

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan 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.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	7
1.5.2.	Landasan Teoritis	15
1.5.3.	Landasan Konseptual	17
1.6.	Langkah – Langkah Penelitian.....	21
1.6.1.	Lokasi Penelitian.....	21
1.6.2.	Paradigma dan Pendekatan	21
1.6.3.	Metode Penelitian.....	22
1.6.4.	Jenis Data dan Sumber Data	23
1.6.5.	Penentuan Informan	24
1.6.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.6.7.	Teknik Analisis Data.....	27
1.6.8.	Rencana Penelitian	28
BAB II		31
PENDAHULUAN		31
2.1	Digital Public Relations.....	31
2.2	The Circular Model of Some	36
2.3	Humas Pemerintahan.....	40

2.4	Media Sosial	51
2.5	Instagram	60
BAB III		62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
3.1.	Gambaran Umum Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	62
3.1.1.	Sejarah Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	62
3.1.2.	Visi Misi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	64
3.1.3.	Tugas Pokok Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	65
3.1.4.	Logo Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung...	67
3.1.5.	Logo Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung...	68
3.1.6.	Struktur Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung	69
3.2.	Gambaran Umum Profil Media Sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	69
3.3.	Profil Informan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.....	73
3.4.	Hasil Temuan Penelitian.....	73
3.4.1.	Tahap <i>Share</i> Pengelolaan Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	74
3.4.1.1.	<i>Participate</i>	74
3.4.1.2.	<i>Connect</i>	76
3.4.1.3.	<i>Build Trust</i>	79

3.4.2. Tahap <i>Optimize</i> pada Pengelolaan Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	83
3.4.2.1. <i>Listen and learn</i>	84
3.4.2.2. <i>Take part in authentic convertations</i>	87
3.4.3. Tahap <i>Manage</i> pada Pengelolaan Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	89
3.4.3.1. <i>Media monitoring</i>	89
3.4.3.2. <i>Quick responses</i>	91
3.4.3.3. <i>Real-time interactions</i>	93
3.4.4. Tahap <i>Engage</i> pada Pengelolaan Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	96
3.4.4.1. <i>Where is the audience</i>	96
3.4.4.2. <i>How do I reach them</i>	99
3.5. Pembahasan.....	103
3.5.1. Tahap <i>Share</i> Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	105
3.5.2. Tahap <i>Optimize</i> Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> Pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	112
3.5.3. Tahap <i>Manage</i> Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> pada Media Sosial Instagram @halobandung.....	116

3.5.4. Tahap <i>Engage</i> Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> pada Media Sosial Instagram @halobandung	121
BAB IV	127
4.1. Simpulan.....	127
4.2. Saran.....	129
4.2.1. Saran Akademis.....	129
4.2.2. Saran Praktisi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	134

