

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
RIWAYAT HIDUP	xix
MOTTO	xx
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 Secara Akademis.....	6
1.4.2 Secara Praktis.....	7
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Penelitian Terdahulu	7
1.5.2 Landasan Teoritis	13
1.5.3 Kerangka Konseptual	15
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	18
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	18
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	18
1.6.3 Metode Penelitian.....	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	20
1.6.5 Informan atau Unit Analisis.....	21
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22

1.6.7	Teknik Analisis Data.....	23
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	Ruang Lingkup <i>Digital Public Relations</i>	27
2.1.3	Manfaat <i>Digital Public Relations</i>	29
2.2	Pengelolaan Media Sosial	32
2.2.1	Definisi Pengelolaan	32
2.2.2	Definisi Media Sosial	33
2.2.3	Karakteristik Media Sosial.....	34
2.3	<i>The Circular Model Of Some</i>	36
2.3.1	Membagikan (<i>Share</i>).....	37
2.3.2	Optimalisasi (<i>Optimize</i>)	39
2.3.3	Mengelola (<i>Manage</i>).....	40
2.3.4	Melibatkan (<i>Engage</i>).....	41
2.4	Humas Pemerintah	42
2.4.1	Definisi Humas Pemerintah	42
2.4.2	Tujuan Humas Pemerintah.....	45
2.4.3	Tugas dan Fungsi Humas Pemerintah.....	48
2.5	TikTok	51
2.5.1	TikTok sebagai Media Sosial.....	51
2.5.2	Fitur dalam TikTok	52
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
3.1	Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	56
3.1.1	Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	56
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	58
3.1.3	Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	59
3.1.4	Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	60
3.1.5	Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	

3.2	Profil Informan	62
3.3	Hasil Penelitian.....	63
3.3.1	Tahap Membagikan Konten (<i>Share</i>) Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	65
3.3.2	Tahap Optimalisasi Pesan (<i>Optimize</i>) Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	73
3.3.3	Tahap Mengelola Informasi (<i>Manage</i>) Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	82
3.3.4	Tahap Melibatkan Publik (<i>Engage</i>) Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	87
3.4	Pembahasan	92
3.4.1	Tahap <i>Share</i> dalam Membagikan Konten Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	93
3.4.2	Tahap <i>Optimize</i> dalam Optimalisasi Pesan Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	98
3.4.3	Tahap <i>Manage</i> dalam Mengelola Informasi Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	102
3.4.4	Tahap <i>Engage</i> dalam Melibatkan Publik Pada Media Sosial TikTok @disbudparbdg	106
BAB IV	PENUTUP	114
4.1	Simpulan.....	114
4.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		121

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....</i>	<i>59</i>
<i>Gambar 3.2 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan.....</i>	<i>61</i>
<i>Gambar 3.3 Tahap Membagikan Konten (Share).....</i>	<i>72</i>
<i>Gambar 3.4 Tahap Optimalisasi Pesan (Optimize).....</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 3.5 Tahap Mengelola Informasi (Manage).....</i>	<i>86</i>
<i>Gambar 3.6 Tahap Melibatkan Publik (Engage).....</i>	<i>91</i>
<i>Gambar 3.7 Pengelolaan Digital Public Relations Pada.....</i>	<i>112</i>



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan</i>	11
<i>Tabel 3.1 Tabel Data Informan</i>	63

