

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	7
1. <i>Digital Public Relations</i>	7
2. Penggunaan Media Sosial oleh Museum	8
3. Pengelolaan Media Sosial	10
F. Kerangka Konsep	16
G. Metodologi	18
1. Metode Penelitian	18
2. Lokasi Penelitian	19
3. Objek Penelitian	19
4. Periode Penelitian	22
5. Teknik Pengumpulan Data	22
6. Teknik Analisa Data	24
7. Validitas Data	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
A. Media Sosial sebagai Sarana Menjalinkan Hubungan dengan Publik	27

B.	Tantangan dan Praktik Pengelolaan Media Sosial oleh Museum	31
C.	Strategi Pengelolaan Media Sosial oleh Museum	35
BAB III OBJEK PENELITIAN		39
A.	Sejarah dan Perkembangan Museum Sonobudoyo	39
B.	Bidang Area dan Koleksi	41
C.	Media Sosial yang Digunakan Museum Sonobudoyo	41
	1. Facebook	41
	2. Instagram	42
	3. Twitter	43
	4. YouTube	44
BAB IV HASIL TEMUAN DAN ANALISA		45
A.	Temuan Data Penelitian	45
	1. Latar Belakang Pembentukan dan Pemanfaatan Media Sosial oleh Museum Sonobudoyo	45
	2. <i>Digital Public Relations</i> dalam Pengelolaan Media Sosial Museum Sonobudoyo	50
	3. Pengelolaan Media Sosial Museum Sonobudoyo	51
	<i>Defining the Value Proposition</i>	51
	<i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>	54
	<i>Operation and Delivery Process</i>	55
	<i>Measurement and Feedback</i>	59
B.	Analisa Pengelolaan Media Sosial oleh Museum Sonobudoyo	60
	1. Analisa Pemanfaat Media Sosial oleh Museum Sonobudoyo	60
	2. Analisa <i>Digital Public Relations</i> dalam Pengelolaan Media Sosial Museum Sonobudoyo	62

3. Analisa Pengelolaan Media Sosial	
Museum Sonobudoyo	64
<i>Defining the Value Propositions</i>	64
<i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>	68
<i>Operation and Delivery Process</i>	74
<i>Measurement and Feedback</i>	83
BAB IV PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93