

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
LEMBAR PERNYATAAN	3
ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	12
2.1.3 Tinjauan Tentang Media Sosial	15
2.1.4 Tinjauan Tentang Instagram	17
2.1.5 Tinjauan Tentang Minat.....	19
2.1.6 Tinjauan Tentang <i>Computer Mediated Communication</i>	22
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	26
2.2.3 Alur Kerangka Pemikiran	29

2.3	Hipotesis	30
2.3.1	Hipotesis Induk	30
2.3.2	Hipotesis Pendukung.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1	Studi Pustaka.....	37
3.3.2	Studi Lapangan.....	38
3.4	Operasional Variabel	39
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.5.1	Uji Validitas	43
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.5.3	Uji Statistik Penelitian	45
3.5.4	Uji Hipotesis	46
3.6	Lokasi dan Waktu.....	47
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	47
3.6.2	Waktu Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	50
4.1.2	Analisa Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	61
4.1.4	Uji Statistik Penelitian	74
4.2	Pembahasan	97
4.2.1	Pengaruh <i>Context</i> (X_1) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Minat (Y) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	98
4.2.2	Pengaruh <i>Communication</i> (X_2) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Minat (Y) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia	100

4.2.3	Pengaruh <i>Collaboration</i> (X ₃) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Minat (Y) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia	102
4.2.4	Pengaruh <i>Connection</i> (X ₄) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Minat (Y) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia	103
4.2.5	Pengaruh Media Sosial (X) Instagram @unikom_official Terhadap Minat Transaksional (Y ₁) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	105
4.2.6	Pengaruh Media Sosial (X) Instagram @unikom_official Terhadap Minat Referensial (Y ₂) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	106
4.2.7	Pengaruh Media Sosial (X) Instagram @unikom_official Terhadap Minat Preferensial (Y ₃) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	108
4.2.8	Pengaruh Media Sosial (X) Instagram @unikom_official Terhadap Minat Eksploratif (Y ₄) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	109
4.2.9	Pengaruh Media Sosial (X) Instagram @unikom_official Terhadap Minat (Y) Calon Mahasiswa Untuk Mendaftar di Universitas Komputer Indonesia.....	110
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN		113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		119
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		150