

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	2
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
RINGKESAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.1.2 Kerangka Konseptual	18
2.1.2.1 Komunikasi	18
2.1.2.2 Komunikasi Massa	23
2.1.2.3 <i>New Media</i>	27
2.1.2.4 Media Sosial	28
2.1.2.5 <i>Instagram</i>	32
2.1.2.6 Kebutuhan Informasi.....	38
2.1.3 Kerangka Teoritis	41
2.1.3.1 Teori Terpaan Media	41
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis	46
BAB III	47

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Metodologi Penelitian.....	47
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	48
3.3.1 Variabel Penelitian	48
3.3.2 Operasional Variabel Penelitian	49
3.4 Populasi dan Teknik Sampling.....	52
3.4.1 Populasi	52
3.4.2 Teknik Sampling.....	52
3.5 Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data	54
3.5.1 Jenis Data	54
3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas	58
3.7 Analisis Deskriptif.....	59
3.8 Penguji Asumsi Klasik	59
3.8.1 Uji Normalitas.....	60
3.8.2 Uji Multikolinearitas	60
3.8.3 Uji Heteroskedasitas.....	61
3.9 Analisis Data Penelitian.....	61
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda	61
3.9.2 Koefisien Determinasi (<i>R</i> ²)	62
3.9.3 Uji Hipotesis	64
3.9.4 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik <i>F</i>)	64
3.9.5 Uji Signifikan Individual (Uji Statistik <i>T</i>).....	65
3.10 Lokasi Penelitian	66
3.11 Jadwal Penelitian	67
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Identitas Responden	68
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
4.2 Deskripsi Dimensi-Dimensi Intensitas (<i>X</i>)	73
4.2.1 Frekuensi.....	74
4.2.2 Durasi.....	75
4.2.3 Atensi.....	77
4.3 Deskripsi Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Informasi (<i>Y</i>)	79
4.3.1 <i>Current Need Approach</i> (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir).....	79
4.3.2 <i>Everyday Need Approach</i> (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin)	81
4.3.3 <i>Exhaustic Needs Approach</i> (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam).....	83
4.3.4 <i>Catching-up Needs Approach</i> (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas)	84

4.4 Analisis Deskriptif.....	86
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.5.1 Uji Normalitas.....	89
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	90
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.6 Analisis Data Penelitian.....	92
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
4.6.2 Koefisien Determinasi.....	93
4.6.3 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	94
4.6.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik T).....	95
4.7 Pembahasan.....	100
4.7.1 Pembahasan Secara Simultan Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	100
4.7.2 Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Dimensi Frekuensi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	102
4.7.3 Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Dimensi Durasi Terhadap Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	104
4.7.4 Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Dimensi Atensi Terhadap Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	104
<i>BAB V</i>.....	105
<i>PENUTUP</i>.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>.....	108
<i>LAMPIRAN</i>.....	110