

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teoritis	12
2.1.1 Social Media Monitoring	12
2.1.2 Social Media.....	13
2.1.3 X.....	17
2.1.4 Media Baru.....	19
2.1.5 <i>Public Relation</i>	20
2.1.6 Citra Pada Aktivitas Public Relations	25
2.1.7 Komunikasi Virtual	27
2.1.8 Pengelolaan Media Sosial	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41

3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	42
3.3.1 Subjek Penelitian	42
3.3.2 Objek Penelitian	42
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	42
3.5 Informan Penelitian.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6. 1 Wawancara	45
3.6. 2 Observasi.....	45
3.6.3 Studi Dokumentasi.....	45
3.6.4 Studi literatur.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.8 Penjagaan Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Informan	48
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Analisis Media Social Monitoring X @KAI121	51
4.3 Pembahasan Bagaimana Pemanfaatan Social Media Monitoring X @KAI121 dalam Membangun Citra Positif	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81
Transkrip Wawancara	84