

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