

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
MOTO HIDUP.....	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
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Kerangka Konseptual	10
1.5.2.1 Cyber Public Relations	10
1.5.2.3 Media Sosial	11
1.5.2.4 Instagram	12
1.5.2.5 Citra	12
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	14
1.6.3 Metode Penelitian.....	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	15
1.6.4.1 Jenis Data.....	15
1.6.4.2 Sumber Data	15
1.6.5 Teknik Pemilihan Informan	16
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.6.7 Teknik Analisis Data.....	18
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	20
1.7 Skema Penelitian.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Kegiatan <i>Cyber Public Relations</i> pada Media Sosial Instagram	22
2.2 Penelitian yang Relevan.....	46
2.3 Status, Posisi dan Kontribusi Penelitian	54

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
3.1 Gambaran Umum Yayasan Daarut-Tauhiid	58
3.1.1 Sejarah Yayasan Daarut-Tauhiid	58
3.1.2 Visi dan Misi Yayasan Daarut-Tauhiid.....	61
3.1.3 Logo Yayasan Daarut-Tauhiid.....	62
3.1.4 Struktur Organisasi	63
3.2 Profil Informan	64
3.3 Hasil Penelitian.....	65
3.2.1 Tahap <i>Share</i> (Membagikan).....	76
3.3.1.1 Menyebarkan Informasi Terhadap Publik.....	76
3.3.1.2 Instagram sebagai Media Komunikasi	79
3.3.1.3 Instagram sebagai Media Dakwah Islam.....	83
3.3.2 Tahap <i>Optimize</i> (Mengoptimalkan)	85
3.3.2.1 Memproduksi Beragam Jenis Konten	86
3.3.2.2 Peningkatan Kualitas Konten	88
3.3.3 Tahap <i>Manage</i> (Mengelola).....	93
3.3.3.1 Pembuatan Konten pada Akun Instagram @daarut.tauhiid	93
3.3.3.2 Penggunaan Fitur-Fitur Instagram.....	94
3.3.4 Tahap <i>Engage</i> (Melibatkan).....	98
3.4 Pembahasan	103
 BAB IV PENUTUP	 106
4.1 Simpulan	106
4.2 Saran	106
4.2.1 Lembaga dan Masyarakat	106
4.2.2 Penelitian Lain	107
4.2.3 Praktisi Public Relations	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	113