

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	xiv
<b>MOTTO</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4.1 Kegunaan Teoritis</b> .....	6
<b>1.4.2 Kegunaan Praktis</b> .....	6
<b>1.5 Landasan Pemikiran</b> .....	7
<b>1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	7
<b>Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	9
<b>1.5.2 Landasan Teoritis</b> .....	12
<b>1.5.3 Kerangka Konseptual</b> .....	14
<b>1.5.3.1 Pengelolaan</b> .....	14
<b>1.5.3.2 Online Public Relations</b> .....	16
<b>1.5.3.3 Informasi Publik</b> .....	16
<b>1.5.3.4 New Media</b> .....	18
<b>1.5.3.5 Media Sosial Instagram</b> .....	20
<b>1.6 Langkah-Langkah Penelitian</b> .....	21
<b>1.6.1 Lokasi Penelitian</b> .....	21
<b>1.6.2 Paradigma Penelitian dan Pendekatan Penelitian</b> .....	22

1.6.3.	<b>Metode Penelitian</b> .....	23
1.6.4.	<b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	23
1.6.4.1.	<b>Jenis Data</b> .....	23
1.6.4.2.	<b>Sumber Data</b> .....	24
1.6.5.	<b>Teknik Penentuan Informan</b> .....	25
1.6.6.	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	26
1.6.6.1.	<b>Wawancara Mendalam</b> .....	26
1.6.6.2.	<b>Observasi Partisipan Pasif</b> .....	26
1.6.6.3.	<b>Teknik Dokumentasi</b> .....	27
1.6.7.	<b>Teknik Analisis Data</b> .....	27
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....		31
2.1.	<b>Pengelolaan</b> .....	31
2.1.1.	<b>Definisi Pengelolaan</b> .....	31
2.1.2.	<b>Tujuan Pengelolaan</b> .....	32
2.1.3.	<b>Fungsi Pengelolaan</b> .....	34
2.2.	<b>Online Public Relations</b> .....	37
2.2.1.	<b>Definisi Online Public Relations</b> .....	37
2.2.2.	<b>Fungsi Online Public Relations</b> .....	38
2.2.3.	<b>Tujuan Online Public Relations</b> .....	39
2.3.	<b>Media Sosial</b> .....	43
2.3.1.	<b>Definisi Media Sosial</b> .....	43
2.3.2.	<b>Jenis-Jenis Media Sosial</b> .....	44
2.3.3.	<b>Instagram</b> .....	48
2.2.	<b>The Circular Model of Some for Social Communication</b> .....	49
1.	Tahap Share.....	49
2.	Tahap Optimize.....	50
3.	Tahap Manage.....	52
4.	Tahap Engage.....	53
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		55
3.1.	<b>Gambaran Umum Lokasi Penelitian</b> .....	55
3.1.1.	<b>Sejarah Singkat Satlantas Polres Sumedang</b> .....	55
3.1.2.	<b>Visi dan Misi Satlantas Polres Sumedang</b> .....	56

3.1.3.	Logo Satlantas Polres Sumedang.....	56
3.1.4.	Struktur Organisasi Satlantas Polres Sumedang.....	58
3.1.5.	Bagan Struktur Organisasi .....	59
3.1.6.	Tugas dan Fungsi Satlantas Polres Sumedang.....	59
3.2.	Profil Informan .....	60
3.3.	Hasil Penelitian.....	62
3.3.1.	Tahap Share Pada Pengelolaan Instagram @tmcpolressumedang Dalam Penyebaran Informasi .....	63
3.3.1.1.	Meningkatkan Partisipasi Publik (Participate).....	65
3.3.1.2.	Membangun Kepercayaan Masyarakat (Build Trust) .....	68
3.3.1.3.	Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Tertib Berlalu Lintas (Awareness) .....	70
3.3.1.	Tahap Optimize Pada Media Sosial Instagram @tmcpolressumedang Dalam Menyebarakan Informasi Kepada Publik.....	75
3.3.1.1.	Penyesuaian Strategi Posting Konten.....	76
3.3.1.2.	Media Monitoring .....	77
3.3.1.3.	Penyempurnaan Konten.....	78
3.3.2.	Tahap Manage Pada Media Sosial Instagram @tmcpolressumedang Dalam Menyebarakan Informasi Kepada Publik.....	81
3.3.2.1.	Perencanaan Konten.....	82
3.3.2.2.	Pantau dan Respons.....	82
3.3.2.3.	Evaluasi.....	83
3.3.3.	Tahap Engage Pada Media Sosial Instagram @tmcpolressumedang Dalam Menyebarakan Informasi Kepada Publik.....	87
3.4.	Pembahasan Hasil Temuan.....	89
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>110</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>113</b>
Lampiran 1 .....		116
Lampiran 2 .....		117
Lampiran 3 .....		118
Lampiran 4 .....		119
Lampiran 5 .....		120
Lampiran 6 .....		121

Lampiran 7 ..... 123

