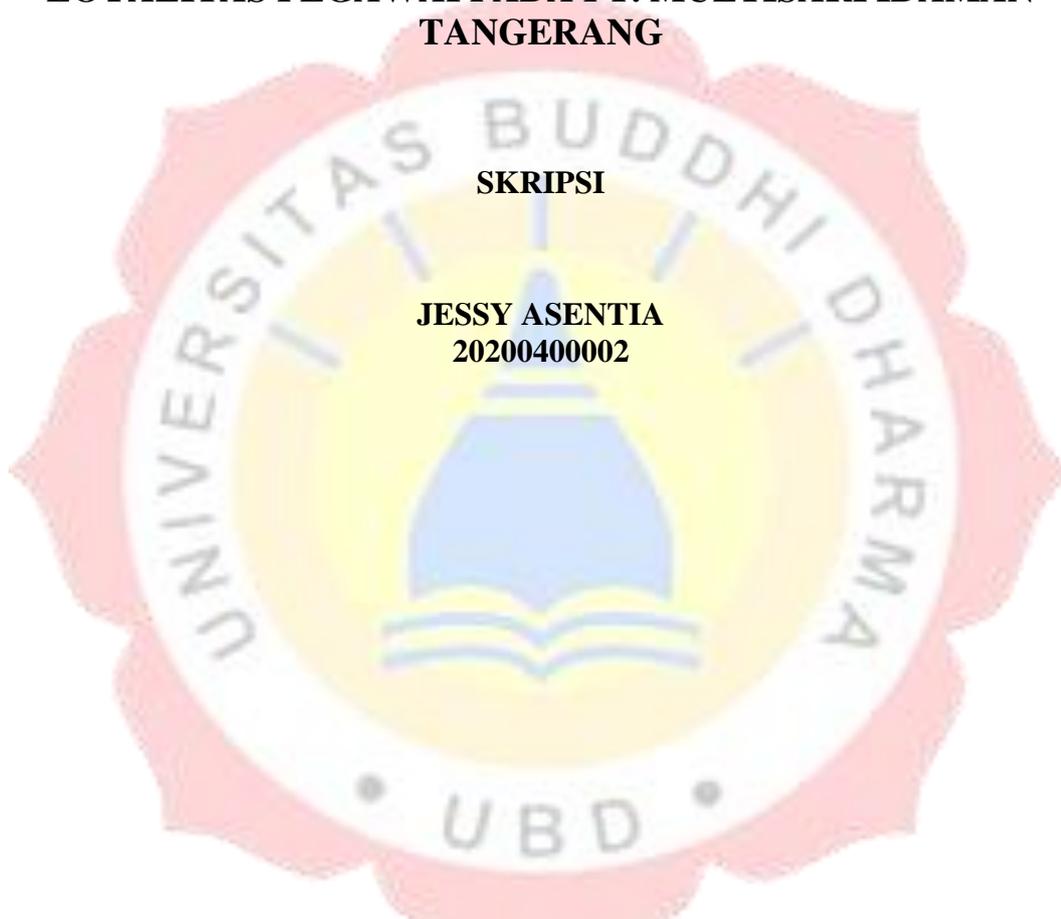




**PRAKTIK KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENJAGA
LOYALITAS PEGAWAI PADA PT. MULTISARI IDAMAN
TANGERANG**

SKRIPSI

**JESSY ASENTIA
20200400002**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2024**



**PRAKTIK KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENJAGA
LOYALITAS PEGAWAI PADA PT. MULTISARI IDAMAN
TANGERANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**JESSY ASENTIA
20200400002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2024



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Praktik Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas
Pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang.

Nama : Jessy Asentia

NIM : 20200400002

Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora

Skripsi ini disetujui pada tanggal 16 Juli 2024.

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. FX. Rahyono, S.S, M.Hum

NIDN. 8918350022

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

NIDN. 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom
Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Jessy Asentia
NIM : 20200400002
Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Praktik Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas
Pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang.

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 16 Juli 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dosen Pembimbing

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

NIDN. 0310048205

Dr. FX. Rahyono, S.S, M.Hum

NIDN. 8918350022



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jessy Asentia
NIM : 20200400002
Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Praktik Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas
Pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai persyaratan yang diperlakukan untuk mendapatkan gelar strata satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Dewan Penguji

1. **Ketua Penguji : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom**
NIDN. 0310048205
2. **Penguji I : Dr. Irpan Ali Rahman, S.S., M.Pd**
NIDN. 0405027807
3. **Penguji II : Riris Mutiara Paulina Simamora, S.Pd., M.Hum**
NIDN. 0427068703

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora



Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum

NIDN. 0418128601

PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir dalam bentuk skripsi berjudul "Praktik Komunikasi Internal Dalam Menjaga Loyalitas Pegawai Pada PT. Multisari Idaman Tangerang" merupakan asli karya saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya pribadi, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan ataupun disebarkan kepada orang lain, terkecuali dengan terang saya cantumkan sebagai referensi penulisan naskahnya melalui pencantuman penulisnya di daftar pustaka;
4. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalamnya, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis ini, serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada

Tangerang, 16 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Jessy Asentia

NIM: 20200400002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Begitu pula dalam penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktunya, sesuai dengan prosedur yang telah diberikan. Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma. Judul skripsi yang penulis pilih adalah “Praktik Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas Pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang”.

Penyusunan skripsi ini secara umum bermanfaat karena membahas praktik komunikasi yang digunakan PT. Multisari Idaman dalam menjaga loyalitas pegawai. Dalam proses penulisan laporan kerja praktek ini, penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dari pihak lain. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., B.K.P., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma
- 2) Ibu Dr. Sonya Ayu Kumala S.Hum., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma;
- 3) Ibu Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan ketua dewan penguji;
- 4) Bapak Dr. FX. Rahyono, S.S, M.Hum., selaku dosen pembimbing serta pembimbing akademik yang telah memberikan penulis arahan dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
- 5) Bapak Dr. Irpan Ali Rahman, S.S., M.Pd dan Ibu Riris Mutiara Paulina Simamora, S.Pd., M.Hum selaku dewan penguji.
- 6) Ibu Galuh Kusuma Hapsari., S.Si., M.IKom., Bapak Dr. Lilie Suratminto, M.A, Bapak Suryadi Wardiana, S.IKom, M.IKom, Bapak Alfian Pratama, S.Sos., M.IKom., Bapak Hot Saut Halomoan, S.Pd., M.Hum dan Ibu Widhia Seni S.I.Kom., MA.Journalism, selaku dosen tetap Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma;

- 7) Semua Staf Admin Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah membantu mengurus administrasi, sehingga administrasi tersebut bermanfaat dalam mendukung skripsi penulis;
- 8) Teman-Teman, Staf dan rekan kerja dari PT. Multisari Idaman yang telah memberikan penulis mengenai arahan dan pengalaman berharga seputar pekerjaan yang penulis lakukan;
- 9) Orang tua dan keluarga yang turut memberikan dukungan baik moral maupun materi;
- 10) Teman-Teman Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma angkatan 2020 yang ikut membantu dalam penyelesaian laporan ini;

Atas segala bantuan dan dorongan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih. Tanpa dukungan dari berbagai pihak, mungkin skripsi ini tidak akan selesai.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf bila ada kesalahan. Kritik dan saran penulis hargai demi penyempurnaan penulisan serupa dimasa yang akan datang.

