

## DAFTAR ISI

<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Identifikasi Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah .....	11
1.6.1 Ruang Lingkup.....	11
1.6.2 Pengertian Istilah.....	12
1.7 Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	13
1.7.1 Kerangka Teoritis.....	13
1.7.2 Kerangka Pemikiran.....	21
1.7.3 Hipotesis .....	22
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	24
2.1.1 Studi Penelitian Terdahulu .....	24
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa .....	28
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	28
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	29
2.2.3 Proses Komunikasi Massa .....	29
2.2.4 Bentuk-bentuk Media Massa .....	31
2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	31
2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	31
2.3.2 Proses Komunikasi Pemasaran .....	32
2.4 Tinjauan Tentang Internet .....	34
2.4.1 Sejarah Internet dan Perkembangan Internet .....	34
2.4.2 Pengertian Internet .....	36
2.4.3 Manfaat Internet .....	38
2.5 Tinjauan Tetang Media Sosial .....	39
2.5.1 Pengertian Media Sosial .....	39

<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
2.5.2 Instagram .....	40
2.5.2.1 Fitur-fitur Instagram .....	42
2.6 Tinjauan <i>Uses and Gratifications</i> .....	43
2.7 Tinjauan Tentang Kepuasan Informasi .....	47
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	49
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	50
3.1.2.1 Visi Perusahaan .....	50
3.1.2.2 Misi Perusahaan .....	50
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	51
3.1.4 Deskripsi Pekerjaan.....	51
3.1.5 Logo Perusahaan .....	54
3.2 Metode Penelitian .....	54
3.2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	54
3.2.2 Populasi dan Sampel .....	55
3.2.2.1 Populasi.....	55
3.2.2.2 Sampel .....	56
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.2.4 Operasional Variabel .....	58
3.2.4.1 Variabel Bebas / Independen (Variabel X) .....	58
3.2.4.2 Variabel Tergantung / Dependen (Variabel Y) .....	59
3.2.4.3 Operasional Variabel .....	59
3.2.4.4 Skala Likert .....	63
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.2.6.1 Uji Validitas.....	66
3.2.6.2 Uji Reliabilitas .....	69
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Deskriptif Data Responden .....	73
4.1.1 Jenis Kelamin.....	74
4.1.2 Usia Responden .....	75
4.1.3 Pekerjaan Responden .....	76
4.1.4 Asal Mengetahui <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” .....	77
4.1.5 Jumlah Penggunaan Media Sosial Instagram .....	78
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	80
4.2.1 Penggunaan Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (Variabel X).....	80
4.2.1.1 Intensitas Penggunaan Media (X1) .....	81
4.2.1.2 Isi Pesan/Materi Media (X2).....	89

<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
4.2.1.3 Keterkaitan <i>Followers</i> dengan Isi Media (X3).....	98
4.2.2 Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	108
4.3 Analisis Inferensial dan Penelitian .....	122
4.3.1 Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X) Dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	123
4.3.2 Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X1) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	125
4.3.3 Hubungan Antara Isi Pesan/Materi Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X2) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	126
4.3.4 Hubungan antara Keterkaitan <i>Followers</i> dengan Isi Media pada Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X3) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	128
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian .....	130
4.4.1 Pembahasan Hubungan antara Penggunaan Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y) .....	132
4.4.2 Pembahasan Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X1) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	135
4.4.3 Pembahasan Hubungan antara Isi Pesan/Materi Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X1) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	137
4.4.4 Pembahasan Hubungan antara Keterkaitan <i>Followers</i> dengan Isi Media pada Media Sosial Instagram <i>Concept Store</i> “Happy Go Lucky” (X3) dengan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (Y).....	139
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	142
5.2 Saran .....	143
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>148</b>