

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTO HIDUP	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Secara Akademisi	7
1.4.2 Secara Praktisi	7
1.5 Penelitian Terdahulu	8
1.6 Landasan Pemikiran	16
1.6.1 Landasan Teoritis	16
1.6.2 Kerangka Konseptual	23
1.7 Langkah-Langkah Penelitian	29
1.7.1 Lokasi Penelitian	29
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	31
1.7.3 Metode Penelitian	34
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data	36

1.7.5	Penentuan Informan	40
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data	41
1.7.7	Teknik Analisis Data	44
BAB II	47
KAJIAN PUSTAKA.....		47
2.1	Strategi Komunikasi	47
2.1.1	Definisi Strategi Komunikasi	47
2.1.2	Tahapan Strategi Komunikasi	49
2.2	Media Sosial.....	52
2.3.1	Definisi Media Sosial.....	52
2.3.2	Karakteristik Media Sosial.....	54
2.3.3	Keunggulan Media Sosial	56
2.3.4	Media Sosial sebagai Media Komunikasi Praktisi Humas.....	59
2.3	Instagram.....	61
2.4.1	Instagram sebagai Media Sosial	61
2.4.2	Fitur dalam Instagram	63
2.4.3	Instagram Sebagai Alat untuk Membantu Perkembangan Citra.....	66
2.4	<i>Brand Image</i>	67
2.5.1	Definisi <i>Brand Image</i>	67
2.5.2	Komponen pada <i>Brand Image</i>	69
2.5	Konsep <i>The Circular Model of Some</i>	71
2.6.1	<i>Share</i>	71
2.6.2	<i>Optimize</i>	72
2.6.3	<i>Manage</i>	73
2.6.4	<i>Engage</i>	74
BAB III.....		75
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		75
3.1	Profil GVFI Indonesia	75
3.1.1	Sejarah GVFI	75
3.1.2	Visi dan Misi GVFI	76

3.1.3	Logo GVFI.....	77
3.1.4	Profil Instagram GVFI.....	78
3.2	Profil Informan	79
3.3	Hasil Penelitian.....	79
3.3.1	Tahap Membagikan Konten (<i>share</i>) dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @gvfi_id.....	80
3.3.2	Tahap Optimalisasi Pesan (<i>Optimize</i>) dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @gvfi_Id.	87
3.3.3	Tahap Mengelola Informasi (<i>Manage</i>) dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @gvfi_id.....	92
3.3.4	Tahap Melibatkan Publik (<i>Engage</i>) Dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @gvfi_id.....	97
3.4	Hasil Pembahasan.....	101
3.4.1	Penerapan Tahap <i>Share</i> (Membagikan) Konten dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> Media Sosial Instagram @Gvfi_Id	101
3.4.2	Penerapan Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan) Pesan dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @Gvfi_Id.....	105
3.4.3	Penerapan Tahap <i>Manage</i> (Monitoring) dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> Media Sosial Instagram @Gvfi_Id.	108
3.4.4	Penerapan Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan) Publik dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> di Media Sosial Instagram @Gvfi_Id.....	110
BAB IV	117
PENUTUP	117
4.1	Simpulan	117
4.2	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	124