

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	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 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Kajian Penelitian yang Relevan	9
1.6 Landasan Pemikiran	16
1.6.1 Landasan Teoritis	16
1.6.2 Landasan Konseptual	22
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	26
1.7.1 Lokasi Penelitian	26
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	26
1.7.3 Metode Penelitian	28
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data	29
1.7.5 Teknik Penentuan Informan dan Informan	31
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	33
1.7.7 Teknik Analisis Data	36
1.7.8 Jadwal Penelitian.....	37

BAB II KAJIAN PUSTAKA	39
2.1 <i>Digital Public Relations</i>	39
2.1.1 Definisi <i>Digital Public Relations</i>	39
2.1.2 Karakteristik <i>Digital Public Relations</i>	44
2.1.3 Perkembangan <i>Digital Public Relations</i>	48
2.1.4 Aktivitas <i>Digital Public Relations</i>	51
2.2 Perkembangan Media Sosial	56
2.3 Pengelolaan Media Sosial	58
2.3.1 Definisi Pengelolaan	58
2.3.2 Definisi Media Sosial	59
2.3.3 Karakteristik Media Sosial	60
2.3.4 Jenis-Jenis Media Sosial	63
2.3.5 Pengelolaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi	64
2.4 Instagram	65
2.4.1 Instagram sebagai Media Sosial	65
2.4.2 Fitur dalam Instagram	67
2.4.3 Instagram sebagai Media Promosi	70
2.5 Konsep <i>The Circular Model of Some</i>	73
 BAB III HASIL PENELITIAN	
DAN PEMBAHASAN	81
3.1 Gambaran Umum	81
3.1.1 Sejarah Urang Purwakarta	81
3.1.2 Visi dan Misi Urang Purwakarta	83
3.1.3 Logo Urang Purwakarta	84
3.1.4 Pencapaian Urang Purwakarta	86
3.1.5 Profil Informan	88
3.1.6 Profik Instagram Urang Purwakarta (@urangpurwakarta.id)	91
3.2 Hasil Penelitian	93
3.2.1 Mengidentifikasi Target Audiens dan Pemilihan Media	94
3.2.2 Kategorisasi Jenis Konten dan Standarisasi Informasi	104

3.2.3	Monitoring dan Evaluasi	115
3.2.4	Membangun Percakapan dengan Publik dan Konten Kolaborasi	123
3.3	Pembahasan	131
3.3.1	Tahap <i>Share</i> dalam Membagikan Konten Informatif pada Akun Instagram @urangpurwakarta.id	131
3.3.2	Tahap <i>Optimize</i> dalam Mengoptimalkan Informasi pada Sajian Konten Informatif Instagram @urangpurwakarta.id.....	137
3.3.3	Tahap <i>Manage</i> dalam Melakukan Media Monitoring pada Akun Instagram @urangpurwakarta.id	143
3.3.4	Tahap <i>Engage</i> dalam Menjalin Keterlibatan Publik Melalui Pengelolaan Akun Instagram @urangpurwakarta.id	147
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		156
4.1	Simpulan	156
4.2	Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA		160
LAMPIRAN.....		170