

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Identifikasi Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis	8
1.5.2. Manfaat Teoritis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Komunikasi	14
2.2.1. Definisi Komunikasi	14
2.2.2. Fungsi Komunikasi.....	16
2.2.3. Tujuan Komunikasi.....	18
2.3. Pengertian Public Relations.....	19
2.2.1. Peran Public Relations	20
2.2.2. Fungsi Public Relations	22
2.4. Teknik.....	23
2.5. <i>New Media</i>	26
2.6. Sosial Media	27
2.4.1. Facebook	30
2.4.2. Instagram.....	32
2.7. Pengertian Penggunaan Media Sosial	38
2.8. Merek.....	41
2.9 Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Paradigma Penelitian	45
3.2. Metode Penelitian	47
3.3. Subjek Penelitian	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1. Data Primer	52
3.4.2. Data Sekunder	54
3.5. Teknik Analisis Data	54
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Singkat Tentang PT. Wisata Anugerah Abadi.....	59
4.1.2 Paket Perjalanan.....	60
4.1.3 Visi & Misi	61
4.1.4 Struktur Organisasi	62
4.1.5 Profil Obyek Penelitian.....	63
4.1.6 Facebook Wina Tour	64
4.1.7 Instagram Wina Tour.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Teknik Penggunaan Media Sosial Facebook dan Instagram	65
4.2.2 Peran Sosial Media Facebook dan Instagram dalam membangun Brand Awareness Perusahaan di Masyarakat Luas	78
4.2.3 Hambatan Yang di Hadapi Ketika Menggunakan Sosial Media	79
4.2.4 Pengumpulan Informasi Dari Customer Tentang Presepsi Mereka Terhadap <i>Brand</i> dan <i>Brand</i> Pesaing	80
4.3 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	87
A. Saran Praktis	87
B. Saran Akademis.....	87

DAFTAR PUSTAKA	89
Lampiran	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA