

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 LANDASAN KONSEPTUAL	13
2.1.1 Public Relations	13
2.1.2 Fungsi Public Relations	13
2.1.3 Strategi Public Relations	15
2.1.4 Citra	16
2.1.5 Media Sosial	18
2.1.6 Instagram	19
2.1.6.1 Fitur-Firut Instagram	20
2.1.7 Stakeholders	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24

2.2.1 Jurnal Nasional	24
2.2.3 Jurnal Internasional.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	38
3.2 METODE PENELITIAN.....	38
3.3 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	39
3.3.1 Subjek Penelitian	39
3.3.2 Objek Penelitian	40
3.4 Lokasi Penelitian.....	40
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	40
3.6 Informan Penelitian.....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7.1 Data Primer.....	46
3.7.2 Data Sekunder	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	47
3.9 Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 PROFIL INFORMAN PENELITIAN	50
4.2 HASIL PENELITIAN.....	54
4.2.1 Strategi Humas PT Surveyor Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram.....	54
4.2.2 Dampak dari Strategi Humas PT Surveyor Indonesia dalam Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram.....	64
4.3 Pembahasan.....	69
4.3.1 Strategi Humas PT Surveyor Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram.....	69
4.3.1 Dampak dari Strategi Humas PT Surveyor Indonesia dalam Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram.....	74
BAB 5	79
SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79

5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis.....	80
5.2.2 Saran Praktis.....	80