

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1. Manfaat Akademis .....	8
1.5.2. Manfaat Praktis .....	8
1.5.3. Manfaat Sosial.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Review Penelitian Sejenis.....	10
2.1.1. Brand Strategies In Social Media.....	10
2.1.2. The Impact Of User Interactions In Social Media On Brand Awareness and Purchase Intention : The Case Of MINI On Facebook .....	11
2.1.3. Social Media Marketing To Increase Brand Awareness.....	12
2.1.4. Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication Pt. GMF Aeoroasia .....	14

2.1.5. Humas Dalam Pengelolaan Media Komunikasi .....	15
2.2.1 Public Relations .....	21
2.2.2 Pengertian Public Relations .....	21
2.2.3 Peran Public Relations .....	23
2.2.4 Proses Public Relations .....	26
2.3 Brand Awareness .....	27
2.2 Media Sosial.....	28
2.2.1 Pengertian Media Sosial .....	28
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	30
2.2.3 Jenis-Jenis Media Sosial .....	31
2.2.4 Peran Media Sosial .....	32
2.2.5 Media Sosial Instagram.....	34
2.3 Cyber Public Relations .....	35
2.4 Transportasi Publik .....	37
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	39
3.2 Tipe Penelitian .....	41
3.3 Metode Penelitian .....	42
3.4 Subjek Penelitian .....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Data Primer .....	45
3.7 Data Sekunder .....	46
3.8 Teknik Analisis Data.....	46
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	49
4.1.1 Sejarah PT MRT Jakarta.....	49
4.1.2 Visi dan Misi PT MRT Jakarta .....	52
4.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Umum Corsec PT MRT Jakarta .....	53
4.1.4 Struktur Organisasi Corporate Secretary PT MRT Jakarta .....	55

4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Instagram PT MRT Jakarta @mrtjkt .....	57
4.2.2 Proses Fact Finding Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	61
4.2.3 Proses Perencanaan Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	65
4.2.4 Proses Komunikasi Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt .....	83
4.2.5 Proses Evaluasi Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt .....	88
4.2.6 Awareness Publik Melalui Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	94
4.3 Pembahasan.....	104
4.3.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt .....	104
4.3.2 Tahap Fact Finding Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	106
4.3.3 Tahap Perencanaan Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	106
4.3.4 Tahap Komunikasi Media Sosial Instagram @mrtjkt .....	108
4.3.5 Tahap Evaluasi Media Sosial Instagram @mrtjkt .....	110
4.3.6 Cyber Public Relations PT MRT Jakarta.....	112
4.3.7 Awareness Publik Melalui Media Sosial Instagram @mrtjkt.....	117
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>119</b>
5.1 Simpulan .....	119
5.2 Saran .....	121
5.2.1 Saran Akademis .....	121
5.2.2 Saran Praktis .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>124</b>