

DAFTAR ISI

Halaman Judul		i
Lembar Pengesahan		ii
Lembar Perbaikan Tesis		iii
Lembar Persetujuan Sidang		iv
Lembar Tanda Lulus Sidang		v
Lembar Pernyataan		vi
Abstrak		vii
<i>Abstract</i>		viii
Kata Pengantar		ix
Daftar Isi		xi
Daftar Tabel		xvi
Daftar Gambar		xvii
Daftar Lampiran		xix
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	9
	1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
	1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
	2.1 Penelitian Terdahulu	13
	2.2 Kajian Pustaka	18
	2.2.1 Komunikasi Organisasi	18

2.2.2	Definisi Komunikasi Organisasi	21
2.2.3	Definisi Reputasi	23
2.2.4	Manajemen Reputasi	25
2.2.5	Empat Sisi Reputasi	26
2.2.6	Definisi <i>Public Relations</i>	28
2.2.7	Fungsi <i>Public Relation</i>	29
2.2.8	Fungsi <i>Public Relation</i> Dalam Penanganan Krisis	30
2.2.9	Definisi Krisis	31
2.2.10	Tipe Krisis	35
2.2.11	Tipologi Krisis	37
2.2.12	Tahap Krisis	38
2.2.13	Langkah-Langkah Pengendalian Dan Pengelolaan Krisis	43
2.2.14	Komunikasi Persuasi Dalam Perubahan Sikap	47
2.2.15	Model Komunikasi Persuasi	49
2.2.16	Pailit	51
2.2.17	Peran <i>Public Relations</i> Dalam Manajemen Krisis dan Reputasi	56
2.3	Alur Kerangka Pemikiran	58
BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	59
3.1	Tipe Penelitian	59
3.2	Metode Penelitian	60
3.3	Teknik Pengumpulan Data	62
3.3.1	Data Primer	63
3.3.2	Data Sekunder	64
3.4	Sumber Informasi (<i>Key Informan</i>)	65

3.5	Teknik Analisis Data	66
3.6	Fokus Penelitian	68
3.6.1	Tahapan Krisis	68
3.6.2	Langkah-Langkah Pengendalian dan Pengelolaan Krisis di PLA	69
3.7	Tahap-Tahap Penelitian	71
3.7.1	Tahap Persiapan Penelitian	71
3.7.2	Tahap Pelaksanaan Penelitian	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.2	Profil Perusahaan	73
4.3	Kronologis Kasus Pailit PT Prudential Life Assurance	79
4.4	Hasil Penelitian	83
4.4.1	Pengelolaan Manajemen Krisis	83
	4.4.1.1 Pemetaan Krisis dan Reputasi	92
	4.4.1.2 Tahapan Krisis	93
	4.4.1.3 Solusi Krisis	98
	4.4.1.4 Pola Penyelesaian Krisis	98
4.4.2	Intensitas Hubungan Komunikasi Persuasi	101
	4.4.2.1 Komunikasi Perusahaan dengan Karyawan	101

4.4.2.2	Komunikasi Perusahaan dengan Media	103
4.4.2.3	Komunikasi Perusahaan dengan Masyarakat	104
4.4.2.4	Komunikasi Perusahaan dengan agen Dan Konsumen	105
4.4.2.5	Komunikasi Perusahaan dengan Pemerintah	106
4.4.3	Komunikasi Persuasi Perusahaan dan Agen terhadap Konsumen untuk Mengembalikan Kepercayaan	107
4.4.4	Upaya Antisipasi Krisis	109
4.5	Pembahasan	110
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran	117
	Daftar Pustaka	119
	Lampiran	120
	Riwayat Hidup	209