

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Akademis	7
1.5. Landasan Pemikiran	8
1.5.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
1.5.2. Landasan Teoritis.....	18
1.5.3. Landasan Konseptual	19
1.6. Langkah-langkah Penelitian	23
1.6.1. Lokasi Penelitian.....	23
1.6.2. Metode Penelitian	24
1.6.3. Sumber Data	26

1.6.4. Teknik Penentuan Informan.....	26
1.6.5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1.6.6. Analisis Data.....	29
1.7. Rencana Jadwal Penelitian	31
BAB II KAJIAN PUSTAKA	32
2.1. <i>Public Relations</i> dalam <i>Cyber Public Relations</i>	32
2.1.1. Pengertian <i>Public Relations</i> dan <i>Cyber Public Relations</i>	32
2.1.2. Karakteristik <i>Public Realties</i> dan <i>Cyber Public Relations</i>	35
2.1.3. Kegiatan <i>Public Realties</i> dalam <i>Cyber Public Relations</i>	37
2.1.4. <i>Public Relations</i> di Era Digital	39
2.2. <i>Public Realties</i> dalam Pemerintahan.....	42
2.2.1. Sejarah dan Karakteristik Humas Pemerintah	42
2.2.2. Tugas dan Fungsi Humas Pemerintah	44
2.2.3. Kegiatan dan Jenis Kerja Humas Pemerintah.....	46
2.2.4. Humas Pemerintah di Era Digital	47
2.3. Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam <i>Cyber Public Relations</i>	49
2.3.1. Sejarah dan Karakteristik Media Sosial Instagram.....	49
2.3.2. Instagram dalam Kegiatan <i>Cyber Public Relations</i>	53
2.3.3. Jenis dan Konten pada Media Sosial Instagram	55
2.3.4. Fitur-fitur dalam Media Sosial Instagram.....	56
2.4. Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> pada Media Sosial Instagram	58
2.4.1. Definisi Konsep 4C dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram	58
2.4.2. Aspek Konsep 4C Chris Heuer dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram	61
2.4.3. Penerapan Konsep 4C dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram....	62

2.4.4. Skema Konsep 4C dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram	66
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
3.1.1. Sejarah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka	68
3.1.2. Struktur Organisasi	69
3.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	70
3.2. Profil Informan	71
3.2. Hasil Penelitian.....	73
3.2.1. Membentuk Sebuah Pesan	74
3.2.2. Membagikan Pesan kepada Audiens	82
3.2.3. Berlokaborasi dengan Audiens	89
3.2.4. Menjalinkan Hubungan dengan Audiens	94
3.3.1. Membentuk sebuah Pesan melalui Instagram (<i>Context</i>).....	98
3.3.2. Membagikan Pesan melalui Instagram (<i>communications</i>).....	101
3.3.3. Berkolaborasi dengan Audiens melalui Instagram (<i>Collaboration</i>)..	103
3.3.4. Menjalinkan Hubungan dengan Audiens melalui Instagram (<i>Connection</i>)	104
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	108
4.1. Simpulan.....	108
4.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	118