

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Kegunaan / Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis / Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.1.1 Definisi <i>Public Relations</i>	13
2.1.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	14
2.1.3 Peran <i>Public Relations</i>	15

2.2	Media Sosial	16
2.2.1	Definisi Media Sosial.....	16
2.2.2	Fungsi Media Sosial.....	17
2.2.3	Jenis-jenis Media Sosial.....	18
2.3	Perencanaan Konten	20
2.3.1	Definisi Konten.....	20
2.3.2	<i>The Circular Model of SoMe (share, optimize, manage, engage)</i>	21
2.4	Penelitian Terdahulu.....	23
2.5	Kerangka pemikiran	43
BAB III.....		45
METODE PENELITIAN		45
3.1	Metode Penelitian	45
3.1.2	Paradigma Penelitian	45
3.1.3	Pendekatan penelitian	46
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	46
3.2.1	Subjek Penelitian	46
3.2.2	Objek Penelitian.....	47
3.2.3	Lokasi Penelitian.....	47
3.3	Unit Analisis Penelitian	47
3.4	Informan Kunci.....	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6	Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	55
3.6.1	Metode Analisis	55
3.6.2	Keabsahan Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Karakteristik Informan Penelitian.....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Perencanaan Konten Media Sosial Instagram Yakes Telkom	63
4.3	Pembahasan Penelitian	77
4.3.1	Analisis Strategi Perencanaan Konten Media Sosial Instagram Yakes Telkom	78
4.3.2	Referensi Strategi Perencanaan Konten yang Berkompeten.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Teoritis	91
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	98