

# DAFTAR ISI

## BAB I PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian .....	5
1.2.1. Fokus Penelitian .....	5
1.2.2. Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1. Kegunaan Prkatis .....	7
1.4.2. Kegunaan Akademis .....	7
1.5. <i>Setting</i> Penelitian .....	8
1.6. Kerangka Penelitian .....	8
1.6.1. Kerangka Pemikiran Konseptual .....	8
1.6.2. Kerangka Teori .....	9

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Review</i> penelitian sejenis .....	11
2.2. Konsep Dasar Public Relations .....	23
2.2.1. Pengertian Public Relations .....	23
2.2.2. Ruang Lingkup Public Relations .....	25
2.3. Motivasi .....	27
2.3.1. Tujuan Motivasi .....	27
2.3.2. Alat-alat Motivasi .....	28
2.3.3. Jenis-jenis Motivasi .....	29

2.3.4. Asas-asas motivasi .....	29
2.3.5. Metode Motivasi .....	30
2.4. Teori Penguatan .....	31
2.5. Teori Berkendali Organisasi .....	33
2.6. Teori Penetrasi .....	40
2.7. Teori Akomodasi .....	46
2.7.1. Asumsi Dasar .....	48
2.7.2. Tahap dan Cara Beradaptasi .....	50
2.7.3. Kritik Teori .....	54
2.8. Teori Perbandingan social .....	55
2.9. Teori Kelompok Terpercaya .....	57
2.10. Teori Negosiasi .....	60
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Metode Penelitian .....	64
3.2. Pendekatan Penelitian .....	64
3.3. Subjek-objek dan Wilayah Penelitian dan Sumber Data .....	66
3.3.1. Subjek Penelitian .....	66
3.3.2. Wilayah Penelitian .....	67
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data Primer .....	67
3.4.2. Teknik Pengumpulan data Sekunder .....	67
3.5. Teknik Analisis Data .....	68
3.6. Uji Keabsahan Data .....	72

## **BAB IV TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Temuan Penelitian.....	74
4.1.1. Metode langsung ( <i>direct motivation</i> ) dan metode tidak langsung ( <i>indirect motivation</i> ) yang di terapkan <i>public relations</i> Radio Oz dalam membangun motivasi kerja karyawan di Radio Oz Bandung .....	75
4.1.2. Hambatan <i>internal</i> yang dialami <i>public relations</i> selama membangun motivasi kerja karyawan Radio Oz Bandung .....	106
4.1.3. Dukungan <i>internal</i> yang didapat oleh <i>public relations</i> dalam membangun motivasi karyawan Radio Oz Bandung .....	108
4.1.4. Dukungan yang diberikan oleh pihak internal terutama divisi keuangan dalam membangun motivasi kerja kepada karyawan .....	109
4.2. Pembahasan .....	111
4.2.1. Metode langsung ( <i>direct motivation</i> ) dan metode tidak langsung ( <i>indirect motivation</i> ) yang di terapkan <i>public relations</i> Radio Oz dalam membangun motivasi kerja karyawan di Radio Oz Bandung .....	114
4.2.2. Hambatan <i>internal</i> yang dialami <i>public relations</i> selama membangun motivasi kerja karyawan Radio Oz Bandung .....	145
4.2.3. Dukungan yang diberikan oleh pihak internal terutama divisi keuangan dalam membangun motivasi kerja kepada karyawan .....	148

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	149
5.2. Saran.....	150
5.2.1. Saran Teoritis .....	150
5.2.2. Saran praktis.....	151

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

