

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.4.3 Manfaat Sosial	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis	24
2.2.1 Komunikasi Organisasi	24
2.2.1.1 Tujuan Komunikasi Organisasi	25
2.2.2 Komunikasi Internal	26
2.2.2.1 Dimensi Komunikasi Internal	28

2.2.3 <i>Public Relations</i>	30
2.2.3.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	32
2.2.4 Pimpinan	32
2.2.4.1 Peran dan Tanggung Jawab Pimpinan.....	33
2.2.5 Gaya Komunikasi	35
2.2.5.1 Macam-macam Gaya Komunikasi	37
2.2.6 Akreditasi Perguruan Tinggi.....	41
2.2.6.1 Penelitian	42
2.2.6.2 Pengabdian Masyarakat.....	43
2.2.7 Kerangka Pemikiran.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subjek Penelitian	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	49
3.5 Teknik Analisa Data	49
3.6 Teknik Keabsahan Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Visi dan Misi.....	54

4.1.2 Logo Universitas Mercu Buana	56
4.1.3 Struktur Organisasi Universitas Mercu Buana	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Perilaku Kepemimpinan	61
4.3 Pembahasan	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