Tangerang, 16 Juli 2024



Penulis
Jessy Asentia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan praktik komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai PT. Multisari Idaman Tangerang. Metode kualitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara langsung dengan narasumber. Pembahasan dan analisis data didasari oleh indikator teoritis dari teori model manajemen komunikasi organisasi Mintzberg (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi internal yang efektif dapat menjaga loyalitas pegawai di PT. Multisari Idaman Tangerang. Penelitian ini menemukan tiga temuan utama terkait praktik komunikasi internal yang berperan dalam menjaga loyalitas pegawai. Pertama, pegawai memahami instruksi yang diberikan, merasa dihargai, dan diikutsertakan dalam proses kerja. Kedua, strategi penyampaian kebijakan komunikasi internal yang diterapkan membuat pegawai merasa diperhatikan dan dihormati. Ketiga, praktik apresiasi (*reward*) tindakan (*doing*) berhasil menjaga perasaan positif pegawai terhadap perusahaan. Dengan komunikasi internal yang efektif, pegawai mampu memahami visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, yang pada gilirannya menumbuhkan rasa dihargai dan dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Ini juga memperkuat loyalitas dan dedikasi mereka kepada perusahaan. Loyalitas ini ditandai dengan dedikasi tinggi, di mana pegawai mencurahkan pikiran, perhatian, dan gagasan terbaiknya untuk memberikan hasil maksimal bagi perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi internal yang baik dapat menjadi kunci sukses dalam menjaga kinerja dan produktivitas pegawai serta membangun budaya organisasi yang positif.

Kata Kunci: *Komunikasi Internal, Loyalitas Pegawai, Komunikasi Organisasi*

ABSTRACT

This study aims to explain the implementation of internal communication in maintaining employee loyalty at PT. Multisari Idaman Tangerang. A qualitative method was employed, involving data collection through direct observation and interviews with sources. The discussion and data analysis were based on theoretical indicators from Mintzberg's organizational communication management model (2013). The study found that effective internal communication implementation successfully maintains employee loyalty at PT. Multisari Idaman Tangerang. This research identified three main findings regarding the role of internal communication in maintaining employee loyalty: (1) employees understand the given instructions, feel appreciated, and are included in the work process; (2) the internal communication policy delivery strategy makes employees feel cared for and respected; (3) the application of reward actions successfully increases employees' positive feelings toward the company. Effective internal communication enables employees to understand the company's vision, mission, and values, fostering a sense of being valued and involved in decision-making. This, in turn, strengthens their loyalty and dedication to the company. Such loyalty is characterized by high dedication, where employees devote their thoughts, attention, and best ideas to deliver optimal results for the company. These findings indicate that good internal communication can be a key success factor in improving employee performance and productivity, as well as building a positive organizational culture. This study is expected to provide a more comprehensive understanding of the importance of internal communication in maintaining employee loyalty and serve as a reference for future research in the same field.

Keywords: *internal communication, employee loyalty, communication organization*

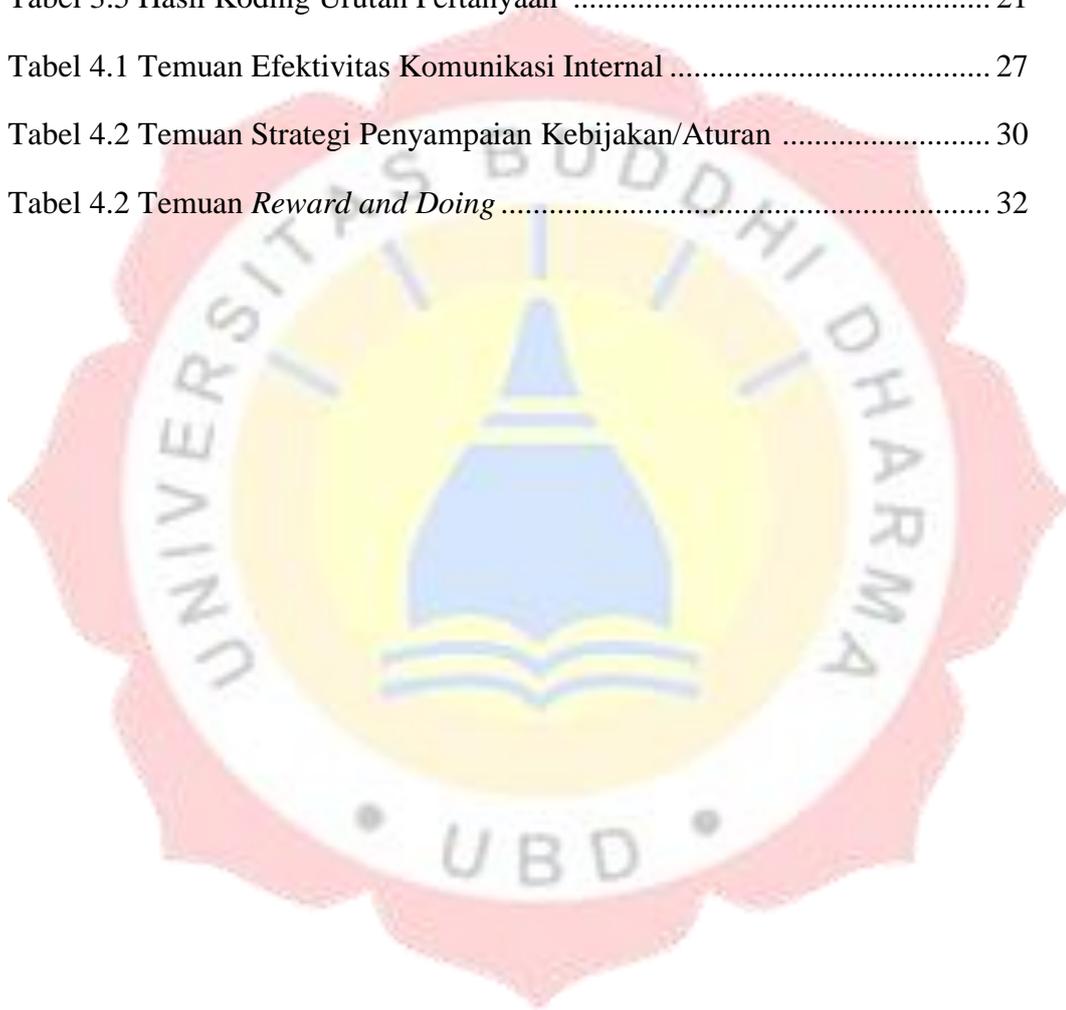
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Kerangka Konseptual	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kerangka Teoritis	9
2.3 Landasan Teoritis	10
2.3.1 Komunikasi Organisasi: Inti dari Model Manajemen.....	10
2.3.2 Komunikasi Internal.....	13
2.3.3 Kepemimpinan: Inti dari Komunikasi Organisasi.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Metode Penelitian.....	17
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18

3.5	Teknik Pengolahan Data.....	19
3.6	Teknik Analisis Data	21
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1	Gambaran Umum Perusahaan PT. Multisari Idaman.....	24
4.1.1	Struktur Organisasi.....	25
4.1.2	Sistem Karir	25
4.1.3	Penilaian Kinerja Berkala	26
4.2	Temuan Hasil Penelitian.....	27
4.3	Pembahasan	34
4.3.1	Efektivitas Komunikasi Internal	34
4.3.2	Strategi Penyampaian Kebijakan/Aturan di PT. Multisari Idaman. 56	
4.3.3	Praktik <i>Reward and Punishment</i> di PT. Multisari Idaman	66
4.4	Hasil Penelitian.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran	85
DAFTAR REFERENSI		86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		88
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Nama dan Posisi Narasumber	19
Tabel 3.2 Hasil Koding Indikator Teoritis	20
Tabel 3.3 Hasil Koding Narasumber	20
Tabel 3.4 Hasil Koding Jabatan Narasumber	21
Tabel 3.5 Hasil Koding Urutan Pertanyaan	21
Tabel 4.1 Temuan Efektivitas Komunikasi Internal	27
Tabel 4.2 Temuan Strategi Penyampaian Kebijakan/Aturan	30
Tabel 4.2 Temuan <i>Reward and Doing</i>	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 A Model of Managing	10
Gambar 2.2 Kepemimpinan Inti dari Komunikasi Organisasi	15



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual.....	4
Bagan 2.1 Kerangka Teori	9
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	25



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan sebuah bisnis tak lepas dari pentingnya komunikasi. Baik komunikasi internal maupun eksternal menjadi jembatan bagi perusahaan untuk terhubung dengan pegawai, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Strategi penyampaian komunikasi yang tepat membuka peluang keunggulan kompetitif dan pencapaian tujuan bisnis. Komunikasi internal yang efektif meningkatkan semangat dan kinerja pegawai, serta memperkuat kerjasama tim.

