

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.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan Teoritis.....	7
2. Kegunaan Praktis.....	8
E. Kajian Terdahulu	8
F. Landasan Pemikiran.....	13
1. Landasan Teoritis.....	13
2. Kerangka Konseptual	14
G. Langkah-langkah Penelitian	17
1. Lokasi Penelitian	17
2. Paradigma dan Pendekatan.....	17
3. Metode Penelitian.....	18
4. Sumber Data	19
5. Teknik Penentuan Informan	20

6. Teknik Pengumpulan Data	20
7. Teknik Analisis Data.....	22
8. Teknik Penentuan Keabsahan Data	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
A. <i>Digital Public Relations</i>	26
1. <i>Aktivitas Digital Public Relations</i>	28
2. <i>Karakteristik Digital Public Relations</i>	30
3. <i>Keuntungan Digital Public Relations</i>	31
B. Instagram.....	33
1. <i>Karakteristik Instagram</i>	35
2. <i>Fitur Instagram</i>	38
C. Tinjauan Konsep 4c's Chris Heuer.....	42
1. <i>Context</i> (Pesan).....	42
2. <i>Communication</i> (Komunikasi)	45
3. <i>Collaboration</i> (Kolaborasi)	46
4. <i>Connection</i> (Koneksi).....	48
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum.....	51
1. <i>Sejarah Taulebih</i>	51
2. <i>Visi dan Misi Taulebih</i>	52
3. Logo.....	52
4. <i>Struktur Organisasi</i>	53
B. Profil Instagram Taulebih.....	53
C. Profil Informan.....	56
D. Hasil Penelitian	57
1. <i>Membentuk Pesan dan Konten pada Instagram @taulebih.id</i>	58
2. <i>Membagikan Pesan dan Berkomunikasi dengan Audiens pada Instagram @taulebih.id</i>	75
3. <i>Bekerjasama dengan Pihak Eksternal pada Instagram @taulebih.id</i>	82
4. <i>Membangun dan Memelihara Jaringan pada Instagram @taulebih.id</i> ... 93	
E. Pembahasan.....	101
1. <i>Aspek Context dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Pembentukan Citra Lembaga</i>	102

2. Aspek <i>Communication</i> dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Pembentukan Citra Lembaga.....	107
3. Aspek <i>Collaboration</i> dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Pembentukan Citra Lembaga.....	110
4. Aspek <i>Connections</i> dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Pembentukan Citra Lembaga	114
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Simpulan	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	128

