

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Perumusan Masalah.....	10
2.1.1 <i>Digital Public Relations</i>	10
2.1.2 Peran <i>Digital Public Relations</i>	11
2.1.3 <i>Complaint Handling</i> (Menangani Keluhan)	11
2.1.4 Media Sosial	12
2.1.5 Media Sosial X.....	13
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	14
2.2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.1.1 Paradigma Penelitian	27

3.1.3 Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.2.1 Subjek Penelitian	29
3.2.2 Objek Penelitian.....	29
3.3 Unit Analisis Data	29
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.4.1 Informasi Kunci	32
3.4.2 Informan Ahli	33
3.4.3 Informan Pendukung.....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.5.1 Observasi	34
3.5.2 Wawancara.....	34
3.5.3 Dokumentasi	35
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Profil PT Kereta Api Indonesia (KAI)	37
4.2 Struktur Organisasi	40
4.3 Hasil Penelitian.....	41
4.3.1 Peran <i>Digital Public Relation</i>	41
4.3.1.1 Transparency	41
4.3.1.2 <i>The Internet as Agent</i>	44
4.3.1.3 <i>Richness in Content in Reach</i>	47
4.3.2 Indikator Complaint Handling	53
4.3.2.1 Permohonan Maaf Terhadap Pelanggan Atas Ketidaknyamanan yang Mereka Alami.....	53
4.3.2.2 Empati terhadap pelanggan yang marah	57
4.3.2.3 Kecepatan dalam menangani komplain	62
4.3.2.4 Keadilan atau kewajaran dalam memecahkan masalah atau keluhan .	66
4.3.2.5 Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan	70
4.4 Pembahasan	75