

## 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>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xvii</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
D.1 Kegunaan Akademis.....	7
D.2 Kegunaan Praktisi .....	7
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
F. Landasan Pemikiran .....	14
F.1 Landasan Teoritis .....	14
F.2 Landasan Konseptual .....	16
G. Langkah-langkah Penelitian.....	18
G.1 Lokasi Penelitian .....	18
G.2 Paradigma dan Pendekatan.....	18
G.3 Metode Penelitian.....	19
G.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	19
G.5 Penentuan Informan .....	21

G.6	Teknik Pengumpulan Data .....	21
G.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data .....	22
G.8	Teknik Analisis Data .....	22
<b>BAB II</b>	<b>.....</b>	<b>25</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>25</b>
A.	<i>Online Public Relations</i> .....	25
A.1	Karakteristik Online Public Relations .....	28
A.2	Fungsi Online Public Relations .....	31
B.	Media Sosial .....	34
B.1	Karakteristik Media Sosial .....	36
B.2	Fungsi Media Sosial .....	38
B.3	Jenis-jenis Media Sosial .....	39
C.	Instagram .....	41
C.1	Fitur-fitur Instagram .....	42
D.	Konsep 4C ( <i>Content, Context, Connectivity, dan Continuity</i> ) .....	46
D.1	Konten ( <i>Content</i> ) .....	47
D.2	Konteks ( <i>Context</i> ) .....	48
D.3	Konektivitas ( <i>Connectivity</i> ) .....	49
D.4	Kontinuitas ( <i>Continuity</i> ) .....	49
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>51</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	51
A.1	Profil Dinas Sosial Kota Bandung .....	51
A.2	Visi dan Misi Dinas Sosial Kota Bandung .....	51
A.3	Visi .....	51
A.4	Misi .....	52
A.5	Struktur Lembaga Dinas Sosial Kota Bandung .....	52
A.6	Tugas dan Fungsi Dinas Sosial Kota Bandung .....	53
A.7	Profil Informan .....	53
A.8	Profil Instagram Dinas Sosial Kota Bandung ( <i>@dinsosbdg</i> ) .....	55
B.	Hasil Penelitian .....	58

B.1	Aspek Konten ( <i>Content</i> ) Pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg sebagai <i>Online Public Relations</i> .....	59
B.2	Aspek Konteks ( <i>Context</i> ) Pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg sebagai <i>Online Public Relations</i> .....	76
B.3	Aspek Konektivitas ( <i>Connectivity</i> ) Pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg sebagai <i>Online Public Relations</i> .....	87
B.4	Aspek Kontinuitas ( <i>Continuity</i> ) Pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg sebagai <i>Online Public Relations</i> .....	93
C.	Pembahasan .....	98
C.1	Analisis Tahap Konten Pada Pemanfaatan Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg .....	100
C.2	Analisis Tahap Konteks Pada Pemanfaatan Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg .....	110
C.3	Analisis Tahap Konektivitas Pada Pemanfaatan Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg .....	118
C.4	Analisis Tahap Kontinuitas Pada Pemanfaatan Instagram Dinas Sosial Kota Bandung @dinsosbdg .....	123
<b>BAB IV</b>	.....	<b>131</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>131</b>
A.	Simpulan.....	131
B.	Saran.....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>134</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>139</b>