

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Pemikiran.....	8
E.1 Humas Pemerintah.....	8
E.2 Diseminasi Informasi di Era Digital.....	11
E.3 <i>Digital Public Relations</i> di Era Media Baru.....	13
E.4 Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial.....	14
E.5 Media Sosial sebagai Media Kehumasan.....	16
F. Kerangka Konsep.....	19
G. Metodologi Penelitian.....	22

G.1 Pendekatan Penelitian.....	22
G.2 Objek Penelitian.....	23
G.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
G.4 Lokasi Penelitian.....	23
G.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
G.6 Teknik Analisis Data.....	25
G.7 Teknik Validitas Data.....	26
G.7 Limitasi Penelitian.....	26
BAB II : KEHUMASAN DI ERA DIGITAL.....	27
A. Praktik Kehumasan Di Era Digital.....	27
B. Pengelolaan Media Sosial.....	37
C. Tantangan Humas Di Era Digital.....	45
BAB III : PROFIL HUMAS DIREKTORAT JENDERAL PAJAK DAN REFORMASI PERPAJAKAN.....	50
A. Tugas dan Fungsi Direktorat Jenderal Pajak.....	50
A.1 Kelembagaan Humas Direktorat Jenderal Pajak.....	55
A.2 Struktur Organisasi Humas Direktorat Jenderal Pajak.....	56
A.3 Tugas Subdirektorat Hubungan Masyarakat.....	59
B. Reformasi Perpajakan.....	61
B.1 Tantangan Reformasi Perpajakan.....	62
B.2 Lima Pilar Reformasi Perpajakan Jilid III.....	63

C. Akun Resmi Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak.....	66
D. Penanggung Jawab Akun Jejaring Sosial di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak.....	68
E. Kebijakan Pemerintah Mengenai Keterbukaan Informasi Publik....	69
F. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Membangun Etika Pengguna Media Sosial.....	72

BAB IV : TEMUAN DAN ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

DIREKTORAT JENDERAL PAJAK.....	75
A. Deskripsi Temuan.....	75
A.1 Substansi Umum Kebijakan Pemerintah Mengenai Pengelolaan Media Sosial bagi Instansi Pemerintah.....	75
A.2 Substansi Umum Kebijakan Pemerintah Mengenai Undang- Undang Hak Cipta.....	82
A.3 Persiapan Strategi Humas dalam Pengelolaan Media Sosial....	84
A.4 Kendala dan Kekurangan Pengelolaan Media Sosial DJP....	109
B. Analisis Strategi Humas dalam Proses Pengelolaan Media Sosial DJP.....	116
B.1 Analisis Proses <i>Four Step Public Relations</i> pada Pengelolaan Media Sosial	118
B.2 Analisis Proses <i>Circular Model for Social Communication</i> pada Pengelolaan Media Sosial	130
B.2.1 Analisis Proses <i>Circular Model for Social Communication</i> pada Akun <i>page Facebook</i> Direktorat Jenderal Pajak.....	131

B.2.2 Analisis Proses <i>Circular Model for Social Communication</i> pada Akun <i>Instagram @ditjenpajakri</i>	136
B.2.3 Analisis Proses <i>Circular Model for Social Communication</i> pada Akun <i>Twitter @DitjenPajakRI</i>	141
B.2.4 Analisis Proses <i>Circular Model for Social Communication</i> pada Akun <i>Youtube Direktorat Jenderal Pajak</i>	145
B.3 Analisis Proses <i>Formulating Social Media Strategy</i> pada Pengelolaan Media Sosial.....	149
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	155
B. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160