

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teoritis.....	12
2.2.1 Teori Informasi Organisasi.	12
2.3. <i>Public Relations</i>	15
2.3.1 Definisi <i>Public Relations</i>	15
2.3.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	16
2.3.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	18
2.4. Strategi <i>Public Relations</i>	20
2.4.1 Jenis-jenis Strategi <i>Public Relations</i>	21
2.5. Penggunaan Media Sosial	25
2.5.1 Definisi Media Sosial.....	25
2.5.2 Jenis-jenis Media Sosial.....	25
2.5.3 Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	27
2.6. Instagram	28
2.6.1 Pengertian Instagram	28
2.6.2 Manfaat Instagram	29
2.7. Kerangka Pemikiran	32

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Paradigma Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Jenis Penelitian	34
3.4. Desain Penelitian	35
3.5. Jenis Data.....	36
3.5.1 Data Primer	36
3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.6. Bahan Penelitian	38
3.6.1 Objek Penelitian.....	38
3.6.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.6.3 Sumber Data	38
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8. Uji Keabsahan Data	39
3.9. Analisis Data.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41