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri di Indonesia, PT. Multisari Idaman adalah perusahaan yang bergerak di industri madu yang telah berdiri selama 35 tahun, terus menunjukkan ekspansi bisnisnya. Tak hanya perusahaan besar, perusahaan skala kecil pun tak mau kalah dalam mengejar tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, keberlangsungan PT. Multisari Idaman sangat ditentukan oleh kelancaran strategi penyampaian komunikasi internalnya. Komunikasi internal diartikan sebagai proses pertukaran informasi dan pesan antar anggota organisasi, baik secara vertikal maupun horizontal (Effendy, 2009). Komunikasi yang terbuka dan transparan memungkinkan perusahaan untuk bergerak maju secara terarah dan mencapai kesuksesan bersama. Komunikasi internal yang efektif mampu mengantarkan organisasi mencapai tujuannya dengan lebih baik, meningkatkan kinerja dan produktivitas pegawai, serta membangun budaya organisasi yang positif.

Di era globalisasi yang penuh persaingan dan perubahan, PT. Multisari Idaman dituntut untuk melaksanakan komunikasi internal yang efektif dan efisien sesuai kebutuhan perusahaannya. Jika komunikasi internal yang dibangun tidak efisien, maka PT. Multisari Idaman bagaikan kapal tanpa nahkoda yang terombang-ambing tanpa arah jika komunikasi internal tidak efektif. Komunikasi internal merupakan kunci sukses dalam kehidupan, terutama dalam pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Dalam komunikasi internal, pertukaran gagasan dan informasi antara pemimpin dan pegawai merupakan fondasi bagi struktur pekerjaan yang efektif (Audi & Prihantoro, 2021). Hal ini dibuktikan oleh survei *Trade Press Research* Victoria (2023) yang menunjukkan bahwa 85% pegawai yang

memperoleh proses komunikasi internal yang efektif juga akan semakin loyal (setia) terhadap perusahaan mereka bekerja dan tercipta ketika mereka memahami tujuan, tantangan, dan perannya di perusahaan. Dengan komunikasi internal yang efektif, akan membuat pegawai menjadi terarah dan terinspirasi untuk memberikan kontribusi terbaiknya, terutama dengan cara loyal (setia) terhadap perusahaannya.

Loyalitas berakar pada kesetiaan mereka kepada perusahaan (Hariyanti, 2020). Kesetiaan ini merupakan ikatan psikologis yang terjalin antara pegawai dan perusahaan yang ditandai dengan dedikasi tinggi. Dedikasi ini ditunjukkan dengan pegawai yang mencurahkan pikiran, perhatian, dan gagasan terbaiknya untuk memberikan hasil maksimal bagi perusahaan. Sinta (2022) memperkuat pernyataan ini dengan menyatakan bahwa loyalitas pegawai merupakan kekuatan pendorong utama bagi organisasi.

Dalam hal ini, peneliti terlibat langsung dan mengamati interaksi antara atasan dan staf lainnya. Saat mengamati, peneliti menemukan fenomena menarik: staf segera mengerjakan instruksi atau informasi yang diberikan atasannya dengan sigap. Hal ini menunjukkan bahwa instruksi dan informasi yang disampaikan atasan berjalan dengan efektif dan lancar. Sehingga, peneliti mencari tahu bagaimana pemahaman yang baik terhadap informasi perusahaan merupakan faktor penting dalam loyalitas pegawai. Ketika pegawai memahami dengan jelas instruksi atasan, relasi dan batasan antar atasan-bawahan, serta sistem apresiasi perusahaan, mereka akan lebih termotivasi dalam menjalankan tugasnya.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa kelancaran komunikasi internal menjadi kunci penting dalam menjaga loyalitas pegawai. Komunikasi internal yang efektif membantu pegawai memahami visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Keefektifan ini juga menumbuhkan rasa dihargai, dihormati, dan dilibatkan dalam pengambilan keputusan bagi pegawai. Dengan loyalitas, organisasi dapat membangun lingkungan kerja yang kondusif dan progresif, serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Didalam penelitian kuantitatif sesungguhnya telah menemukan korelasi dan pengaruh positif antara komunikasi internal terhadap loyalitas pegawai (Nguyen & Ha, 2023). Namun, mekanisme yang mendasari hubungan dan peran tersebut masih belum sepenuhnya dipahami. Oleh karena itu, penelitian kualitatif diperlukan untuk

menjelajahi lebih dalam bagaimana komunikasi internal menjaga loyalitas pegawai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik penting komunikasi internal dalam menjaga kekuatan loyalitas pegawai sebagai pendorong bagi organisasi. Pada saat yang sama, Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui efektivitas program komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai PT. Multisari Idaman Tangerang.

Berdasarkan uraian hasil observasi awal di atas, penulis terdorong untuk meneliti tentang efektivitas praktik komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang. Dari fenomena yang telah dipaparkan dan observasi lapangan, teridentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas komunikasi internal yang diterapkan PT. Multisari Idaman dalam menyampaikan instruksi pekerjaan?
2. Bagaimana strategi penyampaian kebijakan/aturan PT. Multisari Idaman dalam menjaga komunikasi internal tetap berjalan efektif?
3. Bagaimana praktik *reward and punishment* kepada pegawai di PT. Multisari Idaman?

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana praktik komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai pada PT. Multisari Idaman Tangerang?".

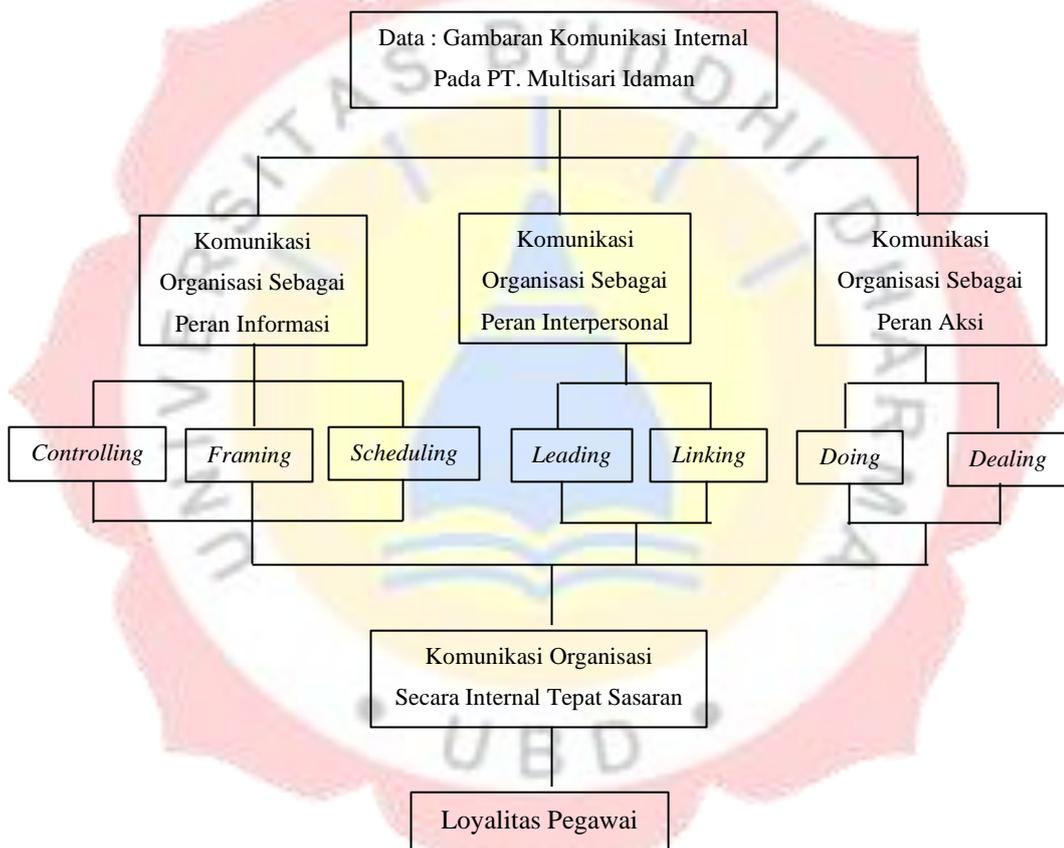
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai di PT. Multisari Idaman Tangerang. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai pembaca, penulis, dan lembaga terkait. Bagi organisasi, dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai bahan rujukan untuk penelitian tentang praktik komunikasi internal dalam menjaga loyalitas pegawai. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif dapat membantu membangun dan memperkuat budaya perusahaan yang positif, yang pada akhirnya dapat menjaga loyalitas pegawai. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang strategi perusahaan, kinerja, dan perubahan organisasi, sehingga pegawai dapat memahami tujuan dan peran mereka dalam organisasi.

