

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Keaslian Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.2 Komunikasi Ilmiah.....	18
2.2.1 Komunikasi Ilmiah Informal	20
2.2.2 Model Komunikasi Ilmiah.....	22
2.3 Perkembangan Media Baru	24
2.4 Media Sosial.....	25
2.4.1 Karakteristik Media Sosial	26
2.4.2 Jenis Media Sosial	28
2.4.3 Facebook.....	30
2.4.4 WhatsApp	32
2.5 Penggunaan Media Sosial oleh Akademisi	33
2.6 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	36
2.7 Prilaku Informasi.....	39
2.8 Motif Penggunaan Media Sosial	43
2.9 Komponen Motif Pengguna	45
2.10 Tingkat Penggunaan Media Sosial.....	50
2.11 Hubungan Motif Pengguna dengan Tingkat Penggunaan.....	51
2.12 Kerangka Konseptual	52
2.13 Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	54
3.2 Lokasi Penelitian.....	54
3.3 Variabel Penelitian	55
3.3.1 Definisi Konseptual	55
3.3.2 Operasional Konsep.....	56
3.4 Populasi dan Sampel	60
3.4.1 Populasi	60
3.4.2 Sampel	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5.1 Sumber Data	62
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	62

3.6	Metode Pengukuran Variabel.....	63
3.7	Teknik Pengolahan Data	64
3.8	Pengujian Instrumen.....	65
3.8.1	Uji Validitas.....	65
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.9	Teknik Analisis Data.....	67
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	67
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	68
3.9.3	Analisis Linier Berganda	69
3.9.4	Pengujian Hipotesis	69
3.9.5	Uji Koefisien Korelasi	71
3.9.6	Uji Koefisien Determinasi	72
BAB IV PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Responden	73
4.1.1	Jenis Kelamin	73
4.1.2	Usia.....	74
4.1.3	Disiplin Ilmu.....	75
4.1.4	Angkatan.....	76
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	76
4.2.1	Uji Validitas.....	76
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	78
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	79
4.3.1	Distribusi Frekuensi Motif Informasi (X_1).....	79
4.3.2	Distribusi Frekuensi Motif Interaksi Sosial (X_2).....	83
4.3.3	Distribusi Frekuensi Motif Identitas Pribadi (X_3)	85
4.3.4	Distribusi Frekuensi Tingkat Penggunaan (Y)	86
4.4	Uji Asumsi klasik.....	87
4.4.1	Uji Normalitas	88
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	89
4.4.3	Heteroskedastisitas	91
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	93
4.6	Pengujian Hipotesis.....	101
4.6.1	Uji t (Secara Parsial).....	101
4.6.2	Uji F (Secara Simultan)	108
4.7	Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	111
4.8	Sumbangan Prediktor	114
4.9	Pembahasan Penelitian.....	117
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	132
5.2	Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA		137
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hlm.
1.	Penelitian Terdahulu.....	11
2.	Operasional Konsep Motif Penggunaan Media Sosial.....	57
3.	Operasional Konsep Tingkat Penggunaan Media Sosial.....	60
4.	Skor dan Nilai Skala <i>Likert</i>	64
5.	Pedoman untuk Memberikan Intrepretasi Kategori.....	64
6.	Hasil Uji Validitas.....	77
7.	Hasil Uji Reliabilitas.....	78
8.	Distribusi Frekuensi Motif Informasi (X_1).....	79
9.	Distribusi Frekuensi Motif Interaksi Sosial (X_2).....	83
10.	Distribusi Frekuensi Motif Identitas Pribadi (X_3).....	85
11.	Distribusi Frekuensi Tingkat Penggunaan Media Sosial (Y).....	87
12.	Hasil Uji Normalitas Pengguna Facebook.....	88
13.	Hasil Uji Normalitas Pengguna WhatsApp.....	89
14.	Hasil Uji Normalitas Pengguna Facebook dan WhatsApp.....	89
15.	Hasil Uji Multikolinearitas Pengguna Facebook.....	90
16.	Hasil Uji Multikolinearitas Pengguna WhatsApp.....	90
17.	Hasil Uji Multikolinearitas Pengguna Facebook dan WhatsApp.....	91
18.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengguna Facebook.....	94
19.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengguna WhatsApp.....	96
20.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengguna Facebook dan WhatsApp.....	98
21.	Hasil Uji t Penggunaan Facebook.....	102
22.	Hasil Uji t Penggunaan WhatsApp.....	104
23.	Hasil Uji t Penggunaan Facebook dan WhatsApp.....	106
24.	Hasil Uji F Pengguna Facebook.....	109
25.	Hasil Uji F Pengguna WhatsApp.....	110
26.	Hasil Uji F Pengguna Facebook dan WhatsApp.....	111
27.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengguna Facebook.....	112
28.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengguna WhatsApp.....	112
29.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengguna Facebook dan WhatsApp ..	112
30.	Interperetasi Koefisien Korelasi.....	113
31.	Ringkasan Tabel Perhitungan SE dan SR.....	114

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hlm.
1.	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019	5
2.	<i>Modern Invisible College</i>	23
3.	Kerangka Kerja Konseptual Penggunaan Media Sosial oleh Cendekiawan	35
4.	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	38
5.	Kerangka Konseptual.....	52
6.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
7.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	74
8.	Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	75
9.	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	76
10.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengguna Facebook.....	92
11.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengguna WhatsApp.....	92
12.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengguna Facebook dan WhatsApp.....	93