

## 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>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	8
1.5.1 Penelitian Terdahulu .....	8
1.5.2 Landasan Teoritis .....	33
1.5.3 Landasan Konseptual.....	36
1.6 Langkah-Langkah Penelitian .....	38
1.6.1 Lokasi Penelitian .....	38
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan .....	38
1.6.3 Metode Penelitian .....	39
1.6.4 Jenis Dan Sumber Data .....	40
1.6.5 Teknik Pemilihan Informan .....	41
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data .....	42

1.6.7	Teknik Penentu Keabsahan Data.....	43
1.6.8	Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB II.....</b>		<b>47</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>		<b>47</b>
2.1	<i>Digital public relations</i> .....	47
2.1.1	Definisi <i>Digital public relations</i> .....	47
2.1.2	Aktivitas <i>Digital public relations</i> .....	48
2.1.3	Manfaat <i>Digital public relations</i> .....	52
2.2	The Circular Model Of Some.....	54
2.2.1	Membagikan ( <i>Share</i> ) .....	56
2.2.2	Optimalisasi ( <i>Optimize</i> ).....	57
2.2.3	Mengelola ( <i>Manage</i> ).....	58
2.2.4	Melibatkan ( <i>Engage</i> ) .....	60
2.3	Pengelolaan Media Sosial.....	61
2.3.1	Definisi Pengelolaan .....	61
2.3.2	Definisi Media Sosial.....	63
2.3.3	Karakteristik Media Sosial.....	65
2.3.4	Keunggulan Media Sosial.....	67
2.4	Instagram .....	69
2.4.1	Instagram Sebagai Media Sosial .....	69
2.4.2	Fitur Dalam Instagram .....	71
2.5	Komunikasi .....	74
2.5.1	Pengertian Komunikasi .....	74
2.5.2	Komunikasi Pada <i>Digital public relations</i> .....	75
2.6	Public Relations .....	76
2.6.1	Pengertian Public Relations .....	76
2.6.2	Fungsi Public Relations .....	77
<b>BAB III .....</b>		<b>81</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>81</b>
1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	81
3.1.1	Sejarah Profil Travel Agen Siliwangi Holiday .....	81
3.1.2	Visi dan Misi Siliwangi Holiday.....	82
3.1.3	Logo Siliwangi holiday.....	84

3.1.4	Struktur Travel Agent Siliwangi Holiday .....	85
3.2	Profil Informan .....	87
3.3	Hasil Temuan Penelitian .....	88
3.3.1	Tahap Membagikan ( <i>Share</i> ) .....	90
3.3.2	Tahap Optimalisasi ( <i>Optimize</i> ) .....	98
3.3.3	Tahap Mengelola ( <i>Manage</i> ).....	106
3.3.4	Tahap Melibatkan ( <i>Engage</i> ) .....	112
3.4	Pembahasan .....	117
3.4.1	Tahap Membagikan ( <i>Share</i> ) pada pengelolaan media sosial Instagram @siliwangiholiday .....	118
3.4.2	Tahap <i>Optimize</i> pada pengelolaan media sosial Instagram @siliwangiholiday .....	123
3.4.3	Tahap <i>manage</i> (Mengelola) pada pengelolaan media sosial Instagram @siliwangiholiday .....	127
3.4.4	Tahap Melibatkan ( <i>Engage</i> ) pada pengelolaan media sosial Instagram @siliwangiholiday .....	130
<b>BAB IV</b>	.....	<b>136</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>136</b>
4.1	Simpulan.....	136
4.2	Saran .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>139</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>143</b>