

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTO HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Kegunaan Akademis.....	6
2. Kegunaan Praktis.....	7
E. Landasan Pemikiran	8

1. Penelitian Terdahulu	8
2. Landasan Teoritis.....	15
3. Landasan Konseptual	16
F. Metodologi Penelitian	24
1. Lokasi Penelitian.....	24
2. Paradigma dan Pendekatan.....	25
3. Metode Penelitian.....	27
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	27
5. Teknik Penentuan Informan	28
6. Teknik Pengumpulan Data	29
7. Teknik Analisis Data	32
8. Rencana Jadwal Penelitian	35
BAB II KAJIAN PUSTAKA	36
A. Public Relations	36
1. Konsep Dasar Public Relations	36
B. Strategi Public Relations	38
1. Komponen Strategi <i>Public Relations</i>	38
C. Online Public Relations	40
1. Pengertian dan Ruang Lingkup <i>Online Public Relations</i>	40
2. Karakteristik <i>Online Public Relations</i>	42
3. Aktivitas <i>Online Public Relations</i>	43
D. Media Sosial.....	46
1. Definisi Media Sosial	46
2. Karakteristik Media Sosial	47
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	49
E. Instagram.....	51
1. Instagram sebagai Media Sosial	51
2. Instagram sebagai Media <i>Public Relations</i>	53
F. Circular Model Of SoMe for Social Communication	54
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat.....	59

1.	Sejarah Pendirian Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat	59
2.	Visi dan Misi Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat	61
3.	Tugas dan Fungsi Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat	63
4.	Struktur Organisasi Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat	64
5.	Profil Instagram Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat (@baznasjabar) 65	
B.	Profil Informan	68
C.	Hasil Penelitian	72
1.	Tahap Membagikan (<i>Share</i>) Konten pada Instagram @baznasjabar	72
2.	Tahap Mengoptimalkan (<i>Optimize</i>) Pesan pada Instagram @baznasjabar 84	
3.	Tahap Mengelola (<i>Manage</i>) Informasi pada Instagram @baznasjabar .	95
4.	Tahap Melibatkan (<i>Engage</i>) Publik pada Instagram @baznasjabar	97
D.	Analisis dan Pembahasan	100
1.	Identifikasi Target dan Kebutuhan Audiens , Pemilihan Media, serta Membangun Kepercayaan	100
2.	Kolaborasi dan Penggunaan Baznas <i>Reborn</i> sebagai <i>Brand Identity</i> ...	110
3.	Penggunaan Alat Analisis Media Sosial	116
4.	Membangun Percakapan Publik	118
E.	Analisis Hasil Pembahasan	120
BAB IV Penutup.....		126
A.	Simpulan	126
B.	Implikasi.....	127
C.	Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA		130
LAMPIRAN.....		136