DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iii**
HALAMAN MOTTO ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
ABSTRAK ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.4.1 Manfaat Akademik 9
1.4.2 Manfaat Praktis 10
1.5 Kerangka Teori 10
1.5.1 Model Perencanaan Strategis Public Relations 10
1.6 Kerangka Berpikir 18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **20**
2.1 Strategi Komunikasi 20
2.2 Public Relations 21
2.2.1 Definisi Public Relations 21
2.2.2 Peran Public Relations 23
2.3 Penipuan Digital 26
2.3.1 Klasifikasi dan Medium Penipuan Digital 27
2.3.2 Fenomena *Phishing* 29
2.3.3 Pemetaan Penipuan Digital di Indonesia 31
2.4 Literasi Digital dan Karakteristik Publik Lansia 33
2.4.1 Literasi Digital 33
2.4.2 Literasi Digital di Kalangan Lansia 33

2.4.3 Karakteristik Lansia 35
2.5 Penelitian Terdahulu 36
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Jenis Penelitian 41
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 42
3.3 Sumber Data 43
3.3.1 Data Primer 43
3.3.2 Data Sekunder 44
3.4 Teknik Pengumpulan Data 44
3.4.1 Wawancara 45
3.4.2 Observasi 45
3.4.3 Dokumentasi 46
3.5 Teknik Analisis Data 46
3.5.1 *Data Reduction* (Reduksi Data) 46
3.5.2 *Data Display* (Penyajian Data) 47
3.5.3 Conclusion Drawing/verification 47
3.6 Teknik Keabsahan Data 47
3.6.1 Derajat Kepercayaan (*Credibility*) 47
3.6.2 Kepastian (*Confirmability*) 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Gambaran Umum PT TASPEN (Persero) 49
4.1.1 Sejarah PT TASPEN (Persero) 49
4.1.2 Visi dan Misi PT TASPEN (Persero) 50
4.1.3 Nilai Perusahaan 51
4.1.4 Logo 51
4.1.5 Struktur Organisasi 52
4.2 Hasil Penelitian 53
4.2.1 Analisis Situasi 53
4.2.2 Analisis Organisasi 58
4.2.3 Analisis Publik 61
4.2.4 Penetapan Tujuan dan Sasaran Komunikasi 65
4.2.5 Strategi Proaktif dan Reaktif 66
4.2.6 Strategi Pesan 68
4.2.7 Taktik dan Implementasi 72

4.2.8 Evaluasi Program 76
4.3 Pembahasan 79
4.3.1 Fase Pertama: Riset Formatif 79
4.3.2 Fase Kedua: Strategi Proaktif dan Reaktif 81
4.3.3 Fase Ketiga: Taktik 83
4.3.4 Fase Keempat: Riset Evaluatif 86
BAB V PENUTUP 89
5.1 Kesimpulan 89
5.2 Saran 90
5.2.1 Bagi Humas PT TASPEN (Persero) 90
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya 91
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN 99