

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4.1 Maksud Penelitian.....	9
1.4.2 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, & HIPOTESIS.....	13

2.1	Tinjauan Pustaka	13
2.1.1	Penelitian Terdahulu	13
2.1.2	Tinjauan Tentang Komunikasi	15
2.1.2.1	Definisi Komunikasi	15
2.1.2.2	Fungsi Komunikasi	16
2.1.2.3	Tujuan Komunikasi	16
2.1.2.4	Unsur-Unsur Komunikasi	17
2.1.3	Tinjauan Tentang Komunikasi Massa.....	19
2.1.3.1	Definisi Komunikasi Massa	19
2.1.3.2	Karakteristik Komunikasi Massa	19
2.1.3.3	Proses Komunikasi Massa.....	21
2.1.3.4	Fungsi Komunikasi Massa	22
2.1.3.5	Komponen-Komponen Komunikasi Massa	23
2.1.4	Tinjauan Tentang Citra	25
2.1.4.1	Pengertian Citra.....	25
2.1.4.2	Faktor Terbentuk Citra	26
2.1.5	Media Sosial.....	27
2.1.6	Tinjauan Tentang Instagram	29
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.3.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.3.2	Kerangka Konseptual	32
2.4	Hipotesis	35
2.4.1	Hipotesis Induk	35

2.4.2 Hipotesis Pendukung.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Populasi Dan Sample.....	39
3.2.1 Populasi Penelitian.....	39
3.2.2 Sample Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan data	40
3.3.1 Studi Lapangan.....	41
3.4 Oprasionalisasi Variabel.....	42
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	47
3.5.3 Analisis Deskriptif	48
3.5.4 Uji Statistik Penelitian.....	49
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	60
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	60
3.6.2 Waktu Penelitian	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Universitas Komputer Indonesia	62
4.1.2 Deskripsi Profile Responden Penelitian.....	64
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
4.1.4 Analisis Deskriptif	68

4.1.4.1 Analisis Deskriptif Efektivitas Akun Instagram	
@unikom_official	68
4.1.4.2 Analisis Deskriptif Citra Universitas	74
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik	80
4.1.5.2 Hasil Pengujian Model Regresi Linear Berganda Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia (Konteks, Kolaborasi, Komunikasi dan Koneksi) terhadap Peningkatan Citra Universitas	87
4.1.5.3 Uji Hipotesis (Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia (Konteks, Kolaborasi, Komunikasi dan Koneksi) terhadap Peningkatan Citra Universitas) ..	90
4.1.5.4 Analisis Koefisien Determinasi (Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia (Konteks, Kolaborasi, Komunikasi dan Koneksi) terhadap Peningkatan Citra Universitas).....	98
4.1.6 Analisis Regresi Linier Sederhana (Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Peningkatan Citra	

Universitas (Kepribadian, Reputasi, Nilai dan Identitas Perusahaan)).....	100
4.1.7 Pengujian Hipotesis (Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Peningkatan Citra Universitas (Kepribadian, Reputasi, Nilai dan Identitas Perusahaan))	102
4.1.7.1 Analisis Koefisien Determinasi (Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official melalui Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Peningkatan Citra Universitas (Kepribadian, Reputasi, Nilai dan Identitas Perusahaan)).....	107
4.2 Pembahasan	109
4.2.1 Pengaruh <i>Context</i> pada Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Citra Universitas	109
4.2.2 Pengaruh <i>Collaboration</i> pada Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Citra Universitas	110
4.2.3 Pengaruh <i>Communication</i> pada Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Citra Universitas	112

4.2.4 Pengaruh <i>Connection</i> pada Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Citra Universitas	113
4.2.5 Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Kepribadian pada Citra Universitas	114
4.2.6 Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Reputasi pada Citra Universitas	115
4.2.7 Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Nilai pada Citra Universitas	116
4.2.8 Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @unikom_official sebagai Akun Media Sosial Universitas Komputer Indonesia terhadap Identitas Perusahaan pada Citra Universitas	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	127
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	158