

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
MOTO HIDUP	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.7 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.7.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.7.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
1.6 Landasan Pemikiran	17
1.6.1 Landasan Teoritis	17
1.6.2 Landasan Konseptual	19
1.7 Langkah-langkah Penelitian	23
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	23
1.7.2 Paradigma Pendekatan	23
1.7.3 Metode Penelitian.....	24
1.7.4 Jenis dan Sumber Data	25

1.7.5	Teknik Penentuan Informan	26
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data	26
1.7.7	Teknik Analisis Data	28
1.7.8	Rencana Jadwal Penelitian.....	30
BAB II	32
KAJIAN PUSTAKA	32
2.1	<i>Online Public Relations</i>	32
2.1.1	Pengertian <i>Online Public Relations</i>	32
2.1.2	Manfaat <i>Online Public Relations</i>	34
2.1.3	Ruang Lingkup <i>Online Public Relations</i>	38
2.1.4	Karakteristik <i>Online Public Relations</i>	40
2.1.5	Fungsi <i>Online Public Relations</i>	43
2.2	Media Sosial	45
2.2.1	Pengertian Media Sosial.....	45
2.2.2	Karakteristik Media Sosial.....	47
2.2.3	Jenis-jenis Media Sosial.....	49
2.2.4	Fungsi Media Sosial.....	50
2.2.5	Tujuan Media Sosial Bagi <i>Online Public Relations</i>	52
2.3	Instagram	53
2.3.1	Media Sosial Instagram.....	53
2.3.2	Fitur Instagram	55
2.4	Konsep 4C (David Armano).....	60
2.4.1	<i>Content</i> (konten).....	60
2.4.2	<i>Context</i> (konteks)	61
2.4.3	<i>Connectivity</i> (konektivitas)	62
2.4.4	<i>Continuity</i> (kontinuitas)	62
BAB III	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
3.1	Gambaran Umum UMKM Hijabgrak	64
3.1.1	Sejarah Singkat UMKM Hijabgrak.....	64
3.1.2	Visi UMKM Hijabgrak	66
3.1.3	Misi UMKM Hijabgrak	66

3.1.4	Struktur Organisasi UMKM Hijabgrak.....	66
3.2	Profil Informan	68
3.3	Profil Instagram UMKM Hijabgrak	70
3.4	Hasil Penelitian.....	75
3.4.1	Aspek <i>Content</i> (Konten) Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram UMKM Hijabgrak.....	76
3.4.2	Aspek Konteks (<i>Context</i>) Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram UMKM Hijabgrak.....	87
3.4.3	Aspek Konektivitas (<i>Connectivity</i>) Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram UMKM Hijabgrak.....	94
3.4.4	Aspek Kontinuitas (<i>Continuity</i>) Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram UMKM Hijabgrak.....	102
3.5	Hasil Pembahasan.....	108
3.5.1	Kegiatan <i>Online Public Relations</i> Dalam Aspek <i>Content</i> (Konten) Pada Pengelolaan Instagram @Hijabgrak	110
3.5.2	Kegiatan <i>Online Public Relations</i> Dalam Aspek <i>Context</i> (Konteks) Pada Pengelolaan Instagram @Hijabgrak	116
3.5.3	Kegiatan <i>Online Public Relations</i> Dalam Aspek <i>Connectivity</i> (Konektivitas) Pada Pengelolaan Instagram @Hijabgrak	123
3.5.4	Kegiatan <i>Online Public Relations</i> Dalam Aspek <i>Continuity</i> (Kontinuitas) Pada Pengelolaan Instagram @Hijabgrak	128
BAB IV	136
PENUTUP	136
4.1	Simpulan.....	136
4.2	Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	146