

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori.....	13
2.1.1 <i>Uses and Gratification</i>	13
2.1.2 Media Sosial.....	13
2.1.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	15
2.1.4 <i>Fashion</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Jurnal Nasional Terdahulu.....	17
2.2.2 Jurnal Internasional Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka penelitian	27
2.4 Hipotesis penelitian.....	27
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Oprasional Variavel dan Skala Pengukuran	29

3.2.1	Oprasional Variabel	29
3.2.2	Skala Pengukuran.....	34
3.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1	Data Primer	37
3.4.2	Data Sekunder.....	37
3.5	Uji validitas dan reabilitas	37
3.5.1	Uji Validitas	38
3.5.2	Uji Reabilitas	40
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Deskriptif	42
3.6.2	Uji Methode Succesive Interval (MSI).....	43
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	44
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.6.4	Analisis Koefisien Korelasi	45
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi	46
3.6.6	Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.6.7	Uji Hipotesis (Uji T)	47
BAB IV		48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Pengumpulan data.....	48
4.2	Karakteristik Responden.....	48
4.2.1	karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	48
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan domisil.....	51
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.6	Karakteristik Rsponden Berdasarkan Pengeluaran.....	52
4.3	Hasil Penelitian	53
4.3.1	Hasil Analisis Menggunakan Media Sosial Lemon8 (X).....	53
4.3.2	Hasil Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	61

4.3.3 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	71
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4.1 Uji Normalitas.....	71
Gambar 4.20 Hasil Uji Normalitas P-P plot	72
4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.3.5 Analisis Korelasi.....	73
4.3.6 Koefisien Determinasi	73
4.3.7 Analisis Regresi Linear Sederhana	74
4.3.8 Uji Hipotesis (Uji t)	75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.4.1 Pengaruh Media Sosial	76
4.4.1.1 <i>Context</i>	76
4.4.1.2 <i>Communication</i>	76
4.4.1.3 <i>Collaboration</i>	76
4.4.1.4 <i>Connection</i>	77
4.4.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	77
4.4.2.1 <i>Current Need Approach</i>	77
4.4.2.3 <i>Exhaustive Need Approach</i>	78
4.4.2.4 <i>Catching-Up Need Approach</i>	78
4.2.3 Pengaruh Media Sosial Lemon8 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai <i>Korean Fashion Style</i>	79
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Teoritis	81
5.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86