

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Teori <i>The Circular Model of SOME</i> .....	13
2.2. Kajian Konseptual .....	14
2.2.1 New Media .....	14
2.2.2 Strategi Public Relations.....	14
2.2.3 Instagram Sebagai Media Informasi Perusahaan .....	16
2.2.4 Pengelolaan Konten.....	17
2.3 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Kerangka Pemikiran .....	31
BAB III .....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penelitian .....	32
3.1.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.1.2 Informan Penelitian .....	33
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.3 Metode Analisis & Penjagaan Keabsahan Data .....	37
3.3.1 Metode Analisis Data .....	37
3.3.2 Penjagaan Keabsahan Data.....	39

BAB IV .....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Perencanaan Konten Pada Instagram @telkomproperty.....	40
4.1.2 Pengelolaan Konten Pada Instagram @telkomproperty.....	45
4.1.3 Pemanfaatan Konten Pada Instagram @telkomproperty Sebagai Strategi <i>Public Relations</i> ....	49
4.2 Pembahasan .....	52
4.2.1 Perencanaan Konten Instagram @telkomproperty.....	53
4.2.2 Pengelolaan Konten Pada Instagram @telkomproperty.....	57
4.2.3 Pemanfaatan Konten Pada Instagram @telkomproperty Sebagai Strategi <i>Public Relations</i> ....	65
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN.....	75