

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Identifikasi Masalah	10
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4.1. Tujuan Penelitian	12
1.4.2. Kegunaan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1. Tinjauan Pustaka	15
2.1.1. Review Penelitian Sejenis	18
2.2. Kerangka Konseptual	21
2.2.1. Komunikasi.....	21
2.2.2. Penyebaran Informasi.....	25
2.2.3. Media Sosial	27
2.2.4. Instagram.....	30
2.2.5. Gen Z.....	31
2.3. Kerangka Teoritis	32
2.3.1. <i>Shannon & Weaver Communication Model</i>	33
2.4. Kerangka Pemikiran	34
BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN	38
3.1. Objek Penelitian	38
3.2. Metodologi Penelitian	39
3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	41
3.2.2. Populasi dan Teknik Sampling	44
3.2.3. Teknik Sampling.....	46

3.2.4. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	47
3.2.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reabilitas Data	51
3.3. Lokasi Penelitian	56
3.4. Jadwal Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Karakteristik Responden	59
4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif	63
4.1.3. Analisis Model Shannon	64
4.1.4. Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel	73
4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.2. Pembahasan	89
4.2.1. Analisis Sumber Informasi (<i>Information Source</i>)	90
4.2.2. Analisis Gangguan (<i>Noise</i>)	91
4.2.3. Analisis Penerima Pesan (<i>Receiver</i>)	92
4.2.4. Analisis Respon Audiens (<i>Feedback</i>)	93
4.2.5. Analisis Efektivitas Keseluruhan	94
4.2.6. Kaitan dengan Teori Shannon dan Weaver	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis 1	20
Tabel 3.2. Operasional Variabel	43
Tabel 3.3. Skala Penilaian Instrumen	44
Tabel 3.4. Kategori Interpretasi Skor	53
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian 1	57
Tabel 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.6. Karakteristik Responden berdasarkan Rentang Usia	60
Tabel 4.7. Hasil Analisis Model Shannon	64
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Variabel	72
Tabel 4.9. Kontinum Variabel	73
Tabel 4.10. Tanggapan Responden dari Pernyataan Konten @cretivox Menyampaikan Informasi yang Jelas dan Relevan Bagi Gen Z ILKOM UNPAS	73
Tabel 4.11. Tanggapan Responden dari Pernyataan Postingan Instagram @Cretivox dikodekan dengan baik (visual, caption menarik)	74
Tabel 4.12. Tanggapan Responden dari Pernyataan Feed Instagram @Cretivox menampilkan informasi secara tepat waktu	75
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Dari Pernyataan Gangguan seperti iklan/spam jarang mengganggu pesan @Cretivox	76
Tabel 4.14. Tanggapan Responden dari Pernyataan Noise semantic (salah paham) minim pada konten @Cretivox	76
Tabel 4.15. Tanggapan Responden dari Pernyataan Algoritma Instagram tidak menghambat saya menerima konten @cretivox	77
Tabel 4.16. Tanggapan Responden dari Pernyataan Pesan dari Instagram @Cretivox mudah dipahami oleh mahasiswa ILKOM UNPAS	78
Tabel 4.17. Tanggapan Responden dari Pernyataan Gen Z ILKOM UNPAS memahami pesan akhir dari Instagram @cretivox	79
Tabel 4.18. Tanggapan Responden dari Pernyataan Instagram @Cretivox konsisten menyampaikan informasi berkualitas tinggi	80

Tabel 4.19. Tanggapan Responden dari Pernyataan Sering Memberikan Like, Comment, share pada @cretivox (feedback positif).....	81
Tabel 4.20. Tanggapan Responden dari Pernyataan Menafsirkan Konten @cretivox dengan baik	82
Tabel 4.21. Tanggapan Responden dari Pernyataan Instagram @Cretivox efektif sebagai saluran penyebaran informasi	82
Tabel 4.22. Tanggapan Responden dari Pernyataan Informasi @Cretivox memengaruhi pemahaman saya tentang topik komunikasi.....	83
Tabel 4.23. Tanggapan Responden dari Pernyataan Instagram @Cretivox sebagai pengirim pesan kredibel dalam topik diseminasi informasi	84
Tabel 4.24. Resume Jawaban Kuisisioner Variabel.....	86
Tabel 4.25. Nilai Bobot Standar	87
Tabel 4.26. Uji Validitas Data.....	88
Tabel 4.27. Hasil Uji Reliabilitas	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Cretivox 1	6
Gambar 1.2. Profil Instagram @cretivox 1	8
Gambar 2.3. Logo Instagram.....	30
Gambar 2.4. Kerangka Teoritis	32
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.6. Karakteristik Berdasarkan Kriteria Responden.....	62
Gambar 4.7. Karakteristik Berdasarkan Kriteria Pengikut Instagram @cretivox .	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 IDENTITAS DIRI	105
LAMPIRAN 2 ANGKET PENELITIAN	106
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA MENTAH	113
LAMPIRAN 4 HASIL OLAHAN DATA UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (SPSS)	116