

DAFTAR ISI

COVER	1
SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Jurnal 1: Penelitian oleh Dr. P. White. 2016. <i>A Missional Study of the Use of Social Media (Facebook) by Some Ghanaian Pentecostal Pastors</i>	15
2.1.2 Jurnal 2: Penelitian oleh Halbana Tarmizi. 2016. <i>E-Government and Social Media: A Case Study from Indonesia"sCapital</i>	16
2.1.3 Jurnal 3: Penelitian oleh Dhruvi A. Naik. 2015. <i>Organizational Use of Social Media: The Shift in Communication, Collaboration, and Decision-Making</i>	17

2.1.4 Jurnal 4: Penelitian oleh Novia Ika Setyani. 2013. Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Twitter, Facebook, dan Blog sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Akademi Berbagi Surakarta)	18
2.1.5 Jurnal 5: Penelitian oleh Edwi Arief Sosiawan. 2011. Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi dan Komunikasi dalam Memenuhi Kebutuhan Dukungan Sosial di Kalangan Mahasiswa	18
2.2 Komunikasi Organisasi	19
2.2.1 Unsur-Unsur Dasar Komunikasi.....	23
2.3 Public Relations.....	26
2.3.1 Fungsi dan Tugas Public Relations.....	28
2.3.2 Sasaran Kegiatan Public Relations	30
2.3.3 Tujuan Kegiatan Public Relations	32
2.3.4 Jenis-Jenis Media Public Relations.....	34
2.4 Media Baru	36
2.4.1 Jenis-Jenis Media Baru	38
2.4.2 Kelebihan dan Manfaat Media Baru.....	40
2.4.3 Media Sosial sebagai Media Baru	42
2.4.4 Pengelolaan Media Sosial.....	44
2.4.5 Karakteristik Media Sosial.....	48
2.4.6 Karakteristik Khalayak Media Sosial	49
2.4.7 Target Khalayak Media Sosial	54
2.4.8 Instagram.....	58
2.5 Komunitas Virtual	61
BAB III	64
METODE PENELITIAN	64
3.1 Paradigma Penelitian.....	64
3.2 Metode Penelitian.....	66
3.3 Subjek Penelitian.....	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Data Primer.....	71

3.4.2 Data Sekunder.....	72
3.5 Teknik Analisis Data	72
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	75
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	78
4.1.1 Profil AboutTNG	78
4.1.2 Visi AboutTNG.....	80
4.1.3 Program Kegiatan Komunitas AboutTNG	80
4.1.4 Struktur Organisasi Komunitas AboutTNG	82
4.1.4 Uraian Jabatan.....	85
4.2 Hasil Penelitian.....	87
4.2.1 Latar Belakang Terbentuk Komunitas AboutTNG.....	87
4.2.2 Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas AboutTNG	90
4.2.3 Informasi dalam Akun Instagram @Abouttng	100
4.2.4 Manfaat Pengelolaan Media Sosial Instagram @Abouttng.....	112
4.3 Pembahasan	113
4.3.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram @Abouttng	114
4.3.2 Informasi Dalam Instagram @Abouttng.....	118
4.3.3 Manfaat Penggunaan Media Sosial Instagram @Abouttng.....	121
BAB V.....	123
SIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Akademis	124
5.2.2 Saran Praktis	124
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	