1.4 Kerangka Konseptual

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilandaskan pada kajian pustaka terdahulu untuk memperkaya analisis dan membantu penulis dalam membandingkan serta mengidentifikasi perbedaan antara hasil penelitiannya dengan karya ilmiah lain. Berikut beberapa jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan komunikasi internal yang berkaitan dengan loyalitas pegawai disuatu organisasi sebagai acuan penelitian penulis:

a. Nguyen dan Ha (2023)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Cao Minh Anh Nguyen dan Minh-Tri Ha dari Eastern International University, Vietnam pada tahun 2023 dengan judul “*The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran komunikasi internal dalam menghasilkan loyalitas karyawan di Institusi Pendidikan Tinggi Vietnam. Teori yang digunakan adalah *Social Exchange Theory* (SET) menurut Blau (1964) mengemukakan bahwa individu saling bertukar perilaku dan sikap berdasarkan prinsip timbal balik, dan hal ini berlaku dalam berbagai konteks, termasuk situasi kerja.

Penelitian ini juga memanfaatkan metode survei *online* dengan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 255 partisipan di institusi pendidikan tinggi (IPT) di provinsi Binh Duong. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah kombinasi *convenience sampling* dan *snowball sampling*. Analisis data dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *partial least squares structural equation modelling* (PLS-SEM). Penelitian Nguyen & Ha (2023) mengungkap pengaruh signifikan komunikasi internal terhadap loyalitas karyawan di perguruan tinggi Vietnam. Komunikasi yang terbuka, transparan, dan konsisten dari manajemen terbukti meningkatkan keterlibatan dan kepuasan kerja karyawan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas. Pengembangan strategi komunikasi internal yang efektif oleh perguruan tinggi menjadi kunci untuk meningkatkan loyalitas karyawan dan mencapai tujuan organisasi.

b. Audi dan Prihantoro (2021)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Raisha Vircani Audi dan Edy Prihantoro dari Universitas Gunadarma pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan”. Penelitian ini menggunakan teori-teori seperti komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, dan teori sistem sosial untuk menganalisis dampak komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh komunikasi internal terhadap loyalitas karyawan pada PT. Rudy Soetadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Survei dilakukan kepada para responden di PT. Rudy Soetadi. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi.

Hasil penelitian Audi dan Prihantoro (2021) menemukan bahwa komunikasi internal berdampak positif terhadap loyalitas kinerja karyawan PT. Rudy Soetady. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung X_1 sebesar 2,340 yang lebih besar dari nilai kritis 1,984 dan nilai Sig. 0,011 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi internal memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas kinerja karyawan. PT. Rudy Soetadi telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam membangun komunikasi internal yang efektif. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai rata-rata "baik" untuk seluruh aspek komunikasi internal, baik komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi dari bawah ke atas, maupun komunikasi horizontal.

c. Sugeha et al. (2023)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Mohamad Fresal Sugeha, Hendi Budiman, Eva Yuniarti Utami, dan Aan Adiazmil dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Darma Kotamobagu pada tahun 2024 dengan judul “*Analysis of Internal Communication and Job Satisfaction on Employee Loyalty and Service Quality at Import Companies in Jakarta*”. Penelitian ini menggunakan teori-teori seperti komunikasi internal, kepuasan kerja, loyalitas karyawan, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan komunikasi internal dan loyalitas karyawan pada perusahaan impor yang berbasis di Jakarta.

Penelitian Sugeha et al., (2024) menggunakan metode kuantitatif untuk meneliti hubungan antara komunikasi internal dan loyalitas karyawan di perusahaan impor terpilih di Jakarta. Dengan memanfaatkan survei *cross-sectional*, memungkinkan pengumpulan data di satu waktu untuk menggambarkan kondisi terkini variabel yang diteliti. Teknik *stratified random sampling* diterapkan demi memastikan representasi berbagai departemen dalam organisasi. Berdasarkan hasil analisis, komunikasi internal terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pegawai, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pegawai dengan membangun atmosfer kerja yang positif dan suportif.

d. Isniyunisyafna dan Isfiantie (2019)

Penelitian Isniyunisyafna dan Dea Sarah Isfiantie (2019) dari Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang meneliti strategi komunikasi internal PT Prudential Life Assurance (PRU Eternity Kota Cilegon) untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Penelitian ini bersifat deskriptif dan bertujuan menggambarkan strategi komunikasi internal yang diterapkan PRU Eternity. Penelitian ini menggunakan teori hubungan manusia Elton Mayo, komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi internal, komunikasi organisasi, *public relation*, loyalitas, dan *corporate communication*.

Dalam penelitian Isniyunisyafna dan Isfiantie (2019) menerapkan penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (10 informan) dan observasi partisipan untuk memahami budaya dan praktik komunikasi internal di PRU Eternity Kota Cilegon. Berdasarkan hasil penelitian ini, PRU Eternity menerapkan strategi komunikasi internal untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Strategi ini meliputi forum komunikasi, program-program pengembangan karyawan, dan evaluasi berkala. Peran PR (Agency Manager) penting dalam memberikan pengarahan, pelatihan, dan motivasi kepada karyawan agar mencapai target dan membangun hubungan yang positif.

e. Febrianti (2021)

Penelitian Evita Suci Febrianti (2021) dari Universitas Sebelas Maret meneliti strategi komunikasi internal PT. Phicos Cipta Media untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Penelitian ini menggunakan teori-teori ini untuk mengembangkan model penelitian yang menghubungkan strategi komunikasi internal, keterlibatan karyawan, kepuasan kerja, dan loyalitas karyawan generasi milenial di PT. Phicos Cipta Media. Penelitian ini bersifat deskriptif dan bertujuan menganalisis SWOT strategi komunikasi internal yang diterapkan PT. Phicos Cipta Media.

Penelitian Febrianti (2021) menggunakan penelitian kualitatif deskriptif untuk mengkaji strategi komunikasi internal PT. Phicos Cipta Media dalam rangka meningkatkan loyalitas pegawai. Selain itu, observasi partisipan selama dua bulan dilakukan untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait budaya dan praktik komunikasi internal di PT. Phicos Cipta Media. Berdasarkan penelitian ini, PT. Phicos Cipta Media menerapkan strategi komunikasi yang mumpuni dalam mempertahankan loyalitas karyawan. Strategi ini memadukan kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman melalui berbagai program, seperti pemberian gaji yang kompetitif, membuka ruang komunikasi yang positif antara atasan dan karyawan, serta membuka lowongan pekerjaan baru untuk menambah jumlah karyawan dan meringankan beban kerja.

