

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian .....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Penelitian .....	10

2.2	Tinjauan Pustaka .....	12
2.2.1	Definisi Komunikasi .....	12
2.2.2	Proses Komunikasi .....	13
2.2.3	Unsur Komunikasi .....	16
2.2.4	Fungsi Komunikasi .....	18
2.2.5	Tinjauan Komunikasi Organisasi .....	19
2.2.6	Tinjauan Strategi Komunikasi .....	20
2.2.7	Tinjauan <i>Digital Content Creator</i> .....	25
2.2.8	Tinjauan Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	26
2.2.9	Tinjauan Media Sosial .....	27
2.2.10	Tinjauan Instagram .....	28
2.2.11	Tinjauan Citra .....	29
2.3	Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Desain Penelitian.....	34
3.2	Teknik Penentuan Informan .....	35
3.2.1	Informan Penelitian .....	35
3.2.2	Informan Pendukung Penelitian .....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Studi Pustaka .....	37
3.3.2	Studi Lapangan .....	38
3.4	Uji Keabsahan Data .....	41
3.5	Teknik Analisis Data .....	43

3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
3.6.1	Lokasi Penelitian .....	46
3.6.2	Waktu Penelitian.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	48
4.1.1.1	Visi dan Misi PT. Reclays Purnama Cipta Bandung.....	49
4.1.1.2	Struktur Organisasi PT. Reclays Purnama Cipta Bandung...	49
4.1.1.3	Fungsi dan Tugas <i>Digital Content Creator</i> PT. Reclays Purnama Cipta Bandung.....	50
4.1.1.4	<i>The Venture in Bloom</i> .....	50
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian .....	52
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian.....	57
4.1.3.1	Riset yang dilakukan Divisi <i>Digital Content Creator</i> PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program <i>the Venture in Bloom</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.....	58
4.1.3.2	Perencanaan yang dilakukan Divisi <i>Digital Content Creator</i> PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program <i>The Venture in Bloom</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.....	61
4.1.3.3	Pelaksanaan Program <i>The Venture in Bloom</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> oleh Divisi <i>Digital Content Creator</i> PT.	

Reclays Purnama Cipta Bandung dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.....	71
4.1.3.4 Pengukuran/Evaluasi yang dilakukan Divisi <i>Digital Content Creator</i> PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program <i>the Venture in Bloom</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.....	76
4.1.3.5 Pelaporan yang dilakukan Divisi <i>Digital Content Creator</i> PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program <i>The Venture in Bloom</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.....	80
4.2 Pembahasan .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>152</b>