

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL DAN DAFTAR BAGAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori Logika Desain Pesan	10
2.3 Strategi Pesan	13
2.4 Unsur-Unsur Pesan	15
2.5 Informasi Publik.....	55
2.6 Media Sosial.....	17
2.6.1 Fungsi Media Sosial.....	18
2.6.2 Karakteristik Media Sosial.....	21
2.6.3 Jenis - Jenis Media Sosial.....	26
2.6.3.1 Instagram.....	36
2.6.3.1.1 Karakteristik Instagram.....	38
2.6.3.1.2 Kelebihan Instagram.....	38
2.6.3.1.3 Kekurangan Instagram.....	39
2.6.3.2 Twitter.....	41
2.6.3.2.1 Karakteristik Twitter.....	42
2.6.3.2.2 Kelebihan Twitter.....	43
2.6.3.2.3 Kekurangan Twitter.....	45

2.6.3.3 Facebook.....	45
2.6.3.3.1 Karakteristik Facebook.....	47
2.6.3.3.2 Kelebihan Facebook.....	48
2.6.3.3.3. Kekurangan Facebook.....	49
2.6.3.4 Youtube.....	50
2.6.3.4.1 Karakteristik Youtube.....	53
2.6.3.4.2 Kelebihan Youtube.....	54
2.6.3.4.3 Kekurangan Youtube.....	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Metode Penelitian.....	57
3.2 Desain Penelitian.....	57
3.3.1 Objek Penelitian.....	59
3.3.2 Tempat Penelitian.....	59
3.3.3 Waktu Penelitian.....	59
3.4 Informan dan Key Informan.....	59
3.4.1 Informan.....	59
3.4.2 Key Informan.....	60
3.5 Instrumen.....	60
3.5.1 Data Primer.....	60
3.5.2 Data Sekunder.....	61
3.6 Reliabilitas Data.....	61
3.7 Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	63
4.1 Subjek Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Kementerian Perhubungan.....	63
4.1.2 Visi dan Misi Kementerian Perhubungan RI.....	65
4.1.3 Filosofi Lambang dan Logo Kementerian Perhubungan RI.....	66
4.1.4 Gambaran dan Ruang Lingkup Pekerjaan Kementerian Perhubungan RI...	68

4.1.5 Biro Komunikasi dan Informasi Publik (BKIP) Kementerian Perhubungan RI.....	69
4.2 Hasil Penelitian	73
4.2.1 Isi Pesan di Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube	73
4.2.2 Strategi Pesan Instagram, Twitter, Facebook Dan Youtube	87
BAB V PEMBAHASAN.....	105
5.1 Isi Pesan di Instagram, Twitter, Facebook Youtube.....	105
5.2 Unsur-Unsur Pesan di Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube.....	108
5.3 Strategi Pesan di Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube.....	114
BAB VI PENUTUP.....	120
6.1 Kesimpulan.....	120
6.2 Saran.....	122
DAFTAR REFERENSI.....	123