

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>ii</i>
LEMBAR PERNYATAAN	<i>iii</i>
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
UCAPAN TERIMAKASIH	<i>vi</i>
ABSTRAK	<i>viii</i>
DAFTAR ISI	<i>xi</i>
DAFTAR TABEL	<i>xiii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xv</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
A. Latar Belakang	<i>1</i>
B. Identifikasi Masalah	<i>7</i>
C. Batasan Masalah	<i>7</i>
D. Rumusan Masalah	<i>7</i>
E. Tujuan Penelitian	<i>8</i>
F. Manfaat Penelitian	<i>8</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	<i>9</i>
A. Tinjauan Pustaka	<i>9</i>
1. <i>Public Relations</i>	<i>9</i>
2. <i>Cyber Public Relations</i>	<i>10</i>
3. <i>Sosial Media</i>	<i>13</i>
4. <i>Instagram</i>	<i>18</i>
5. <i>Event</i>	<i>20</i>
6. <i>Citra Merek (Brand Image)</i>	<i>21</i>
B. Penelitian Terdahulu	<i>25</i>
C. Hipotesis Penelitian	<i>27</i>
D. Kerangka Konsep	<i>27</i>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	<i>28</i>

A. Tempat dan Waktu Penelitian	28
B. Pendekatan Penelitian.....	28
C. Metode Penelitian.....	28
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	28
E. Populasi dan Sampel	30
F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	32
G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Hasil Penelitian.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73
KUESIONER PENELITIAN	73
DOKUMENTASI	81
Identitas Responden	83