

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 10 |
| 1.2.1 Pertanyaan Penelitian..... | 10 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 11 |
| BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 14 |
| 2.1 Kajian Literatur..... | 14 |
| 2.1.1 Review Penelitian Sejenis | 14 |
| 2.1.2 Kerangka Konseptual | 24 |
| 2.1.2.1 Definisi Komunikasi | 24 |
| 2.1.2.2 Proses Komunikasi..... | 25 |
| 2.1.2.3 Tujuan Komunikasi..... | 27 |
| 2.1.2.4 Sifat Komunikasi..... | 28 |
| 2.1.2.5 Definisi Strategi | 28 |
| 2.1.2.6 Komunikasi Publik..... | 29 |
| 2.1.2.7 Media Komunikasi | 31 |
| 2.1.2.8 Media Sosial..... | 32 |
| 2.1.2.9 Karakteristik Pengguna Media..... | 32 |
| 2.1.2.10 Kelebihan dan Kekurangan Media..... | 33 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2.11 Instagram..... | 35 |
| 2.1.2.12 Instagram Sebagai Sarana Informasi dan Komunikasi | 36 |
| 2.1.3 Kerangka Teoritis | 37 |
| 2.1.3.1 Tinjauan Teori <i>The Circular Model of SOME</i> | 37 |
| 2.1.4 Kerangka Pemikiran | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1 Subjek, Objek, dan Metodologi | 43 |
| 3.1.1 Subjek Penelitian | 43 |
| 3.1.2 Objek Penelitian..... | 44 |
| 3.1.2.1 Definisi Diskominfo Jawa Barat..... | 44 |
| 3.1.2.2 Visi dan Misi Diskominfo Jawa Barat | 46 |
| 3.1.2.2.1 Visi Diskominfo Jawa Barat | 46 |
| 3.1.2.2.2 Misi Diskominfo Jawa Barat | 46 |
| 3.1.2.3 Tugas Pokok dan Fungsi Diskominfo Jawa Barat | 46 |
| 3.1.2.3.1 Tugas Diskominfo Jawa Barat | 46 |
| 3.1.2.3.2 Fungsi Diskominfo Jawa Barat..... | 47 |
| 3.1.2.4 Struktur Organisasi | 48 |
| 3.1.3 Metodologi Penelitian..... | 49 |
| 3.1.3.1 Paradigma Penelitian | 50 |
| 3.1.3.2 Prosedur Pengumpulan Data..... | 52 |
| 3.1.3.3 Rancangan Analisis Data | 55 |
| 3.1.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian | 57 |
| 3.1.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan..... | 59 |
| 3.1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian..... | 59 |
| 3.1.5.1 Lokasi Penelitian..... | 59 |
| 3.1.5.2 Jadwal Penelitian | 59 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 61 |
| 1.1 Hasil Penelitian..... | 61 |
| 1.1.1 Profil Informan..... | 63 |

| | | |
|---|-------------------------|------------|
| 1.1.2 | Share | 64 |
| 1.1.3 | Optimize..... | 92 |
| 1.1.4 | Manage..... | 110 |
| 1.1.5 | Engagement..... | 132 |
| 1.2 | Pembahasan | 155 |
| 1.2.1 | Proses Share | 156 |
| 1.2.2 | Proses Optimize | 160 |
| 1.2.3 | Proses Manage | 161 |
| 1.2.4 | Proses Engagement | 163 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 167 |
| 5.1 | Kesimpulan | 168 |
| 5.2 | Saran | 163 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 171 |
| LAMPIRAN..... | | 172 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis..... | 11 |
| Tabel 3.1 Informan Penelitian..... | 34 |
| Tabel 3.2 Jadwal Penelitian..... | 51 |
| Tabel 4.1 Tabulasi Hasil Data Informan Ahli mengenai <i>Share</i> | 59 |
| Tabel 4.2 Tabulasi Hasil Data Informan Kunci mengenai <i>Share</i> | 69 |
| Tabel 4.3 Tabulasi Hasil Data Informan Pendukung mengenai <i>Share</i> | 80 |
| Tabel 4.4 Tabulasi Hasil Data Informan Ahli mengenai <i>Optimize</i> | 87 |
| Tabel 4.5 Tabulasi Hasil Data Informan Kunci mengenai <i>Optimize</i> | 92 |
| Tabel 4.6 Tabulasi Hasil Data Informan Pendukung mengenai <i>Optimize</i> | 100 |
| Tabel 4.7 Tabulasi Hasil Data Informan Ahli mengenai <i>Manage</i> | 106 |
| Tabel 4.8 Tabulasi Hasil Data Informan Kunci mengenai <i>Manage</i> | 114 |
| Tabel 4.9 Tabulasi Hasil Data Informan Pendukung mengenai <i>Manage</i> | 124 |
| Tabel 4.10 Tabulasi Hasil Data Informan Ahli mengenai <i>Engagement</i> | 130 |
| Tabel 4.11 Tabulasi Hasil Data Informan Kunci mengenai <i>Engagement</i> | 138 |
| Tabel 4.12 Tabulasi Hasil Data Informan Pendukung mengenai <i>Engagement</i> | 147 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1.1 <i>We are Social</i> | 4 |
| Gambar 1.2 Persentase Pengguna Internet Di Jawa Barat..... | 6 |
| Gambar 1.3 Persentase Pengguna Internet Di Kota Bandung..... | 7 |
| Gambar 1.4 Persentase Pengguna Internet Di Kota Bandung Berdasarkan Media Sosial..... | 8 |
| Gambar 1.5 Persentase Pengguna Internet Di Kota Bandung Berdasarkan Tujuan Utama Penggunaan Internet..... | 9 |
| Gambar 2.1 <i>Teori The Circular Model of SOME</i> | 30 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi Diskominfo..... | 40 |
| Gambar 3.2 Profil Akun Humas Jabar..... | 41 |
| Gambar 4.1 Akun Twitter Humas Jabar..... | 60 |
| Gambar 4.2 Postingan Konten Infografis, Videografis..... | 70 |
| Gambar 4.3 Berita Pemadaman NIK dan NPWP..... | 117 |