

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Persetujuan Otoritas.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis.....	6
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	6
1.5 Tahapan Penelitian .....	7
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Tinjauan Teori .....	19
2.2.1 Komunikasi.....	19
2.2.1.1 Proses Komunikasi .....	20
2.2.1.2 Elemen Komunikasi. ....	21
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi. ....	23
2.2.1.4 Tujuan Komunikasi.....	23

2.2.2 Pengertian Organisasi.....	23
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi.....	24
2.2.2.2 Konsep Komunikasi Organisasi.....	24
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	26
2.2.3.1 Komponen Strategi Komunikasi.....	27
2.2.3.2 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi.....	27
2.2.3.3 Faktor Pendukung Strategi Komunikasi.....	28
2.2.4 Komunikasi Interpersonal.....	29
2.2.5 Komunikasi Atasan Bawahan.....	29
2.2.5.1 Jenis Informasi kepada bawahan.....	29
2.2.6 Motivasi.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian .....	37
3.3 Jenis Penelitian.....	38
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	39
3.4.1 Subjek Penelitian.....	39
3.4.2 Objek Penelitian.....	39
3.5 Informan.....	39
3.6 Unit Analisis Data .....	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.8 Sumber Data.....	48
3.9 Teknik Analisis Data .....	49
3.10 Uji Kredibilitas Data .....	51

<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Sejarah Singkat PT. Multikarya Nusantara .....	57
4.2 Profil Lippo Plaza Bogor.....	57
4.3 Karakteristik Informan .....	57
4.4 Hasil Penelitian .....	62
4.4.1 Hasil Penelitian dengan Informan Utama.....	62
4.4.1 Hasil Penelitian dengan Informan Pendukung.....	66
4.5 Pembahasan.....	81
4.5.1 Pembentukan elemen - elemen komunikasi di PT. Multikarya Nusantara.....	81
4.5.2 Fungsi komunikasi antar karyawan di PT. Multikarya Nusantara.....	82
4.5.3 Tujuan komunikasi pada kegiatan briefing pagi yang diadakan di PT. Multikarya Nusantara.....	82
4.5.4 Teori organisasi dalam penerapannya di PT. Multikarya Nusantara...	83
4.5.5 Komunikasi organisasi antar karyawan di PT. Multikarya Nusantara...	83
4.5.6 Strategi komunikasi yang digunakan di PT. Multikarya Nusantara....	83
4.5.7 Komunikasi Interpersonal antar karyawan di PT. Multikarya Nusantara.....	84
4.5.8 Bagaimana komunikasi antara atasan dan bawahan di PT. Multikarya Nusantara .....	84
4.5.9 Tujuan adanya komunikasi atasan dan bawahan di PT. Multikarya Nusantara.....	84
4.5.10 Jenis informasi yang dihasilkan dari kegiatan briefing pagi di PT. Multikarya Nusantara .....	84
4.5.11 Penetapan metode strategi komunikasi dalam kegiatan briefing pagi di PT. Multikarya Nusantara .....	85
4.5.12 Penyusunan pesan dalam kegiatan briefing pagi di PT. Multikarya Nusantara.....	85
4.5.13 Mengenal komunikasi yang ada dalam kegiatan briefing pagi di PT. Multikarya Nusantara .....	86
4.5.14 Bentuk motivasi yang didapatkan karyawan di PT. Multikarya Nusantara .....	86
4.5.15 Penggunaan teori 5 hierarki kebutuhan Abraham Maslow pada karyawan di PT. Multikarya Nusantara .....	87

<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1    Simpulan.....	88
5.2    Saran.....	89
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>