

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Konseptual.....	10
2.2.1 <i>Digital Public Relations</i> .....	10
2.2.2 Strategi <i>Digital Public Relations</i> .....	13
2.2.3 Media Sosial.....	16
2.2.4 Citra dan Reputasi Perusahaan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
4.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	34
3.3.1 Subjek Penelitian.....	34
3.3.2 Objek Penelitian.....	34

3.4 Lokasi Penelitian.....	34
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	34
3.6 Informan Penelitian.....	35
3.7 Pengumpulan Data Penelitian .....	36
5.1 Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum.....	38
4.1.1 Profil Perusahaan.....	38
4.1.2 Visi dan Misi .....	39
4.1.3 Produk-produk Eiger .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	40
4.2.1 <i>Planning and Programming</i> .....	40
4.2.2 <i>Online Content Presence</i> .....	46
4.2.3 <i>Measurable</i> .....	61
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 <i>Planning and Programming</i> .....	68
4.3.2 <i>Online Content Presence</i> .....	69
4.3.3 <i>Measurable</i> .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Akademis.....	74
5.2.2 Saran Praktis .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>