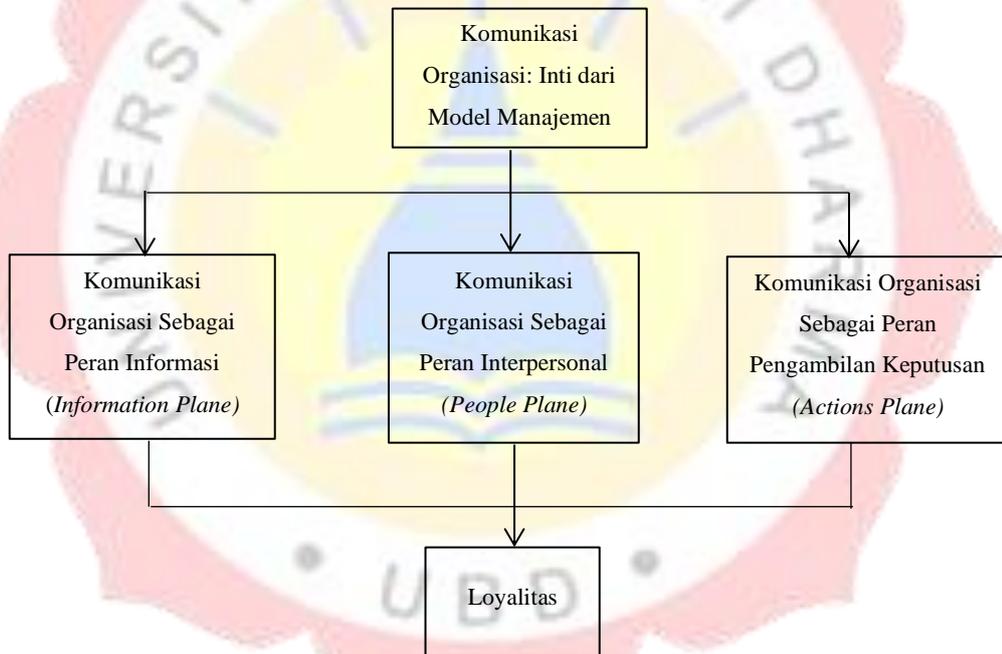
Berdasarkan 5 referensi penelitian yang dipilih pada penelitian ini, maka peneliti juga mempertimbangkan berbagai sisi, baik kekuatan maupun kelemahan daripada setiap referensi penelitian. Dari sisi kekuatan, penggunaan model teoritis tertentu secara spesifik hingga variasi metode penelitian menjadi hal penting yang dapat memperluas wawasan peneliti. Sebaliknya, sisi kelemahan juga turut muncul jika dianalisa secara spesifik berdasarkan jenis metode penelitian. Dalam hal ini, hasil dari penelitian metode kuantitatif lebih memungkinkan untuk digeneralisasi dibandingkan hasil dari penelitian kualitatif. Hal ini dipengaruhi oleh jenis pengambilan sampling cakupan jumlah lokasi penelitian, hingga penentuan syarat olah data sebagaimana penelitian kuantitatif mewajibkan syarat uji asumsi klasik sebelum proses olah data dimulai.

Pada saat yang sama, hasil dari penelitian metode kualitatif juga menggunakan landasan pendekatan dan paradigma penelitian tertentu, seperti

pendekatan berlandaskan post-positivisme dan paradigma penelitian konstruktivisme. Kedua hal tersebut membantu proses penelitian berada dalam kondisi alaminya dan realistis sesuai kondisi lapangan (hasil konstruksi dari kemampuan berpikir manusia). Alhasil, penelitian kualitatif tidak hanya memperlakukan data sebagai sekedar data semata, melainkan juga memperlakukannya secara manusiawi sebagai sudut pandang manusia. Proses tersebut dilakukan dengan pemahaman bahwa kenyataan tidak bersifat tunggal, karena dapat terus terbentuk dan berkembang (Sugiyono, 2013; Isniyunisyafna & Isfiantie, 2019).

2.2 Kerangka Teoritis

Bagan 2.1 Kerangka Teoritis



2.3 Landasan Teoritis

2.3.1 Komunikasi Organisasi: Inti dari Model Manajemen

Gambar 2.1 A *Model of Managing*



Proses komunikasi organisasi merupakan bagian inti dari terbentuknya model manajemen dari Mintzberg (2013). Keduanya, bagaikan dua sisi mata uang yang tak terpisahkan dalam membentuk, melancarkan dan mengembangkan proses komunikasi organisasi. Apabila komunikasi organisasi berjalan lancar dan berkembang optimal, maka tujuan organisasi dapat tercapai sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, Mintzberg (2013) membuat sebuah model teoritis yang bernama “*A Model of Managing*” yang menjelaskan tentang peran manajerial menjadi tiga tingkatan: bidang informasi, bidang orang, dan bidang aksi. Dalam setiap tingkatan tersebut, komunikasi berperan penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Tiga tingkatan peran manajerial :

1. Bidang Informasi/*Information Plane*:

Pengendalian/*Controlling*: Komunikasi organisasi yang efektif harus jelas, ringkas, akurat, tepat waktu, terbuka, transparan, dan proaktif.

Pengarahan/*Framing*: Komunikasi organisasi harus memberikan informasi untuk memberikan konteks dan arahan yang jelas.

Penjadwalan/*Scheduling*: Komunikasi organisasi harus bersifat yang jelas dan terstruktur agar semua pihak dapat memahami sesuai tenggat waktu yang ditentukan.

2. Bidang Sumber Daya Manusia/*Interpersonal/People Plane*:

Kepemimpinan/*Leading*: Komunikasi organisasi harus bersifat mendorong, mengarahkan dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

Penghubung/*Linking*: Komunikasi organisasi harus menjalin dan memelihara hubungan dengan orang lain di dalam dan luar organisasi.

3. Bidang Aksi/*Actions Plane*:

Bertindak/*Doing*: Komunikasi organisasi harus mengacu pada tindakan langsung yang dapat diambil untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan, dengan cara menyusun hingga menentukan solusi.

Menangani/*Dealing*: Komunikasi organisasi harus mengacu pada interaksi dan tindakan-tindakan yang dapat menjadi solusi dalam pencegahan dan penyelesaian konflik/hambatan.

Model Mintzberg (2013) menjelaskan kerangka kerja untuk memahami peran manajer sebagai komunikator. Dengan memahami tiga bidang komunikasi ini, manajer dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mereka dan mencapai tujuan organisasi mereka secara lebih optimal.

Selanjutnya, menurut Siregar et al., (2021) komunikasi organisasi secara konseptual menjadi dasar dari terbentuknya 8 aspek penting pada sebuah organisasi. (1) Aspek proses, sebagaimana organisasi bagaikan sistem terbuka yang hidup dan dinamis, di mana komunikasi menjadi ruh yang memperlancar aliran informasi dan pertukaran pesan antar anggotanya. Proses ini berlangsung secara berkelanjutan, menciptakan dan menukar pesan yang bermakna untuk mencapai tujuan bersama; (2) Aspek pesan, sebagaimana komunikasi organisasi bukan hanya kata-kata semata, tetapi tersusun dari simbol-simbol yang sarat makna. Simbol ini mewakili orang, objek, dan kejadian yang timbul dari interaksi antar anggota. Pesan yang efektif mampu menggerakkan organisasi menuju tujuannya; (3) Aspek jaringan, sebagaimana komunikasi organisasi bagaikan jaringan yang terdiri dari individu-individu yang saling terhubung. Setiap individu memiliki peran dan posisinya masing-masing dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan antar individu ini terjadi melalui jalur yang disebut jaringan komunikasi; (4) Aspek ketergantungan, komunikasi organisasi dapat membuat setiap elemen dalam organisasi menjadi saling terhubung dan membutuhkan satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Kolaborasi dan komunikasi yang efektif menjadi kunci utama untuk mewujudkan

sinergi dalam organisasi; (5) Aspek hubungan, sebagaimana komunikasi organisasi bukan hanya kumpulan individu, tetapi juga sistem kehidupan sosial. Keberhasilannya bergantung pada hubungan antar individu yang terjalin melalui komunikasi yang terbuka, jujur, dan saling menghormati; (6) Aspek lingkungan, sebagaimana komunikasi organisasi terdiri dari faktor internal dan eksternal yang perlu dipertimbangkan dalam komunikasi. Faktor internal meliputi budaya, struktur, dan sumber daya organisasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi kondisi ekonomi, politik, dan sosial yang memengaruhi organisasi; (7) Aspek ketidakpastian, sebagaimana perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan dapat menimbulkan ketidakpastian dalam komunikasi organisasi. Ketidakpastian ini menjadi tantangan yang harus dihadapi dengan komunikasi yang transparan, adaptif, dan proaktif; (8) Aspek kompleksitas, sebagaimana komunikasi organisasi biasanya melibatkan minimal dua anggota atau lebih yang terbagi dalam unit atau departemen sesuai fungsinya. Kompleksitas struktur ini membutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk memastikan kelancaran informasi dan koordinasi antar bagian.

