

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	15

2.1.2.1 Definisi Komunikasi.....	15
2.1.2.2 Komponen Komunikasi	19
2.1.2.3 Sifat Komunikasi	22
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	23
2.1.2.5 Tujuan Komunikasi	24
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	25
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	25
2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi.....	26
2.1.4 Tinjauan Tentang Humas	26
2.1.4.1 Pengertian Humas	26
2.1.4.2 Fungsi Humas	29
2.1.5 Humas Pemerintah	29
2.1.6 Tinjauan Tentang Evektivitas	31
2.1.7 Tinjauan Media sosial	34
2.1.7.1 Pengertian Media Sosial	34
2.1.7.2 Fungsi Media Sosial	34
2.1.8 Tinjauan Instagram	35
2.1.8.1 Pengertian Instagram	35
2.1.8.2 Fitur-fitur Instagram	36
2.1.9 Kepuasan Komunikasi	39
2.1.10 Tinjauan Tentang Masyarakat.....	40
2.1.10.1 Pengertian Masyarakat	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	41

2.2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.2.2	Kerangka pemikiran praktis	43
2.3	Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	48
3.2	Populasi dan sampel.....	49
3.2.1	Populasi.....	49
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.1	Studi Lapangan	52
3.3.2	Studi Pustaka.....	53
3.4	Oprasionalisasi Variabel	54
3.4.1	Variabel Bebas	55
3.4.2	Variabel Terikat	55
3.5	Teknik Analisah Data.....	56
3.5.1	Uji Validitas	57
3.5.2	Uji Reliabilitas	58
3.5.3	Uji Statistik Penelitian	59
3.5.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	59
3.5.3.2	Analisis Koefisiensi Determinasi	61
3.5.3.3	Transformasi Data	62
3.5.4	Uji Hipotesis	63
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	65

3.6.1 Lokasi Penelitian.....	65
3.6.2 Waktu Penelitian.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	68
4.1.2 Analisa Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	76
4.1.2.1 Analisis Hasil Uji Validitas	76
4.1.2.2 Analisis Hasil Uji Reliabilitas	78
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	79
4.1.3.1 Data Responden	79
4.1.3.2 Instagram @dishubjabar dapat menyajikan Informasi dengan baik	83
4.1.3.3 Pesan dalam Instagram @dihub.jabar tidak dapat dipercaya	84
4.1.3.4 Instagram @dishubjabar memakai bahasa tulisan yang ringan dan dapat dipahami	85
4.1.3.5 Isi pesan yang ada di dalam Instagram @dishubjabar tidak menarik	86
4.1.3.6 Isi pesan yang ada di Instagram @dishubjabar Tidak membantu masyarakat dalam mencari sebuah informasi di lingkungan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat	87
4.1.3.7 Isi pesan yang ada di dalam Instagram @dishubjabar sulit untuk di cerna	89

4.1.3.8 Handphone memudahkan masyarakat dalam mengakses Instagram @dishubjabar	90
4.1.3.9 Computer dapat membantu Masyarakat dalam mengakses Instagram @dishubjabar	91
4.1.3.10 Instagram @dishubjabar tidak memiliki ketepatan informasi.....	92
4.1.3.11 Informasi dalam Instagram @dishubjabar tidak lengkap	93
4.1.3.12 Isi Informasi dalam Instagram @dishubjabar kurang baik	94
4.1.3.13 Isi dalam Instagram @dishubjabar sesuai kebutuhan yang anda inginkan	95
4.1.3.14 Sulit mendapatkan Informasi dalam Instagram @dishubjabar.....	96
4.1.3.15 Informasi dalam Instagram @dishubjabar akurat	97
4.1.3.16 Informasi dalam Instagram @dishubjabar Relevan (sesuai dengan topik yang diangkat)	98
4.1.3.17 Waktu penyajian dalam Instagram @dishubjabar cepat dan tepat	99
4.1.4 Uji Statistik Penelitian	101
4.1.4.1 Analisis Statistik Kredibilitas Sumber (X1) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	101
4.1.4.2 Analisis Statistik Isi Pesan (X2) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	105

4.1.4.3	Analisis Statistik Saluran (Media) (X3) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	109
4.1.4.4	Analisis Statistik Efektivitas Instagram (X) dengan Hasil Nilai Informasi (Y1)	113
4.1.4.5	Analisis Statistik Efektivitas Instagram (X) dengan Harapan Informasi (Y2)	116
4.1.4.6	Analisis Statistik Efektivitas Instagram (X) dengan Mutu Informasi (Y3)	120
4.1.4.7	Analisis Statistik Efektivitas Instagram (X) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	124
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	128
4.2.1	Pengaruh Kredibilitas Sumber (X1) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	128
4.2.2	Pengaruh Isi Pesan (X2) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	129
4.2.3	Pengaruh Saluran/Media (X3) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	130
4.2.4	Pengaruh Efektivitas Instagram (X) dengan Hasil Nilai Informasi (Y1)	131
4.2.5	Pengaruh Efektivitas Instagram (X) dengan Harapan Informasi (Y2)	132
4.2.6	Pengaruh Efektivitas Instagram (X) dengan Mutu Informasi (Y3) ..	133

4.2.7 Pengaruh Efektivitas Instagram (X) dengan Kepuasan Perolehan Informasi (Y)	134
---	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran	139
5.2.1 Saran Bagi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat (Persero) Kantor Pusat Bandung	139
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	140

DAFTAR PUSTAKA	141
-----------------------------	------------

LAMPIRAN – LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP