

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian .....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	8
BAB II .....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Citra .....	10
a. Pengertian Citra .....	10
b. Jenis Citra .....	10
2.1.2 Konsep AIDDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Decision, Action</i> ).....	11
2.1.3 <i>Digital Public Relations</i> .....	13
a. Pengertian <i>Digital Public Relations</i> .....	13

b.	Hasil Kegiatan <i>Digital Public Relations</i> .....	14
c.	Elemen Dasar Praktik <i>Digital Public Relations</i> .....	15
d.	Peran <i>Public Relations</i> .....	16
e.	Fungsi <i>Public Relations</i> .....	18
f.	Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i> .....	19
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1	Jurnal Nasional .....	21
2.2.2	Jurnal Internasional .....	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
<b>BAB III</b>	.....	34
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	34
3.1	Metode Penelitian .....	34
3.1.1	Paradigma Penelitian .....	34
3.1.2	Metode Penelitian .....	34
3.1.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	35
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.2.1	Informan Penelitian .....	35
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3	Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	38
3.3.1	Metode Analisis Data.....	38
3.3.2	Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV</b>	.....	41
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	41
4.1	Hasil Penelitian .....	41
4.1.1	Pengenalan Terkait De.U Coffee Bandung .....	41
4.1.2	Peran <i>Digital Public Relations</i> .....	44
4.2	Pembahasan .....	57

4.2.1 Peran <i>Digital Public Relations</i> sebagai <i>Communication Facilitator</i> dalam Membangun Citra De.U Coffee .....	58
4.2.2 Proses dalam Membangun Citra Oleh <i>Digital Public Relations</i> De.U Coffee .....	61
4.2.3 Peran <i>Digital Public Relations</i> dalam Mengatasi Hambatan Selama Membangun Citra De.U Coffee .....	64
<b>BAB V</b> .....	70
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	70
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	72
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	76