

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

Bab I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Definisi Komunikasi.....	18
2.2.1 Fungsi Komunikasi.....	21
2.3 Komunikasi Organisasi.....	22
2.4 <i>Public Relations</i>	25
2.4.1 Definisi <i>Public Relations</i>	25
2.4.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	28
2.4.3 <i>Cyber Public Relations</i>	30
2.5 Humas Pemerintahan.....	32
2.6 Media.....	34

2.6.1 <i>New Media</i>	34
2.6.2 Internet.....	35
2.6.3 Media Sosial.....	36
2.6.4 Instagram.....	39

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Tipe Penelitian.....	44
3.3 Metode Penelitian.....	45
3.4 Subjek Penelitian.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Data Primer.....	48
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.7 Teknik Penelitian Keabsahan Data.....	50

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.1 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.....	53
4.1.2 Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian.....	55
4.1.3 Fungsi Biro Hukum dan Komunikasi Publik pada Kementerian Pariwisata.....	59
4.1.4 Arti Logo Kementerian Pariwisata.....	60
4.1.5 <i>Brand</i> Kementerian.....	61
4.1.6 Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata.....	62
4.1.7 Deskripsi Kerja.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Instagram Kementerian Pariwisata.....	68
4.2.2 Instagram @kemenpar sebagai Media Komunikasi dalam UNWTO Tourism Video Competition 2017.....	70

4.2.3 Perencanaan Media Sosial Instagram @kemenpar.....	
4.2.3.1 Proses Share	73
4.2.3.2 Proses Optimize.....	75
4.2.3.3 Proses Manage.....	78
4.2.3.4 Proses Engage.....	81
4.2.4 Partisipasi Masyarakat dalam Ajang UNWTO Tourism Video Competition 2017 melalui Instagram @kemenpar.....	82
4.3 Pembahasan.....	87
4.3.1 Instagram Kementerian Pariwisata.....	87
4.3.2 Instagram @kemenpar sebagai Media Komunikasi dalam UNWTO Tourism Video Competition 2017.....	89
4.3.3 Perencanaan Media Sosial Instagram @kemenpar.....	
4.3.3.1 Proses Share.....	90
4.3.3.2 Proses Optimize.....	92
4.3.3.3 Proses Manage.....	94
4.3.3.4 Proses Engage.....	95
4.3.3.5 Partisipasi Masyarakat dalam Ajang UNWTO Tourism Video Competition 2017 melalui Instagram @kemenpar.....	97
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Akademis.....	101
5.2.2 Saran Praktis.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN