

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
1.6 Sistematikan Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Rangkuman Teori.....	16
2.1.1 Public Relations	16
2.1.2 Media Sosial.....	17
2.1.3 Konten Media Sosial.....	19
2.1.4 Instagram.....	20
2.1.5 Citra.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Penelitian	33
2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35

3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	35
3.2.1 Operasional Variabel.....	35
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Prime	43
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknis Analisis Data	47
3.6.1 Analisis Deskriptif	47
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	49
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi Pearson.....	50
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.7 Uji Hipotesis	51
BAB IV	52
4.1 Pengumpulan Data	52
4.2 Kriteria Responden	52
4.2.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3 Kriteria Responden Mengikuti Akun Instagram Sabda Alam	53
4.2.4 Kriteria Responden Mengikuti Akun Instagram Selain Sabda Alam	54
4.2.5 Kriteria Responden Pernah Mengunjungi Kawasan Wisata Sabda Alam.....	54
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	55
4.3.2 Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Konten Media Sosial (X).....	57
4.3.3 Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Citra Perusahaan (Y)	68
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.1 Uji Normalitas.....	74
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.4.3 Uji Multikolinearitas	75
4.4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	76

4.4.5	Uji Korelasi Pearson Product Moment	77
4.4.6	Koefisien Determinasi.....	78
4.5	Uji Hipotesis	78
4.5.1	Uji t (Parsial).....	78
4.5.2	Uji f (Simultan).....	80
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.6.1	Konten Media Sosial (X)	81
4.6.2	Citra Perusahaan (Y).....	83
4.6.3	Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sabdaalam.garut terhadap Citra Sabda Alam Garut.....	85
4.6.4	Besaran Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sabdaalam.garut terhadap Citra Sabda Alam Garut	87
BAB V		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Akademis	90
5.2.2	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		97