

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Kerangka Konsep	8
1.5.1 Konsep Komunikasi Organisasi	8

1.6 Kerangka Pemikiran	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Teori Budaya Organisasi	21
2.2 Internalisasi Budaya Perusahaan	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Subjek Penelitian	33
3.4 Sumber Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1 Observasi	35
3.5.2 Wawancara Mendalam (In-depth Interview).....	35
3.5.3 Studi Kepustakaan	36
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.6.1 Kondensasi Data	37
3.6.2 Penyajian Data (Data display)	37
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	37
3.7 Uji Keabsahan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Alfamart.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Alfamart.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi.....	41

4.2 Komunikasi Organisasi Alfamart	42
4.2.1 Komunikasi Vertikal.....	46
4.2.2 Komunikasi Horizontal	51
4.2.3 Komunikasi Diagonal.....	54
4.3 Internalisasi Budaya Perusahaan Alfamart.....	55
4.3.1 Elemen Kunci Internalisasi	55
4.3.2 Tahapan Internalisasi	59
4.3.3 Program Internalisasi Budaya Perusahaan Alfamart.	61
4.4 Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	78
b. Kesimpulan	78
c. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83