

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINLITAS .....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.3 Fokus Penelitian.....	13
1.4 Identifikasi Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	14
1.6 Manfaat Penelitian .....	14
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.6.2 Manfaat Praktis.....	14
1.7 Waktu Penelitian dan Periode Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 Public Relations.....	17
2.1.1.2 Fungsi Public Relations.....	19
2.1.1.3 Tujuan Public Relations.....	20
2.1.1.2 Peran Public Relations.....	21
2.1.2 Proses Manajemen Public Relations.....	22
2.1.3 Strategi Public Relations .....	23
2.1.4 Media Sosial.....	24
2.1.5 Instagram .....	26
2.1.6 Perspektif Masyarakat .....	27
2.1.7 Relasi Penggunaan Sosial media Dengan Perspektif Masyarakat .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....	42

3.1	Metode Penelitian .....	42
3.2	Paradigma Penelitian .....	43
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	44
3.4	Lokasi Penelitian .....	45
3.5	Unit Analisis Penelitian .....	45
3.6	Informan Kunci.....	48
3.7	Pengumpulan Data Penelitian .....	51
	3.7.1 Observasi.....	51
	3.7.2 Wawancara .....	52
	3.7.2 Dokumentasi.....	52
3.8	Teknik Analisis Data .....	53
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Karakteristik Informan .....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	61
	4.2.1 Defining Public Relations Problems (Analisis situasi) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	61
	4.2.2 <i>Planning and Programming</i> (Perencanaan dan Program) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	69
	4.2.3 <i>Taking Action and Communicating</i> (Pengambilan Tindakan dan Mengkomunikasikannya) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	76
	4.2.4 <i>Evaluating The Program</i> (Evaluasi Program) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	86
4.3	Pembahasan.....	90
	4.3.1 Defining Public Relations Problems (Analisis situasi) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	90
	4.3.2 <i>Planning and Programming</i> (Perencanaan dan Program) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	93
	4.3.3 <i>Taking Action and Communicating</i> (Pengambilan Tindakan dan Mengkomunikasikannya) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	95

4.3.4 <i>Evaluating The Program</i> (Evaluasi Program) Strategi Penggunaan Media sosial Instagram dalam Membangun Perspektif Masyarakat .....	101
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	104
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Teoritis .....	105
5.2.2 Saran Praktis .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	111