

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Loyalitas adalah sikap atau perilaku yang menunjukkan komitmen, kesetiaan, dan keterikatan seseorang terhadap sesuatu, entitas, atau orang tertentu. Loyalitas biasanya merujuk pada sejauh mana pelanggan atau karyawan merasa terikat dan setia terhadap merek, perusahaan, atau organisasi tempat mereka berinteraksi atau bekerja dalam lingkungan bisnis atau organisasi. Loyalitas dapat ditunjukkan dengan berbagai cara, seperti pembelian teratur (untuk pelanggan), dedikasi untuk kinerja yang baik, atau tetap bekerja di perusahaan (untuk karyawan), dan memberikan rekomendasi yang baik. Secara sederhana, loyalitas menunjukkan hubungan yang kuat dan konsisten antara seseorang dengan sesuatu atau entitas yang menjadi perhatian mereka.

loyalitas juga dapat dilihat dalam tingkat kepatuhan dan kesungguhan mereka terhadap organisasi atau perusahaan tempat mereka bekerja. Karyawan yang setia cenderung menunjukkan ketaatan yang kuat terhadap pekerjaan dan kewajiban mereka, serta keinginan kuat untuk melakukan yang terbaik untuk pekerjaan mereka, dengan itu memiliki kemampuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang menguntungkan di mana tingkat produktivitas meningkat dan kolaborasi tim yang lebih kuat. Secara keseluruhan, kesetiaan karyawan sangat bermanfaat bagi keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu organisasi dalam jangka panjang.

Tentunya dengan kesetiaan karyawan memungkinkan sebuah toko/organisasi akan berkembang seiring berjalannya waktu. Contohnya, seperti Toko Merah Putih Medan yang terletak di jl. MT Haryono depan mall yang memiliki 19 karyawan dan 1 kepala toko. Dilihat dari jejaknya para karyawan telah bertahan selama toko berdiri di Medan sejak 2021, beberapa mengundurkan diri dengan alasan ingin menikah/menlanjutkan pendidikan keperguruan tinggi. Dengan lamanya karyawan bekerja pastinya didasari untuk kebutuhan hidup, Dilihat dari pemberian kompensasi karyawan digaji dengan sistem perhari jadi siapa yang bekerja lebih banyak maka lebih banyak gajinya, Upah yang diberikan kepala toko sebesar 60 ribu/karyawan dengan 12 jam kerja. Dengan gaji sedikit dan jam kerja yang tinggi

seluruh karyawan tetap memilih bertahan didalamnya, dengan gaji yang kecil dan jam kerja yang tinggi ini tidak sebanding, memungkinkan karyawan tidak bisa bertahan dengan situasi ini.

Situasi ini akan berpengaruh pada kualitas kerja dan semangat kerja karyawannya, Namun setelah saya melakukan pra penelitian datang langsung untuk meneliti ternyata karyawannya tidak ada satupun yang bermalas malasan mereka fokus dalam mengerjakan tugasnya masing-masing seperti mengorder pesanan konsumen, menserikan barang dan merapikan rak barang. Hal ini pastinya balik lagi ke seorang pemimpin didalamnya, yaitu kepala toko yang bertugas handle seluruh karyawannya. Peran komunikasi kepala toko pastinya berperan besar terhadap kinerja karyawan, komunikasi memainkan peran kunci untuk membangun hubungan yang lebih positif.

Komunikasi yang efektif dari kepala toko dapat memberikan dorongan motivasi kepada karyawan. Ketika kepala toko secara terbuka menyampaikan harapan, tujuan, dan ekspektasi perusahaan dengan jelas kepada karyawan, hal ini dapat memotivasi mereka untuk bekerja lebih keras dan berkontribusi lebih baik dalam pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, komunikasi yang baik dapat membentuk loyalitas karyawan karena mereka merasa diakui dan didukung dalam peran mereka. Sehingga penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui pola komunikasi kepala toko dalam membangun loyalitas karyawan, Peneliti mencoba untuk melihat bagaimana pola komunikasi interaksi kepala toko ke karyawannya sehingga bisa loyal bertahan dengan upah minimum dan jam kerja yang tinggi, yang pastinya tidak semua karyawan toko akan menerima hal ini.

Menyadari pentingnya membahas lebih mendalam mengenai pola komunikasi, Peneliti tertarik untuk meneliti **“Pola Komunikasi kepala toko dalam membangun loyalitas karyawan toko merah putih medan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas rumusan masalah yang penulis tentukan adalah sebagai berikut :

“Bagaimana Pola Komunikasi kepala toko dalam membangun loyalitas para karyawan di toko merah putih medan.”

