

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	vx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 <i>Public Relations</i>	20
2.2.1. Definisi <i>Public Relations</i>	20
2.2.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	21
2.2.3. Media <i>Public Relations</i>	22
2.2.4. <i>Cyber Public Relations</i>	23

2.3	<i>Public Relations Management</i>	24
	2.3.1. <i>Perencanaan Public Relations</i>	25
2.4	<i>Peran Public Relations</i>	28
2.5	New Media	31
2.6	Media Sosial	31
2.7	Instagram	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian	40
3.3	Subjek Penelitian	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
	3.4.1 Data Primer	42
	3.4.2 Data Sekunder	43
3.5	Teknik Analisa Data	43
3.6	Teknik Keabsahan Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
	4.1.1. Profile Informan.....	52
4.2.	Hasil Penelitian.....	56
	4.2.1. Penjelasan mengenai pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh PT Kereta Api Indonesia	57
	4.2.2. Riset	61
	4.2.3. Perencanaan	65
	4.2.4. Pelaksanaan.....	69
	4.2.5. Evaluasi.....	77
4.3.	Pembahasan	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	90
5.2.1. Saran Akademis.....	90
5.2.2. Saran Praktis.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

