

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
RIWAYAT HIDUP .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
1. Kegunaan Akademis.....	8
2. Kegunaan Praktis .....	9
E. Hasil Penelitian yang Relevan.....	9
F. Landasan Pemikiran .....	15
1. Kerangka Teoritis .....	15
2. Kerangka Konseptual .....	17
G. Langkah Penelitian .....	21

1.	Lokasi Penelitian.....	21
2.	Paradigma dan Pendekatan .....	22
3.	Metode Penelitian.....	23
4.	Jenis Data dan Sumber Data .....	24
5.	Penentuan Informan .....	26
6.	Teknik Pengumpulan Data .....	27
7.	Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>		<b>31</b>
A.	Public Relations.....	31
B.	Cyber Public Relations.....	32
1.	Pengertian <i>Cyber Public Relations</i> .....	32
2.	Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> .....	34
3.	Manfaat <i>Cyber Public Relations</i> .....	35
C.	Media Baru dan Media Sosial .....	38
1.	Pengertian Media Baru.....	38
2.	Karakteristik Media Baru .....	39
3.	Media Sosial sebagai Media Baru.....	41
D.	Instagram .....	42
1.	Pengertian Instagram.....	42
2.	Fitur-Fitur Instagram.....	43
E.	Konsep 4C (Content, Context, Connectivity, Continuity) .....	46
1.	<i>Content</i> (Konten).....	47
2.	<i>Context</i> (Konteks) .....	49
3.	<i>Connectivity</i> (Konektivitas) .....	50
4.	<i>Continuity</i> (Kontinuitas) .....	52
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
A.	Gambaran Umum .....	53
1.	Sejarah Radar Tasikmalaya TV .....	53
2.	Visi Misi Radar Tasikmalaya TV .....	54
3.	Struktur Organisasi Radar Tasikmalaya TV.....	55

B. Profil Informan .....	56
C. Profil Instagram Radar Tasikmalaya TV (@radartv_official) .....	58
D. Hasil Penelitian .....	60
1. Penentuan Konten Instagram .....	60
2. Penyesuaian Konten Instagram .....	72
3. Interaksi dengan <i>Audiens</i> Instagram .....	78
4. Evaluasi Konten Instagram .....	81
E. Pembahasan .....	83
1. Aspek <i>content</i> (konten) dalam kegiatan <i>cyber public relations</i> pada Instagram Radar Tasikmalaya TV .....	84
2. Aspek <i>context</i> (konteks) dalam kegiatan <i>cyber public relations</i> pada Instagram Radar Tasikmalaya TV .....	87
3. Aspek <i>connectivity</i> (konektivitas) dalam kegiatan <i>cyber public relations</i> pada Instagram Radar Tasikmalaya TV .....	89
4. Aspek <i>continuity</i> (kontinuitas) dalam kegiatan <i>cyber public relations</i> pada Instagram Radar Tasikmalaya TV .....	91
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....	95
A. Simpulan .....	95
B. Saran .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN .....	104