

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Akademik.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP</b> .....	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	10
2.1.1 <i>Public Relations</i> .....	10
2.1.2 Kampanye .....	13
2.1.3 <i>Brand Awereness</i> .....	17

2.1.4 Disabilitas .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Hipotesis.....	28
2.4 Kerangka Konsep .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
3.2 Pendekatan Penelitian .....	30
2.2 Metode Penelitian.....	31
3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel .....	31
3.4.1 Definisi Variabel Penelitian.....	31
3.4.2 Operasional Variabel .....	32
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
3.5.1 Populasi .....	35
3.5.2 Sampel .....	36
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7.1 Data Primer.....	38
3.7.2 Data Sekunder .....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	39
3.8.2 Uji Hipotesis (Uji t) .....	40
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
3.9.1 Uji Validitas.....	40
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	44
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Umum .....	46
4.1.2 Logo Objek Penelitian.....	47
4.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	49

4.2.1 Pernyataan Variabel X ( <i>Kampanye Public Relations</i> ) .....	49
4.2.2 Pernyataan Variabel Y ( <i>Brand Awereness</i> ) .....	57
4.2.3 Hasil Rekapitulasi Variabel X dan Y .....	66
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	68
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	72
4.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>