

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Segi Teoritis	4
2. Manfaat dari Segi Kebijakan	5
3. Manfaat dari Segi Praktik	5
4. Manfaat dari Segi Isu Serta Aksi Sosial	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.2 Komunikasi Organisasi	9
2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	9
2.2.2 Fungsi Komunikasi Organisa	9
2.2.3 Arah Aliran Informasi	11
2.2.4 Bentuk Komunikasi Organisasi	11
2.2.5 Pendekatan Komunikasi Organisasi	15
2.3 Budaya Organisasi	18
2.3.1 Budaya Perusahaan	19
2.4 Komunikasi Bisnis	20
2.4.1 Pengertian Komunikasi Bisnis	20
2.4.2 Strategi Komunikasi Bisnis	20
2.5 Kajian Komunikasi Pemasaran	22
2.5.1 Pengertian Pemasaran	22
2.5.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	22
2.5.3 Fungsi Komunikasi Pemasaran	22
2.6 Pengertian Hotel	22
2.6.1 Konsep Syariah	23
2.6.2 Pedoman Penyelenggara Usaha Hotel Syariah	25
2.7 Pengertian Brand	32
2.8 Penelitian Terdahulu	34
2.9 Kerangka Berpikir	37

	<i>Hal</i>
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.1.1 Pendekatan Penelitian	38
3.1.2 Metode Penelitian.....	38
3.2 Strategi Penelitian	39
3.3 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	39
3.3.1 Partisipan Penelitian.....	39
3.3.2 Tempat Penelitian	41
3.4 Pengumpulan Data	41
3.4.1 Instrumen Penelitian	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Data Primer	42
3.5.1.1 Wawancara Mendalam (<i>Dept Report</i>)	43
3.5.1.2 Observasi (Pengamatan).....	43
3.5.1.3 Dokumentasi	44
3.5.2 Data Sekunder	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Sebelum di Lapangan	45
3.6.2 Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman	45
3.6.3 Reduksi Data	46
3.6.4 Penyajian Data	46
3.6.5 Kesimpulan dan Verifikasi	46
3.7 Uji Keabsahan Data	47
3.7.1 Triangulasi Sumber	47
3.7.2 Triangulasi Teknik	48
3.7.3 Triangulasi Waktu.....	48
3.7.4 <i>Membercheck</i>	48
3.8 Pertanyaan Penelitian.....	50
3.9 Pedoman Observasi	58
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Profil Perusahaan	63
4.1.1 Sejarah Hotel Narapati	63
4.1.2 Arti Serta Logo Hotel Narapati	64
4.1.3 Visi dan Misi Hotel Narapati	65
4.1.4 Fasilitas Hotel Narapati	65
4.2 Profil Informan.....	66
4.2.1 Profil Informan Utama	66
4.2.2 Profil Informan Pendukung.....	67
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.3.1 Unsur-unsur Budaya Perusahaan Hotel Narapati.....	68
4.3.1.1 Sistem Nilai	68
4.3.1.2 Lingkungan Bisnis	71
4.3.1.3 Pahlawan/pelopor	71
4.3.1.4 Pola ritual Keyakinan, nilai dan perilaku	72
4.3.1.5 Gaya Manajemen	73
4.3.1.6 Sistem dan Prosedur	79
4.3.2 Bentuk Komunikasi kebawah yang dijalankan oleh Hotel Narapati	84
4.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi kebawah di	

	<i>Hal</i>
Hotel Narapati.....	85
4.3.3.1 Keterbukaan	85
4.3.3.2 Kepercayaan pada pesan tulisan	85
4.3.3.3 Pesan yang berlebihan	86
4.3.3.4 <i>Timing</i>	86
4.3.4 Pendekatan komunikasi organisasi di Hotel Narapati	87
4.3.4.1 Pendekatan Makro	88
4.3.4.2 Pendekatan Mikro	90
4.3.4.3 Pendekatan Individual	92
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 Unsur-unsur Budaya Perusahaan Hotel Narapati.....	95
4.4.1.1 Sistem Nilai (Nilai Inti).....	96
4.4.1.2 Lingkungan Bisnis	97
4.4.1.3 Pahlawan/Pelopor.....	98
4.4.1.4 Pola ritual keyakinan, nilai dan perilaku.....	99
4.4.1.5 Gaya Manajemen	99
4.4.1.6 Sistem dan prosedur manajemen.....	102
4.4.2 Bentuk Komunikasi Kebawah yang dijalankan oleh Hotel Narapati.....	103
4.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi kebawah di Hotel Narapati.....	105
4.4.3.1 Keterbukaan	105
4.4.3.2 Kepercayaan pada pesan tulisan	106
4.4.3.3 Pesan yang berlebihan	107
4.4.3.4 <i>Timing</i>	107
4.4.4 Pendekatan Komunikasi Organisasi di Hotel Narapati	108
4.4.4.1 Pendekatan Makro	108
4.4.4.2 Pendekatan Mikro	109
4.4.4.3 Pendekatan Individual	111
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	112
5.1 Simpulan	112
5.2 Implikasi Penelitian	113
5.3 Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

	<i>Hal</i>
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1. Informan Utama dan Informan Pendukung Penelitian	40
Tabel 3.2. Pertanyaan Penelitian.....	56
Tabel 3.3. Pedoman Observasi.....	61
Tabel 4.1 Unsur-unsur Budaya Perusahaan Hotel Narapati	82
Tabel 4.2 Faktor Komunikasi Kebawah	87
Tabel 4.3 Pendekatan Komunikasi Organisasi	94

DAFTAR GAMBAR

	<i>Hal</i>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Sejarah Hotel Narapati	63
Gambar 4.2 Logo Hotel Narapati.....	64
Gambar 4.3 Aturan Menginap Hotel Narapati oleh Agoda	97

