

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Customer Service	10
2.2 Fungsi Public Relation	11
2.3 Komunikasi Interpersonal	12
2.4 Teori Pelanggaran Harapan.....	15
2.4.1 Hubungan Ruang	16
2.4.2 Zona Proksemik	17
2.4.3 Asumsi Teori Pelanggaran Harapan	18
2.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Harapan	19
2.4.5 Expektancies (Harapan)	22
2.4.6 Violation Valence (Valensi Pelanggaran)	23
2.4.7 Communication Reward Valence (Valensi Ganjaran	
Komunikator	24

2.5	Definisi Konsep	25
2.6	Kerangka Pemikiran	27
2.7	Diagram Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Disain Penelitian	29
3.2	Objek Penelitian	32
3.3	Sumber Data	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
	3.4.1 Wawancara Mendalam.....	33
	3.4.2 Pengamatan Partisipan.....	34
3.5	Uji Keabsahan Data	35
3.6	Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
	4.1.1 Sejarah PT Galva Technovision.....	38
	4.1.2 Visi Perusahaan	39
	4.1.3 Misi Perusahaan	39
	4.1.4 Struktur Organisasi	40
4.2	Divisi Engineering	43
	4.2.1 Pelayanan Divisi Engineering.....	44
	4.2.2 Konsumen dari Divisi Engineering.....	45
	4.2.3 Struktur Organisasi Divisi Engineering	46
4.3	Customer Service	47
4.4	Hasil Penelitian	48
	4.4.1 Faktor Individual Komunikator.....	61
	4.2.2 Faktor Relasional.....	65
	4.2.3 Faktor Kontekstual.....	67
BAB V PENUTUP		69

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

LAMPIRAN :

1. HASIL WAWANCARA PELANGGAN
2. HASIL WAWANCARA CUSTOMER SERVICE
3. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Diagram Kerangka Berpikir	28
Gambar 2 : Struktur Organisasi PT. Galva Technovision.....	40
Gambar 3 : Struktur Organisasi PT. Galva Technovision divisi Engineering...46	
Gambar 4 : Denah Ruangan Customer Service	