DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL..... xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 9

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....11

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....11

2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....13

2.1.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi.....13

2.1.2.2. Fungsi Komunikasi Organisasi.....14

2.1.2.3. Tujuan Komunikasi Organisasi 15

2.1.2.4. Unsur-Unsur Komunikasi 16

2.1.2.5. Proses Komunikasi 20

2.1.2.6. Penggolongan Komunikasi Organisasi.....22

2.1.2.7. Hambatan-Hambatan Komunikasi dalam Organisasi 26

2.1.2.8. Tinjauan Tentang Pola Komunikasi dalam Organisasi 28

2.1.3. Tinjauan Tentang organisasi 29

2.1.4. Penyebaran Pesan Secara Serentak..... 31

2.1.5. Penyebaran Pesan Secara Berurutan..... 31

2.1.6. Hubungan.....36

2.1.7. Hubungan Atasan-Bawahan..... 37

2.1.8. Hubungan Berurutan.....38

2.2. Kerangka Pemikiran.....38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 55

3.2 Informan Penelitian 57

3.2.1 Teknik Penentuan Informan 57

3.3 Teknik Pengumpulan Data 58
3.3.1 Studi Pustaka 60
3.3.2 Studi Lapangan 61
3.4 Uji Keabsahan Data 64
3.5 Teknik Analisa Data 65
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 69
3.6.1 Lokasi Penelitian 69
3.6.2 Waktu Penelitian 69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....71
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 73
4.1.1.1 Sejarah Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Kota Bandung 73
4.1.1.2 Logo XTC Kota Bandung 75
4.1.1.2 Visi, Misi, Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) 76
4.1.2 Profil Informan Penelitian 79
4.1.2.1 Profil Informan Kunci.....80
4.1.2.2 Profil Informan Pendukung.....82
4.1.3 Analisa Deskriptif hasil penelitian.....84
4.1.3.1 Arus Pesan Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung 86
4.1.3.2 Hambatan dalam Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung 93

4.1.3.3 Sosial Media dalam Memberikan Informasi 97

4.2 Pembahasan 99

4.2.1 Arus Pesan Komunikasi Organisasi 100

4.2.2 Hambatan dalam Komunikasi Organisasi 103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 106

5.2 Saran 108

5.2.1 Saran Bagi XTC Kota Bandung 108

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 109

DAFTAR PUSTAKA 110

LAMPIRAN-LAMPIRAN 112

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 138