

## Daftar Isi

### Halaman Judul

Surat Pernyataan .....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi .....	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iv
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix

<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7

<b>Bab II Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	13
2.2.1 Konsep <i>Public Relations</i> dalam Organisasi.....	13
2.2.2 Peran <i>Public Relations</i> dalam Organisasi.....	14
2.2.2.1 Klasifikasi Peran <i>Public Relations</i> .....	14
2.2.3 <i>Cyber Public Relations (CPR)</i> .....	18
2.2.3.1 Strategi <i>Cyber Public Relations</i> .....	22
2.2.4 Media Siber sebagai Media Komunikasi.....	24
2.2.5 Khalayak Media Siber.....	25
2.2.6 Jenis Media Siber.....	26
2.2.7 Konsep dan Karakter Media Sosial.....	29

2.2.8 Konsep <i>Engagement</i> Media Sosial.....	34
2.2.9 Definisi Stakeholders.....	37
2.2.10 Konsep Manajemen dan Implementasi Strategi CPR.....	42
2.2.10.1 Manajemen Media Sosial.....	42
2.2.10.2 Implementasi Strategi CPR.....	45
<b>Bab III Metodologi Penelitian.....</b>	<b>48</b>
3.1 Paradigma.....	48
3.2 Tipe Penelitian.....	49
3.3 Metode Penelitian.....	50
3.4 Subjek Penelitian.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Data Primer.....	54
3.5.2 Data Sekunder.....	55
3.6 Teknik Analisa Data.....	55
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	57
<b>Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Profil Metro TV.....	59
4.1.2 Visi dan Misi Metro TV.....	60
4.1.3 <i>Brand Asset</i> Metro TV.....	61
4.1.4 Struktur Organisasi Metro TV.....	64
4.1.5 Tabel Informasi Tambahan Perusahaan.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Fungsi <i>Public Relations</i> Metro TV.....	66
4.2.2 Peta dan Manajemen Kelola External Stakeholders Metro TV....	59
4.2.3 Manajemen dan Implementasi Program CPR Metro TV.....	72
4.2.4 Online External Stakeholders Engagement.....	79
4.2.4.1 Strategi External Stakeholders Engagement PR.....	81
a) Pelibatan Key Opinion Leader.....	84

b) Strategi Cross-platform.....	87
c) Konversi Engagement Rate to Insight.....	89
d) Produksi Konten yang Relevan.....	91
4.3 Pembahasan.....	94
4.3.1 Meninjau Manajemen Media Sosial Melalui Model SOAR.....	94
a) Analisa Manajemen Media Sosial PR Metro TV.....	97
b) Analisa Performa Konten CPR Metro TV.....	100
c) Analisa External Stakeholders Engagement.....	101
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>117</b>
Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	118
1. Informan Kunci.....	118
2. Informan .....	125
3. Informan Tambahan.....	131
Lampiran 2. Surat Penelitian.....	134
1. Surat Pengantar Wawancara.....	134
2. Surat Keterangan Penelitian.....	135
Lampiran 3. Data Diri Peneliti.....	136