

PUBLIC RELATION & CRISIS MANAGEMENT

PENDEKATAN CRITICAL PUBLIC RELATIONS
ETNOGRAFI KRITIS & KUALITATIF



Rachmat Kriyantono, Ph.D.

DAFTAR ISI

PENGANTAR:	
Rachma Ida, M.Comms, Ph.D.	v
PENDAHULUAN:	
Pendekatan Kritis sebagai Metode Baru Pemecahan Permasalahan <i>Public Relations</i>	vii
BAB 1	
RISET DALAM PUBLIC RELATIONS	1
1. <i>Public Relations</i> : Aktivitas Berbasis Riset.....	1
2. Fungsi Riset bagi Akademisi & Praktisi <i>Public Relations</i>	5
3. Penentu Aplikasi Riset: Budaya Organisasi dan Kemampuan Sumber Daya.....	8
4. Jenis-Jenis Riset <i>Public Relations</i>	16
• Berdasarkan Waktu.....	16
• Berdasarkan Cara	17
• Berdasarkan Bidang yang Diriset.....	18
BAB 2	
PENDEKATAN, METODE KUALITATIF & ETNOGRAFI DALAM RISET PUBLIC RELATIONS	21
1. Landasan Filsafati Mencari Pengetahuan	21
2. Pendekatan dalam Memahami Realitas	26
• Pendekatan Objektif (Positif)	28
• Pendekatan Interpretif (Konstruktivis)	30
• Pendekatan Kritis.....	34
3. Pendekatan yang Mendasari Riset dan Praktik <i>Public Relations</i>	36
• <i>Public Relations</i> Fungsionalis.....	39
• <i>Public Relations</i> Interpretif	41

• <i>Public Relations</i> Kritis.....	43
4. Kualitatif vs Kuantitatif	45
5. Relevansi Riset Kualitatif Dalam <i>Public Relations</i>	48
6. Alat Pengumpulan Data Kualitatif	50
7. Etnografi: Kesamaan & Perbedaan dengan Riset Kualitatif lainnya	54
8. Mengapa <i>Public Relations</i> Perlu Etnografi	58
9. Cakupan Riset Etnografi	60
10. Varian Riset Etnografi.....	65
11. Prosedur Riset Etnografi.....	69

BAB 3

PENDEKATAN KRITIS PADA PUBLIC RELATIONS	77
1. Akar Pendekatan Kritis	77
2. <i>Critical Public Relations</i> : Pendekatan Baru <i>Public Relations</i>	81
3. Teori-Teori Kritis Kajian <i>Public Relations</i>	88
• Teori Kritis Frankfurt School.....	89
• Modernisme	89
• Postmodernisme	90
• Teori Feminis.....	94
• Cultural Studies	96

BAB 4

MENERAPKAN ETNOGRAFI KRITIS	101
1. Pengertian Etnografi Kritis	101
2. Sejarah Riset Kritis dan Etnografi Kritis dalam Kajian <i>Public Relations</i>	104
• Antropologi & Fungsionalisme.....	109
• Fungsional Struktural	111
• Chicago School	111
• Positivisme	112
• Post-Positivisme	112
3. Mengapa Etnografi Kritis Perlu <i>Public Relations</i> ?.....	113
4. Pendekatan Kritis: Landasan Analisis Etnografi Kritis	119
5. Karakteristik Etnografi Kritis	123

BAB 5

PROSEDUR RISET ETNOGRAFI KRITIS	129
1. Merumuskan Masalah	130
2. Menentukan Teknik Pengumpulan Data	132
3. Mempertimbangkan Etika Riset.....	134
4. Memilih Partisipan atau Informan.....	138
5. Mengumpulkan Data di Lapangan	149
6. Analisis & Interpretasi Data	142
7. Validitas & Reliabilitas	146
8. Menulis Laporan Riset.....	149

