

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG.....	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Secara Teoritis.....	6
1.4.2 Secara Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Citra.....	9
2.1.1 Image Repair Theory (Teori Perbaikan Citra).....	13
2.2 Krisis.....	16
2.2.2 Krisis Komunikasi.....	20

2.3 Integrated Marketing Communication (Komunikasi Pemasaran Terpadu).....	21
2.4 Iklan.....	29
2.5 Semiotika.....	36
2.6 Teori Shot Size.....	42
2.7 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III Metode Penelitian.....	46
3.1 Pendekatan Penelitian.....	46
3.2 Jenis Penelitian.....	47
3.3 Paradigma Penelitian.....	48
3.4 Pendekatan Tokoh Semiotika Charles Saanders Peirce.....	49
3.5 Dokumen dan Observasi.....	56
3.5.1 Pengumpulan Data dengan Observasi.....	56
3.5.2 Pengumpulan Data dengan Dokumen.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Profil Perusahaan	62
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	58
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	67
4.1.3 Struktur Organisasi.....	68
4.2 Krisis QZ8501.....	69
4.3 Pasca Krisis QZ8501.....	71
4.3.1 Pembahasan Visual.....	72
4.3.2 Pembahasan Audio.....	118
4.3.3 Restorasi Citra AirAsia.....	122

BAB V PENUTUP.....	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	126

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP PENULIS
LAMPIRAN