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini fokus meneliti loyalitas karyawan dan pola komunikasi yang kepala toko lakukan terhadap loyalitas karyawannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui pola komunikasi seperti apa yang digunakan kepala toko supaya karyawan bisa seloyalitas itu terhadap perusahaannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Memberikan sumbangan pemikiran berupa saran atau masukan yang bermanfaat di toko merah putih medan yang terkait pada hal hal yang diteliti.
2. Dan dapat menambah pengetahuan penulis dalam bidang yang diteliti.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih dengan yang melibatkan pertukaran gagasan, informasi, dan emosi antara dua orang atau lebih secara langsung, baik melalui tatap muka maupun melalui berbagai media, yang mencakup pemahaman, respons, dan pengaruh antara para peserta komunikasi.

Menurut Mulyana dalam Silfia Hanani bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, bentuk khusus dari komunikasi ini adalah yang melibatkan hanya dua orang atau lebih.¹

Menurut Elva Ronaning Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara dua orang atau lebih secara bertatap muka, yang memiliki kemungkinan setiap pesertanya menangkap reaksi dari pesan yang disampaikan sang komunikator secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal². Komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran pesan antara individu dalam interaksi yang keduanya saling memiliki kebutuhan masing-masing dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Hubungan antara dua individu memainkan peran penting dalam terciptanya komunikasi interpersonal. Tanpa adanya proses pembangunan hubungan di antara keduanya, komunikasi interpersonal tidak akan terwujud. Hubungan dalam konteks ini mencakup upaya untuk menjalin interaksi yang melibatkan berbagai aspek seperti komunikasi verbal dan nonverbal, emosi, serta interaksi sosial. Kedua pihak yang terlibat dalam hubungan ini memiliki tanggung jawab untuk menciptakan makna dari setiap interaksi yang terjadi. Dengan saling berbagi dan memahami perasaan serta pandangan satu sama lain, mereka dapat membangun hubungan yang kuat dan bermakna, yang pada gilirannya memperkuat kualitas komunikasi

¹ Silfia Hanani, *Komunikasi Antarpribadi* (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media: 2017) h.15

² Sarmati, *Komunikasi Interpersonal*, (Malang : CV IRDH, 2019) h.1

interpersonal mereka. Melalui hubungan yang erat dan penuh kepercayaan, individu dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan, memahami satu sama lain, dan membangun koneksi yang lebih dalam.

2. Ciri ciri Komunikasi Interpersonal

Ada beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal menurut para ahli diantaranya: Menurut Mulyana dalam silfia hanani, ciri-ciri komunikasi antarpribadi adalah:³

- (a) Pihak pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat
- (b) Pihak pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

Ada beberapa pakar ahli diantaranya Barnlund, Readon, De Vito dan rogers menyebutkan beberapa ciri ciri komunikasi interpersonal secara berbeda, masing masing mempunyai ciri ciri tersendiri

Ciri-ciri Komunikasi antarpribadi menurut Barnlund:

1. Terjadi secara spontan
2. Tidak mempunyai struktur yang teratur atau diatur.
3. Tidak secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan.
5. Tidak dilakukan oleh orang orang yang identitas keanggotaannya yang kadang kadang kurang jelas.
6. Bisa terjadi sambil lalu.

Ciri Ciri Komunikasi interpersonal menurut Reardon sebagai berikut:

1. Dilaksanakan atas dorongan berbagai faktor
2. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja
3. Kerap kali berbalas-balas
4. Berlangsung paling sedikit dengan dua orang
5. Berlangsung dalam suasana bebas, bervariasi dan berpengaruh.
6. Menggunakan berbagai lambang yang bermakna.

Ciri-ciri Komunikasi antarpersonal menurut Rogers, Antaralain:

1. Arus pesan cenderung dua arah

³ Silvia Hanani, Komunikasi Antarpribadi teori dan praktek (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media: 2017) h.21-23

2. konteks komunikasi tatapmuka
3. Tingkat umpan balik tinggi
4. Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektif sangat tinggi.
5. Kecepatan untuk menjangkau tingkat sasaran sangat lambat.
6. Efek yang terjadi diantaranya perubahan sikap

Ciri Ciri Komunikasi Interpersonal menurut DeVito, Sebagai berikut:

1. Keterbukaan
2. Empati
3. Dukungan
4. Perasaan positif
5. Kesamaan

Komunikasi interpersonal adalah interaksi spontan antara individu-individu tanpa struktur komunikasi yang ketat, terjadi dalam konteks tatap muka dengan aliran pesan dua arah yang saling mempengaruhi, baik disengaja maupun tidak, dan berpotensi menciptakan dampak yang beragam. Selain itu, komunikasi ini ditandai oleh keterbukaan dalam berbagi informasi, kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan orang lain, memberikan dukungan emosional dan praktis, menciptakan suasana positif, serta terdapat kesamaan dalam nilai-nilai dan pandangan antara individu yang terlibat.

