

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Kajian Teoritis.....	13
2.2.1. Public Relations	13
2.2.1.1. Ruang Lingkup Public Relations	14
2.2.1.2. Tujuan Public Relations	15
2.2.2. Komunikasi	16

2.2.2.1. Fungsi Komunikasi	18
2.2.2.2. Tujuan Komunikasi	18
2.2.3. Cyber Public Relations.....	19
2.2.3.1. Kekuatan Cyber PR.....	20
2.2.4. Teori New Media	21
2.2.5. Penggunaan Media	23
2.2.6. Teori Uses and Gratification	24
2.2.5. Media Sosial.....	25
2.2.6. Instagram.....	27
2.2.6.1. Fitur-fitur Instagram.....	30
BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Paradigma Peneltian.....	33
3.2. Metode Penelitian.....	34
3.3. Subjek Penelitian.....	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1. Data Primer	38
3.4.2. Data Sekunder	39
3.5. Teknik Analisis Data.....	40
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Umum PT. Bank Maybank Indonesia Tbk.....	44
4.1.1. Sejarah.....	44
4.1.2. Visi dan Misi	45
4.1.2.1. Visi	45
4.1.2.2. Misi	45

4.1.3. Struktur Organisasi	46
4.1.4. Logo Perusahaan	47
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @happymaybankers	48
4.2.2. Informasi Dalam Instagram	53
4.2.3. Manfaat Penggunaan Media Sosial Instagram @happymaybankers	58
4.3. Pembahasan.....	60
4.3.1. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @happymaybankers	61
4.3.2. Informasi Dalam Instagram @happymaybankers.....	64
4.3.3. Manfaat Penggunaan Media Sosial Instagram @happymaybankers	68
4.4. Keterkaitan dengan Public Relations	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78