

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 <i>The Circular Model of SoMe for Social Communication</i>	13
2.1.2 Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Lingkup Public Relations.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	43
3.3.1 Subjek Penelitian.....	43
3.3.2 Objek Penelitian.....	43
3.4 Lokasi Penelitian	43
3.5 Informan Penelitian	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45

3.6.1 Data Primer	46
3.6.2 Data Sekunder	47
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Informan Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Alasan Pertamina Call Center 135 Melakukan Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @pertamina.135	53
4.2.2 Proses Pengelolaan Konten pada Media Sosial Instagram @pertamina.135	56
4.3 Pembahasan Penelitian	65
4.3.1 Alasan Pertamina Call Center 135 Melakukan Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @pertamina.135	65
4.3.2 Proses Pengelolaan Konten pada Media Sosial Instagram @pertamina.135	66
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Akademis	84
5.2.2 Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89