

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Secara Teoritis	4
1.4.2 Secara Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teoritis	7
2.2.1 Teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R)	7
2.3 Landasan Konseptual	8
2.3.1 Public Relations	8
2.3.2 Fungsi Public Relations	9
2.3.3 Ruang lingkup Public Relations	10
2.3.4 Komunikasi Massa	11
2.3.5 Media Baru	12
2.3.6 Jenis-Jenis Media Siber	14
2.3.7 Twitter	15
2.3.8 Pengaruh	17
2.3.9 Perilaku Komunikasi	17
2.3.10 Personal Branding	18
2.4 Kerangka Pemikiran	21
2.5 Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Obyek Penelitian	24
3.3 Rencana Penelitian	24
3.3.1 Tempat Penelitian	24
3.3.2 Waktu Penelitian	24
3.4 Sumber Data	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	26
3.5 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	27

3.6 Definisi Operasional Variabel	28
3.6.1 Variabel Bebas	28
3.6.2 Variabel Terikat	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.8 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	36
3.8.1 Validitas	36
3.8.2 Reliabilitas	37
3.9 Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Umum Rizky Firdaus Wijaksana	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Identitas Responden	46
4.3 Hasil Pengolahan Data	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Hasil Butir Pernyataan	49
4.4.1 Variabel X	49
4.4.2 Butir Pernyataan Variabel Y	56
4.5 Analisis Data Statistik	58
4.5.1 Analisis Mean	58
4.6 Hubungan Antar Variabel	59
4.6.1 Analisis Korelasi Pearson's Product Moment	59
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi	61
4.6.3 Uji Hipotesis	61
BAB V PEMBAHASAN	63
5.1 Masing-masing Variabel	63
5.2 Hubungan Penelitian Terdahulu	65
5.3 Implikasi Penelitian	67
BAB VI PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model Teori S-O-R	7
Bagan 2.2 Komponen Personal Branding	19
Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	21

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2.2 Perbedaan Media era Pertama dan Kedua	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel (X) Personal Branding Rizky Firdaus Wijaksana	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel (Y) Pengaruh Perilaku Komunikasi Mahasiswa Universitas Esa Unggul Followers Akun Twitter @UUSBIASAAJA	33
Tabel 3.3 Keterangan Hasil Reliabilitas	39
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif Presentase	40
Tabel 4.1 Identitas Responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2 Identitas Responden berdasarkan usia	46
Tabel 4.3 Identitas Responden berdasarkan jurusan	47
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X dan Y	48
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.6 Pernyataan 1 (Variabel X)	49
Tabel 4.7 Pernyataan 2 (Variabel X)	49
Tabel 4.8 Pernyataan 3 (Variabel X)	50
Tabel 4.9 Pernyataan 4 (Variabel X)	50
Tabel 4.10 Pernyataan 5 (Variabel X)	51
Tabel 4.11 Pernyataan 6 (Variabel X)	51
Tabel 4.12 Pernyataan 7 (Variabel X)	51
Tabel 4.13 Pernyataan 8 (Variabel X)	52
Tabel 4.14 Pernyataan 9 (Variabel X)	52
Tabel 4.15 Pernyataan 10 (Variabel X)	52
Tabel 4.16 Pernyataan 11 (Variabel X)	53
Tabel 4.17 Pernyataan 12 (Variabel X)	53
Tabel 4.18 Pernyataan 13 (Variabel X)	54
Tabel 4.19 Pernyataan 14 (Variabel X)	54
Tabel 4.20 Pernyataan 15 (Variabel X)	54
Tabel 4.21 Pernyataan 16 (Variabel X)	55

Tabel 4.22 Pernyataan 17 (Variabel X)	55
Tabel 4.23 Pernyataan 18 (Variabel X)	56
Tabel 4.23 Pernyataan 18 (Variabel X)	56
Tabel 4.24 Pernyataan 1 (Variabel Y)	56
Tabel 4.25 Pernyataan 2 (Variabel Y)	56
Tabel 4.26 Pernyataan 3 (Variabel Y)	57
Tabel 4.27 Pernyataan 4 (Variabel Y)	57
Tabel 4.28 Pernyataan 5 (Variabel Y)	58
Tabel 4.29 Pernyataan 6 (Variabel Y)	58
Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Statistik Nilai Mean (Variabel X)	59
Tabel 4.31 Analisis Deskriptif Nilai Mean (Variabel Y)	59
Tabel 4.32 Pedoman Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.33 Pearson's Correlation Test	60
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.35 Output Statistik	61
Tabel 5.5 Perbandingan Penelitian	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tweet Rizky Firdaus Wijaksana	3
--	---