

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoretis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti.....	12
1.4.2.2 Kegunaan Bagi Akademik/Program Studi.....	12
1.4.2.3 Kegunaan Bagi Humas Kota Bandung	12
1.4.2.4 Kegunaan Bagi Masyarakat	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14

2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	14
2.2 Tinjauan Pustaka.....	19
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	19
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	19
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	20
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	20
2.2.2 Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i>	21
2.2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	21
2.2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	23
2.2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	24
2.2.2.4 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	26
2.2.3 Tinjauan Tentang New Media.....	30
2.2.4 Tinjauan Tentang <i>Branding</i>	31
2.2.5 Tinjauan Tentang <i>Cyberbranding</i>	32
2.2.5.1 Pengertian <i>Cyberbranding</i>	32
2.2.5.2 Media Sosial sebagai Perangkat <i>Cyberbranding</i>	34
2.2.6 Tinjauan Tentang Covid-19 dan Adaptasi Kebiasaan Baru.....	35
2.2.6.1 Covid-19.....	35
2.2.6.2 Optimalisasi Media Sosial di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru.....	36
2.2.7 Tinjauan Tentang Konten dalam Media Sosial Instagram.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38

4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	60
4.1.3.1 Interaktivitas yang Dibangun oleh Humas Kota Bandung	61
4.1.3.2 Pengemasan Informasi Pada Media Sosial Humas Kota Bandung	65
4.1.3.3 Insting Humas Kota Bandung	71
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Interaktivitas yang Dibangun Oleh Humas Kota Bandung	74
4.2.2 Pengemasan Informasi Pada Sosial Media Humas Kota Bandung	79
4.2.3 Insting Humas Kota Bandung	86
4.2.4 Strategi <i>Cyberbranding</i> Humas Kota Bandung dalam Membangun Kebiasaan Berolahraga Masyarakat Kota Bandung Melalui Instagram @humas_bandung Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Bagi Humas Kota Bandung	105
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	144