DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 15

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 15

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 15

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 16

1.3.1 Maksud Penelitian 16

1.3.2 Tujuan Penelitian 16

1.4 Kegunaan Penelitian 17

1.4.1 Kegunaan Teoritis 17

1.4.2 Kegunaan Praktis 17

1.4.2.1 Bagi Peneliti 17
1.4.2.2 Bagi Akademik 18
1.4.2.3 Bagi Masyarakat 18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu 19
2.2 Tinjauan Pustaka 21
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi 21
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi 21
2.2.1.2 Unsur Komunikasi 23
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi 24
2.2.1.4 Bentuk Komunikasi 25
2.2.2 Tinjauan Tentang Gaya Komunikasi 28
2.2.2.1 Pengertian Gaya Komunikasi 28
2.2.2.2 Jenis-Jenis Gaya Komunikasi 31
2.2.2.3 Faktor Pendorong Gaya Komunikasi 38
2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi 41
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi 41
2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi 42
2.2.3.3 Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi 44
2.2.3.4 Dimensi – Dmensi Komunikasi Dalam Kehidupan Organisasi 45
2.2.3.5 Hubungan Gaya Komunikasi Dengan Komunikasi Organisasi 48

2.2.4 Tinjauan Tentang Sales Manager 49
2.2.4.1 Pengertian Sales Manager 49
2.2.4.2 Tugas Seorang Sales Manager 50
2.2.5 Tinjauan Tentang Motivasi Karyawan (Sales) 53
2.2.5.1 Pengertian Motivasi 53
2.2.5.2 Jenis – Jenis Motivasi 54
2.2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi 55
2.2.5.4 Pentingnya Motivasi Bagi Karyawan 55
2.2.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal 56
2.2.6.1 Pengertian Komunikasi Verbal 56
2.2.6.2 Unsur – Unsur Dalam Komunikasi Verbal 57
2.2.7 Tinjauan Tentang Komunikasi Non Verbal 58
2.2.7.1 Pengertian Komunikasi Non Verbal 58
2.2.7.2 Karakteristik Komunikasi Non Verbal 60
2.3 Kerangka Pemikiran 61

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 71
3.1.1 Desain Penelitian 71
3.2 Teknik Pengumpulan Data 74
3.2.1 Studi Pustaka 74
3.2.2 Studi Lapangan 76
3.3 Teknik Penentuan Informan 79

3.3.1 Informan Penelitian 79
3.4 Uji Keabsahan Data..... 81
3.5 Teknik Analisa Data..... 82
3.6 Lokasi & Waktu Penelitian 85
3.6.1 Lokasi Penelitian 85
3.6.2 Waktu Penelitian..... 85

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 89
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 90
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan..... 90
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan..... 92
4.1.1.3 Logo Perusahaan 94
4.1.1.4 Struktur Perusahaan..... 94
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 95
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian..... 102
4.1.3.1 Komunikasi Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon Dalam Meningkatkan Motivasi Sales..... 102
4.1.3.2 Komunikasi Non Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon Dalam Meningkatkan Motivasi Sales..... 118
4.2 Pembahasan Penelitian..... 126
4.2.1 Komunikasi Verbal..... 128
4.2.2 Komunikasi Non Verbal..... 137
4.2.3 Gaya Komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon... 143

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan 153

5.2 Saran..... 155

5.2.1 Saran Bagi PT. Rema Tip Top Cirebon 155

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 155

DAFTAR PUSTAKA..... 157

LAMPIRAN..... 161

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 205