

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	17
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	17
2.1 Kerangka Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi.....	17
2.1.2 Hubungan Masyarakat	18

2.1.2.1 Humas dalam Organisasi	20
2.1.2.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> atau Hubungan Masyarakat	22
2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi	26
2.1.4 Krisis	28
2.1.4.1 Manajemen Krisis	30
2.1.4.2 Strategi Komunikasi Krisis Hubungan Masyarakat	32
2.1.5 Citra Perusahaan	37
2.1.6 Media Massa	39
2.1.6.1 Media Massa Bagi Humas	39
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	48
.....	48
BAB III	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	49
3.2.1 Subjek Penelitian	49
3.2.2 Objek Penelitian	49
3.3 Lokasi Penelitian	49
3.4 Definisi konsep	49
3.5 Unit Analisis	51
3.6 Informan Penelitian	51
3.7 Tekni Pengumpulan Data Penelitian	53

3.7.1 Data Primer	53
3.7.1.1 Wawancara.....	53
3.7.1.2 Obervasi	53
3.7.1.3 Dokumentasi	54
3.7.2 Data Sekunder.....	54
3.8 Teknik Analisa Data.....	54
3.8.1 Reduksi data.....	54
3.8.2 Model data	55
3.8.3 Penarikan/ verifikasi kesimpulan.....	55
3.9 Teknik Keabsahan data.....	55
3.9.1 Triangulasi Data.....	55
3.9.2 Triangulasi Teknik.....	56
3.9.3 Triangulasi Sumber.....	56
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakterisik Informan	55
4.1.1 Profil Informan	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Hasil Wawancara	59
4.3 Pembahasan	154
BAB V.....	193
KESIMPULAN DAN SARAN.....	193
5.1 Kesimpulan.....	193

5.2 Saran	197
5.2.1 Saran akademik.....	197
5.2.2 Saran Praktis	198
DAFTAR PUSTAKA	200
LAMPIRAN.....	205