

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>COVER</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Teoritis/Akademis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis .....	12

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
2.2. Komunikasi .....	27
2.3. Public Relations.....	30
2.3.1. Fungsi Public Relations.....	33
2.3.2. Peran Public Relations .....	34
2.3.3. Strategi Public Relations.....	36
2.3.4. Media Komunikasi Public Relations.....	41
2.4. Media Baru (New Media).....	42
2.4.1. Manfaat Media Baru .....	44
2.4.2. Media Sosial (Social Media).....	44
2.4.3. Instagram.....	48
2.4.3.1. Sejarah Instagram .....	50
2.4.3.2. Fitur-fitur dalam Instagram .....	51
2.4.3.3. Instagram Dalam Berbisnis .....	54
2.4.3.4. Kelebihan & Kekurangan Instagram .....	57
2.5. Citra .....	59
2.5.1. Jenis-jenis Citra.....	61
2.5.2. Proses Pembentukan Citra.....	63
2.6. Citra Merek (Brand Image) .....	66
2.7. Asuransi .....	68
2.8. Hipotesis .....	69

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Paradigma Penelitian .....	70
3.2. Metode Penelitian .....	71
3.3. Populasi dan Sampel .....	

3.3.1. Populasi.....	72
3.3.2. Sampel.....	73
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel .....	75
3.4. Definisi Konsep dan Operationalisasi Konsep	
3.4.1. Definisi Konsep.....	76
3.4.2. Operationalisasi Konsep .....	76
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	81
3.5.1. Data Primer .....	81
3.5.2. Data Sekunder .....	82
3.6. Validitas dan Realibilitas	
3.6.1. Validitas.....	83
3.6.2. Realibilitas .....	85
3.7. Teknik Analisa Data.....	86
3.7.1. Uji Korelasi.....	88
3.7.2. Uji Regresi.....	89
3.7.3. Hipotesis Statistik.....	91
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	93
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	97
4.1.3. Filosofi Perusahaan.....	98
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	99
4.1.5. Jajaran Management Perusahaan .....	100
4.2. Hasil Penelitian.....	101
4.2.1. Karakteristik Responden .....	102

4.2.2. Variabel Media Sosial .....	104
4.2.3. Variabel Citra Merek .....	118
4.2.4. Analisa Regresi Linear Sederhana.....	128
4.3. Pembahasan .....	133

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	144
5.2. Saran .....	145
5.2.1. Saran Teoritis/Akademis .....	145
5.2.2. Saran Praktis.....	146

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xx
-----------------------------	----

## **LAMPIRAN**

