

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat teoritis	6
1.4.2 Manfaat praktisi	6
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Public Relations.....	8
2.2 Citra	9
2.2.1 Teori Manajemen <i>Public Relations</i>	11
2.3 Media Sosial	12
2.3.1 Instagram	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4.1 Jurnal Internasional.....	16

2.4.2 Jurnal Nasional	20
2.5 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.2.1 Subjek & Objek Penelitian	26
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.2.3 Unit Analisis	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Wawancara.....	28
3.3.2 Observasi	28
3.3.3 Dokumentasi	29
3.4 Keabsahan Data	29
3.4.1 Triangulasi	29
3.4.2 <i>Member Checking</i>	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Karakteristik Informan	31
4.2 Karakteristik Perusahaan	32
4.3 Hasil Penelitian.....	35
4.3.1 Transformasi di Telkom Regional 1 Sumatera.....	35
4.3.2 Strategi Hubungan Masyarakat dalam membangun citra di Telkom Regional 1 Sumatera	37
4.4 Pembahasan	39
4.4.1 Mendefinisikan Masalah.....	39
4.4.2 Membuat Rencana dan Program.....	40
4.4.3 Melaksanakan Program dan Komunikasi	42
4.4.4 Mengevaluasi Program	45

4.4.5 Visualisasi Gabungan Tahapan Strategi Hubungan Masyarakat.....	45
BAB V.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	52