

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.	i
LEMBAR PENGESAHAN.	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.	iii
ABSTRAK.	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.	vi
MOTTO.	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.	Viii
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIA KASIH.	x
DAFTAR ISI.	xii
DAFTAR GAMBAR.	xiv
DAFTAR TABEL.	xv
BAB I PENDAHULUAN.	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.	9
C. Pembatasan Masalah.	10
D. Rumusan Masalah.	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, KERANGKA KONSEP.	12
A. Tinjauan Pustaka.	12
1. <i>Public Relations.</i>	12
2. Kampanye <i>Public Relation.</i>	16
3. Sikap.....	23
4. Sikap Ramah Lingkungan.....	27
5. New Media.....	28
6. Sosial Media.....	29
7. Aplikasi Tik Tok.	31
B. Penelitian Terdahulu.....	32

C. Hipotesis	36
D. Kerangka Teori.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.	39
A.Tempat Dan Waktu Penelitian	39
B. Pendekatan Penelitian.....	39
C. Metode Penelitian.....	40
D. Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	41
1. Variabel.....	41
2. Definisi Operasional Konsep.	42
E. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
F. Pengukuran Dan Pengamatan Variabel Penelitian.	46
G. Teknik Pengumpulan Data.....	47
H. Teknik Analisis Data.....	48
I. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
J. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.	56
A.Gambaran Umum Objek Penelitian.	56
1. Sejarah PT. L'Oreal Indonesia.....	56
2. Visi dan Misi.....	57
3. Struktur Organisasi.....	58
B. Deskripsi Hasil Penelitian.	59
C. Uji Determinasi.	93
D. Uji Regresi Linier Sederhana.....	94
E. Uji Hipotesis.....	96
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
BAB V PENUTUP.....	100
A.Kesimpulan.....	101
B. Saran	102
Daftar Pustaka.....	104
Lampiran.	106