BAB 6

MANAJEMEN ISU, KRISIS & KOMUNIKASI KRISIS	151
1. Mengenal Isu	151
• Isu: Akibat Interaksi dengan Lingkungan	154
• Jenis-Jenis Isu	156
• Tahapan Isu	159
• Manajemen Isu.....	162
• Bagaimana Manajemen Isu diterapkan?	165
• Tim Manajemen Isu	170
2. Definisi Krisis	171
• Karakteristik Krisis	174
• Sumber dan Jenis Krisis	176
• Tahapan Krisis	178
3. Manajemen Krisis	180
4. <i>Public Relations</i> dalam Manajemen Krisis: Mengontrol Lingkungan Melalui Komunikasi Krisis.....	186
• Rumor: Kegagalan Komunikasi Struktur Formal.....	195
5. Komunikasi Krisis Berdasarkan Pendekatan Emosional.....	198
6. Berkomunikasi dengan Media	202
7. Model Tahapan Krisis, Manajemen Krisis, & Komunikasi Krisis	207
8. Konstruksi Sosial Isu & Krisis	209
9. Krisis dalam Bingkai Fenomenologi.....	217

10. Krisis dalam Bingkai Teori Interaksi Simbolik.....	219
11. Krisis dalam Bingkai Teori Dramaturgi.....	222

BAB 7**IDENTIFIKASI PUBLIK & MENJAGA REPUTASI DI MASA KRISIS:**

PENDEKATAN SITUASIONAL DI MASA KRISIS	227
1. <i>Key-Points</i> Manajemen Krisis	227
2. Situational Theory of The Public & Kategorisasi Publik: Start awal sukses.....	229
3. Tipe-Tipe Publik.....	231
4. Varabel Perilaku Komunikasi & Persepsi Situasional	234
• Variabel Independen: Persepsi Situasional	234
• Variabel Dependen: Perilaku Komunikasi	238
5. Analisis Psikografis untuk Memperluas Kategorisasi Publik.....	241
6. Situational Crisis Communication Theory: Publik adalah Prioritas, Reputasi Menyusul	244
• Raih Legitimasi Raih Reputasi	247
7. Variabel Reputasi and <i>Crisis Cluster</i>	249

BAB 8**KRISIS: KONSTRUKSI SOSIAL PARA AKTOR**

1. Luapan Lumpur: Krisis yang Luar Biasa	255
2. Kekuatan Ekonomi Politik Perusahaan.....	263
3. Relasi, Power & Pengaruh dalam Krisis	268
4. Konstruksi Sosial Strategi Komunikasi Krisis	292
• Atribusi Peristiwa.....	292
• Konstruksi Sumber & Aktor Penanggung Jawab.....	299

BAB 9**PERILAKU KOMUNIKASI & PERSEPSI SITUASIONAL**

DI MASA KRISIS	313
1. Konteks Sosial Kultural.....	313
2. Dampak Krisis: Pengalaman Situasional Selama Krisis	324
3. Respons-Respons Komunitas	334
4. Perilaku Komunikasi.....	341

• Sumber Informasi	342
• Model Aliran Komunikasi.....	344
• Media Massa sebagai Sumber Informasi	346
5. Situational Theory of the Public dalam Praktik <i>Public Relations</i>	346

BAB 10**MENGUKUR REPUTASI SELAMA KRISIS**

1. Proposisi-Proposisi Manajemen Krisis Inefektif	353
• Manajemen Krisis yang Lambat.....	354
• Gagal Mengurangi Ketidakpastian.....	355
• Fokus pada Reputasi Korporat.....	356
• Ketertutupan Komunikasi	360
2. Strategi Komunikasi Responsif	360
3. Determinasi Manajemen Krisis pada Reputasi	362
4. Situational Crisis Communication Prinsip <i>Public Relations</i> sebagai Manajer Krisis	364

BAB 11**KESIMPULAN: MANAJEMEN KRISIS DALAM PERSPEKTIF**

KRITIS PUBLIC RELATIONS	367
1. Proaktif <i>Public Relations</i>	367
2. Ekonomi Politik dan Pertarungan Konstruksi.....	373

DAFTAR PUSTAKA	377
-----------------------------	------------

GLOSSARY	397
-----------------------	------------

INDEKS	419
---------------------	------------