

DAFTAR ISI

ABSTRACT	I
ABSTRAK	II
RINGKESAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2. FOKUS DAN PERTANYAAN PENELITIAN.....	7
1.2.1. <i>Fokus Penelitian</i>	7
1.2.2. <i>Pertanyaan Penelitian</i>	9
1.3. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	9
1.3.1. <i>Tujuan Penelitian</i>	9
1.3.2. <i>Kegunaan Penelitian</i>	10
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1. PENELITIAN TERDAHULU	13
2.1.1. <i>Penelitian Terdahulu Yang Relevan</i>	13
2.2. KERANGKA KONSEPTUAL	15
2.2.1.1. Kepemimpinan Dalam Komunikasi	16
2.2.1.2. Strategi Komunikasi Kepemimpinan	18
2.2.1.3. Konsep Kepercayaan Dalam Tim Kerja.....	27
2.2.1.4. <i>Tim Social Media</i>	31
2.2.1.5. Media Komunikasi Virtual Dalam Kepemimpinan Jarak Jauh ..	34
2.3. KERANGKA TEORITIS	36
2.4. KERANGKA PEMIKIRAN.....	41
BAB III.....	45
SUBJEK OBJEK DAN METODE PENELITIAN	45
3.1. SUBJEK PENELITIAN	45

3.1.1.	<i>Deskripsi Identitas Informan</i>	45
3.2.	OBJEK PENELITIAN	58
3.2.1.	<i>Sejarah Singkat Seva Marketing</i>	58
3.2.2.	<i>Visi dan Misi Seva Marketing</i>	59
3.2.3.	<i>Struktur Organisasi</i>	60
3.2.4.	<i>Logo Perusahaan</i>	62
3.3.	METODE PENELITIAN	66
3.3.1.	<i>Desain/Paradigma Penelitian</i>	68
3.3.2.	<i>Prosedur Pengumpulan Data</i>	70
3.3.3.	<i>Rancangan Analisis Data</i>	73
3.3.4.	<i>Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian</i>	81
3.3.5.	<i>Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian</i> 85	
3.4.	LOKASI PENELITIAN	87
3.5.	JADWAL PENELITIAN	89
BAB IV		92
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		92
4.1.	HASIL PENELITIAN	92
4.1.1.	<i>Bentuk Interaksi Tim Social Media Jarak Jauh</i>	92
4.1.2.	<i>Proses Pertukaran Informasi Dalam Tim Social Media Seva</i>	104
4.1.3.	<i>Proses Penyusunan Makna Dalam Komunikasi Kepemimpinan Tim Social Media Seva</i>	122
4.2.	PEMBAHASAN	137
4.2.1	<i>Bentuk Interaksi Tim Social Media Jarak Jauh</i>	138
4.2.1.	<i>Proses Pertukaran Informasi Dalam Tim Social Media Seva</i>	140
4.2.2.	<i>Proses Penyusunan Makna Dalam Komunikasi Kepemimpinan Tim Social Media Seva</i>	142
BAB V		146
KESIMPUN DAN SARAN		146
4.1.	KESIMPULAN.....	146
4.2.	SARAN.....	148
DAFTAR PUSTAKA		151
LAMPIRAN		154