

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	xv
KATA PENGANTAR	xvi
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.6 Signifikansi Penelitian.....	9
1.6.1 Aspek Teoritis:.....	9
1.6.2 Aspek Praktis:.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Konsep Komunikasi Organisasi	11
2.1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	11
2.1.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi.....	13
2.1.4 Hubungan Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi.....	14
2.1.5 Budaya Organisasi.....	15
2.1.6 Budaya Organisasi Salah Satu Perusahaan FMCG	16
2.1.7 Iklim Organisasi	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.1 Ulasan Jurnal Nasional.....	20
2.2.2 Ulasan Jurnal Internasional	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III.....	38

METODE PENELITIAN	38
3.1 Landasan Filosofis.....	38
3.2 Subjek Penelitian.....	39
3.3 Objek Penelitian	39
3.4 Metode Penelitian.....	39
3.5 Desain Penelitian.....	40
3.5.1 Prosedur Penelitian.....	41
3.6 Informan Penelitian	41
3.6.1 Kriteria Informan.....	42
3.7 Unit Analisis Penelitian.....	45
3.8 Teknik Pengumpulan Data	46
3.8.1 Studi Kepustakaan.....	46
3.8.2 Observasi.....	46
3.8.3 Wawancara	47
3.9 Teknik Analisis Data	47
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN.....	49
4.1 Data Informan	49
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Implementasi Value Budaya Perusahaan X.....	52
4.2.2 Flexibility Conformity.....	62
BAB V	79
PEMBAHASAN.....	79
5.1 Pembahasan.....	79
BAB VI	86
PENUTUP.....	86
6.1 Kesimpulan.....	86
6.2 Kontribusi dan Keterbatasan Penelitian	87
6.2.1 Kontribusi Penelitian	87
6.2.2 Keterbatasan Penelitian	88
6.3 Rekomendasi	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	95