

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
a. Manfaat teoritis/akademis	10
b. Manfaat praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Komunikasi.....	16
2.2.1 Definisi Komunikasi	16
2.2.2 Konseptual Komunikasi	18
2.2.3 Proses Komunikasi	19
2.2.4 Gangguan dan Rintangan Komunikasi	21
2.3 <i>Public Relations</i>	23
2.3.1 Definisi <i>Public Relations</i>	23

2.3.2	Fungsi <i>Public Relations</i>	25
2.3.3	Keterkaitan Manajemen Strategi dan <i>PR</i>	26
2.4	<i>Cyber PR</i> atau <i>E-PR</i>	28
2.4.1	Definisi <i>Cyber PR</i> atau <i>E-PR</i>	28
2.4.2	Manfaat Media Internet bagi Para Pelaku <i>PR</i>	30
2.5	Media Baru (<i>New Media</i>)	33
2.5.1	Definisi <i>New Media</i>	33
2.5.2	Karakteristik Media Baru	34
2.6	Media Sosial	36
2.6.1	Definisi Media Sosial	36
2.6.2	Karakteristik Media Sosial	38
2.6.3	Kategori Pengguna Media Sosial	39
2.7	Instagram	41
2.8	Strategi Komunikasi	43
2.8.1	Definisi Strategi Komunikasi	43
2.8.2	Fungsi Strategi Komunikasi	44
2.8.3	Perencanaan Program Komunikasi	47
2.8.4	Model Strategi Komunikasi	49
2.9	Kerangka Pemikiran	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		55
3.1	Paradigma Penelitian	55
3.2	Metode Penelitian	57
3.3	Subyek Penelitian	58

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
a. Data Primer	59
b. Data Sekunder	60
3.5 Teknik Analisis Data	60
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Komunitas STB.....	65
4.1.2 Visi.....	68
4.1.3 Misi.....	68
4.1.4 Struktur Organisasi.....	68
4.1.5 Alamat Komunitas.....	69
4.1.6 Logo.....	70
4.1.7 Data Instagram Semua Tentang Batam.....	71
4.2 Hasil Penelitian	73
4.2.1 Proses Penelitian Untuk Mencari Permasalahan	74
4.2.2 Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh tim STB	80
4.2.3 Pelaksanaan Perencanaan Komunikasi	88
4.2.4 Evaluasi yang dilakukan oleh tim STB	93
4.2.5 Tahap Pelaporan yang dilakukan oleh tim STB	100
4.3 Pembahasan	103
4.3.1 Proses Penelitian Model Perencanaan Komunikasi.....	104
4.3.2 Perencanaan Komunikasi Model Perencanaan Komunikasi ...	110

4.3.3	Pelaksanaan Perencanaan Model Perencanaan Komunikasi...	124
4.3.4	Evaluasi Model Perencanaan Komunikasi.....	132
4.3.5	Tahap Pelaporan Model Perencanaan Komunikasi	140
4.4	Pembahasan Umum Peneliti	143
4.5	Konfirmasi Teori.....	153
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		155
5.1	Kesimpulan	155
5.2	Saran.....	156
2.5.1	Saran Teoritis/Akademis.....	157
2.5.2	Saran Praktis.....	157
DAFTAR PUSTAKA.....		159
LAMPIRAN		

