

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Keaslian Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Media Sosial	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Digital Natives	15
2.2.2 Information Sharing	20
2.2.3 Motivasi	25
2.2.3.1 Motivasi Intrinsik	26
2.2.3.2 Motivasi Ekstrinsik	28
2.2.4 Pesepsi	29
2.3 Kerangka Berpikir	32

2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
-------------------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	34
----------------------------	----

3.2 Variabel Penelitian	34
-------------------------------	----

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
---	----

3.3.1 Digital Natives	35
-----------------------------	----

3.3.2 Information Sharing	36
---------------------------------	----

3.3.3 Motivasi	36
----------------------	----

3.3.4 Persepsi	37
----------------------	----

3.4 Lokasi Penelitian.....	38
----------------------------	----

3.5 Populasi.....	38
-------------------	----

3.6 Teknik Pengambilan Sampel	38
-------------------------------------	----

3.6.1 Sampel mahasiswa aarjana.....	39
-------------------------------------	----

3.6.2 Sampel mahasiswa pascasarjana.....	39
--	----

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
----------------------------------	----

3.8 Metode Pengukuran Variabel.....	40
-------------------------------------	----

3.9 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	42
---	----

3.9.1 Uji Validitas	43
---------------------------	----

3.9.2 Uji Reliabilitas	43
------------------------------	----

3.9.3 Uji Path Analysis (Analisis Jalur).....	44
---	----

BAB IV. HASIL UJI STATISTIK

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
---	----

4.2 Hasil Uji Path Analysis (Analisis Jalur).....	46
---	----

4.2.1 Pengaruh Langsung.....	46
------------------------------	----

4.2.1.1 Perhitungan Pengaruh Langsung	47
---	----

4.2.2 Pengaruh Tidak Langsung.....	49
------------------------------------	----

4.2.2.1 Pengaruh Variabel Persepsi dengan Variabel Information Sharing melalui Variabel Motivasi	49
4.2.2.2 Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung	51

BAB V. DIGITAL NATIVES DAN AKTIFITAS BERBAGI INFORMASI DI MEDIA SOSIAL

5.1 Karakteristik Responden Mahasiswa Pascasarjana & Sarjana.....	53
5.1.1 Jenis Kelamin Responden	54
5.1.2 Tahun Kelahiran Responden	54
5.1.3 Jenjang Pendidikan Responden.....	56
5.1.4 Jumlah Smartphone yang dimiliki	57
5.1.5 Durasi/Waktu kepemilikan Smartphone	59
5.1.6 Jumlah Nomor Handphone/Seluler yang digunakan.....	60
5.1.7 Penggunaan Smartphone dalam satu hari	63
5.1.8 Mencoba Hal-Hal Baru di dalam Teknologi Terkini	65
5.1.9 Melakukan Multitasking	67
5.1.10 Media Sosial yang Sering Digunakan	70
5.1.11 Media Sosial yang Sering Digunakan untuk Berbagi Informasi.....	76
5.2 Aktifitas Berbagi Informasi Digital Natives di Media Sosial	81
5.2.1 Perbandingan dan analisis berbagi informasi atas dasar kebutuhan informasi oleh mahasiswa pascasarjana & sarjana.....	84
5.2.1.1 Berbagi informasi untuk kepentingan tugas/pekerjaan	85
5.2.1.2 Berbagi informasi untuk kepentingan bersosialisasi.....	87
5.2.1.3 Berbagi informasi untuk kepentingan hiburan	89
5.2.1.4 Berbagi informasi untuk kepentingan menambah wawasan umum.....	90
5.2.1.5 Berbagi informasi untuk dibagikan kembali	92
5.2.2 Frekuensi berbagi informasi digital natives di media sosial antara mahasiswa pascasarjana & sarjana	93
5.2.3 Subjek tujuan dalam berbagi informasi di media sosial.....	96

