

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
MOTTO HIDUP	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
D.1 Kegunaan Akademisi.....	10
D.2 Kegunaan Praktis.....	10
E. Landasan Pemikiran.....	11
E.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
F. Landasan Konseptual.....	18
F.1 Konsep Komunikasi 4C David Armano.....	18
F.2 <i>Digital Public Relations</i>	18
F.3 Google Bisnisku.....	19
F.4 <i>Rating</i>	19
G. Langkah-Langkah Penelitian.....	20
G.1 Lokasi Penelitian.....	20
G.2 Paradigma.....	20
G.3 Pendekatan.....	21
G.4 Metode Penelitian.....	22
G.5 Jenis dan Sumber Data.....	22
G.6 Teknik Pemilihan Informan.....	24
G.7 Teknik Penentu Keabsahan Data.....	25
G.8 Teknik Pengumpulan Data.....	27
G.9 Teknik Analisis Data.....	29
BAB II	32
TINJAUAN PUSTAKA	32
A. <i>Public Relations</i>	32
B. <i>Digital Public Relations</i>	33
B.1 Pengertian <i>Digital Public Relations</i>	33
B.2 Karakteristik <i>Digital Public Relations</i>	34
B.3 Ruang Lingkup <i>Digital Public Relations</i>	36
B.4 Manfaat <i>Digital Public Relations</i>	38

C. Konsep 4C David Armano.....	41
C.1 <i>Content</i> (Konten)	42
C.2 <i>Context</i> (Konteks)	46
C.3 <i>Connectivity</i> (Konektivitas)	47
C.4 <i>Continuity</i> (Keberlanjutan)	48
D. Strategi <i>Public Relations</i>	49
D.1 Langkah-Langkah Strategi <i>Public Relations</i>	51
D.2 Elemen-Elemen Strategi <i>Public Relations</i>	52
E. Konsep Media Whatsapp.....	55
E.1 Karakteristik Media Whatsapp.....	56
E.2 Manfaat Media Whatsapp.....	63
F. Konsep Media Google Bisnisku.....	64
F.1 Karakteristik Google Bisnisku.....	65
F.2 Manfaat Google Bisnisku.....	70
G. Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS)	72
H. Klasifikasi dan Akreditasi Rumah Sakit.....	74
BAB III	79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung.....	79
A.1 Profil Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung.....	79
A.2 Visi Misi Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung.....	80
A.3 Struktur Organisasi Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung.....	81
B. Profil Informan.....	83
C. Hasil Penelitian.....	84
C.1 Cara Humas Rumah Sakit Muhammadiyah Melaksanakan Kegiatan <i>Digital Public Relations</i> Di Whatsapp Pada Aspek <i>Content</i>	85
C.2 Cara Humas Rumah Sakit Muhammadiyah Melaksanakan Kegiatan <i>Digital Public Relations</i> Di Whatsapp Pada Aspek <i>Context</i>	100
C.3 Cara Humas Rumah Sakit Muhammadiyah Melaksanakan Kegiatan <i>Digital Public Relations</i> Di Whatsapp Pada Aspek <i>Connectivity</i>	109
C.4 Cara Humas Rumah Sakit Muhammadiyah Melaksanakan Kegiatan <i>Digital Public Relations</i> Di Whatsapp Pada Aspek <i>Continuity</i>	115
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	124
D.1 Aspek <i>Content</i> pada Media Whatsapp Unit Humas RSMB.....	125
D.2 Aspek <i>Context</i> pada Media Whatsapp Unit Humas RSMB.....	133
D.3 Aspek <i>Connectivity</i> pada Media Whatsapp Unit Humas RSMB.....	136
D.4 Aspek <i>Continuity</i> pada Media Whatsapp Unit Humas RSMB.....	141
BAB IV	148
SIMPULAN DAN SARAN	148
A. Simpulan.....	148
B. Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	157