitas 81](#_Toc145575966)

[3.5.2.2. Uji Reliabilitas 86](#_Toc145575967)

[3.5.3. Uji Asumsi Klasik 87](#_Toc145575968)

[3.5.3.1. Uji Normalitas 87](#_Toc145575969)

[3.5.3.2. Uji Multikolinearitas 88](#_Toc145575970)

[3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas 89](#_Toc145575971)

[3.5.4. Model Rasch 90](#_Toc145575972)

[3.5.5. Method of Succesive Interval (MSI) 94](#_Toc145575973)

[3.5.6. Analisis Regresi Linear berganda 95](#_Toc145575974)

[3.5.7. Koefisien Korelasi 96](#_Toc145575975)

[3.5.8. Koefisien Determinasi 97](#_Toc145575976)

[3.5.9. Analisis Jalur / Path Analysis 98](#_Toc145575977)

[3.5.10. Uji Hipotesis (Uji-T) 100](#_Toc145575978)

[3.6. Lokasi Penelitian 102](#_Toc145575979)

[3.7. Jadwal Penelitian 102](#_Toc145575980)

[BAB IV 104](#_Toc145575981)

[HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 104](#_Toc145575982)

[4.1. Hasil Penelitian 104](#_Toc145575983)

[4.1.1. Karakteristik Responden 104](#_Toc145575984)

[4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif 107](#_Toc145575985)

[4.1.2.1. Analisis Media Sosial (X) 108](#_Toc145575986)

[4.1.2.2. Analisis Variabel Kebutuhan Informasi (Y) 120](#_Toc145575987)

[4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas 131](#_Toc145575988)

[4.1.3.1. Uji Validitas 131](#_Toc145575989)

[4.1.3.2. Uji Reliabilitas 134](#_Toc145575990)

[4.1.4. Uji Asumsi Klasik 135](#_Toc145575991)

[4.1.4.1. Uji Normalitas 135](#_Toc145575992)

[4.1.4.2. Uji Multikolinearitas 136](#_Toc145575993)

[4.1.4.3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas 137](#_Toc145575994)

[4.1.5. Analisis Regresi Linear Berganda 138](#_Toc145575995)

[4.1.6. Uji Koefisien Korelasi 140](#_Toc145575996)

[4.1.7. Uji Koefisien Determinasi 141](#_Toc145575997)

[4.1.8. Hasil Path Analysis 142](#_Toc145575998)

[4.1.9. Uji Hipotesis 145](#_Toc145575999)

[4.1.9.1. Uji Secara Simultan 145](#_Toc145576000)

[4.1.9.2. Uji Secara Parsial 147](#_Toc145576001)

[4.2. Pembahasan 149](#_Toc145576002)

[4.2.1. Pengaruh *Context* Media Sosial Instagram @infounpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi 150](#_Toc145576003)

[4.2.2. Pengaruh *Communication* Media Sosial Instagram @infounpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi 151](#_Toc145576004)

[4.2.3. Pengaruh *Collaboration* Media Sosial Instagram @infounpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi 152](#_Toc145576005)

[4.2.4. Pengaruh *Connection* Media Sosial Instagram @infounpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi 153](#_Toc145576006)

[4.2.5. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infounpas terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi 153](#_Toc145576007)

[BAB V 155](#_Toc145576008)

[KESIMPULAN DAN SARAN 155](#_Toc145576009)

[5.1. Kesimpulan 155](#_Toc145576010)

[5.2. Saran 156](#_Toc145576011)

[DAFTAR PUSTAKA 158](#_Toc145576012)

[LAMPIRAN 162](#_Toc145576013)