

## 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 GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xv</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan Akademis .....	7
2. Kegunaan Praktis .....	8
E. Landasan Pemikiran.....	9
1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2. Landasan Teori.....	15
3. Kerangka Konseptual .....	17
F. Langkah-langkah Penelitian.....	19
1. Lokasi Penelitian.....	19
2. Paradigma dan Pendekatan .....	19
3. Metode Penelitian.....	21
4. Jenis Data dan Sumber Data .....	22
5. Teknik Penentuan Informan.....	23
6. Teknik Pengumpulan Data.....	23
7. Teknik Analisis Data.....	25
8. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	27

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>28</b>
A. <i>Cyber Public Relations</i> .....	28
1. Pengertian <i>Cyber Public Relations</i> .....	28
2. Tujuan <i>Cyber Public Relations</i> .....	29
3. Bentuk <i>Cyber Public Relations</i> .....	31
4. Kegiatan <i>Cyber Public Relations</i> .....	32
B. Humas Pemerintah .....	34
1. Pengertian Humas Pemerintah .....	34
2. Fungsi Humas Pemerintah.....	37
C. Media Sosial.....	38
1. Pengertian Media Sosial.....	38
2. Karakteristik Media Sosial .....	40
3. <i>Youtube</i> .....	42
D. <i>The Circular Model of Some</i> .....	43
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Mengenai Kemenag Ngawi .....	47
1. Sejarah Kemenag Ngawi.....	47
2. Visi dan Misi Kemenag Ngawi .....	48
3. Logo Kemenag Ngawi .....	49
4. Struktur Organisasi Kemenag Ngawi.....	51
B. Profil Informan.....	51
C. Hasil Penelitian .....	52
1. Tahap Membagikan Informasi dan Publikasi Konten pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi.....	55
2. Tahap Optimalisasi Informasi pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi .....	61
3. Tahap Pengelolaan Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi .....	65
4. Tahap Melibatkan Pihak Eksternal dengan Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi .....	68
D. Pembahasan.....	71
1. Tahap <i>Share</i> (membagikan) pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi .	73
2. Tahap <i>Optimize</i> (mengoptimalkan) pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi .....	78

3. Tahap <i>Manage</i> (mengelola) pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi..	81
4. Tahap <i>Engage</i> (melibatkan) pada Media Sosial <i>Youtube</i> Kemenag Ngawi..	84
<b>BAB IV SIMPULAN</b> .....	<b>89</b>
A. Simpulan .....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>96</b>

