

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TESIS	iv
PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY	v
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	vi
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	vii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	viii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kajian Teori	31
2.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	31
2.2.2. Manajemen <i>Public Relation</i>	33
2.2.3. <i>The New Media</i>	39
2.2.4. Media Digital Sebagai Pembentukan Identitas	41
2.5. Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III.....	49
3.1. Objek Penelitian.....	49
3.2. Paradigma Penelitian.....	49
3.3. Metode Penelitian.....	49

3.4.	Key Informan dan Informan	50
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	53
3.5.1.	Data Primer	53
3.5.2.	Data Sekunder	53
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	54
3.6.1.	Wawancara.....	54
3.6.2.	Observasi	54
3.6.3.	Dokumentasi.....	55
3.7.	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1.	Reduksi Data	56
3.7.2.	Penyajian Data	57
3.7.3.	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	57
3.8.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV	58
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	58
4.1.1.	Profil Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Lebong 58	
4.1.2.	Tugas dan Fungsi	59
4.1.3.	Struktur Organisasi	80
4.1.4.	Visi dan Misi.....	81
4.1.5.	Konsep Smart City Lebong.....	83
4.2.	Hasil Penelitian.....	86
4.2.1.	Pengelolaan Media Digital.....	86
4.2.2.	Upaya Membentuk Identitas “Lebong Smart City 2023”	107
4.3.	Pembahasan.....	111
BAB V	134
5.1.	Kesimpulan.....	134
5.2.	Saran	136
5.2.1.	Saran Akademis	136
5.2.2.	Saran Praktis	136
DAFTAR PUSTAKA	138