

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PERSEMBAHAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro..... | 12 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro | 12 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian | 13 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 14 |
| 1.4.1 Kegunaan Teroritis..... | 14 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 14 |
| 1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti..... | 14 |
| 1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas | 15 |
| 1.4.2.3 Kegunaan Bagi PT. Pindad (Persero)..... | 15 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

| | |
|--|----|
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 16 |
| 2.1.1 Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi | 19 |
| 2.1.2.1 Pengertian Komunikasi | 19 |
| 2.1.2.2 Fungsi Komunikasi | 21 |
| 2.1.2.3 Tujuan Komunikasi | 21 |
| 2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi..... | 22 |
| 2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi | 22 |
| 2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi..... | 24 |
| 2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi | 25 |
| 2.1.4 <i>Public Relations</i> | 27 |
| 2.1.5 Tinjauan Cyber Public Relations..... | 30 |
| 2.1.6 Tinjauan Tentang Media Sosial | 31 |
| 2.1.6.1 Pengertian Media Sosial..... | 31 |
| 2.1.6.2 Jenis Jenis Media Sosial | 33 |
| 2.1.7 New Media | 37 |
| 2.1.8 Tinjauan Tentang <i>Instagram</i> | 39 |
| 2.2 Tinjauan tentang <i>The Circular Model of SoMe</i> | 46 |
| 2.2.1 <i>Share</i> | 46 |
| 2.2.2 <i>Optimize</i> | 49 |
| 2.2.3 <i>Manage</i> | 51 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 54 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Desain Penelitian | 57 |
| 3.1.1 Metodologi Penelitian | 59 |
| 3.1.2 Metode Deskriptif Studi Deskriptif..... | 61 |
| 3.2 Informan Penelitian..... | 62 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 64 |
| 3.3.1 Studi Pustaka atau Literatur | 64 |
| 3.3.2 Studi Lapangan | 65 |
| 3.4 Uji Keabsahan Data | 67 |
| 3.5 Teknik Analisa Data..... | 69 |
| 3.6 Lokasi dan waktu Penelitian | 72 |
| 3.6.1 Lokasi Penelitian | 72 |
| 3.6.2 Waktu Penelitian | 73 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Hasil Penelitian | 74 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian | 76 |
| 4.1.1.1 Sejarah PT Pindad (Persero) | 76 |
| 4.1.1.2 Visi dan Misi | 86 |
| 4.1.1.3 Logo dan Arti Lambang | 86 |
| 4.1.1.4 Sejarah Divisi Departemen Komunikasi Korporat PT Pindad (Persero) | 88 |
| 4.1.1.5 Struktur Departemen Komunikasi Korporat PT Pindad (Persero) | 90 |

| | |
|---|------------|
| 4.1.1.6 <i>Job Description</i> Struktur Perusahaan PT Pindad (Persero)..... | 91 |
| 4.1.1.7 <i>Job Description</i> Departemen Komunikasi Korporat PT Pindad (Persero) | 103 |
| 4.1.2 Gambaran Akun <i>Instagram</i> PT. Pindad Persero | 108 |
| 4.1.3 Deskripsi Identitas Informan | 110 |
| 4.1.4 Analisis Hasil Penelitian | 113 |
| 4.1.4.1 Tahap <i>share</i> pada penggunaan media <i>Instagram</i> PT. Pindad (Persero) | 115 |
| 4.1.4.2 Tahap <i>optimize</i> pada Pemanfaatan Media <i>Instagram</i> PT. Pindad (Persero) | 122 |
| 4.1.4.3 Tahap <i>Optimize</i> Pada Pemanfaatan Media <i>Instagram</i> Upaya Anti Hoax | 127 |
| 4.1.4.4 Tahap <i>Manage</i> pada penggunaan media sosial <i>Instagram</i> PT. Pindad (Persero) | 131 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 139 |
| 5.2 Saran | 141 |
| DAFTAR PUSTAKA | 144 |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |