

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	13
2.1.2.1 Pengertian Tentang Komunikasi .....	13

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi .....	14
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi .....	15
2.1.3 Tinjauan Tentang Media Sosial .....	16
2.1.3.1 Fungsi Media Sosial .....	17
2.1.3.2 Karakteristik Media Sosial .....	18
2.1.4 Tinjauan Tentang Instagram .....	19
2.1.4.1 Manfaat Instagram .....	20
2.1.4.2 Fitur Instagram .....	20
2.1.5 Tinjauan Tentang Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	21
2.1.6 Tinjauan Tentang Computer Mediated Communication .....	22
2.2 Kerangka Pemikiran .....	23
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	24
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual .....	25
2.2.3 Alur Kerangka Pemikiran .....	28
2.3 Hipotesis .....	29
2.3.1 Hipotesis Induk .....	29
2.3.2 Hipotesis Pendukung .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Desain Penelitian .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1 Populasi .....	33
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3.1 Studi Pustaka .....	35
3.3.2 Studi Lapangan .....	36

3.4	Operasional Variabel .....	36	
3.5	Teknik Analisa Data .....	38	
3.5.1	Uji Validitas .....	40	
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	41	
3.5.3	Uji Statistik Penelitian .....	42	
3.5.4	Uji Hipotesis .....	43	
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43	
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	43	
3.6.2	Waktu Penelitian.....	43	
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>	
4.1	Hasil Penelitian.....	45	
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian .....	46	
4.1.1.1	Sejarah Universitas Komputer Indonesia.....	46	
4.1.1.2	Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Komputer Indonesia.....	48	
4.1.1.3	Budaya Organisasi Universitas Komputer Indonesia (PIQIE) .....	49	
4.1.1.4	Logo Universitas Komputer Indonesia .....	50	
4.1.1.5	Struktur Organisasi Universitas Komputer Indonesia.....	52	
4.1.2	Analisa Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	52	
4.1.2.1	Analisa Hasil Uji Validitas.....	53	
4.1.2.2	Analisa Hasil Uji Reabilitas .....	55	
4.1.3	Analisis Penelitian .....	56	
4.1.3.1	Analisa Data Responden .....	56	
4.1.3.2	Analisis Deskriptif .....	58	
4.1.3.3	Analisis Hasil Deskriptif Pengaruh Media Sosial .....	59	
4.1.3.4	Analisis Hasil Deskriptif Kebutuhan Informasi Mahasiswa .....	63	

4.1.4 Uji Statistik Penelitian .....	67
4.1.4.1 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Context (X1) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	68
4.1.4.2 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh <i>Communication</i> (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	70
4.1.4.3 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh <i>Collaboration</i> (X3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	72
4.1.4.4 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh <i>Connection</i> (X4) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	75
4.1.4.5 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Akun Instagram (X) Terhadap <i>Current Need Approach</i> (Y1).....	77
4.1.4.6 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Akun Instagram (X) Terhadap <i>Everyday Need Approach</i> (Y2) .....	79
4.1.4.7 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Akun Instagram (X) Terhadap <i>Exhaustic Need Approach</i> (Y3) .....	81
4.1.4.8 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Akun Instagram (X) Terhadap <i>Catching-Up Need Approach</i> (Y4) .....	84
4.1.4.9 Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Media Sosial (X) dengan Kebutuhan Informasi (Y) .....	86
4.2 Pembahasan .....	89
4.2.1 Pengaruh <i>Context</i> (X1) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Mahasiswa Unikom .....	90
4.2.2 Pengaruh <i>Communication</i> (X2) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Mahasiswa Unikom.	92

4.2.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> (X3) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Mahasiswa Unikom	94
4.2.4 Pengaruh <i>Connection</i> (X4) Media Sosial Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Mahasiswa Unikom	95
4.2.5 Pengaruh Akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Terbaru (Y1) Mahasiswa Unikom	96
4.2.6 Pengaruh Akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Rutin (Y2) Mahasiswa Unikom	98
4.2.7 Pengaruh Akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akurat (Y3) Mahasiswa Unikom	99
4.2.8 Pengaruh Akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sekilas (Y4) Mahasiswa Unikom	100
4.2.9 Pengaruh Akun Instagram (X) @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Mahasiswa Unikom	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>110</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	<b>133</b>