# DAFTAR ISI

[LEMBAR PERSETUJUAN ii](#_Toc146620493)

[SURAT PERNYATAAN iii](#_Toc146620494)

[ABSTRAK iv](#_Toc146620495)

[ABSTRACT v](#_Toc146620496)

[RINGKÉSAN vi](#_Toc146620497)

[KATA PENGANTAR vii](#_Toc146620498)

[DAFTAR ISI x](#_Toc146620499)

[DAFTAR TABEL xiv](#_Toc146620500)

[DAFTAR GAMBAR xv](#_Toc146620501)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc146620502)

[1.1 Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc146620503)

[1.2 Fokus Penelitian 5](#_Toc146620504)

[1.3. Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc146620505)

[1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6](#_Toc146620506)

[1.4.1 Tujuan Penelitian 6](#_Toc146620507)

[1.4.2 Kegunaan Penelitian 7](#_Toc146620508)

[1.4.2.1. Kegunaan Teoritis 7](#_Toc146620509)

[1.4.2.2 Kegunaan Praktis 7](#_Toc146620510)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8](#_Toc146620511)

[2.1 Kajian Literatur 8](#_Toc146620512)

[2.1.1 Review Penelitian Sejenis 8](#_Toc146620513)

[2.1.2 Kerangka Konseptual 13](#_Toc146620514)

[2.1.2.1 Strategi 13](#_Toc146620515)

[2.1.2.2 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi 13](#_Toc146620516)

[2.1.2.3 Komunikasi Efektif 15](#_Toc146620517)

[2.1.2.4 *Digital Public Relations* 16](#_Toc146620518)

[2.1.2.5 *Tools Digital Public Relations* 17](#_Toc146620519)

[2.1.2.6 Humas Pemerintah 19](#_Toc146620520)

[2.1.2.7 Peran Humas Pemerintah 20](#_Toc146620521)

[2.1.2.8 *New* Media 21](#_Toc146620522)

[2.1.2.9 Media sosial 23](#_Toc146620523)

[2.1.2.10 Aplikasi Instagram 25](#_Toc146620524)

[2.1.3 Kerangka Teoritis 29](#_Toc146620525)

[2.1.3.1 Teori *Digital Public Relations* 29](#_Toc146620526)

[2.1.3.2 Model Perencanaan *Public Relations* Cutlip dan Center 30](#_Toc146620527)

[2.2 Kerangka Pemikiran 33](#_Toc146620528)

[BAB III METODOLOGI PENELITIAN 35](#_Toc146620529)

[3.1 Subjek, Objek dan Metodologi 35](#_Toc146620530)

[3.1.1 Subjek Penelitian 35](#_Toc146620531)

[3.1.2 Objek Penelitian 39](#_Toc146620532)

[3.1.2.1 Gambaran Objek Penelitian 39](#_Toc146620533)

[3.1.2.1.1 Sejarah Diskominfo Provinsi Jawa Barat 39](#_Toc146620534)

[3.1.2.1.2 Visi dan Misi Diskominfo Provinsi Jawa Barat 40](#_Toc146620535)

[3.1.2.1.3 Logo Humas Jabar Provinsi Jawa Barat 41](#_Toc146620536)

[3.1.2.1.4 Tugas Pokok Diskominfo Provinsi Jawa Barat 41](#_Toc146620537)

[3.1.3 Metodologi Penelitian 42](#_Toc146620538)

[3.1.4 Desain/Paradigma Penelitian 43](#_Toc146620539)

[3.1.5 Prosedur Pengumpulan Data 45](#_Toc146620540)

[3.1.5.1 Data Primer 45](#_Toc146620541)

[3.1.5.2 Data Sekunder 48](#_Toc146620542)

[3.1.6 Rancangan Analisis Data 48](#_Toc146620543)

[3.1.7 Kredibilitas Dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 50](#_Toc146620544)

[3.1.8 Membuka akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian 52](#_Toc146620545)

[3.1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian 53](#_Toc146620546)

[3.1.9.1 Lokasi Penelitian 54](#_Toc146620547)

[3.1.9.2 Jadwal Penelitian 54](#_Toc146620548)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55](#_Toc146620549)

[4.1 Hasil penelitian 55](#_Toc146620550)

[4.1.1 Penemuan strategi digital Public Relations 58](#_Toc146620551)

[4.1.2 Perencanaan Strategi *Digital Public Relations* 62](#_Toc146620552)

[4.1.3 Komunikasi Strategi *Digital Public Relations* 74](#_Toc146620553)

[4.1.4 Evaluasi Strategi *Digital Public Relations* 79](#_Toc146620554)

[4.2 Pembahasan 88](#_Toc146620555)

[4.2.1. Penemuan Fakta Dalam Strategi *Digital Public Relations* 88](#_Toc146620556)

[4.2.2. Perencanaan Dalam Strategi *Digital Public Relations* 90](#_Toc146620557)

[4.2.3. Komunikasi Strategi *Digital Public Relations* 94](#_Toc146620558)

[4.2.4. Evaluasi Dalam Strategi *Digital Public Relations* @humas\_jabar 97](#_Toc146620559)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100](#_Toc146620560)

[5.1 Kesimpulan 100](#_Toc146620561)

[5.2 Saran 102](#_Toc146620562)

[DAFTAR PUSTAKA xvi](#_Toc146620563)

[LAMPIRAN xix](#_Toc146620564)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1. 1 Perbedaan Informasi Instagram Humas Provinsi Jawa Barat 2](#_Toc146620565)

[Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis........................................................................9](#_Toc146620566)

[Tabel 2. 2 Perbedaan antara media tradisional dengan media baru 21](#_Toc146620567)

[Tabel 3. 1 Data Informan........................................................................................38](#_Toc146620568)

[Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian 54](#_Toc146620569)

[Tabel 4. 1 Penemuan Fakta Digital Public Relations @humas\_jabar......................61](#_Toc146620570)

[Tabel 4.2 Tabel Perencanaan Strategi Digital Public Relations di Instagram@humas\_jabar 71](#_Toc146620571)

[Tabel 4. 3 Pelaksanaan Strategi Digital Public Relations @humas\_jabar 78](#_Toc146620572)

[Tabel 4. 4 Tabel Evaluasi Digital Public Relations @humas\_jabar 86](#_Toc146620573)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1. 1 Instagram humas jabar 3](#_Toc146620574)

[Gambar 1. 2 Kegiatan dan durasi penggunaan internet di Indonesia 4](#_Toc146620575)

[Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 34](file:///C%3A%5CUsers%5Casus%5CDesktop%5Cfile%20skripsi%5CSKRIPSI%20WILDAN%20final...docx#_Toc146620576)

[Gambar 3. 1 Logo Humas Jawa Barat 41](#_Toc146620577)

[Gambar 4. 1 Kumpulan Reels akun Instagram @humas\_jabar 59](#_Toc146620578)

[Gambar 4. 2 Konten Instagram @humas\_jabar 75](#_Toc146620579)

[Gambar 4. 3 Visual Konten Instagram @humas\_jabar 76](#_Toc146620580)

[Gambar 4. 4 Caption untuk unggahan konten Instagram @humas\_jabar 77](#_Toc146620581)

[Gambar 4. 5 Bagan Penemuan Fakta Digital Public Relations Humas Jabar 89](#_Toc146620582)

[Gambar 4. 6 Bagan Perencanaan Strategi Digital Public Relations Humas 93](#_Toc146620583)

[Gambar 4. 7 Bagan Evaluasi Strategi Digital Public Relations @humas\_jabar 97](#_Toc146620584)