

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSEUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
DAFTAR RIWAYAR HIDUP.....	iv
ABSTRAK.....	v
PEMBAHASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Masalah.....	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Akademis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Definisi Media Baru(New Media).....	9
2.1.2 Definisi Media Sosial dan Instagram.....	11
2.1.3 Definisi Online Engagement	15
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hipotesis	23
2.4 Kerangka Konsep	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Pendekatan Penelitian.....	26
3.3. Metode Penelitian.....	26
3.4. Variable dan Operasional Variable	26

3.5. Populasi dan Sample	32
3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variable Penelitian	33
3.7. Teknik Pengumpulan Data	34
3.8. Teknik Analisis Data	35
3.9. Uji Validitas dan Realibitas	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	41
4.1.2 Pimpinan MPR RI.....	42
4.1.3 Akun Instagram Sebagai Media Informasi	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Identitas Responden	46
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X.....	50
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y	64
4.2.4 Rekapulasi Hasil	74
4.2.5 Uji Normalitas	75
4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana.....	76
4.2.7 Uji Hipotesis	79
4.3. Hasil Pembahasan Penelitian	80
BAB 5 PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88