

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
DAFTAR ISI.....	6
Daftar Tabel	8
BAB I.....	12
A. Latar Belakang.....	12
B. Rumusan Masalah.....	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian.....	19
E. Kerangka Pemikiran	19
1. Pengelolaan strategis stakeholders relations	19
2. Media daring.....	22
3. Model Evaluasi Stakeholder Relations di Media Daring	27
F. Kerangka Konsep.....	31
G. Metodologi.....	32
BAB II.....	36
A. Stakeholder Relations	36
B. Stakeholder Engagement dan Media Daring	40
C. Model Evaluasi Kirkpatrick.....	47
BAB III.....	51
A. Profil Indmira	51
1. Sejarah	51
2. Profil	54
3. Visi misi	56
4. Barang dan jasa	58
B. Instagram @Indmira dan Stakeholders	64
BAB IV.....	71
A. Pengantar.....	71
B. Gambaran Umum Aktivitas Indmira di Media Daring.....	71

1. Website	72
2. Linkedin	74
3. YouTube	78
4. Facebook	79
5. Twitter	86
6. Instagram	91
C. Divisi Komunikasi dan Stakeholder Relations Indmira Di Instagram	108
D. Strategic Management Instagram @Indmira	117
E. Return Of Expectations Stakeholder Relations Instagram @Indmira	159
1. Reaction	161
2. Learning	180
3. Behavior	189
BAB V	195
A. Pengantar	195
B. Kesimpulan	195
C. Saran	200
DAFTAR PUSTAKA	202
LAMPIRAN	206
Interview Guide	206
Transkrip Wawancara	217