

## 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>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</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>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4.1 Kegunaan Akademis</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4.2 Kegunaan Praktis</b> .....	<b>8</b>
<b>1.5 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>8</b>
<b>1.6 Landasan Pemikiran</b> .....	<b>14</b>
<b>1.6.1 Landasan Teoritis</b> .....	<b>14</b>
<b>1.6.2 Landasan Konseptual</b> .....	<b>19</b>
<b>1.7 Langkah-langkah Penelitian</b> .....	<b>22</b>
<b>1.7.1 Lokasi Penelitian</b> .....	<b>22</b>
<b>1.7.2 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>1.7.3 Pendekatan Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>1.7.4 Metode Penelitian</b> .....	<b>24</b>
<b>1.7.5 Jenis Data dan Sumber Data</b> .....	<b>25</b>
<b>1.7.6 Penentuan Informan</b> .....	<b>26</b>

1.7.7	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>27</b>
1.7.8	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>29</b>
1.8	<b>Rencana Jadwal penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>34</b>
2.1	<b>Model SOME.....</b>	<b>34</b>
2.1.1	<i>Share</i> .....	35
2.1.2	<i>Optimize</i> .....	37
2.1.3	<i>Manage</i> .....	39
2.1.4	<i>Engage</i> .....	41
2.2	<b>Digital Public Relations.....</b>	<b>42</b>
2.2.1	<b>Definisi Digital Public Relations.....</b>	<b>42</b>
2.2.2	<b>Perkembangan Digital Public Relations.....</b>	<b>48</b>
2.2.3	<b>Manfaat Digital Public Relations .....</b>	<b>50</b>
2.3	<b>Media Sosial.....</b>	<b>52</b>
2.3.1	<b>Definisi Media Sosial .....</b>	<b>52</b>
2.3.2	<b>Karakteristik Media Sosial .....</b>	<b>53</b>
2.4	<b>Media Sosial Instagram.....</b>	<b>54</b>
2.5	<b>Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana informasi Publik</b>	<b>56</b>
<b>BAB III</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
3.1	<b>Gambaran Umum Komunitas Besokseninco .....</b>	<b>58</b>
3.1.1	<b>Sejarah Organisasi Besokseninco.....</b>	<b>58</b>
3.1.2	<b>Visi dan Misi Komunitas Besokseninco .....</b>	<b>59</b>
3.1.3	<b>Logo Komunitas Besokseninco.....</b>	<b>60</b>
3.1.4	<b>Struktur Organisasi Besokseninco .....</b>	<b>61</b>
3.1.5	<b>Pencapaian Organisasi Besokseninco.....</b>	<b>61</b>
3.2	<b>Profil Informan .....</b>	<b>62</b>
3.3	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>65</b>
3.3.1	<b>Tahap <i>Share</i> (Membagikan) .....</b>	<b>66</b>
3.3.2	<b>Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan).....</b>	<b>79</b>
3.3.3	<b>Tahap <i>Manage</i> (Mengelola) .....</b>	<b>87</b>
3.3.4	<b>Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan) .....</b>	<b>95</b>

<b>3.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>102</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Tahap <i>Share</i> (Menyampaikan) pada Aktivitas Digital <i>Public Relations</i> Melalui Akun Instagram @besokseninco .....</b>	<b>103</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan) pada Aktivitas Digital <i>Public Relations</i> Melalui Akun Instagram @besokseninco .....</b>	<b>110</b>
<b>3.4.3</b>	<b>Tahap <i>Manage</i> (Mengelola) pada Aktivitas Digital <i>Public Relations</i> Melalui Akun Instagram @besokseninco .....</b>	<b>114</b>
<b>3.4.4</b>	<b>Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan) pada Aktivitas Digital <i>Public Relations</i> Melalui Akun Instagram @besokseninco .....</b>	<b>118</b>
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>128</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>131</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>135</b>

