

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran.....	6
1.5.1 Penelitian Terdahulu	6
1.5.2 Landasan Konseptual	11
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	16
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	16
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	17
1.6.3 Metode Penelitian	18
1.7 Jenis Data dan Sumber Data	18
1.7.1 Jenis Data.....	18
1.7.2 Sumber Data.....	19

1.8	Penentuan Informan	20
1.9	Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.10	Teknik Analisis Data.....	21
1.11	Rencana Jadwal Penelitian.....	22
BAB II.....		24
TINJAUAN PUSTAKA		24
2.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	24
2.1.1	Definisi <i>Public Relations</i>	24
2.1.3	Tujuan <i>Public Relations</i>	29
2.2	Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	31
2.3	Pengertian <i>Brand Image</i> (citra merek).....	34
2.2.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	34
2.2.2	Faktor-faktor terbentuknya citra merek	35
2.3	Media Sosial.....	36
2.3.1	<i>Facebook</i>	37
2.3.2	Keunggulan dan Kekurangan <i>Facebook</i>	39
BAB III		46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
3.1	Profile dan Lokasi Penelitian	46
3.1.1	Sejarah Ringkasan Tupperware Indonesia	46
3.1.2	Lokasi Penelitian.....	47
3.1.3	Logo Perusahaan	47
3.1.4	Visi dan Misi.....	47
3.2	<i>Profile</i> Informan.....	48
3.3	Hasil Penelitian	49
3.3.1	Kekuatan Informasi yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>Facebook</i>	50
3.3.1.1	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Mendidik Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	51
3.3.1.2	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Mencerahkan Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	54

3.3.1.3	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Memberdayakan Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	58
3.3.2	Keunikan Informasi yang disampaikan Melalui <i>Live</i> di <i>Facebook</i>	64
3.3.2.1	Keunikan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Demo Cooking</i> Sebagai Upaya Pemahaman Informasi Lebih Dalam.....	67
3.3.2.2	Keunikan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Weekly Challenge</i> Sebagai Upaya Memperkuat Pemahaman <i>Audience</i> Terhadap Informasi	70
3.3.3	Cara Penyampaian Informasi Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> Di <i>Facebook</i>	72
3.3.3.1	Cara Penyampaian Informasi Melalui <i>Live Sharing</i> di <i>Facebook</i> Dengan Pemandu/ <i>Host</i> Oleh Kepala Distributor Sebagai Upaya Memberi Kepercayaan Terhadap <i>Audience</i>	76
3.3.3.2	Cara Penyampaian Informasi Melalui <i>Live Sharing</i> di <i>Facebook</i> Dengan Pengemasan Konten Yang Unik Sebagai Upaya Menarik Perhatian dan Kepercayaan <i>Audience</i>	78
3.4	Pembahasan.....	80
3.4.1	Kekuatan Informasi yang disampaikan melalui kegiatan <i>live sharing</i> di <i>facebook</i>	82
3.4.1.1	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Mendidik Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	86
3.4.1.2	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Mencerahkan Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	89
3.4.1.3	Kekuatan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> di <i>facebook</i> Berdasarkan Misi Utama Dengan Cara Memberdayakan Sebagai Upaya Pengembangan Wanita Indonesia	92
3.4.2	Keunikan Informasi yang disampaikan Melalui <i>Live</i> di <i>Facebook</i>	95
3.4.2.1	Keunikan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Demo Cooking</i> Sebagai Upaya Pemahaman Informasi Lebih Dalam.....	97
3.4.2.2	Keunikan Informasi Yang Disampaikan Melalui Kegiatan <i>Weekly Challenge</i> Sebagai Upaya Memperkuat Pemahaman <i>Audience</i> Terhadap Informasi	100
3.4.3	Cara Penyampaian Informasi Melalui Kegiatan <i>Live Sharing</i> Di <i>Facebook</i>	102

3.4.3.1 Cara Penyampaian Informasi Melalui <i>Live Sharing</i> di <i>Facebook</i> Dengan Pemandu/ <i>Host</i> Oleh Kepala Distributor Sebagai Upaya Memberi Kepercayaan Terhadap <i>Audience</i>	104
3.4.3.2 Cara Penyampaian Informasi Melalui <i>Live Sharing</i> di <i>Facebook</i> Dengan Pengemasan Konten Yang Unik Sebagai Upaya Menarik Perhatian dan Kepercayaan <i>Audience</i>	107
BAB IV	110
SIMPULAN DAN SARAN	110
4.1 SIMPULAN	110
4.2 SARAN	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 <i>Profile</i> Informan	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Tupperware	48
----------------------------------	----

