

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KAJIAN TEORI	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 <i>Public Relations</i>	9
2.1.2 Peran <i>Public Relations</i>	10
2.1.3 Tinjauan dan Fungsi PR	11
2.1.4 Ruang Lingkup PR	13
2.1.5 <i>Cyber PR</i>	13
2.1.6 Manfaat <i>Cyber PR</i>	15
2.1.7 Konsep <i>Cyber PR</i>	16

2.1.8 Social Media Salah Satu <i>Cyber Public Relations</i>	19
2.1.9 Pengertian Kepercayaan.....	25
2.1.10 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	26
2.1.11 Manfaat Kepercayaan	28
2.1.12 Indikator Kepercayaan	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Konsep.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	36
3.2 Pendekatan Penelitian	36
3.3 Metode Penelitian.....	36
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Uji Keabsahan Data.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Gambaran Fokus Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Hotel Savero Depok	44
4.1.2 Visi Hotel Savero Depok	45
4.1.3 Misi Hotel Savero Depok.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi Hotel Savero Depok.....	46
4.1.5 Logo dan Arti	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 <i>Cyber Public Relations</i>	48
4.2.2 Pakar Sosial Media dan Designer Grafis	56
4.2.3 Customer Hotel Savero Depok	58
4.3 Pembahasan	59

BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