3. Karakteristik Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Untuk dapat mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan, diperlukan komunikasi yang baik agar komunikasi dapat berjalan efektif. Menurut DeVito karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal ini dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni:⁴

1. Sudut pandang humanistik

Sudut pandang ini menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas- kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan. Pandangan ini dimulai dengan pandangan umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan

⁴ Ida Suryani Wijaya, "Komunikasi Interpersonal dan Iklim Komunikasi dalam organisasi", Jurnal Dakwah Tbaligh, Vol 14, No. 1, (2015), h..119

antarm manusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif).

2. Sudut pandang pragmatis

Sudut pandang ini menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi, secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Pandangan ini berawal dari keterampilan spesifik, yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi interpersonal, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam kelas-kelas perilaku umum. (misalnya: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, pemantauan diri, daya ekspresi, orientasi kepada orang lain).

3. Sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan

Sudut pandang ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan

4. Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal

Unsur-unsur Komunikasi interpersonal merupakan elemen kunci yang sangat berperan penting dalam proses Komunikasi interpersonal, Berikut beberapa unsur unsur tersebut beserta penjelasannya:⁵

1. Sumber

Dalam komunikasi antarpersonal, sumber atau pengirim adalah tempat asal informasi, atau orang yang menjadi sumber atau pencipta pesan. Pengirim berperan sebagai "sumber" karena dia yang memulai pesan, dan sebagai "penerima" karena dia pula yang menjadi sasaran. Peran pengirim dan penerima tampil secara bergantian, simultan, dan terus-menerus. Seorang pengirim adalah seorang komunikator yang bertindak sebagai pengirim atau encoder, dia yang memulai proses komunikasi. Seorang komunikator berperan sebagai editor, reporter, sutradara film, guru, penulis, pembicara, pemimpin, atau siapa saja yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi.

Pada umumnya, pengirim pesan memiliki tiga elemen penting: (1) the idea, atau gagasan, maksud, yang ingin disampaikan; (2) conveying the message, berbagai

⁵ Alo Liliweri, Komunikasi AntarPribadi (Jakarta: KENCANA:2015) h.65-72

cara untuk menyampaikan pesan, misalnya secara lisan, tertulis, atau melalui sarana lain; dan (3) interpretation, atau kemampuan untuk menafsirkan pesan sehingga lebih mudah disampaikan kepada penerima, dengan harapan agar penerima dapat mensandi balik pesan itu kepada pengirim. Dengan demikian, pengirim berperan sebagai editor, reporter, sutradara film, guru, penulis, pembicara, pemimpin, atau siapa saja yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Mereka memiliki gagasan yang ingin disampaikan, berbagai cara untuk menyampaikan pesan, dan kemampuan untuk menafsirkan pesan sehingga lebih mudah disampaikan kepada penerima.

2. Encoding

Proses komunikasi melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, proses encoding, di mana pesan yang hendak dikomunikasikan disandi ke dalam bentuk yang dapat dikirim sehingga pesan tersebut dapat diterima oleh penerima secara baik, benar, dan lengkap. Kedua, proses encoding melibatkan perumusan maksud pesan ke dalam bahasa atau gaya yang sesuai agar pesan itu diterima oleh penerima. Proses ini terjadi dalam pikiran komunikator, di mana komunikator tidak hanya menerjemahkan maksud pesan (ide, pikiran atau informasi) ke dalam pesan tetapi juga memutuskan media yang menjadi saluran pesan tersebut.

3. Pesan

Pesan adalah suatu konsep yang kompleks dan melibatkan beberapa elemen penting dalam proses komunikasi. Pertama, pesan adalah "apa" yang telah dirumuskan dalam bentuk kata-kata lisan atau tertulis, serta foto, lukisan, film, dan poster, yang kemudian dikirimkan kepada penerima. Rumusan pesan memerlukan keterampilan dan usaha yang memadai demi pesan tersebut bermakna sehingga dapat dimengerti oleh penerima. Pesan juga dapat diartikan sebagai ide, pikiran, atau perasaan yang ingin disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan mengambil bentuk dalam simbol seperti kata dan frasa yang dapat dikomunikasikan sebagai ide melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak fisik, dan nada suara.

