

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran.....	8
1. Analisis Naratif.....	9
2. <i>Situational Crisis Communication Theory</i>	12
3. Kerangka Pemikiran	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Komunikasi Krisis Organisasi	18
2.1.1 Definisi Krisis	18
2.1.2 Peran Komunikasi Krisis.....	19
2.1.3 Pendekatan dan Model Penanganan Krisis	21
2.1.4 Tahapan Komunikasi Krisis	26
2.2 Narasi dalam Komunikasi Krisis.....	29
2.3 Berita Komunikasi Resmi dan Pemberitaan Publik.....	34
2.4 Penelitian Terdahulu	37
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44

3.2	Objek Penelitian	45
3.3	Sumber Data	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Analisis Narasi	47
3.4.2	Studi Pustaka	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Uji Keabsahan Data	50
BAB IV		52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex).....	52
4.1.1	Bidang Usaha Utama.....	54
4.1.2	Visi dan Misi	55
4.1.3	Kronologi Krisis PT Sritex.....	56
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Fase Pra Krisis.....	59
4.2.2	Fase Krisis	69
4.2.3	Fase Pasca Krisis.....	84
4.3	Pembahasan	97
4.3.1.	Upaya Pemulihan Citra	97
4.3.1	Strategi Naratif dalam Penyampaian Berita	99
4.3.3	Makna Simbolik dan Reposisi Identitas Perusahaan	101
BAB V.....		109
PENUTUP.....		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN.....		115