

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Akademis	6
1.4.2. Praktis	6
1.5. Tinjauan Pustaka	6
1.5.1. Penelitian Terdahulu	6
1.5.2. Kerangka Pemikiran	10
1.5.2.1. Pemanfaatan Media Sosial oleh Organisasi Pemerintah ...	10
1.5.2.2. <i>Rebranding</i> oleh Organisasi Pemerintah.....	1
1.5.2.3. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana <i>Rebranding</i> Organisasi Pemerintah.....	3
1.6. Model Penelitian.....	12
1.7. Metodologi Penelitian.....	16
1.7.1. Metode Penelitian	16
1.7.2. Subjek Penelitian	18
1.7.3. Objek Penelitian	19
1.7.4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.7.4.1. Wawancara	19
1.7.4.2. Observasi	20

1.7.4.3. Studi Pustaka	21
1.7.5. Teknik Analisis Data	22
BAB II	24
MEDIA SOSIAL DAN REBRANDING	24
2.1. Media Sosial sebagai Media Baru	24
2.2. Karakteristik Media Sosial	26
2.3. Media Sosial Instagram	37
2.4. Brand	41
2.5. Rebranding	43
BAB III	49
BKKBN DAN ISU GENERASI	49
3.1. Gambaran Umum BKKBN	49
3.2. Rebranding BKKBN	53
3.3. Generasi Milenial	61
3.4. Generasi Z	67
BAB IV	76
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA REBRANDING BKKBN UNTUK MENJANGKAU GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z	76
4.1. Temuan Penelitian	76
4.1.1. Tahapan Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bkkbnoofficial	76
4.1.1.1. <i>Planning</i>	76
4.1.1.2. <i>Operations and Delivery Process</i>	80
4.1.1.3. <i>Measurement and Feedback</i>	85
4.1.2. Pemanfaatan Fitur – fitur Media Sosial Instagram	90
4.1.2.1. <i>Feeds</i>	90
4.1.2.2. <i>Hashtag</i>	93
4.1.2.3. <i>Story</i>	94
4.1.2.4. <i>Highlight</i>	95
4.1.2.5. <i>Live IG</i>	96
4.1.2.6. <i>IG TV</i>	98
4.1.2.7. <i>Direct Message</i>	99

4.1.2.8. Kolom <i>Comment</i>	100
4.2. Analisis dan Pembahasan	101
4.2.1. Tahapan Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bkkbnoofficial	101
4.2.1.1. <i>Planning</i>	102
4.2.1.2. <i>Operations and Delivery Process</i>	110
4.2.1.3. <i>Measurement and Feedback</i>	115
4.2.2. Pemanfaatan Fitur – fitur Media Sosial Instagram.....	118
4.2.2.1. <i>Feeds</i>	118
4.2.2.2. <i>Hashtag</i>	120
4.2.2.3. <i>Story</i>	121
4.2.2.4. <i>Highlight</i>	123
4.2.2.5. <i>Live IG</i>	124
4.2.2.6. <i>IG TV</i>	125
4.2.2.7. <i>Direct Message</i>	126
4.2.2.8. Kolom <i>Comment</i>	126
BAB IV	129
PENUTUP	129
5.1. Kesimpulan	129
5.2. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137
HASIL OBSERVASI PEMANFAATAN FITUR IG TERKAIT <i>REBRANDING</i> BKKBN PADA INSTAGRAM @bkkbnoofficial, PERIODE OKT 2019-DES 2020	138
TRANSKRIP Wawancara Admin @bkkbnoofficial via Telepon	148
TRANSKRIP Wawancara Admin @bkkbnoofficial via Zoom	155