

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, HIPOTESIS DAN KERANGKAKONSEP.....	11
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1.1 Public Relations.....	11
2.1.2 Kampanye	15
2.1.3 Brand Image	20
2.1.4 Hubungan Antara Kampanye dengan <i>Brand Image</i>	22
2.1.5 Instagram.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Hipotesis Penelitian.....	25
2.4 Kerangka Konsep.....	27
BAB III	28
METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian.....	28

3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	29
3.5	Populasi dan Sampel	31
3.6	Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	33
3.7	Teknik Pengumpulan Data	34
3.8	Teknik Analisis Data.....	34
3.9	Uji Validitas	36
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2	Deskripsi Penelitian	44
BAB V		91
KESIMPULAN.....		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		94