

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Secara Teoritis	5
1.4.1 Secara Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teoritis	7
2.2.1 <i>Computer Mediated Communication Theory(CMC)</i>	7
2.2.2 <i>Public Relations</i>	8
2.3 Landasan Konseptual	9
2.3.1 <i>Corporate Public Relations</i>	9
2.3.2 Fungsi <i>Corporate Public Relations</i>	9
2.3.3 Kampanye <i>Public Relations</i>	9
2.3.4 Jenis-jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	10
2.3.5 <i>Marketing Public Relations</i>	10
2.3.6 Peran <i>Marketing Public Relations</i>	11
2.3.7 Tujuan dan Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	12
2.3.8 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	13

2.3.9 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	14
2.3.10 <i>New Media</i>	15
2.3.11 Instagram	15
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode dan Desain Penelitian	18
3.2 Bahan Penelitian.....	20
3.2.1 Objek Penelitian	20
3.2.2 Subjek Penelitian	20
3.2.3 Lokasi Penelitian	20
3.3 Sumber Data	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Uji Keabsahan Data.....	22
3.6 Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	24
4.1 Profil Perusahaan.....	24
4.1.1 Logo PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek).....	24
4.1.2 Visi	24
4.1.3 Misi.....	24
4.1.4 Struktur Organisasi	25
4.2 Hasil Penelitian.....	25
BAB V PEMBAHASAN.....	31
5.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) Dalam Mempromosikan Layanan <i>Service</i> Melalui Kampanye #dirumahaja pada akun Instagram @gojekindonesia	31
5.2 Upaya dan Hambatan Divisi <i>Media and Strategy</i> PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) Dalam Mempromosikan Layanan <i>Service</i> Melalui Kampanye #dirumahaja pada akun Instagram @gojekindonesia	36
BAB VI PENUTUP	38
6.1 Kesimpulan	38
6.2 Kesimpulan	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Tipe Penelitian.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Instagram Kampanye #dirumahaja.....	2
Gambar 1.2 Hasil Survei Negara Pengguna Instagram.....	3
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	21