Selanjutnya, terkait hambatan dalam komunikasi organisasi. Hambatan komunikasi adalah berbagai rintangan yang mengganggu proses penyampaian pesan antara pengirim dan penerima (Siregar et al., 2021). Gangguan ini dapat menyebabkan distorsi atau bahkan kegagalan dalam komunikasi. Jenis-jenis Hambatan:

1. Hambatan Fisik: Terjadi ketika komunikator dan penerima tidak dapat bertemu secara langsung, seperti terpisahkan jarak atau waktu.
2. Hambatan Psikologis/Manusiawi: Perbedaan individu dalam sikap, minat, dan motivasi dapat memicu tafsir yang berbeda terhadap pesan.
3. Hambatan Sosial Budaya: Latar belakang budaya yang berbeda dapat memengaruhi cara penyampaian dan interpretasi pesan.
4. Hambatan Linguistik: Penggunaan bahasa yang tidak tepat, penafsiran yang keliru, kata-kata ambigu, dan kosakata yang tidak sesuai dapat menimbulkan kesalahpahaman.

5. Hambatan Teknis: Gangguan teknologi seperti suara yang buruk, sinyal video yang lemah, atau koneksi internet yang tidak stabil dapat menghambat komunikasi.
6. Hambatan Meluber Informasi: Banjir informasi yang berlebihan dapat membuat individu kewalahan dan kesulitan menyerap informasi yang penting.
7. Hambatan Literasi Digital: Kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan media digital dapat menghambat komunikasi yang efektif.

2.3.2 Komunikasi Internal

Komunikasi Internal Secara umum, komunikasi secara mendasar sesungguhnya dapat didefinisikan sebagai sebuah proses perpindahan makna/ide melalui pesan-pesan, baik secara fisik melalui panca indera dan gerak tubuh maupun psikis melalui pola persepsi-perasaan (Siregar et al., 2021). Namun demikian, jika dibahas melalui perspektif komunikasi organisasi, maka komunikasi terbagi atas 2 dimensi penting yakni komunikasi internal dan komunikasi eksternal (Effendy, 2007 dalam Siregar et al., 2021).

Komunikasi internal juga didefinisikan sebuah mekanisme di mana sebuah organisasi yang disimbolkan sebagai sebuah kerangka/fondasi, berusaha menyampaikan, mendistribusikan, hingga mendelegasikan berbagai unsur/ elemen yang ada di dalam organisasi tersebut (Effendy, 2007 dalam Siregar et al., 2021). Unsur/element yang dimaksud, meliputi atasan atau pimpinan, bawahan atau pihak yang dipimpin, tujuan organisasi dari berbagai jangka waktu, aturan/norma, hingga budaya organisasi.

Komunikasi internal juga dapat didefinisikan sebagai proses distribusi ide/ makna yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berada dalam 1 organisasi yang sama, dengan tujuan dan kepentingan-kepentingan organisasinya (Brennan, 1960 dalam Siregar et al., 2021). Bahkan, komunikasi internal juga dapat didefinisikan sebagai proses branding secara internal di dalam sebuah organisasi (Lee et al., 2014 dalam Nguyen & Ha, 2023). Hal ini dikarenakan seluruh elemen yang ada di dalam organisasi, dipandang sebagai faktor protektif atau hal-hal positif untuk perkembangan organisasi yang bersangkutan.

Selanjutnya, berdasarkan dimensi/faktor yang ada pada komunikasi internal, maka dimensi tersebut dapat dibagi ke dalam 3 jenis, (1) komunikasi vertikal; (2) komunikasi horizontal; (3) komunikasi diagonal (Effendy, 2007 dalam Siregar et al., 2021).

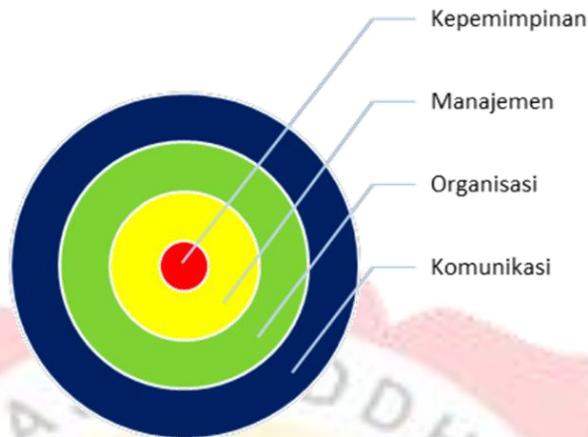
Komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang secara harafiah menggambarkan proses komunikasi hirarki antara atasan dan bawahan yang sifatnya saling timbal balik. Biasanya proses ini juga dikenal sebagai *two way traffic communication*, bersifat formal/resmi dan memerlukan proses birokrasi yang terarah serta terukur. Sifatnya tidak dapat instan layaknya proses komunikasi pada umumnya. Contohnya seperti instruksi, arahan, petunjuk, hingga perintah dari atasan terhadap bawahan, maupun dari pihak perusahaan terhadap pegawai perusahaan. Pada saat yang sama, proses timbal balik terjadi karena bawahan atau pegawai perusahaan akan memberikan umpan balik, baik berupa laporan, rekomendasi, saran, hingga keluhan terhadap atasan atau pihak perusahaan. Semakin lancar proses ini, maka semakin efektif fungsi masing-masing elemen, terutama dari sisi pembuatan keputusan hingga tercapainya tujuan perusahaan.

Sebaliknya, komunikasi horizontal digambarkan sebagai komunikasi yang setara karena secara harafiah ia bersifat mendatar. Biasanya, proses ini dikenal sebagai *cross communication*. Prosesnya kerap bersifat informal atau tidak resmi. Hal ini dikarenakan seluruh pihak yang berkomunikasi secara horizontal, umumnya berada dalam tingkat/jabatan yang sama secara hirarki dan dilakukan di sebagian besar non jam operasional atau waktu luang. Dimensi komunikasi horizontal juga cenderung menyebarkan pesan-pesan dalam durasi yang sangat cepat, dan kerap dikonotasikan secara negatif, karena berkaitan dengan gosip, kabar burung hingga keluhan terhadap pihak perusahaan atau atasan.

Selanjutnya, dimensi komunikasi diagonal digambarkan sebagai sebuah proses komunikasi yang bersifat sintesis, antara dimensi komunikasi vertikal dan horizontal. Hal ini dikarenakan kurangnya kejelasan dari sisi hirarki. Contohnya, komunikasi antar pihak perusahaan dari berbagai divisi atau atasan dari beberapa divisi. Dalam hal ini, beberapa pihak yang biasanya dipandang sebagai atasan juga dapat terlihat seperti bawah ketika melakukan komunikasi diagonal dan begitu pula sebaliknya.

