

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTACRK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGATAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Penelitian Terdahulu	7
1.5.2 Landasan Teoritis	13
1.5.3 Landasan Konseptual	16
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	19
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	19
1.6.3 Metode Penelitian	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	21
1.6.5 Teknik Penentuan Informan.....	22
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.6.7 Teknik Analisis Data.....	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	27

2.1	<i>Digital Public Relations</i>	27
2.1.1	Pengertian <i>Digital Public Relations</i>	27
2.1.2	Manfaat <i>Digital Public Relations</i>	29
2.2	Instagram	34
2.2.1	Instagram Sebagai Media Sosial	34
2.2.2	Instagram Sebagai Media <i>Public Relations</i>	37
2.3	<i>The Circular Model of Some for Social Communications</i>	40
2.3.1	<i>Share</i> (Membagikan) konten dan bagaimana memahami publik berinteraksi	40
2.3.2	<i>Optimize</i> (Mengoptimalkan) pesan dan mendengarkan publik.....	42
2.3.3	<i>Manage</i> (Mengelola), memantau, dan mengukur pesan	43
2.3.4	<i>Engage</i> (Melibatkan) dan menciptakan hubungan dengan audiens target	44
2.4	Lembaga Kemanusiaan dan Aktivitas <i>Public Relations</i>	45
2.4.1	Lembaga Kemanusiaan	45
2.4.2	Aktivitas <i>Public Relations</i> Lembaga Kemanusiaan.....	47
2.4.3	Optimalisasi <i>Digital Public Relations</i> Lembaga Kemanusiaan.....	48
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
3.1	Gambaran Umum Lembaga Kemanusiaan Little Project.....	51
3.1.1	Sejarah Little Project.....	51
3.1.2	Visi dan Misi.....	53
3.1.3	Logo dan Filosofi Little Project.....	54
3.1.4	Stuktur Little Project.....	56
3.1.5	Profil Instagram Little Project (@littleproject.idn).....	56
3.2	Profil Informan	60
3.3	Hasil Penelitian	62
3.2.1	Tahap <i>Share</i> (Membagikan) Konten Informatif pada Instagram @littleproject.idn	63
3.2.2	Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan) Pesan pada Sajian Konten Instagram @littleproject.idn	71
3.2.3	Tahap <i>Manage</i> (Mengelola) pada Instagram @littleproject.idn	81
3.2.4	Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan) Publik pada Instagram @littleproject.idn	85
3.3	Analisis dan Pembahasan	92
3.3.1	Pemilihan Media dan Menentukan Target (<i>participate</i>) dalam Membangun Kepercayaan Publik (<i>build trust</i>).....	92

3.3.2	Optimalisasi Pengemasan Konten, Fitur-Fitur, dan Kategorisasi Jenis Konten	95
3.3.3	<i>Media Monitoring</i> dan Evaluasi Akun Instagram.....	99
3.3.4	Berinteraksi dengan Publik dan Mendorong Keterlibatan Audiens	100
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		104
4.1	Kesimpulan.....	104
4.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		108
LAMPIRAN.....		113

