

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
1.5.1 Waktu Penelitian	9
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 <i>Public Relations</i>	11
2.1.2 Krisis	11
2.1.3 Komunikasi	12
2.1.4 <i>Situasional Crisis Communication Theory (SCCT)</i>	13
1.1.5 <i>Aktivitas Public Relations dalam Krisis</i>	15
1.1.6 Lelang.....	16
1.2 Tinjauan Empiris.....	18
2.2.1 Jurnal Nasional	18
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1	Paradigma Penelitian.....	27
3.2	Metode Penelitian	27
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.3.1	Subjek Penelitian	28
3.3.2	Objek Penelitian	28
3.4	Unit Analisis.....	29
3.5	Informan Penelitian.....	30
3.5.1	Informan Kunci	30
3.5.2	Informan Ahli	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7	Teknik Keabsahan	31
BAB IV HASIL PENELITIAN		33
4.1	Karakteristik Informan	33
4.1.1	Informan Kunci	33
4.1.2	Informan Ahli	34
4.2	Hasil Penelitian	34
4.2.1	Respon <i>Public Relations</i> PT JBA Indonesia.....	35
4.2.2	Aktivitas <i>Corporate Communication</i> PT JBA dalam Merespon Krisis 39	
4.3	Pembahasan	41
4.3.1	<i>Pre – Crisis</i>	42
4.3.2	Klasifikasi Krisis dan Strategi <i>Public Relations</i> Berdasarkan SCCT...44	
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN		57