

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
1.6 Landasarn Pemikiran	6
1.6.1 Penelitian Terdahulu	6

1.6.2 Landasan Teoritis.....	10
1.6.3 Kerangka Konseptual.....	12
1.6.3.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	12
1.6.3.2 Media Sosial.....	13
1.6.3.3 <i>Cyber Public Relations</i>	14
1.7 Langkah-Langkah Penelitian	15
1.7.1 Lokasi.....	15
1.7.2 Paradigma Penelitian.....	15
1.7.3 Metode Penelitian	16
1.8 Jenis Data dan Sumber Data	17
1.8.1 Jenis Data	17
1.8.2 Sumber Data.....	18
1.9 Penentuan Informan	18
1.9.1 Informan.....	18
1.9.2 Teknik Penentuan Informan.....	19
1.10 Teknik Pengumpulan Data.....	20
10.1 Observasi Non Partisipatoris Pasif	20
10.2 Wawancara Mendalam.....	21
1.11 Teknik Analisis Data.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Konseptual	23
2.1.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	23

2.1.2 Metode Kampanye <i>Public Relations</i>	23
2.1.3 Jenis – Jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	28
2.1.4 Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	30
2.2. Model Kampanye Ostegaard.....	32
2.2.1 Pra Kampanye	32
2.2.2 Perencanaan Kampanye	33
2.2.3 Pelaksanaan Kampanye.....	37
2.2.4 Evaluasi	38
2.3 <i>Cyber Public Relations</i>	38
2.3.1 Definisi <i>Cyber Public Relations</i>	38
2.3.2 Tugas dan Kegiatan <i>Cyber Public Relations</i>	39
2.4. Media Sosial.....	41
2.5. Instagram.....	43
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
3.1.1 Profil Yayasan Gerakan Indonesia Sadar Bencana.....	46
3.1.2 Logo	52
3.1.3 Visi dan Misi Yayasan Gerakan Indonesia Sadar Bencana	53
3.1.4 Struktur Organisasi Yayasan Gerakan Indonesia Sadar Bencana.....	53
3.1.5 Instagram Yayasan Gerakan Indonesia Sadar Bencana (Graisena)....	54
3.2 Profil Informan.....	55
3.3 Hasil Penelitian	57

3.3.1 Pemilihan Tema Konten Instagram @ngademinkota untuk Program Kampanye <i>Public Relations</i>	58
3.3.1.1 Penggunaan Nama Ngademin Kota Berdasarkan Budaya Grup Facebook Cocoklogy Science.....	60
3.3.1.2 Tim Media Sosial yang Handal dan Pemilihan Audiens Semua Umur	62
3.3.1.3 Timeline Postingan Menentukan <i>Traffic</i>	53
3.3.2 Cara Penyajian Konten Instagram @ngademinkota program Kampanye <i>Public Relations</i>	65
3.3.2.1 Konten Berbentuk Gambar Sebagai Prioritas Postingan	66
3.3.2.2 Penggunaan Caption Setiap Postingan Sebagai Penambah Daya Tarik.....	67
3.3.2.3 Fitur Stories Alat Publikasi dan Interaksi dan Highlight Sebagai Arsip Kegiatan	71
3.3.3 Evaluasi Konten Yang Sudah Disajikan di Instagram @ngademinkota Program Kampanye <i>Public Relations</i>	74
3.3.3.1 Peningkatan Jumlah Pengikut, Likes, Dan Komentar Sebagai Salah Satu Indikator Pencapaian Program.....	75
3.3.3.2 Antusiasme Masyarakat Terhadap Program Ngademin Kota.....	76
3.3.3.3 Kurangnya SDM Menjadi Hambatan Saat Mengelola Akun Instagram @ngademinkota	77
3.4. Pembahasan.....	79
3.4.1 Pemilihan Tema Konten Instagram.....	80
3.4.1.1 Penggunaan Nama Ngademin Kota Berdasarkan Budaya Grup Facebook Cocoklogy Science	81

3.4.1.2 Tim Media Sosial yang Handal dan Pemilihan Audiens	
Semua Umur	83
3.4.1.3 Timeline Postingan Menentukan <i>Traiffic</i>	86
3.4.2 Cara Penyajian Konten Instagram.....	87
3.4.2.1 Konten Berbentuk Gambar Sebagai Prioritas Postingan	88
3.4.2.2 Penggunaan Caption Setiap Postingan Sebagai Penambah Daya Tarik.....	90
3.4.2.3 Fitur Stories Alat Publikasi dan Interaksi dan Highlight Sebagai Arsip Kegiatan	91
3.4.3 Evaluasi Konten Yang Sudah Disajikan di Instagram	93
3.4.3.1 Peningkatan Jumlah Pengikut, Likes, dan Komentar Sebagai Salah Satu Indikator Pencapaian Program	94
3.4.3.2 Antusiasme Masyarakat Terhadap Program Ngademinkota.....	95
3.4.3.3 Kurangnya SDM Menjadi Hambatan Saat Mengelola Akun Instagram @ngademinkota	96
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	98
4.1 Simpulan	98
4.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	104