

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	ivv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xivv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xixx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Identifikasi Masalah	10
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.4.1 Maksud Penelitian.....	11
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Teoritis	13
1.5.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	15

2.2	Kajian Pustaka.....	17
2.2.1	Kajian Komunikasi.....	17
2.2.1.1	Pengertian Komunikasi	17
2.2.1.2	Elemen Komunikasi	18
2.2.2	Kajian Komunikasi Kelompok.....	20
2.2.2.1	Definisi Komunikasi Kelompok.....	20
2.2.2.2	Fungsi Komunikasi Kelompok.....	21
2.2.3	Kajian Komunikasi Kelompok Virtual.....	23
2.2.4	Kajian Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual	24
2.2.5	Kajian Komunikasi Digital	26
2.2.6	Kajian Media Baru (New Media).....	27
2.2.7	Kajian Media Sosial	28
2.2.8	Facebook	33
2.2.9	Kajian <i>Uses and Gratification 2.0</i>	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	39
2.3.1	Kerangka Teoritis	39
2.3.2	Kerangka Konseptual.....	41
2.4	Hipotesis.....	44
2.4.1	Hipotesis Induk	44
2.4.2	Hipotesis Anak	44
	BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Desain Penelitian.....	48
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	50

3.2.1	Populasi Penelitian (N)	50
3.2.2	Sampel Penelitian (n)	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4	Operasionalisasi Variabel	55
3.4.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i> /Variabel X)	55
3.4.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i> /Variabel Y)	55
3.5	Teknik Analisis Data	57
3.5.1	Uji Validitas.....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas	59
3.5.3	Analisis Deskriptif	60
3.5.4	Regresi Sederhana.....	60
3.5.4.1	Uji Asumsi Klasik	61
3.5.4.2	Uji Hipotesis (Uji t).....	62
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	63
3.6.1	Lokasi Penelitian	63
3.6.2	Waktu Penelitian.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Hasil Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	66
4.1.1.1	Metallica	66
4.1.1.2	Metallica Indonesia (And Indonesia for All).....	67
4.1.2	Analisa Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.1.2.1	Analisa Hasil Uji Validitas.....	70

4.1.2.2 Analisa Hasil Uji Reliabilitas	73
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	74
4.1.3.1 Analisa Data Responden.....	74
4.1.3.2 Analisis Deskriptif	78
4.1.3.3 Regresi Linier Sederhana	104
1. Uji Asumsi Klasik.....	104
2. Analisa Regresi Linier Sederhana Keterlibatan (<i>Engaged</i>) (X ₁) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	107
3. Analisa Regresi Linier Sederhana Menyimak (<i>Listening</i>) (X ₂) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	109
4. Analisa Regresi Linier Sederhana Persiapan (<i>Prepare</i>) (X ₃) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	112
5. Analisa Regresi Linier Sederhana Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual (X) dengan Modalitas (<i>Modality</i>) (Y ₁)	114
6. Analisa Regresi Linier Sederhana Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual (X) dengan Keterwakilan (<i>Agency</i>) (Y ₂)	117

7.	Analisa Regresi Linier Sederhana Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual (X) dengan Interaktivitas (<i>Interactivity</i>) (Y ₃)	119
8.	Analisa Regresi Linier Sederhana Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual (X) dengan Navigabilitas (<i>Navigability</i>) (Y ₄)	122
9.	Analisa Regresi Linier Sederhana Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual (X) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	124
4.2	Pembahasan.....	127
4.2.1	Pengaruh Keterlibatan (<i>Engaged</i>) Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anggotanya.....	127
4.2.2	Pengaruh Menyimak (<i>Listening</i>) Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anggotanya.....	130
4.2.3	Pengaruh Persiapan (<i>Prepare</i>) Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anggotanya	133
4.2.4	Pengaruh Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual pada Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Modalitas (<i>Modality</i>) Anggotanya.....	136

4.2.5	Pengaruh Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual pada Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Keterwakilan (<i>Agency</i>) Anggotanya.....	138
4.2.6	Pengaruh Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual pada Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Interaktivitas (<i>Interactivity</i>) Anggotanya	141
4.2.7	Pengaruh Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual pada Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap Navigabilitas (<i>Navigability</i>) Anggotanya	143
4.2.8	Pengaruh Efektivitas Komunikasi Kelompok Virtual pada Grup Facebook Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>) terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi Anggotanya	146
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		150
5.1	Kesimpulan.....	150
5.2	Saran.....	153
5.2.1	Saran Bagi Metallica Indonesia (<i>And Indonesia for All</i>)	153
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	154
DAFTAR PUSTAKA		155
LAMPIRAN.....		158
Daftar Riwayat Hidup		214