

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.2.1. Teoritis	6
1.2.2. Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teoritis	9
2.2.1. Teori Four Step Public Relations Process.....	9
2.2. Landasan Konseptual.....	11
2.2.1. Humas Pemerintah	11
2.2.2.1. Fungsi dan Tugas Humas Pemerintah.....	12
2.2.2. Strategi Komunikasi.....	13
2.2.2.1. Tujuan Strategi Komunikasi	14
2.2.2.2. Perumusan Strategi Komunikasi	14
2.2.3. Citra.....	15
2.2.3.1. Citra Perusahaan.....	16
2.2.4. New Media	17
2.2.5. Media Sosial.....	17
2.2.5.1. Instagram.....	18
2.3. Kerangka Berfikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Pradigma Penelitian.....	22
3.2. Metode Penelitian.....	22
3.3. Jenis Penelitian	23
3.4. Objek Penelitian	23
3.5. Sumber Data	24
3.6. Key Informan dan Informan.....	24
3.7. Teknik Pengumpulan Data	25
3.8. Teknik Analisis Data	26
3.9. Keabsahan Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
4.1. Objek Penelitian	29
4.1.1. Profil Direktorat Jenderal Imigrasi.....	29
4.2. Subjek Penelitian	30
4.2.1. Key Informan	30
4.2.2. Informan 1	30

4.2.3.	Informan 2.....	30
4.2.4.	Informan 3.....	30
4.3.	Hasil Penelitian.....	31
4.3.1.	Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jenderal Imigrasi dalam Mempertahankan Citra Positif Lembaga Melalui Instagram.....	31
4.3.2.	Penggunaan Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi Untuk Mempertahankan Citra Positif Lembaga.....	35
4.3.3.	Hambatan Yang Terjadi Saat Mengelola Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi.....	40
4.3.4.	Penilaian Masyarakat Terhadap Direktorat Jendral Imigrasi Dalam Mengelola Media Sosial Instagram.....	42
BAB V	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	45
5.1.	Pembahasan.....	45
5.1.1.	Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jenderal Imigrasi dalam Mempertahankan Citra Positif Lembaga Melalui Instagram.....	45
5.1.2.	Penggunaan Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi Untuk Mempertahankan Citra Positif Lembaga.....	49
5.1.3.	Hambatan Yang Terjadi Saat Mengelola Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi.....	54
5.1.4.	Penilaian Masyarakat Terhadap Direktorat Jendral Imigrasi Dalam Mengelola Media Sosial Instagram.....	56
BAB VI	PENUTUP.....	58
6.1.	Kesimpulan.....	58
6.2.	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....		61
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
--------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1	Profil Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi.....	4
Gambar 1.1.2	Konten Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi.....	4
Gambar 1.1.3	Komentar Positif Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi	5
Gambar 2.2.1	Teori <i>Four Step Public Relations Process</i>	10
Gambar 3.8	Teknik Analisis Data.....	27
Gambar 4.1	Logo Direktorat Jenderal Imigrasi	29
Gambar 4.2	Bukti Ditjen Imigrasi Menggunakan Instagram sejak 2016	36
Gambar 4.3	Postingan Feeds Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi.....	37
Gambar 4.4	Bukti Interaksi Melalui Kolom Komentar Antara Humas Ditjen Imigrasi Dan Masyarakat	39
Gambar 4.5	Bukti Dokumentasi Konten Instagram Stories @ditjen_imigrasi yang rutin diupload	40
Gambar 4.6	Dokumentasi Wawancara Dengan Followers Instagram @ditjen_imigrasi.....	44
Gambar 5.1	Tampilan Profil Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi	51
Gambar 5.2	Tampilan Feeds Instagram Direktorat Jenderal Imigrasi.....	52
Gambar 5.3	Tampilan Kolom Komentar Konten Instagram Ditjen Imigrasi	53
Gambar 5.4	Dokumentasi Workshop Kehumasan oleh Humas Direktorat Jenderal Imigrasi	55
Gambar 5.5	Bukti Pemasangan Baliho Dan Penyebaran Informasi Melalui Radio Lokal	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Berfikir	21
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Bagian Humas Direktorat Jenderal Imigrasi.....	30