

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Rangkuman Teori	7
2.1.1 Komunikasi Kebencanaan.....	7
2.1.2 Komunikasi Pra Bencana	8
2.1.3 Komunikasi Tanggap Darurat	8
2.1.4 Komunikasi Pasca Bencana.....	9
2.1.5 Peran Aktor dalam Komunikasi Bencana	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.2.1 Skripsi.....	11
2.2.2 Jurnal	14

2.2.3 Jurnal Internasional	16
2.3 Kerangka Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	20
3.3 Lokasi Penelitian	21
3.4 Unit Analisis Penelitian	21
3.5 Informan Penelitian	21
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	23
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	23
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	24
3.7 Teknik Analisis Data	24
3.8 Teknik Keabsahan Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Karakteristik Informan.....	26
4.2 Hasil Penelitian.....	27
4.2.1 <i>Customer Focus</i>	27
4.2.2 <i>Leadership Commitment</i>	28
4.2.3 <i>Situasional Awareness</i>	30
4.2.4 <i>Media Partnership</i>	32
4.3 Pembahasan.....	35
4.3.1 Landasan Komunikasi Kebencanaan	37
4.3.2 Peran Aktor Non Formal Al-Khair.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
5.2.1 Saran Akademik	49
5.2.2 Saran Praktis	49

DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53