

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
D.1. Manfaat Akademis:.....	5
D.2. Manfaat Praktis:	5
E. Kerangka Pemikiran	6
E.1. Media Sosial	6
E.2. Komunikasi Krisis Pada Era Digital	7
E.3. Situational Crisis Communication Theory (SCCT).....	9

F.	Kerangka Konsep	15
G.	Metodologi Penelitian	18
G.1.	Metode Penelitian	18
G.2.	Objek Penelitian.....	19
G.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
G.4.	Teknik Analisis Data	28
G.5.	Teknik Penyajian Data.....	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		34
A.	Penerapan Komunikasi Krisis dalam Menangani Situasi Krisis pada Perusahaan atau organisasi	34
A.1.	Pentingnya Penanganan Krisis pada Perusahaan atau Organisasi	34
A.2.	Penggunaan Media Sosial dalam Penanganan Situasi Krisis	37
B.	Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) dalam Menentukan Strategi Respons Krisis	42
C.	Penelitian Terdahulu	46
BAB III OBJEK PENELITIAN		48
A.	Tentang Pertamina.....	48
A.1.	Sejarah Pertamina	48
A.2.	Profil Pertamina	50
A.3.	Pencapaian Pertamina di Kancan Nasional dan Internasional.....	55
A.4.	Riwayat Krisis Pertamina	57
B.	Tentang Pertamina RU VI Balongan.....	59
B.1.	Sejarah dan Profil Pertamina RU VI Balongan	59
B.2.	Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan	61

C.	Profil Twitter Pertamina	62
BAB IV HASIL DAN DISKUSI		66
A.	Strategi Respons Krisis yang Dipakai dalam Akun Twitter @pertamina	66
A.1.	Deny	67
A.2.	Diminish.....	69
A.3.	Rebuilding.....	73
A.4.	Bolstering.....	77
B.	Diskusi.....	80
BAB V PENUTUP.....		87
A.	Kesimpulan.....	87
B.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		99