DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA .......................................................... ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING ........................................................................ iii
LEMBAR PENGESAHAN .................................................................................... iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.......................................................................... v
KATA PENGANTAR................................................................................................ vi
ABSTRAK ................................................................................................................ viii
DAFTAR ISI ............................................................................................................. ix
BAB I  :  PENDAHULUAN............................................................................. 1
   A. Konteks Penelitian ............................................................................... 1
   B. Rumusan Masalah .............................................................................. 6
   C. Tujuan Penelitian ............................................................................. 6
      1. Teoritis .............................................................................................. 6
      2. Praktis ............................................................................................... 6
   D. Manfaat Penelitian ........................................................................... 6
      1. Konsep REACH ...................................................................... 9
      2. Membangun ................................................................................. 11
      3. Komunikasi Antar Pribadi ....................................................... 12
      4. Metro TV Jatim ....................................................................... 13
   E. Kajian Terdahulu .............................................................................. 7
   F. Definisi Konsep ............................................................................... 9
      1. Konsep REACH ........................................................................... 9
      2. Membangun ................................................................................. 11
      3. Komunikasi Antar Pribadi ....................................................... 12
      4. Metro TV Jatim ....................................................................... 13
   G. Kerangka Pikir Penelitian .............................................................. 15
   H. Metode Penelitian .......................................................................... 18
      1. Pendekatan dan Jenis Penelitian ........................................... 19
      2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian .................................... 20
      3. Jenis dan Sumber Data ............................................................. 23
4. Tahap-tahap Penelitian ............................................................. 25
5. Teknik Pengumpulan Data ............................................................ 28
6. Teknik Analisa Data ................................................................. 30
I. Sistematika Pembahasan ............................................................. 32

BAB II : KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DAN KONSEP REACH

PERSPEKTIF TEORITIS ................................................................. 34
A. Kajian Pustaka ............................................................................... 34
1. Komunikasi Antar Pribadi .......................................................... 34
   a. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi ................................... 35
   b. Ciri-ciri Komunikasi Antar Pribadi ....................................... 36
   c. Manfaat Komunikasi Antar Pribadi ....................................... 37
   d. Pesan Non Verbal Komunikasi Antar Pribadi ....................... 44
   e. Faktor-faktor Pembentuk Komunikasi Antar Pribadi ............ 53
2. Konsep REACH (Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble) ................................................................. 55
B. Kajian Teori ................................................................................... 58
1. Teori Penetrasi Sosial ................................................................. 58
2. Hubungan antara Teori dengan Tema ........................................ 63

BAB III : PENYAJIAN DATA ................................................................. 71
A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian ....................................... 71
   1. Deskripsi subyek penelitian ....................................................... 71
   2. Deskripsi obyek penelitian ...................................................... 75
   3. Deskripsi lokasi penelitian ..................................................... 75
B. Deskripsi Data Penelitian .............................................................. 85
   1. Karyawan menjalankan prinsip saling menghargai ................... 85
   2. Memahami orang lain membentuk arus komunikasi yang baik ..................................................................................... 89
   3. Karyawan berusaha menjadi pengirim dan penerima
pesan yang baik

4. Meluruskan kesalah fahaman sebagai solusi kesalahan komunikasi

5. Karyawan memahami bahwa kedudukan semua orang adalah sama

6. Karyawan mengakui hubungan pekerjaan ini sebagai sebuah keluarga

BAB IV : ANALISA DATA

A. Temuan Penelitian

1. Menerapkan rasa saling menghargai dalam komunikasi

2. Mampu memahami lawan komunikasi dengan baik

3. Menumbuhkan kepercayaan komunikasi dengan audible

4. Mempersempit kesalahfahaman komunikasi dengan menjelaskan

5. Tidak membatasi diri dalam berkomunikasi

6. Merasa seperti sebuah keluarga terhadap rekan kerja

B. Konfirmasi Hasil Temuan dengan Teori

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Rekomendasi

Lampiran