

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSEMBAHAN UNTUK MEREKA.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
Bab II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan teori.....	10
2.1.1 Teori Komunikasi Aksi.....	10
2.1.2 Teori Legitimasi.....	12
2.1.3 Teori Stakeholder.....	17

2.1.4	Pelaporan Keuangan Perusahaan: Akuntansi sebagai Media Komunikasi Perusahaan dengan <i>Stakeholder</i>	19
2.2	Pengertian Rasisme dan Rasisme sebagai Proses.....	21
2.3	Teori Semiotik.....	28
2.4	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Kerangka Penalaran.....	33
Bab III	METODE PENELITIAN.....	35
3.1	Desain Penelitian.....	35
3.1.1	Pemilihan Desain Penelitian.....	35
3.1.2	Pendekatan Penelitian.....	36
3.2	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3	Metode Analisis Data.....	38
3.3.1	Identifikasi Kalimat dalam <i>Annual Report</i>	38
3.3.2	Interpretasi kalimat.....	39
Bab IV	Rasisme dalam Pelaporan Keuangan: Sisi Gelap PGN dan Antam....	40
4.1	Deskripsi <i>Annual Report</i>	40
4.1.1	Tampilan <i>Cover</i>	41
4.1.2	Kerangka Penyajian <i>Annual Report</i>	43
4.1.3	Isi <i>Annual Report</i>	45
4.1.3.1	<i>Highlights</i>	46
4.1.3.2	Kilas Perusahaan.....	49
4.1.3.3	Laporan Kepada Pemegang Saham.....	50
4.1.3.4	Analisis Manajemen.....	53

4.1.3.5 Informasi Bagi Pemegang Saham.....	55
4.1.3.6 Tata Kelola Perusahaan.....	56
4.1.3.7 Sumber Daya Manusia.....	59
4.1.3.8 Referensi Peraturan Bapepam-LK No. X.K.6..	60
4.2 Rasisme dalam Pelaporan Keuangan: Refleksi	
Modernisasi Rasisme.....	61
4.2.1 Audiens dalam <i>Annual Report</i> Perusahaan.....	63
4.2.2 Fakta tentang <i>Stakeholder</i> Utama.....	66
4.2.2.1 Titik Rasis PGN.....	66
4.2.2.1 Titik Rasis Antam.....	85
4.3 Tendensi Praktik Rasisme dalam Pelaporan Keuangan.....	101
4.3.1 Peranan <i>Money</i> dalam <i>Interest</i>	102
4.3.2 Peranan <i>Power</i> dalam <i>Interest</i>	105
4.3.3 Pemerolehan Legitimasi.....	114
Bab V PENUTUP.....	119
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.3 Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123