

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xvi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	6
1.5 Penelitian Terdahulu.....	7
1.6 Landasan Pemikiran .....	14
1.6.1 Landasan Teoritis .....	14

1.7 Landasan Konseptual .....	17
1.7.1 Pengelolaan .....	17
1.7.2 <i>Digital Public Relations</i> .....	17
1.7.3 Media Sosial .....	18
1.7.5 Informasi .....	19
1.8 Langkah-langkah Penelitian .....	20
1.8.1 Lokasi Penelitian .....	20
1.8.2 Paradigma .....	20
1.8.3 Pendekatan .....	21
1.8.4 Metode Penelitian .....	22
1.9 Jenis Data dan Sumber Data .....	23
1.9.1 Jenis Data .....	23
1.9.2 Sumber Data .....	23
1.10 Penentuan Informan .....	24
1.11 Teknik Pengumpulan Data .....	25
1.11.1 Wawancara Mendalam .....	25
1.11.2 Observasi Partisipasi Pasif .....	26
1.12 Teknik Analisis Data .....	27
1.13 Rencana Jadwal Penelitian .....	30
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>32</b>
2.1 The Circular Model of Some .....	32
2.1.1 <i>Share</i> .....	33
2.1.2 <i>Optimize</i> .....	35

2.1.3 <i>Manage</i> .....	36
2.1.4 <i>Engage</i> .....	38
2.2 Digital Public Relations .....	40
2.2.1 Definisi <i>Digital Public Relations</i> .....	40
2.2.2 Perkembangan Digital <i>Public Relations</i> .....	44
2.2.3 Ruang Lingkup <i>Digital Public Relations</i> .....	46
2.2.4 Manfaat Digital <i>Public Relations</i> .....	48
2.4 Media Sosial .....	51
2.4.1 Definisi Media Sosial .....	51
2.4.2 Fungsi Media Sosial bagi <i>Public Relations</i> .....	52
2.5 Media Sosial Intagram .....	54
2.6 Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Informasi Publik .....	55
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian .....	57
3.1.1 Sejarah Rumah Sakit Edelweiss Kota Bandung .....	57
3.1.2 Visi dan Misi Rumah Sakit Edelweiss Kota Bandung .....	58
3.1.3 Logo Rumah Sakit Edelweiss .....	59
3.1.4 Struktur Organisasi Rumah Sakit Edelweiss Kota Bandung .....	60
.....	61
3.1.5 Tugas dan Fungsi Rumah Sakit Edelweiss Kota Bandung .....	61
3.2 Profil Informan .....	62
3.3 Hasil Penelitian .....	63
3.3.1 Tahap Membagikan ( <i>Share</i> ) .....	64

3.3.2 Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan) .....	80
3.3.3 Tahap Mengelola ( <i>Manage</i> ).....	92
3.3.4 Tahap Melibatkan ( <i>Engage</i> ) .....	102
3.4 Pembahasan.....	110
3.4.1 Tahap Membagikan ( <i>Share</i> ) dalam Menyampaikan Pesan Kepada Publik .....	112
3.4.2 Tahap Mengoptimalkan ( <i>Optimize</i> ) dalam Mengoptimalkan Pesan yang akan disampaikan Kepada Publik .....	117
3.4.3 Tahap Mengelola ( <i>Manage</i> ) dalam Mengatur Perkembangan Akun Instagram @edelweisshospital dalam Menyampaikan Pesan.....	121
3.4.4 Tahap Melibatkan ( <i>Engage</i> ) dalam Melakukan Keterlibatan Akun Instagram @edelweisshospital dengan Audiens .....	125
<b>BAB IV .....</b>	<b>133</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN.....</b>	<b>133</b>
4.1 Kesimpulan .....	133
4.2 Saran .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>140</b>