

DAFTAR ISI

COVER	
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	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	11
1.3 Manfaat	11
1.3.1 Manfaat Akademis	11
1.3.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Komunikasi	20
2.2.1 Pengertian Komunikasi	20
2.2.2 Tujuan Komunikasi	22
2.2.3 Fungsi Komunikasi	23
2.2.4 Jenis-jenis Komunikasi	24
2.2.5 Hambatan Komunikasi	26
2.3 <i>Public Relations</i>	29
2.3.1 Definisi <i>Public Relations</i>	29
2.3.2 Ciri-ciri <i>Public Relations</i>	31
2.3.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	32
2.3.4 Tujuan <i>Public Relations</i>	34
2.3.5 Peranan <i>Public Relations</i>	35
2.4 <i>New Media</i>	36
2.4.1 Definisi <i>New Media</i>	39
2.4.2 Website	39
2.4.3 Media Sosial	41
2.4.3.1 Pengertian Media Sosial	41
2.4.3.2 Klasifikasi Media Sosial	44
2.4.4 Instagram	46
2.4.4.1 Pengertian Instagram	46
2.4.4.2 Fitur-fitur Instagram	48
2.5 <i>Startup</i>	50
2.5.1 Tahap Perkembangan <i>Startup</i>	52
BAB III METODE PELAKSANAAN KEGIATAN	59
3.1 Metode Pelaksana Kegiatan	59
3.1.1 Tujuan Pelaksanaan Kegiatan	59
3.1.2 Format Pelaksanaan Kegiatan	61
3.2 Gambaran Umum Penyelenggara	62

3.2.1	Profil Penyelenggara.....	63
3.2.2	Struktur Organisasi Penyelenggara.....	63
3.2.3	Tujuan Organisasi Penyelenggara.....	65
BAB IV HASIL PELAKSANAAN.....		67
4.1	Hasil Pelaksanaan Kegiatan.....	67
4.2	Evaluasi.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Simpulan.....	103
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN		



UNIVERSITAS
MERCU BUANA