

DAFTAR ISI

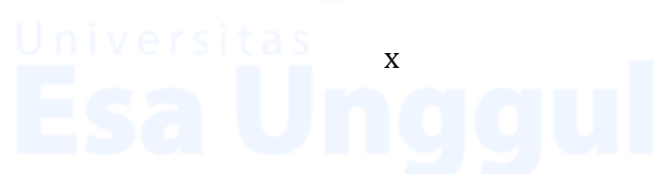
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
SURAT PERNYATAN	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory</i>	6
2.3 Definisi Konseptual	8
2.3.1 Komunikasi	8
2.3.2 Komunikasi Kelompok	9
2.3.2.1 Fungsi Komunikasi Kelompok	10
2.3.3 <i>Public Relation</i>	11
2.3.3.1 Fungsi dan Peran <i>Public Relation</i>	12
2.3.4 Sosialisasi	13
2.3.4.1 Jenis-jenis Sosialisasi	14
2.3.4.2 Pola Sosialisasi	14
2.3.4.3 Syarat Terjadinya Sosialisasi	14
2.3.4.4 Kualitas Sosialisasi	15
2.3.5 Minat	20
2.3.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	22
2.3.6 Model AIDDA	22
2.4 Kerangka Pemikiran	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Obyek Penelitian	26
3.3 Rencana Penelitian	26
3.3.1 Tempat Penelitian	26
3.3.2 Waktu Penelitian	26
3.4 Sumber Data	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	29

3.5.1 Kategorisasi Data.....	31
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	33
3.6.1 Validitas	33
3.6.2 Reliabilitas	38
3.7 Bahan dan Unit Analisis.....	40
3.8 Teknik Pengumpulan Data	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	45
4.1.1 Data Responden.....	45
4.2 Analisis Data Statistik	46
4.2.1 Analisis Variabel X	46
4.2.2 Analisis Variabel Y	51
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	54
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pembahasan Aplikasi JAKI	55
5.2 Pembahasan Penelitian	56
5.3 Penelitian Terdahulu	57
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran.....	59
DAFTAR REFERENSI	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Kuesioner	
Lampiran 2. Absensi Bimbingan	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	5
3.1 Waktu Penelitian.....	26
3.2 Data Pengunjung Jakarta Smart City Lounge tahun 2019	27
3.3 Operasional Variabel (X) Kualitas Sosialisasi	30
3.4 Operasional Variabel (Y) Minat Pengunduhan	31
3.5 Rumus Penentuan Kategorisasi Data	32
3.5a Kategorisasi Data Kualias Sosialisasi	32
3.5b Kategorisasi Data Minat Mengunduh	33
3.6a Hasil Test Kualitas Sosialisasi	35
3.6b Hasil Re-Test Kualitas Sosialisasi	35
3.7 Hasil Test dan Retest Uji Validitas Kualitas Sosialisasi	36
3.8a Hasil Test Minat Mengunduh	37
3.8b Hasil Re-Test Minat Mengunduh.....	37
3.9 Hasil Test dan Re-Test Uji Validitas Minat Mengunduh.....	38
3.10 Hasil Test dan Re-Test Uji Reliabilitas Kualitas Sosialisasi	39
3.11 Hasil Test dan Re-Test Uji Reliabilitas Minat Mengunduh	39
4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	44
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.4 Respon Responden pada Pernyataan No.1	45
4.5 Respon Responden pada Pernyataan No.2	45
4.6 Respon Responden pada Pernyataan No.3	45
4.7 Respon Responden pada Pernyataan No.4	46
4.8 Respon Responden pada Pernyataan No.5	46
4.9 Respon Responden pada Pernyataan No.6	47
4.10 Respon Responden pada Pernyataan No.7	47
4.11 Respon Responden pada Pernyataan No.8	47
4.12 Respon Responden pada Pernyataan No.9	48
4.13 Respon Responden pada Pernyataan No.10	48
4.14 Respon Responden pada Pernyataan No.11	49
4.15 Respon Responden pada Pernyataan No.12	49
4.16 Kategorisasi Data Responden Variabel X	49
4.17 Respon Responden pada Pernyataan No.13	50
4.18 Respon Responden pada Pernyataan No.14	50
4.19 Respon Responden pada Pernyataan No. 15	51
4.20 Respon Responden pada Pernyataan No.16	51
4.21 Respon Responden pada Pernyataan No.17	51
4.22 Respon Responden pada Pernyataan No.18	52
4.23 Kategorisasi Data Responden Variabel Y	52
4.24 Persamaan Regresi Linear Sederhana	53

4.25 Uji Hipotesis Membandingkan Nilai Sig Dengan 0,05..... 53
4.26 Melihat Besar Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y 54



DAFTAR BAGAN

2.1 Model Teori S-O-R	7
2.2 Model Komunikasi Lasswell	8
2.3 Model Teori AIDDA	23
2.4 Kerangka Pemikiran	24

DAFTAR RUMUS

3.1 Taro Yamane	28
3.2 <i>Pearson Product Moment</i>	32
3.3 Alpha Cronbach.....	34
3.4 Analisis Deskriptif	36
3.5 Regresi Linear Sederhana.....	37