

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Keluarga	11
2.1.1 Pola Komunikasi Keluarga.....	11
2.1.2 Pola Komunikasi Gen Z dalam Keluarga	12
2.2 Bisnis Keluarga	13
2.2.1 Karakteristik Bisnis Keluarga.....	13
2.2.1 Konflik Bisnis Keluarga.....	15
2.2.2 Karakteristik Generasi Z dalam Bisnis Keluarga	16
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3. 1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian	33

3.3 Objek dan Subjek Penelitian	33
3.3.1 Objek Penelitian.....	34
3.3.2 Subjek Penelitian	34
3.4 Lokasi Penelitian	34
3.5 Unit Analisis Data	35
3.6 Informan Penelitian	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.9 Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	41
4.1 Karakteristik Informan.....	41
4.1.1 Profil Informan	42
4.2 Hasil Peneliltian	45
4.2.1 Orientasi Percakapan.....	46
4.2.2 Orientasi Konformitas	48
4.2.3 Karakteristik	56
4.2.4 Ciri khas komunikasi Generasi Z.....	78
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 Keterlibatan Aktif Generasi Z dalam Bisnis Keluarga	82
4.3.2 Lingkungan Keluarga yang Suportif.....	84
4.3.3 Kepemimpinan Ganda.....	86
4.3.4 Perubahan Peran dan Kekaburan Fungsi.....	89
4.3.5 Kekuatan Emosi dalam Ikatan Keluarga	91
4.3.6 Pergeseran Orientasi Komunikasi Keluarga.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	101