

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii-iii
DAFTAR ISI.....	iv-vi
DAFTAR TABEL.....	vii-viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-8
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8-9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8-9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	9-10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Public Relations.....	11-12
2.2 Marketing Public Relations.....	12-16
2.3 Internet.....	16-25
2.3.1 Asal Muasal Internet.....	19-21
2.3.2 Public Relations On The Net.....	21-25
2.4 Media Sosial.....	25-26
2.5 Twitter.....	26-27

2.6 Persepsi.....	27-31
2.6.1 Definisi Persepsi.....	28
2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	28-30
2.6.3 Proses Persepsi.....	30-31
2.7 Co Branding.....	31-32
2.8 Merek.....	32-35
2.8.1 Brand Equity.....	33-35
2.9 Operasionalisasi Variabel.....	36-41
2.10 Kerangka Pemikiran.....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	42-45
3.2 Populasi dan Sampel	45-46
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Bahan Penelitian Dan Unit Analisis.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47-48
3.4.1 Kuesioner.....	47-48
3.5 Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur.....	49-56
3.5.1 Validitas.....	50-54
3.5.2 Hasil Uji Validitas.....	52-54
3.5.3 Reliabilitas.....	54-57
3.6 Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Objek Penelitian	58-68
4.1.1 Profil Perusahaan.....	58-64
4.1.2 Visi & Misi.....	65
4.1.3 Logo Perusahaan.....	65-66

4.1.4 Chitato Indomie Goreng.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Identitas Responden.....	67-68
4.2.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Data Variabel.....	68-88
4.3 Total Akumulasi Hasil Penelitian.....	88-93
4.3.1 Total Akumulasi Tabel Persepsi.....	88-91
4.3.2 Total Akumulasi Tabel Brand Equity.....	91-93
4.4 Pembahasan.....	94
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	94-96
5.1 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
SUMBER LAIN.....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	100-102
LAMPIRAN.....	102-106
Lampiran-1 : Daftar Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi 2015-2016	
Lampiran-2 : Kuesioner	
Lampiran-3 : Tabel Test Retest	
Lampiran-4 : Hasil Penelitian	