

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKESAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	10
1.1.1. Fokus Penelitian	10
1.1.2. Pertanyaan Penelitian	10
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1. Tujuan Penelitian	11
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1. Kajian Literatur	13
2.1.1. Review Penelitian Sejenis	13
2.1.2. Kerangka Konseptual	17
2.1.2.1 Komunikasi	17

2.1.2.2 <i>Public Relations</i>	21
2.1.2.3 Pengelolaan	37
2.1.2.4 Informasi Publik.....	40
2.1.2.5 Media Sosial.....	42
2.1.2.6 Instagram.....	45
2.2. Kerangka Teoritis.....	53
2.3. Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III : OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	59
3.1. Subjek Penelitian.....	59
3.2. Objek Penelitian	59
3.2.1. Sejarah Kabupaten Bandung.....	60
3.2.2. Visi dan Misi Kabupaten Bandung	66
3.2.3. Logo Kabupaten Bandung.....	67
3.2.4. <i>Public Relations</i> Kabupaten Bandung	68
3.2.5. <i>Job Description Public Relations</i> Kabupaten Bandung	70
3.3. Metodologi Penelitian	71
3.3.1. Paradigma Penelitian.....	72
3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data	73
3.3.3. Analisis Data	74
3.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan.....	75
3.4. Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	75
3.5. Jadwal Penelitian.....	77

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Hasil Penelitian	79
4.1.1. Keterbukaan Informasi yang Dilakukan <i>Public Relations</i> Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	80
4.1.2. Ekualitas pada <i>Public Relations</i> dalam Menghadapi Keberagaman Publik di Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	89
4.1.3. Orientasi Publik dari <i>Public Relations</i> Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	96
4.1.4. Akun Instagram @Bandungpemkab digunakan sebagai Saluran Komunikasi dalam Menjalankan Peran <i>Public Relations</i> di Pemkab Bandung.....	108
4.2. Pembahasan.....	114
4.2.1. Keterbukaan Informasi yang Dilakukan <i>Public Relations</i> Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	114
4.2.2. Ekualitas pada <i>Public Relations</i> dalam Menghadapi Keberagaman Publik di Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	116
4.2.3. Orientasi Publik dari <i>Public Relations</i> Pemkab Bandung Melalui Media Sosial Instagram @Bandungpemkab	118
4.2.4. Akun Instagram @Bandungpemkab digunakan sebagai Saluran Komunikasi dalam Menjalankan Peran <i>Public Relations</i> di Pemkab Bandung.....	120
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1. Kesimpulan	122
5.2. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125

LAMPIRAN..... 127

DAFTAR TABEL

Halaman

2.1	Review Penelitian.....	16
3.1	Jadwal Penelitian.....	77

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1 <i>Followers</i> BandungPemkab	4
1.2 <i>Followers</i> Humas_bandung	5
1.3 <i>Reels</i> dan <i>Post</i> BandungPemkab	6
1.4 <i>Reels</i> dan <i>Post</i> Humas_Bandung	7
1.5 Komentar dari Instagram @BandungPemkab.....	8
1.6 Komentar dari Instagram @Humas_Bandung	9
2.1 Logo Instagram Pertama	48
2.2 Logo Instagram Kedua	48
2.3 Logo Instagram Ketiga.....	49
2.4 Kerangka Berpikir	58
3.1 Daftar Bupati Kabupaten Bandung Sepanjang Waktu.....	64
3.2 Peta Kabupaten Bandung	65
3.3 Logo Kabupaten Bandung.....	67
4.4 Unggahan Audensi Atas Aksi Protes Dari Para Penjual Pada Pasar Banjaran Yang Belum Terpenuhi.....	85
4.5 Aksi Protes atas Belum Dibangunnya Tempat Pengganti Pasar untuk Pedagang Berjualan.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1 Daftar Riwayat Hidup	127
2 Surat Permohonan Penelitian	128
3 Daftar Pertanyaan Wawancara	130
4 Dokumentasi Wawancara.....	136