2.3.3 Kepemimpinan: Inti dari Komunikasi Organisasi

Gambar 2.2 Kepemimpinan Inti dari Komunikasi Organisasi



Kepemimpinan dan komunikasi organisasi saling terkait erat dan tidak dapat dipisahkan. Pemimpin yang efektif adalah komunikator yang ulung, mampu menyampaikan visi, memotivasi anggota tim, dan membangun hubungan yang kuat dengan stakeholders. Sebaliknya, komunikasi yang efektif sangat penting bagi pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi.

Mintzberg (1989) menekankan pentingnya komunikasi dalam kepemimpinan, menyatakan bahwa "kepemimpinan adalah tentang komunikasi". Pemimpin berbicara, memperjelas, dan mempromosikan pentingnya komunikasi organisasi untuk mencapai tujuan kepemimpinan organisasi.

Jika dibahas secara rinci, wewenang formal seorang kepemimpinan manajer memiliki 3 peranan layaknya peran komunikasi organisasi (Mintzberg, 1989). (1) Peranan antar personal, sebagaimana pemimpin berinteraksi dengan orang lain dalam berbagai tingkatan organisasi, seperti anggota tim, atasan, dan stakeholders eksternal; (2) Peranan informasi, di mana pemimpin mengumpulkan, menyebarkan, dan menggunakan informasi untuk membuat keputusan dan mencapai tujuan organisasi; (3) Peranan memutuskan, sebagaimana pemimpin membuat keputusan yang penting untuk organisasi, seperti keputusan strategis, operasional, dan personalia.

Selanjutnya, 3 peran kepemimpinan pada komunikasi organisasi juga dapat dibahas secara praktikal. Pertama, pada peran informasi pemimpin hendaknya

melakukan proses pemantauan, penyebaran, dan juru bicara. Contohnya, pemimpin memantau dan membaca laporan yang berkaitan dengan kondisi perusahaan/divisinya. Pemimpin juga menyebarkan dan membicarakan hasil pertemuan/rapat dengan berbagai pihak perusahaan/divisi. Pemimpin juga mempresentasikan atau setidaknya menjelaskan terhadap pihak-pihak perusahaan yang memiliki jabatan yang lebih tinggi seperti direksi/direktur hingga pemilik perusahaan.

Berikutnya adalah terkait peran pemimpin secara interpersonal. Hal tersebut meliputi proses penokohan (*figure head*, memimpin/*leading* hingga penghubung/*liasion*). Peran penokohan dapat ditunjukkan dengan cara melakukan upacara pembukaan/peresmian. Peran memimpin/*leading* juga dapat ditunjukkan dengan cara memotivasi pegawai, beri kata-kata semangat/dukungan yang bersifat materil/non materil. Peran penghubung/*liasion* pun juga dapat ditunjukkan dengan melakukan rapat antar organisasi, asosiasi hingga antar divisi.

Begitu pula dengan peran memutuskan/*decisional*, peran pembuatan keputusan hendaknya memiliki unsur wirausaha, pengendalian/pemecahan masalah (*disturbance handler*), pembuatan keputusan terkait alokasi sumber daya (*resource allocator*), dan membantu proses perundingan (*negotiator*). Contoh wirausaha dapat terlihat melalui proses pengembangan dan inovasi, ide, hal, situasi/program. Pengendalian/pemecahan masalah dapat terlihat ketika pemimpin memberi solusi ketika terjadi masalah/konflik. Peran penentuan alokasi sumber daya dapat terlihat ketika pemimpin membantu melakukan penentuan, hingga revisi anggaran tertentu. Peran perundingan dapat terlihat ketika pemimpin mencari kesepakatan antar dua kepentingan yang berbeda.

Dengan demikian, kepemimpinan dan komunikasi organisasi adalah dua elemen penting yang saling erat kaitannya dalam mencapai tujuan organisasi. Pemimpin yang efektif adalah komunikator yang ulung, mampu menyampaikan visi, memotivasi anggota tim, dan membangun hubungan yang kuat dengan stakeholders. Komunikasi yang efektif sangat penting bagi pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi dan menjalankan fungsi-fungsi kepemimpinan manajerial.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengambil pengalaman dan makna terkait komunikasi internal dan loyalitas pegawai, melalui pendekatan fenomenologis. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data mengenai konsep, pendapat, pendirian, sikap, penilaian, dan makna yang diberikan individu terhadap situasi dan pengalaman hidup mereka. Inti dari pendekatan fenomenologis adalah mencari makna esensial dari pengalaman hidup tersebut. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana individu mengalami dan memaknai fenomena tertentu (Syarif & Yunus, 2013), dalam penelitian ini yaitu komunikasi internal dan loyalitas pegawai. Melalui wawancara mendalam dan eksploratif, peneliti menggali pengalaman unik individu, pemikiran, perasaan, dan motivasi mereka terkait komunikasi internal dan pengaruhnya terhadap loyalitas pegawai.

Kemudahan mereka dalam memahami tindak-tanduk perusahaan, disinyalir menjadi faktor yang memperkuat keputusan mereka untuk tetap loyal terhadap PT. Multisari Idaman Tangerang. Pada saat yang sama, pendekatan ini juga membantu peneliti dalam mengeksplorasi mekanisme komunikasi internal yang terjadi antara atasan dan bawahan. Dengan demikian, pendekatan ini tepat untuk mengkaji hal-hal yang membentuk loyalitas pegawai. Pendekatan penelitian ini akan menjadi dasar peneliti saat menganalisa secara integratif antara indikator teoritis, identifikasi masalah penelitian dan data penelitian yang akan diperoleh.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini berlandaskan metode penelitian kualitatif, yakni studi mendalam yang melibatkan pengumpulan data langsung dari informan di lingkungannya (Syarif & Yunus, 2013). Oleh karena metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, maka penelitian ini menggunakan istilah narasumber alih-alih informan. Narasumber yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pihak yang bekerja diperusahaan yang bersangkutan. Pada saat yang sama, narasumber juga menjadi pihak yang terlibat dan mengalami langsung terkait fenomena yang menjadi dasar landasan yang dilakukannya penelitian ini. Nantinya,

proses pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan proses wawancara dan observasi yang dijelaskan pada sub bab selanjutnya.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian Berdasarkan literatur Syarif dan Yunus (2013), dijelaskan bahwa subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang diwawancarai atau diamati untuk mendapatkan data. Dalam penelitian Ini, subjek penelitiannya adalah pegawai di PT. Multisari Idaman Tangerang yang bertanggung jawab atas komunikasi internal dan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pegawai. Berikut merupakan inisial nama-nama narasumber yang telah Ini sebutkan merupakan bagian dari subjek penelitian:

1. Inisial Ch - *Spv. Accounting Internal*
2. Inisial Nt - *Spv. Accounting Tax*
3. Inisial Ss - *Staf Accounting Tax*
4. Inisial Yl - *Staf Cashier*

Objek Penelitian Menurut Syarif dan Yunus (2013), objek penelitian adalah aspek atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini, objeknya adalah praktik komunikasi internal di PT. Multisari Idaman Tangerang dan bagaimana hal tersebut dapat menjaga loyalitas pegawai.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, pemilihan teknik pengumpulan data merupakan langkah yang perlu dicermati. Hal ini karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data yang valid dan akurat. Tanpa penguasaan teknik pengumpulan data yang memadai, peneliti berisiko tidak mendapatkan data yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, sehingga berakibat pada kesimpulan penelitian yang tidak kredibel (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian kualitatif, maka pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi Partisipatif: dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung/berperan serta dalam kegiatan yang diamati, mengamati dan mencatat perilaku dan interaksi partisipan.
2. Wawancara Terstruktur: Peneliti berdialog dengan informan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan terperinci mengenai topik penelitian dan wawancara dilakukan dengan format terstruktur. Berikut daftar nama narasumber:

Tabel 3.1 Daftar Nama dan Posisi Narasumber

No.	Nama Narasumber	Posisi/Jabatan
1.	Ch	<i>Spv. Accounting Internal</i>
2.	Nt	<i>Spv. Accounting Tax</i>
3.	Ss	<i>Staf Accounting Tax</i>
4.	Yl	<i>Staf Cashier</i>

3. Dokumen: Peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen seperti rekaman wawancara dengan narasumber secara audio dan foto menggunakan *handphone*. Dalam penelitian kualitatif, dokumen menjadi pelengkap metode observasi dan wawancara.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Berdasarkan metode penelitian yang telah dipilih peneliti, yakni metode penelitian kualitatif, maka teknik pengolahan data difokuskan pada beberapa aspek kunci. Hal ini dilakukan agar terjadi kesinergian antara konteks dengan struktur perusahaan tempat partisipan-narasumber bekerja. Prosedur olah data dimulai dari (1) Penjelasan terkait gambaran umum tentang subjek atau objek penelitian, yakni perusahaan yang menjadi tempat kerja para partisipan-narasumber. (2) Penelitian ini juga membahas struktur organisasi, sistem karir, dan mekanisme penilaian kinerja yang diterapkan di perusahaan tersebut. Struktur organisasi meliputi hierarki manajemen dan pembagian tugas di dalam perusahaan, sementara sistem karir mencakup jalur karir dan peluang pengembangan profesional bagi pegawai.

