

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	6
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	6
1.5. Kajian Penelitian yang Relevan .....	7
1.6. Landasan Pemikiran .....	13
1.6.1. Landasan Teoritis .....	13
1.6.2. Kerangka Konseptual.....	16
1.7. Langkah-langkah Penelitian.....	18
1.7.1. Lokasi Penelitian.....	18
1.7.2. Paradigma dan Pendekatan .....	19
1.7.3. Metode Penelitian .....	19
1.7.4. Jenis Data dan Sumber Data .....	20
1.7.5. Teknik Menentukan Informan .....	21
1.7.6. Teknik Mengumpulkan Data .....	22
1.7.7. Teknik Keabsahan Data .....	24
1.7.8. Teknik Analisis Data.....	24
1.7.9. Rencana Jadwal Penelitian.....	26

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
2.1. <i>Online Public Relations</i> .....	27
2.1.1. Pengertian <i>Online Public Relations</i> .....	27
2.1.2. Karakteristik <i>Online Public Relations</i> .....	29
2.1.3. Aktivitas <i>Online Public Relations</i> .....	30
2.2. <i>The Circular Model of SOME</i> .....	32
2.2.1. <i>Share</i> (Membagikan) .....	33
2.2.2. <i>Optimize</i> (Optimalisasi) .....	34
2.2.3. <i>Manage</i> (Mengelola).....	35
2.2.4. <i>Engage</i> (Melibatkan) .....	36
2.3. Media Sosial.....	37
2.3.1. Pengertian Media Sosial .....	37
2.3.2. Klasifikasi Media Sosial .....	38
2.3.3. Karakteristik Media Sosial.....	42
2.4. <i>Instagram</i> .....	45
2.4.1. Pengertian <i>Instagram</i> .....	45
2.4.2. Perkembangan <i>Instagram</i> .....	47
2.4.3. Fitur-Fitur <i>Instagram</i> .....	50
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
3.1. Gambaran Umum .....	57
3.1.1. Profil dan Sejarah Diskominfo Kota Bandung .....	57
3.1.2. Logo Diskominfo Kota Bandung .....	58
3.1.3. Logo Humas Kota Bandung.....	58
3.1.4. Tugas Pokok dan Fungsi Diskominfo Kota Bandung.....	59
3.1.5. Struktur Organisasi Diskominfo Kota Bandung .....	60
3.2. Profil Informan.....	62
3.3. Hasil Penelitian .....	64
3.3.1. Upaya Diskominfo Kota Bandung Bergerak dalam Menyebarkan Konten di <i>Platfrom Instagram</i> .....	67
3.3.2. Upaya Diskominfo Kota Bandung dalam Mengoptimalkan Pesan Yang Akan Dibagikan Pada Akun <i>Instagram</i> @humas_bandung .....	77
3.3.3. Upaya Diskominfo Kota Bandung dalam mengelola informasi yang ada pada akun <i>Instagram</i> @humas_bandung.....	83
3.3.4. Upaya Diskominfo Kota Bandung dalam melibatkan publik pada akun <i>Instagram</i> @humas_bandung .....	90

3.4. Pembahasan.....	95
3.4.1. Tahap <i>Share</i> (Membagikan) Konten pada Pengelolaan <i>Online Public Relations</i> Akun <i>Instagram @humas_bandung</i> .....	97
3.4.2. Tahap <i>Optimize</i> (Optimalisasi) Pesan pada Pengelolaan <i>Online Public Relations</i> Akun <i>Instagram @humas_bandung</i> .....	101
3.4.3. Tahap <i>Manage</i> ( <i>Mengelola</i> ) Informasi pada Pengelolaan <i>Online Public Relations</i> Akun <i>Instagram @Humas_Bandung</i> .....	103
3.4.4. Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan) Publik pada Pengelolaan <i>Online Public Relations</i> Akun <i>Instagram @humas_bandung</i> .....	107
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
4.1. Simpulan .....	112
4.2. Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>

