

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Penelitian Terdahulu	7
1.6 Landasan Teoritis	11

1.6.1 The Circular Model of Some	11
1.7 Kerangka Konseptual	15
1.7.1 <i>Digital Public Relations</i>	15
1.7.2 Media Sosial.....	16
1.7.3 Instagram.....	16
1.8 Langkah-langkah Penelitian.....	17
1.8.1 Lokasi Penelitian.....	17
1.8.2 Paradigma Penelitian.....	17
1.8.3 Pendekatan Penelitian	18
1.8.4 Metode Penelitian	18
1.8.5 Jenis dan Sumber Data.....	19
1.9 Informan Penelitian.....	20
1.10 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.11 Teknik Analisis Data.....	23
1.12 Simpulan	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	26
2.1 <i>Digital Public Relations</i>	26
2.1.1 Definisi <i>Digital Public Relations</i>	26
2.1.2 Perkembangan <i>Digital Public Relations</i>	28
2.1.3 Manfaat <i>Digital Public Relations</i>	29
2.2 Media Sosial	30
2.2.1 Definisi Media Sosial.....	30
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	31
2.2.3 Fungsi Media Sosial Bagi Public Relations.....	32

2.2 Media Sosial Instagram.....	34
2.3 Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Informasi Publik	35
2.4 Model <i>The Circular of Some for Social Communications</i>	37
2.4.1 <i>Share</i> (Membagikan).....	38
2.4.2 <i>Optimize</i> (Optimalisasi)	39
2.4.3 <i>Manage</i> (Mengelola).....	40
2.4.4 <i>Engage</i> (Melibatkan).....	41
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
3.1 Gambaran Umum Lazatto	43
3.1.1 Sejarah Lazatto.....	44
3.1.2 Visi dan Misi Lazatto	45
3.1.3 Logo Usaha Lazatto	46
3.1.4 Struktur Organisasi Lazatto.....	46
3.2 Profil Informan.....	47
3.3 Hasil Penelitian	49
3.3.1 Membagikan Pesan kepada publik.....	50
3.3.2 Mengoptimalkan Pesan Secara Strategis	62
3.3.3 Mengelola Informasi dan Komunikasi Publik	69
3.3.4 Melibatkan Publik dalam Penyampaian Informasi	74
3.4 Pembahasan	78
3.4.1 Tahap Membagikan Pesan Kepada Publik Pada Akun Instagram @Lazatto.id.....	80
3.4.2 Tahap Mengoptimalkan Pesan Secara Strategis Pada Akun Instagram @Lazatto.id.....	86

3.4.3 Tahap Mengelola Informasi dan Komunikasi Publik Pada Akun Instagram @Lazatto.id	89
3.4.4 Tahap Melibatkan Publik kedalam Penyampaian Informasi Pada Akun Instagram @Lazatto.id	94
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	100
4.1 Simpulan	100
4.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: The Circular Model of Some for Social Communications.....	37
Gambar 3.1: Logo Perusahaan Lazatto	46
Gambar 3.2: Struktur Divisi Marketing Perusahaan Lazatto.....	47
Gambar 3.3: Bentuk Konten Partisipasi Publik	55
Gambar 3.4: Contoh Penerapan menghubungkan Informasi dan Publik	58
Gambar 3.5: Contoh Membangun Kepercayaan Publik	60
Gambar 3.6: Tahap Membagikan pesan kepada publik.....	60
Gambar 3.7: Contoh Penerapan Trend pada konten instagram Lazatto	66
Gambar 3.8: Bentuk Partisipasi Aktif Lazatto dalam Percakapan Publik...	68
Gambar 3.9: Tahap Mengoptimalkan Pesan Secara Strategis.....	68
Gambar 3.10: Contoh bentuk penangan respon pada publik Lazatto	73
Gambar 3.11: Tahap Mengelola Informasi dan Publik	74
Gambar 3.12: Bentuk Konten Kerjasama dengan Pihak Eksternal.....	77
Gambar 3.13: Tahap Melibatkan Publik dalam Penyampaian Informasi....	78
Gambar 3.14: Teori Circular Model of Some for Communications pada Aktivitas Digital Public Relations akun Instagram @lazatto.id.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....	49
--	-----------



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Plagiarisme

Lampiran 2: Presentase Cek Turnitin.....

Lampiran 3: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi.....

Lampiran 4: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I.....

Lampiran 5: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II.....

Lampiran 6: Pedoman Wawancara

Lampiran 7: Dokumentasi Wawancara.....

