

## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

### KATA PENGANTAR

### DAFTAR ISI

### DAFTAR GAMBAR

### DAFTAR TABEL

#### BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Fokus Penelitian .....	11
1.3	Tujuan Penelitian .....	14
1.4	Manfaat Penelitian .....	14
	1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	14
	1.4.2 Kegunaan Praktis .....	15
1.5	Sistematika Laporan Penelitian .....	15

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Definisi Teknologi Informasi .....	17
2.2	Teknologi Informasi dalam Konteks <i>Public Relations</i> .....	18
2.3	Jenis Teknologi Informasi dan Komunikasi .....	21
2.4	Pengertian <i>Twitter</i> .....	22
	2.4.1 Fungsi <i>Twitter</i> .....	23
	2.4.2 Keunggulan dan Kelemahan <i>Twitter</i> .....	24
2.5	Definisi Relasi .....	27
	2.5.1 Relasi dan Interaktivitas .....	28
	2.5.2 Relasi Konteks <i>Twitter</i> .....	29
2.6	Definisi Peran .....	30
2.7	Kerangka Pemikiran .....	37
2.8	Definisi Konsep .....	37

#### BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1	Metodeologi Penelitian .....	38
3.2	Desain Penelitian .....	40
3.3	Informan dan <i>Key Informan</i> .....	41
	3.3.1 Informan .....	41
	3.3.2 <i>Key Informan</i> .....	43

3.4	Instrument .....	44
	3.4.1 Data Primer .....	45
	3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5	Keabsahan Data .....	46
3.6	Analisis Data .....	50

## **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1	Profil Polda Metro Jaya .....	53
	4.1.1 Visi dan Misi .....	55
	4.1.2 Profil Polisi Lalu Lintas .....	57
	4.1.3 Visi dan Misi Polantas .....	58
	4.1.4 Traffic Management Center .....	59
	4.1.5 Tujuan Dibentuk TMC .....	60
	4.1.6 Program TMC .....	60
	4.1.7 Teknologi TMC .....	61
	4.1.8 Twitter TMC Polda Metro Jaya .....	62
	4.1.9 Sejarah Twitter Di TMC Polda Metro Jaya .....	63
4.2	Hasil Penelitian .....	63
	4.2.1 Fungsi Twitter @TMCPoldaMetro .....	64
	4.2.2 Proses Penggunaan Sosial Media Twitter Oleh TMC Polda Metro Sebagai Alat Komunikasi .....	67
	4.2.3 Keberadaan Model Humas Milik Grunig Dalam Twitter TMC Polda Metro dan Mengidentifikasinya .....	69
	4.2.4 Keberadaan relasi antara organisasi (TMC Polda Metro Jaya) dengan publiknya dalam sosial media <i>Twitter</i> @TMCPoldaMetro melalui indikator relasi milik Hunt & Grunig .....	74
	4.2.5 Tingkat interaktivitas sosial media <i>Twitter</i> TMC Polda Metro Jaya (@TMCPoldaMetro) .....	81

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Saran .....	88

## **DAFTAR PUSTAKA DAFTAR RIWAYAT HIDUP LAMPIRAN**