

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