

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
1. Secara Akademis	8
2. Secara Praktisi	9
E. Landasan Pemikiran.....	9
1. Hasil Penelitian Terdahlu	9
2. Landasan Teori	16
3. Kerangka Konseptual	20
1. Pengelolaan	20
2. Media Sosial	20
3. Instagram	21
4. Komunikasi	22
5. Informasi	23
6. Rumah Sakit	23
F. Langkah-Langkah Penelitian	24
1. Lokasi Penelitian	24

2. Paradigma dan Pendekatan.....	24
3. Metode Penelitian.....	25
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	26
5. Teknis Pengumpulan Informan	28
6. Teknis Pengumpulan Data	28
7. Teknis Analisis Data	30
8. Teknik Penentuan Keabsahan Data	31
9. Rencana Jadwal Penelitian	34
BAB II	35
KAJIAN PUSTAKA	35
A. <i>Public Relations</i>	35
1. Definisi <i>Public Relations</i>	35
2. Tujuan <i>Public Relations</i>	36
3. Fungsi <i>Public Relations</i>	38
4. Peran <i>Public Relations</i>	39
5. <i>Public Relations</i> dan Media Sosial.....	41
B. Pengelolaan Media Sosial	42
1. Pengertian Pengelolaan	42
2. Fungsi Pengelolaan.....	43
C. Pengertian media Sosial	45
1. Manfaat Media Sosial.....	46
D. Instagram.....	46
E. Komunikasi	51
1. Definisi Komunikasi.....	51
2. Unsur-unsur Komunikasi	53
3. Tujuan Komunikasi	54
4. Komponen Komunikasi.....	54
F. Informasi	55
1. Definisi Informasi.....	55
2. Ciri-Ciri Informasi.....	57
3. Sumber-Sumber Komunikasi	57
G. <i>The Circular Model of Some for Social Communication</i>	58

1. <i>Share</i> (Membagikan).....	58
2. <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan).....	61
3. <i>Manage</i> (Mengelola)	61
4. <i>Engage</i> (Melibatkan)	63
BAB III.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Profil dan Lokasi Penelitian	64
1. Gambaran Umum Rumah Sakit Pameungpeuk.....	64
2. Logo Rumah Sakit Pameungpeuk	65
3. Visi, Misi dan Tujuan Rumah Sakit Pameungpeuk	65
4. Strategi Rumah Sakit Pameungpeuk	66
5. Moto Rumah Sakit Pameungpeuk.....	67
6. Ikrar Rumah Sakit Pameungpeuk.....	67
7. Struktur Organisasi Rumah Sakit Pameungpeuk	68
8. Profil Informan	68
B. Hasil Temuan Penelitian	70
1. Tahap <i>Share</i> (Menbagikan) Konten pada Media Sosial Instagram sebagai media Komunikasi dan Informasi.....	72
2. Tahap <i>Optimize</i> (mengotimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi	83
3. Tahap <i>Manage</i> (Mengelola) konten pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi.....	89
4. Tahap <i>Engage</i> (mengikutsertakan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi.....	99
C. Pembahasan.....	108
1. Tahap <i>share</i> (Membagikan) konten pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pameungpeuk.....	110
2. Tahap <i>Optimize</i> (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamungpeuk.....	118
3. Tahap <i>Manage</i> (mengelola) informasi pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pameungpeuk.....	124

4. Tahap Engage (Mengikutsertakan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pameungpeuk.....	130
BAB IV	142
SIMPULAN DAN SARAN	142
A. Simpulan	142
B. Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	149

