

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Public Relations	13
2.1.2 Pengelolaan Media Sosial.....	14
2.1.3 Media Sosial	17
2.1.4 Aktivis Sosial Masyarakat	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.2 Literatur Review Internasional	25
2.3 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.1.1 Metode Penelitian	33

3.1.2 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Subjek & Objek Penelitian	34
3.2.1 Subjek Penelitian	34
3.2.2 Objek Penelitian.....	35
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Unit Analisis Penelitian.....	35
3.4 Narasumber	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Profil Informan Penelitian	40
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Pengelolaan Sosial Media	42
4.2.2 Hambatan Sosial Media.....	49
4.3 Pembahasan	50
4.3.1 Tahap Share Sebagai Sarana Edukasi.....	51
4.3.2 Memastikan Tahap Optimize Konten Berjalan Efektif	52
4.3.3 Manage Konten yang Efektif dan Edukatif	53
4.3.4 Engage dengan Audiens.....	54
4.3.5 Hambatan Sosial Media	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64