

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Pertanyaan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoretis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
1.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Digital Public Relations</i>	11
2.2 <i>Visual Public Relations</i>	12
2.3 Konsep Komunikasi Visual Sumbo Tinarbuko.....	14
2.4 <i>Public Relation Event</i>	15
2.5 Elemen Visual	16
2.6 <i>Moodboard</i>	20
2.7 Instagram.....	21
2.8 Penelitian Terdahulu	24
2.9 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Pendekatan Penelitian	31

3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Subjek Penelitian.....	32
3.5 Objek Penelitian	32
3.6 Informan Penelitian	32
3.7 Unit Analisis Data	32
3.8 Teknik Pengumpulan Data	33
3.9 Teknik Analisis Data	34
3.10 Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Karakteristik Informan	36
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Penggunaan Elemen Warna pada Konten Instagram feeds @tunfc_bandung.....	38
4.2.2 Penggunaan Elemen Ilustrasi pada Konten Instagram <i>Feeds</i> @tunfc_bandung.....	41
4.2.3 Penggunaan Tipografi pada Konten Instagram <i>Feeds</i> @tunfc_bandung.....	46
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Penggunaan Elemen Warna pada Konten Instagram <i>Feeds</i> @tunfc_bandung.....	49
4.3.2 Penggunaan Ilustrasi pada Konten Instagram <i>Feeds</i> @tunfc_bandung.....	61
4.3.3 Penggunaan Tipografi pada Konten Instagram feeds @tunfc_bandung.....	69
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83