

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9
1.4.2 Manfaat teoritis.....	9
1.5 Kerangka Teoritis	9
1.5.1 Media Sosial	9
1.5.2 <i>Cyber Public Relations</i>	11
1.5.3 Citra	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Media Sosial	15
2.2 Instagram	17
2.3 <i>Cyber Public Relations</i>	20
2.4 Penelitian Terdahulu	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Unit Analisis dan Kategorisasi	30
3.5 Definisi Operasional	32
3.5.1 Unit Analisis Media	32
3.5.2 Unit Analisis Jenis Postingan	33
3.5.3 Unit Analisis Tema Postingan.....	34
3.5.4 Unit Analisis Kolaborasi.....	35
3.5.5 Unit Analisis <i>Caption</i>	35
3.5.6 Unit Analisis <i>Hashtag</i>	37
3.5.7 Unit Analisis Intensitas Interaksi	38
3.5.8 Unit Analisis <i>Cyber Public Relations</i>	40
3.5.9 Unit Analisis Memperbaiki Citra.....	40
3.6 Sumber Data	43
3.6.1 Data Primer.....	43
3.6.2 Data Sekunder.....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7.1 Dokumentasi.....	43
3.7.2 Studi Kepustakaan	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	44
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.9.1 Validitas	44
3.9.2 Reliabilitas	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Profil KH Miftah Maulana Habiburrahman	46
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	49

4.3 Hasil Analisis.....	52
4.3.1 Jenis Postingan	52
4.3.2 Tema Postingan.....	54
4.3.3 Kolaborasi.....	58
4.3.4 <i>Caption</i>	60
4.3.5 <i>Hashtag</i>	64
4.3.6 Intensitas Interaksi	67
4.3.7 <i>Cyber Public Relations</i>	72
4.3.8 Memperbaiki Citra.....	75
4.4 Pembahasan	82
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis	91
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Komentar Netizen Terkait Konten Gus Miftah Menempeleng Istri.....	5
Gambar 1.2	Komentar Netizen Pada Postingan Tim <i>Cyber</i> Gus Miftah	6
Gambar 1.3	Konten-Konten Kegiatan Sosial	7
Gambar 4.1	Foto Gus Miftah	46
Gambar 4.2	Akun Instagram Resmi Tim <i>Cyber</i> Gus Miftah	48
Gambar 4.3	Tema Kegiatan Sosial & Pendukung Gus Miftah.....	57
Gambar 4.4	Kolaborasi Tokoh Agama	60
Gambar 4.5	Postingan Mengandung Caption Kombinasi Deskripsi Kegiatan - Personalisasi	63
Gambar 4.6	Postingan Mengandung <i>Hashtag</i> Kombinasi	66
Gambar 4.7	Postingan Intensitas Interaksi Tertinggi	72
Gambar 4.8	Postingan <i>Bolstering</i> dan <i>Transcendence</i>	78
Gambar 4.9	Postingan <i>Bolstering</i> dan <i>Compensation</i>	80
Gambar 4.10	Postingan <i>Bolstering</i> , <i>Minimization</i> , <i>Differentiation</i> dan <i>Transcendence</i>	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Unit Analisis Dan Kategorisasi	31
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.2	Hasil Analisis Jenis Postingan.....	52
Tabel 4.3	Hasil Analisis Tema Postingan	54
Tabel 4.4	Hasil Analisis Kolaborasi	58
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Caption</i>	60
Tabel 4.6	Hasil Analisis <i>Hashtag</i>	64
Tabel 4.7	Hasil Analisis Intensitas Interaksi <i>Like</i>	67
Tabel 4.8	Hasil Analisis Intensitas Interaksi Komentar	68
Tabel 4.9	Hasil Analisis Intensitas Interaksi Share	70
Tabel 4.10	Hasil Analisis <i>Cyber Public Relations</i>	73
Tabel 4.11	Hasil Analisis Memperbaiki Citra	75