

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Teoritis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Media Sosial: Platform Interaktif Komunikasi Digital	14
2.2 Digital <i>Stakeholder Management</i> : Pendekatan Baru Dalam Konteks Platform Komunikasi Digital	17
2.3 Informasi : Mengklasifikasikan Informasi Dalam Aktivitas <i>Digital Public Relations</i>	18
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Pemikiran.....	33
2.6 Hipotesis Penelitian.....	35
2.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
	viii

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasionalisa Variabel dan Skala Pengukuran	38
3.2.1 Operasional Variabel.....	38
3.2.2 Skala Pengukuran.....	42
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.5.1 Uji Validitas	45
3.5.2 Uji Reliabilitas	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Deskriptif	49
3.6.2 <i>Method Of Successive Interval</i> (MSI)	51
3.6.3 Uji Normalitas.....	52
3.6.4 Regresi Linear sederhana	52
3.6.5 Uji Korelasi	53
3.6.6 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Pengumpulan Data	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.3 Hasil Penelitian	59
4.3.1 Penggunaan Media Sosial Perguruan Tinggi	59
4.3.1.1 Tanggapan responden mengenai penggunaan media sosial Perguruan Tinggi	59
4.3.1.2 Tanggapan responden mengenai kebutuhan informasi <i>stakeholder</i>	68
4.3.3 Uji Normalitas.....	68
4.3.4 Uji Regresi Linear Sederhana	77

4.3.5 Uji Korelasi	78
3.3.6 Uji Hipotesis Uji T	79
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.5.1 Analisis Mahasiswa Perempuan Dalam Mencari Informasi di Media sosial. 81	
4.5.2 Analisa Mahasiswa Angkatan Baru Dalam Mencari Informasi di Media Sosial.....	81
4.5.3 Analisis Deskriptif Perbandingan dan Persamaan Universitas Indonesia dan Universitas Telkom	82
4.5.3.1 Gambaran Penggunaan Media Sosial Perguruan Tinggi	82
4.5.3.2 Gambaran Kebutuhan Serta Ketercukupan Informasi Mahasiswa	86
4.5.4 Pengaruh Penggunaan Media sosial Perguruan Tinggi Terhadap Ketercukupan Informasi Bagi <i>Stakeholder</i>	90
4.5.5 Pengaruh Sub-Variabel Penggunaan Media sosial Perguruan Tinggi Terhadap Ketercukupan Informasi Bagi <i>Stakeholder</i>	91
4.5.5.1 Keterkaitan Isi Media Sosial dengan kebutuhan yang ringkas dan lengkap	91
4.5.5.2 Keterkaitan Komunikasi Media Sosial Perguruan Tinggi Terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa yang Mendalam.....	93
4.5.5.3 Keterkaitan Komunikasi Media Sosial Berkelanjutan dengan Kebutuhan Informasi Terbaru.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	106