

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat praktis	12
1.5 Tahapan Penelitian	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan teoritis.....	14
2.1.1 Hubungan Masyarakat.....	14
2.1.2 Digital Public Relations.....	17
2.1.3 Media Sosial	19
2.1.4 Manajemen Media sosial	20
2.1.5 Opini publik.....	22
2.1.6 Program Digistar Class.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1 Jurnal Nasional	26
2.2.2 Jurnal internasional	31
2.3 Kerangka Berpikir	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Paradigma Penelitian	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.3.1 Subjek Penelitian	41

3.3.2 Objek Penelitian.....	42
3.4 Unit Analisis	42
3.5 Informan Penelitian	43
3.5.1 Informan Kunci.....	43
3.5.2 Informan Ahli	44
3.5.3 Informan pendukung	45
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.6.1 Observasi.....	47
3.6.2 Wawancara	47
3.7 Metode Analisis Data	47
3.8 Metode keabsahan data	49
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Data Informan.....	51
4.1.1 Informan Kunci.....	51
4.1.2 Informan Ahli	52
4.1.3 Informan pendukung	53
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Share	55
4.2.2 Optimize.....	62
4.2.3 Manage.....	66
4.2.4 Engage.....	70
4.2.5 Opini Publik Terhadap Program Digistar Class	74
4.3 Pembahasan.....	77
4.3.1 Share	78
4.3.2 Optimize.....	80
4.3.3 Manage.....	82
4.3.4 Engage.....	85
4.3.5 Model Gabungan The Circular Model of SOME dan Opini Publik	87
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Saran Akademik.....	89
5.2.2 Saran Praktis.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	93