5.2.4	Perbandingan dan analisis jenis informasi yang dibagikan di media sosial antara mahasiswa pascasarjana & sarjana.....	100
5.2.4.1	Mencari tahu informasi yang trending di media sosial	104
5.2.5	Perbandingan dan analisis kualitas informasi dalam berbagi informasi di media sosial antara mahasiswa pascasarjana & sarjana.....	105
5.2.5.1	Membagikan informasi atas dasar relevansi/kecocokan	106
5.2.5.2	Membagikan informasi atas dasar kredibilitas/kepercayaan dari mana sumber informasi terkait.....	108
5.2.5.3	Membagikan informasi hanya atas dasar suka terhadap informasi terkait.....	112
5.2.5.4	Membagikan informasi melalui proses pertimbangan atau spontan..	113
 BAB VI. PERSEPSI DIGITAL NATIVES DALAM BERBAGI INFORMASI DI MEDIA SOSIAL		
6.1	Perbandingan dan analisis interpretasi pra syarat berbagi informasi di media sosial antara mahasiswa pascasarjana & sarjana.....	126
6.1.1	Persepsi bahwa sebelum berbagi perlu memahami isi informasi.....	126
6.1.2	Persepsi bahwa sebelum berbagi perlu diketahui sumber informasinya..	127
6.1.3	Persepsi bahwa sebelum berbagi perlu menilai kelayakan informasi	129
6.1.4	Persepsi bahwa perlu memilih subjek individu/kelompok sebelum berbagi informasi.....	131
6.1.5	Persepsi bahwa berbagi informasi itu menyenangkan	134
6.2	Perbandingan dan analisis interpretasi dampak berbagi informasi di media sosial antara mahasiswa pascasarjana & sarjana.....	137
6.2.1	Persepsi bahwa berbagi informasi berguna mengembangkan wawasan..	137
6.2.2	Persepsi bahwa berbagi informasi berguna memberitahu informasi terkini kepada individu/kelompok di lingkungan media sosial	139
6.2.3	Persepsi bahwa berbagi informasi di media sosial itu mengganggu aktifitas	142
6.2.4	Persepsi bahwa berbagi informasi di media sosial itu menghabiskan waktu	143

BAB VII. MOTIVASI DIGITAL NATIVES DALAM BERBAGI INFORMASI DI MEDIA SOSIAL

7.1 Perbandingan dan analisis motivasi intrinsik mahasiswa pascasarjana & sarjana dalam berbagi informasi di media sosial	150
7.1.1 Motivasi intrinsik berbagi informasi karena percaya terhadap individu/kelompok yang ingin dituju	150
7.1.2 Motivasi intrinsik berbagi informasi karena ingin mengekspresikan diri di media sosial	152
7.1.3 Motivasi intrinsik berbagi informasi karena ingin meningkatkan reputasi pribadi.....	155
7.1.4 Motivasi intrinsik berbagi informasi karena ingin memenuhi kesenangan pribadi.....	158
7.2 Perbandingan dan analisis motivasi ekstrinsik mahasiswa pascasarjana & sarjana dalam berbagi informasi di media sosial	161
7.2.1 Motivasi ekstrinsik berbagi informasi karena ingin memenuhi tujuan hidup guna bermanfaat bagi individu/kelompok lain.....	162
7.2.2 Motivasi ekstrinsik berbagi informasi karena peduli terhadap lingkungan (individu/kelompok).....	162
7.2.3 Motivasi ekstrinsik berbagi informasi karena adanya tuntutan dari pihak lain (individu/kelompok).....	163
7.2.4 Motivasi ekstrinsik berbagi informasi karena mengejar hadiah yang ditawarkan penyedia informasi (give away, lomba, dsb).....	166
7.2.5 Motivasi ekstrinsik berbagi informasi karena ingin menambah jejaring pertemanan di media sosial	168

BAB VIII. KESIMPULAN DAN SARAN

8.1 Kesimpulan	172
8.2 Saran.....	177

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN