

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Pembatasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP.....</b>	<b>8</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1. <i>Public Relations</i> .....	8
2.2. Tujuan, Fungsi dan Strategi <i>Public Relations</i> .....	9

2.2.1.	Tujuan <i>Public Relations</i> .....	9
2.2.2.	Fungsi <i>Public Relations</i> .....	10
2.2.3.	Strategi <i>Public Relations</i> .....	10
2.2.4.	Peran <i>Public Relations</i> .....	12
2.2.5.	<i>New Media</i> .....	15
2.2.6.	<i>Digital Public Relations</i> .....	16
2.2.7.	<i>Social Media</i> .....	18
2.2.8.	Instagram.....	20
2.2.9.	<i>Brand Image</i> .....	22
2.2.10.	Pandemi Covid-19.....	28
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	30
2.4.	Kerangka Konsep .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.2.	Pendekatan Penelitian .....	35
3.3.	Metode Penelitian.....	35
3.4.	Operasionalisasi Konsep .....	36
3.5.	Teknik Penentuan Informan .....	38
3.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7.	Teknik Analisis Data.....	39
3.8.	Uji Keabsahan Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1.	Gambaran Umum Fokus Penelitian .....	43
4.1.1.	Profil HEYGROUP.....	43
4.1.2.	Visi dan Misi HEYGROUP .....	45
4.1.3.	Logo HEYGROUP .....	46
4.2.	Hasil Penelitian .....	47
4.2.1.	Strategi .....	47
4.2.2.	<i>Digital Public Relations</i> .....	55
4.2.3.	<i>Brand Image</i> .....	59
4.3.	Pembahasan.....	63

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1. Kesimpulan .....	68
5.1.1. <i>Fact Finding and Feedback</i> .....	68
5.1.2. <i>Planning and Programming</i> .....	68
5.1.3. <i>Action and Communicating</i> .....	69
5.1.4. <i>Evaluating</i> .....	69
5.1.5. <i>Relations</i> .....	69
5.1.6. <i>Reputations</i> .....	69
5.1.7. <i>Relevant</i> .....	69
5.1.8. <i>Brand Personality</i> .....	70
5.1.9. <i>Brand identity</i> .....	70
5.1.10. <i>Brand Association</i> .....	70
5.1.11. <i>Brand Attitude and Behavior</i> .....	70
5.2. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>