

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP 8	
A. Tinjauan Pustaka	8
1. <i>Public Relations</i>	8
2. <i>Cyber Public Relations</i>	12
3. Citra.....	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hipotesis	25
D. Kerangka Konsep	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Tempat dan Waktu Penelitian	27
B. Pendekatan Penelitian	27
C. Metode Penelitian	27
D. Variabel dan Devinisi Operasional Variabel	28
E. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	29
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Analisis Data	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	34
3. Regresi Linier Sederhana	36
4. Uji Hipotesis (Uji t)	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Hasil Penelitian	39
1. Identitas Responden	39
2. Pernyataan Variabel X (<i>Cyber Public Relations</i>)	40
3. Pernyataan Variabel Y (Citra)	48
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y	54
5. Uji Regresi Linier Sederhana	56
6. Uji Hipotesis	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	