

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	4
1.3 OBYEK PENELITIAN.....	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN .....	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.5.1 Manfaat Akademis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
1.6 TINJAUAN PUSTAKA .....	6
1.7 KERANGKA TEORI.....	8
1.7.1 Teori Uses and Gratification (U&G) pada media baru.....	8
1.7.2 Teori Sosial-Kognitif (SCT) pada Penggunaan Internet .....	11
1.7.3 Media Sosial dan Konsumsi Informasi .....	14
1.8 KERANGKA KONSEP.....	18
1.9 MODEL PENELITIAN .....	25
1.10 HIPOTESIS.....	26
1.11 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	27
1.11.1 Variabel Independen (X) .....	27
1.11.2 Variabel Dependen (Y) .....	29
1.11.3 Variabel Mediator (M1) .....	29
1.11.4 Variabel Moderator (M2) .....	30
1.12 METODOLOGI PENELITIAN.....	33
1.12.1 Metode Penelitian .....	33
1.12.2 Populasi dan Sampel .....	33
1.12.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
1.12.4 Teknik Pengolahan, Penyajian dan Analisis Data.....	37
1.13 LIMITASI PENELITIAN .....	42
BAB II KONSUMSI INFORMASI MELALUI MEDIA BARU .....	43
2.1 KONSUMSI INFORMASI.....	43
2.2 KONSUMSI INFORMASI MELALUI MEDIA <i>ONLINE</i> .....	46
2.3 KONSUMSI INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL.....	49
BAB III PROFIL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UGM.....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	63
4.1    PENYAJIAN DATA.....	63
4.1.1    Karakteristik Responden Penelitian .....	65
4.1.2    Deskripsi Tanggapan Responden Setiap Variabel .....	72
4.1.3    Tren Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Jumlah Pengguna	87
4.1.4    Tren Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Frekuensi	
Penggunaan.....	91
4.2    UJI INSTRUMEN .....	97
4.2.1    Uji Validitas.....	97
4.2.2    Uji Reliabilitas .....	100
4.3    UJI HIPOTESIS .....	102
4.3.1    Uji Hipotesis 1 (H1).....	102
4.3.2    Uji Hipotesis 2 (H2).....	108
4.3.3    Uji Hipotesis 3 (H3).....	110
4.3.4    Uji Hipotesis 4 (H4).....	126
4.4    PEMBAHASAN .....	149
4.4.1    Karakteristik Responden.....	149
4.4.2    Faktor Gratifikasi.....	153
4.4.3    Pengalaman Media Sosial Sebelumnya .....	156
4.4.4    Mediasi Pengalaman Media Sosial Sebelumnya .....	158
4.4.5    Peran Pengalaman Media Sosial Sebelumnya .....	162
4.4.6 <i>Expected Outcomes</i> .....	168
4.4.7    Mediasi dan Moderasi .....	173
BAB V PENUTUP.....	177
5.1    KESIMPULAN.....	177
5.2    SARAN .....	180
DAFTAR PUSTAKA .....	181