

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>2</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>3</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar isi.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>daftar lampiran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian .....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>

2.1 Tinjauan Pustaka .....	10
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi .....	14
2.1.3 Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i> .....	18
2.1.4 Tinjauan Tentang Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	19
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	21
2.1.6 Media Sosial.....	22
2.1.7 Instagram.....	24
2.1.8 Efektivitas .....	27
2.1.9 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	28
2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
2.2.1 Kerangka Teoritis.....	29
2.2.2 Kerangka Konseptual .....	33
2.3 Hipotesis.....	36
2.3.1 Hipotesis Induk .....	36
2.3.2 Sub Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1 Populasi.....	40

3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Teknik pengumpulan data .....	42
3.3.1 Data Primer .....	42
3.3.2 Data Sekunder .....	43
3.4 Operasional Variabel.....	44
3.5 Teknik Analisa Data.....	45
3.5.1 Uji Validitas .....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.5.3 Uji Hipotesis.....	49
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	52
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	53
4.1.2 Analisa Hasil Uji Validitas & Reliabilitas .....	62
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....	65
4.2 Pembahasan.....	92
4.2.1 Korelasi Antara Isi Pesan (X1) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	93
4.2.2 Korelasi Antara Ketepatan Waktu (X2) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	96

4.2.3 Korelasi Antara Efektivitas (X) Terhadap Kebutuhan Kognitif (Y1) .....	99
4.2.4 Korelasi Antara Efektivitas (X) Terhadap Kebutuhan Afektif (Y2) .....	102
4.2.5 Korelasi Antara Efektivitas (X) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>110</b>
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	45
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	47
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden .....	67
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	67
Tabel 4. 5 Tanggapan Terhadap Tampilan atau pengemasan informasi oleh akun Instagram @commuterline menarik.....	68
Tabel 4. 6 Tanggapan Terhadap Tata Bahasa yang digunakan akun Instagram @commuterline baik. ....	69
Tabel 4. 7 Tanggapan Terhadap Bahasa yang digunakan akun Instagram @commuterline mudah dimengerti.....	71
Tabel 4. 8 Tanggapan Terhadap Informasi dan berita yang ada pada akun Instagram @commuterline jelas. ....	72
Tabel 4. 9 Tanggapan Terhadap Informasi dan berita yang ada pada akun Instagram @commuterline mudah dipahami. ....	73
Tabel 4. 10 Tanggapan Terhadap Informasi dan berita yang ada pada akun Instagram @commuterline sudah lengkap dan beragam. ....	74

Tabel 4. 11 Tanggapan Terhadap Informasi dalam akun Instagram @commuterline sesuai dengan fakta dilapangan.....	75
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Isi Pesan (X1).....	77
Tabel 4. 13 Tanggapan Terhadap Saya sering menggunakan Instagram.....	78
Tabel 4. 14 Tanggapan Terhadap Saya membuka / mengakses akun Instagram @commuterline minimal 3 kali dalam satu minggu.....	79
Tabel 4. 15 Tanggapan Terhadap Saya selalu melihat instagam stories (instastories) akun Instagram @commuterline untuk mendapatkan informasi. ....	81
Tabel 4. 16 Tanggapan Terhadap Akun Instagram @commuterline cepat dalam update jadwal KRL apabila ada perubahan.....	82
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu (X2) .....	83
Tabel 4. 18 Tanggapan Terhadap Adanya akun Instagram @commuterline dapat memperkuat informasi khususnya mengenai jadwal KRL selain dari aplikasi KRL Access dan papan informasi berjalan di stasiun.....	85
Tabel 4. 19 Tanggapan Terhadap Akun Instagram @commuterline dapat menambah pengetahuan baik mengenai info stasiun dan perKRL-an maupun hal lain karena akun Instagram @commuterline kerap memberikan informasi bermanfaat lainnya.....	86
Tabel 4. 20 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kebutuhan Kognitif .....	87
Tabel 4. 21 Tanggapan Terhadap Informasi dan berita dalam akun Instagram @commuterline sesuai dengan kebutuhan saya.....	89

Tabel 4. 22 Tanggapan Terhadap Saya merasa puas setelah membuka akun Instagram @commuterline.....	90
Tabel 4. 23 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kebutuhan Afekrif .....	91
Tabel 4. 24 Korelasi X1-Y .....	94
Tabel 4. 25 Hasil $t_{hitung}$ X1-Y .....	96
Tabel 4. 26 Korelasi X2-Y .....	97
Tabel 4. 27 Hasil $t_{hitung}$ X2-Y .....	99
Tabel 4. 28 Korelasi X-Y1 .....	100
Tabel 4. 29 Hasil $t_{hitung}$ X-Y1 .....	102
Tabel 4. 30 Korelasi X-Y2 .....	103
Tabel 4. 31 Hasil $t_{hitung}$ X-Y2 .....	105
Tabel 4. 32 Korelasi X-Y .....	106
Tabel 4. 33 Hasil $t_{hitung}$ X-Y .....	108
Tabel 4. 34 Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis Penerapan .....	108
Tabel 4. 35 Rekapitulasi Hasil Analisis .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Armada <i>Commuter Line</i> .....	2
Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia tahun 2020 .....	3
Gambar 1. 3 Tampilan akun Instagram @commuterline .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	35
<b>Gambar 4. 1 Lokomotif Listrik “Bonbon”, cikal-bakal KRL .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4. 2 Struktur PT Kereta Commuter Indonesia</b>	
<b>Gambar 4. 3 Lokomotif Listrik “Bonbon”, cikal-bakal KRL .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4. 4 Struktur PT Kereta Commuter Indonesia .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 5 Logo PT Kereta Commuter Indonesia</b>	
<b>Gambar 4. 6 Struktur PT Kereta Commuter Indonesia .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 7 Logo PT Kereta Commuter Indonesia .....</b>	<b>61</b>
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Indikator Isi Pesan .....	78
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Indikator Ketepatan Waktu .....	84
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Indikator Kebutuhan Kognitif .....	88
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Indikator Kebutuhan Afektif .....	92



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian.....	115
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian .....	116
Lampiran 3 Surat Rekomendasi Pembimbing .....	117
Lampiran 4 Surat Pengajuan Sidang .....	118
Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan .....	119
Lampiran 6 Surat Persetujuan Publikasi .....	120
Lampiran 7 Angket .....	121
Lampiran 8 <i>Coding Book</i> .....	123
Lampiran 9 <i>Coding Sheet</i> .....	125
Lampiran 10 Rekapitulasi Hasil Analisis.....	128
Lampiran 11 Dokumentasi.....	129