Mekanisme penilaian kinerja menjelaskan cara perusahaan mengukur dan mengevaluasi kinerja pegawainya, termasuk metode dan kriteria yang digunakan. (3) Peneliti menjelaskan secara umum terkait langkah/tahapan terkait realisasi teknik analisis data. Hal ini dijelaskan agar pembaca dapat memperoleh pemahaman yang mendalam dan rinci mengenai baik dari proses perolehan/pengambilan data, teknik pengolahan data hingga teknik analisis data.

Proses analisa data juga akan diiringi dengan proses koding (*coding*). Proses ini berfungsi untuk membantu peneliti maupun pembaca, dalam memahami makna daripada setiap proses analisa data. Proses koding akan dilakukan dalam 4 kategori penting, mulai dari :

1. Koding berdasarkan indikator teoritis yang digunakan pada penelitian ini.
2. Koding berdasarkan identitas narasumber.
3. Koding berdasarkan jabatan narasumber.
4. Koding berdasarkan urutan pertanyaan wawancara.

Berikut merupakan tabel pertama yang berisikan hasil koding pada indikator teoritis. Kode tersebut akan dituliskan di bagian paling awal **urutan pertama** deret *coding* pada bab 4, terkait hasil dan pembahasan.

Tabel 3.2 Hasil Koding Indikator Teoritis

Kode Angka "1"	Kode Angka "2"	Kode Angka "3"
Bidang Informasi/ <i>Information Plane</i>	Bidang Sumber Daya Manusia- Interpersonal/ <i>People Plane</i>	Bidang Aksi-Tindakan/ <i>Action Plane</i>

Berikut merupakan tabel kedua yang berisikan hasil koding pada nama narasumber. Kode tersebut akan dituliskan di bagian **urutan kedua** deret *coding* pada bab 4, terkait hasil dan pembahasan.

Tabel 3.3 Hasil Koding Narasumber

Kode Angka "A"	Kode Angka "B"	Kode Angka "C"	Kode Angka "D"

Ibu Ch	Ibu Nt	Ibu Ss	Ibu Yl
--------	--------	--------	--------

Berikut merupakan tabel ketiga yang berisikan hasil koding pada jabatan narasumber. Kode tersebut akan dituliskan di bagian **urutan ketiga** deret *coding* pada bab 4, terkait hasil dan pembahasan.

Tabel 3.4 Hasil Koding Jabatan Narasumber

Kode Angka "X"	Kode Angka "Y"
Pimpinan	Staf
Divisi/Atasan	Divisi/Bawahan

Berikut merupakan tabel keempat yang berisikan hasil koding pada sesuai urutan dan indikator pertanyaan. Kode tersebut akan dituliskan di bagian **urutan keempat** deret *coding* pada bab 4, terkait hasil dan pembahasan.

Tabel 3.5 Hasil Koding Urutan Pertanyaan

Koding "1"	Pertanyaan Urutan 1
Koding "2"	Pertanyaan Urutan 2
Koding "3"	Pertanyaan Urutan 3
Koding "4"	Pertanyaan Urutan 4
Koding "5"	Pertanyaan Urutan 5
Koding "6"	Pertanyaan Urutan 6
Koding "7"	Pertanyaan Urutan 7

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2013) merupakan sebuah penyusunan data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data diorganisasikan ke dalam kategori, diurai menjadi unit-unit terkecil, dianalisis untuk menemukan pola tersembunyi, dipilah berdasarkan relevansinya, dan diinterpretasikan untuk menghasilkan kesimpulan yang mudah dipahami.

Prosedur atau teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis sebelum di lapangan yang terdiri dari tiga langkah utama yang sangat penting, yaitu identifikasi masalah penelitian atau analisis data sebelum di lapangan, indikator teoritis penelitian, dan data transkrip hasil wawancara narasumber. Setiap langkah tersebut memiliki peran yang spesifik dalam membangun kerangka analisis yang mendalam dan terstruktur.

Langkah pertama, identifikasi masalah penelitian merupakan langkah awal yang sangat krusial untuk menentukan fokus dan tujuan utama dari penelitian ini. Dalam konteks penelitian ini, beberapa pertanyaan kunci telah dirumuskan untuk menggali lebih dalam mengenai efektivitas komunikasi internal di PT. Multisari Idaman. Pertanyaan pertama adalah bagaimana efektivitas komunikasi internal yang diterapkan PT. Multisari Idaman dalam menyampaikan instruksi pekerjaan. Pertanyaan kedua berkaitan dengan strategi penyampaian kebijakan atau aturan yang diterapkan PT. Multisari Idaman untuk menjaga agar komunikasi internal tetap berjalan efektif. Pertanyaan ketiga membahas tentang praktik *reward and punishment* kepada pegawai di PT. Multisari Idaman. Pertanyaan-pertanyaan ini membantu dalam mengarahkan penelitian agar tetap fokus pada aspek-aspek penting yang relevan dengan tujuan penelitian.

Langkah kedua, indikator teoritis penelitian digunakan untuk memberikan kerangka teoritis yang solid dalam menganalisis data. Penelitian ini menggunakan model teoritis dari Mintzberg (2013), yaitu "*A Model of Managing*", yang menjelaskan tahapan komunikasi organisasi baik secara internal maupun eksternal. Model ini terdiri dari tiga bidang utama. Pertama, Bidang Informasi atau *Information Plane*, yang meliputi pengendalian, pengarahan, dan penjadwalan komunikasi organisasi. Kedua, Bidang Sumber Daya Manusia atau *Interpersonal/People Plane*, yang melibatkan kepemimpinan dan penghubung. Ketiga, Bidang Aksi atau *Actions Plane*, yang mencakup bertindak dan menangani. Setiap bidang ini memberikan kerangka yang jelas untuk menganalisis berbagai aspek komunikasi organisasi di PT. Multisari Idaman.

Langkah ketiga, data transkrip hasil wawancara narasumber diperoleh melalui wawancara mendalam dengan empat individu yang memiliki peran penting di perusahaan. Wawancara dilakukan dengan dua pimpinan divisi dan dua staf dari

divisi yang berbeda. Hasil wawancara ini memberikan wawasan yang kaya dan mendetail mengenai pengalaman dan persepsi para narasumber terkait komunikasi internal, strategi penyampaian kebijakan, serta praktik *reward and punishment* di PT. Multisari Idaman.

Dengan mengikuti prosedur dan teknik analisis data ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai komunikasi internal di PT. Multisari Idaman, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi loyalitas pegawai.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 5 bulan mulai dari pengajuan judul sampai dengan proses penyusunan skripsi selesai yaitu Maret 2024 sampai Juli 2024. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terstruktur di kantor PT. Multisari Idaman yang berlokasi di Kawasan Pusat Niaga Terpadu.

