

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang Penelitian	13
1.2 Pertanyaan Penelitian	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.4.1 Aspek Teoritis	20
1.4.2 Aspek Praktis	20
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	20
1.5.1 Waktu Penelitian	20
1.5.2 Lokasi Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Media Sosial	22
2.1.2 Public Relations	24
2.1.3 Persepsi Konsumen	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.1.1 Paradigma Penelitian	40
3.1.2 Metode Penelitian	40
3.1.3 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.1.4 Unit Analisis Penelitian	42

3.1.5 Informan Penelitian	42
3.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.2.1 Data Primer	46
3.2.2. Data Sekunder	46
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	46
3.3.1 Teknik Analisis Data.....	46
3.3.2 Penjagaan Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Sikap (<i>Attitude</i>)	50
4.1.2 Pengalaman (<i>Experiences</i>).....	54
4.1.3 Ekspektasi/Harapan (<i>Expectations</i>).....	57
4.2 Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68