

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teoritis.....	9
2.1.1 Model Komunikasi Public Relations Two Way Symmetric.....	9
2.2 Landasan Konsep.....	11
2.2.1 Instagram.....	11
2.2.2 Digital Public Relations.....	14
2.2.3 Penggunaan Media Sosial dalam Public Relations.....	16
2.2.4 Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement).....	18
2.3 Studi Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Metode dan Jenis Penelitian.....	34
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pemilihan Informan Penelitian.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	43
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46

4.1.1 Profil PT Hutchison 3 Indonesia (Tri Indonesia)	46
4.1.2 Visi dan Misi PT Hutchison 3 Indonesia	48
4.1.3 Produk PT Hutchison 3 Indonesia	48
4.1.4 Profil Informan	53
4.2 Hasil Analisis Data	56
4.2.1 Pemanfaatan Digital Public Relations di PT Hutchison 3 Indonesia.....	56
4.2.2 Model Komunikasi Public Relations di PT Hutchison 3 Indonesia	79
4.2.3 Tahapan Customer Engagement di Akun Instagram @triindonesia.....	85
4.3 Hasil Dokumentasi	92
4.4 Pembahasan	98
4.4.1 Pemanfaatan Digital Public Relations di PT Hutchison 3 Indonesia	98
4.4.2 Model Komunikasi Public Relations di Akun Instagram @triindonesia	104
4.4.3 Tahapan Customer Engagement di Akun Instagram @triindonesia	109
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
5.2.1 Saran Akademis	115
5.2.2 Saran Praktis	115
5.2.2.1 Saran untuk Perusahaan	115
5.2.2.2 Saran untuk Konsumen	116
5.2.2.3 Saran untuk Pemerintahan	116
 DAFTAR PUSTAKA	 117
RIWAYAT HIDUP	121
LAMPIRAN	



KALBIS Institute
Transforming Hearts and Minds