

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 <i>Public Relations</i>	9
2.1.2 Pesan <i>Public Relations Campaign</i>	11
2.1.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	14
2.1.4 Pengaruh Pesan <i>Public Relations Campaign</i> Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	16
2.1.5 Masyarakat Usia Kerja.....	18
2.1.6 <i>Followers</i>	19

2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis Penelitian.....	22
2.4 Kerangka Konsep	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Pendekatan Penelitian.....	24
3.3 Metode Penelitian.....	24
3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	25
3.4.1 Definisi Variabel.....	25
3.4.2 Operasional Variabel	26
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel	33
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	36
3.8 Teknik Analisis Data	36
3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana	36
3.8.2 Uji Korelasi Regresi.....	37
3.8.3 Uji Hipotesis (Uji t)	37
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.9.1 Uji Validitas.....	38
3.9.2 Uji Reliabilitas	39
3.10 Hasil Uji Validitas	40
3.11 Hasil Uji Reliabilitas	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Profil Otoritas Jasa Keuangan (OJK).....	44
4.1.2 Visi dan Misi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).....	45
4.1.3 Instagram Otoritas Jasa Keuangan (OJK).....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Identitas Responden.....	47
4.2.2 Pernyataan Variabel X (Pesan <i>Campaign Public Relations</i>).....	51

4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi).....	59
4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y	72
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana	74
4.2.6 Uji Hipotesis	77
4.3 Pembahasan Penelitian	78
4.3.1 Pesan <i>Public Relations Campaign</i> #AwasPinjolIlegal pada <i>Followers</i> Akun Instagram @ojkindonesia	78
4.3.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman <i>Online</i> Ilegal pada <i>Followers</i> Akun Instagram @ojkindonesia.....	80
4.3.3 Pengaruh Pesan <i>Public Relations Campaign</i> #AwasPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman <i>Online</i> Ilegal	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87