

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN ORIGINALISTAS.....	iii
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Konseptual.....	6
2.1.1 Definisi <i>Digital Public Relations</i>	6
2.1.2 Strategi <i>Digital Public Relations</i>	7
2.1.3 Peran <i>Digital Public Relations</i>	8
2.1.4 Transformasi <i>Digital</i>	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	19
3.1.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.1.4 Unit Analisis Penelitian.....	20
3.1.5 Informan.....	21

3.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Metode Analisis dan Keabsahan Data.....	24
3.3.1 Metode Analisis Data	24
3.3.2 Keabsahan Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	27
4.1 Karakteristik Informan	27
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Strategi Digital PR	29
4.2.2 Peran <i>Public Relations</i>	38
4.3 Pembahasan Penelitian.....	40
4.3.1 Strategi <i>Digital Public Relations</i> dalam mendukung transformasi <i>Digital PT Pegadaian</i>	40
4.3.2 Peran <i>Public Relations</i> dalam Mengimplementasikan Strategi <i>Digital Public Relations</i>	44
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran.....	49
5.2.1 Saran Akademis	49
5.2.2 Saran Praktis.	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	52