

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Teori Komunikasi Krisis (<i>Situational Crisis Communication Theory/SCCT</i>).....	17
2.2 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>)	18
2.3 Teori Agenda-Setting dan <i>Framing</i>	19
2.4 Teori Kapabilitas Dinamis (<i>Dynamic Capabilities Theory</i>).....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif Statistik.....	22
3.3 Model Penelitian	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5 Instrumen Penelitian	24
3.6 Metode Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26

4.1	Peran <i>Dynamic Capabilities</i> dalam Penyusunan Strategi Komunikasi Bank XYZ yang Relevan berdasarkan <i>Situational Crisis Communication Theory</i> dalam Konteks Krisis Non-Finansial.....	26
4.1.1	Analisa PESTEL Strategi Komunikasi Bank XYZ	26
4.1.2	<i>Wordcloud</i> Hasil Wawancara	28
4.1.3	<i>Coding</i> Hasil Wawancara Berdasarkan Strategi Komunikasi	29
4.1.4	Peran <i>Dynamic Capabilities</i> dalam Perumusan Strategi Komunikasi....	33
4.2	Pengaruh Elemen-Elemen Komunikasi (<i>Tone</i> , Transparansi, <i>Framing</i> , dan Respons) Strategis Dewan Direksi Bank XYZ dalam Situasi Krisis Non-Finansial terhadap Persepsi Pemegang Saham atas Perubahan Harga Saham dari Bank XYZ.....	36
4.2.1	Deskripsi Data.....	36
4.2.2	Perubahan Harga Saham	41
4.2.3	<i>Tone</i> , Transparansi, <i>Framing</i> , dan Respons.....	45
4.2.4	Uji Korelasi antar Variabel	53
4.2.5	Matrik Tingkat Kepentingan/Urgensi dan Kinerja Saham Bank XYZ... 54	
BAB V	SIMPULAN	56
5.1	Simpulan	56
5.2	Implikasi	57
5.3	Keterbatasan.....	58
5.4	Saran	59
DAFTAR	PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63