Sesuatu disebut pesan apabila pesan itu telah disandi dan telah ditransmisikan oleh pengirim kepada penerima melalui media yang telah ditentukan agar penerima dapat menerima pesan tersebut. Pesan dapat berbentuk sinyal yang dialirkan melalui saluran tertentu. Ada dua bentuk sinyal, yaitu sinyal paralel yang terjadi

dalam interaksi tatap muka dan sinyal serial yang tampil dalam bentuk suara dan/atau isyarat yang selalu berubah-ubah menjadi sinyal elektronik, gelombang radio, atau kata-kata dan gambar. Sebuah pesan merupakan sinyal atau kombinasi sinyal yang berfungsi sebagai stimulus bagi penerima.

Pesan dapat ditampilkan sebagai tanda atau simbol, sebuah tanda dapat berbentuk fenomena alam yang bersifat universal yang mudah dipahami seperti guntur yang mengikuti terjadinya petir dan asap yang menunjukkan bahwa ada kebakaran. Pesan juga dapat diwakili oleh lambang-lambang verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dapat dilakukan dalam pesan berbentuk kata-kata, kalimat, dan komunikasi nonverbal berupa simbol seperti bahasa tubuh, kontak mata, atau postur. Dengan demikian, pesan memainkan peran penting dalam proses komunikasi dan memerlukan keterampilan dan usaha yang memadai demi pesan tersebut bermakna sehingga dapat dimengerti oleh penerima.

4. Saluran

Saluran komunikasi adalah sebuah konsep yang penting dalam proses komunikasi. Sebuah saluran dapat diibaratkan sebagai kendaraan yang mengangkut pesan dari pengirim kepada penerima. Saluran ini dapat berbentuk ucapan kata-kata verbal dan non-verbal, serta saluran media massa seperti TV, radio, surat kabar, dan buku. Saluran juga dapat diartikan sebagai sarana di mana pesan bergerak dari sumber kepada penerima, bergerak dari satu tempat ke tempat lain, dari satu orang kepada orang lain yang semuanya berfungsi sebagai alat transportasi. Contoh, gelombang suara, kabel tembaga, serat kaca, juga televisi, dan radio.

Dalam model Shannon & Weaver, saluran disebut "operator" dan berfungsi sebagai alat transportasi pesan. Saluran yang paling umum digunakan meliputi udara, cahaya, listrik, gelombang radio, kertas, dan sistem pos. Perhatikan bahwa mungkin ada beberapa saluran yang berhubungan dengan beberapa lapisan transmisi tersebut di atas. Saluran juga dapat diibaratkan sebagai kendaraan atau medium, tempat pengirim mengirimkan sinyal kepada penerima. Penerima dan pengirim pesan dapat mengirimkan pesan melalui saluran visual atau aurally. Saluran juga dapat berbentuk "ruang" atau "jarak" fisik antara dua orang ketika mereka sedang bercakap-cakap.

Saluran atau media merupakan tempat yang dilalui pesan. Saluran umumnya dipilih oleh pengirim karena dialah yang "berhak" menentukan jenis media yang digunakan, apakah media sebagai jalur formal maupun informal. Contoh, setiap organisasi telah menentukan jalur komunikasi formal yang menghubungkan atasan dan bawahan. Jadi secara tradisional saluran formal dalam organisasi mengikuti rantai otoritas yang telah ditetapkan. Bentuk lain dari media dalam organisasi adalah jalur informal, dalam organisasi terlihat melalui komunikasi spontan antar-personal. Ada juga yang menyebutkan, saluran atau media merupakan transmitter. Istilah ini diambil dari model Shannon & Weaver. Dalam komunikasi antarpersonal tatap muka, saluran tampil melalui; (1) mulut (suara) dan bahasa tubuh (gesture), dan (2) atau udara (suara) dan cahaya (gesture) yang memungkinkan transmisi sinyal dari satu orang kepada orang lain. Contoh, siaran televisi selalu mencakup lapisan tertentu seperti kamera dan mikrofon, sistem editing, dan penyaringan.

5. Decoding

Decoding adalah proses yang sangat penting dalam komunikasi, di mana penerima (decoder) melakukan penyandi pesan sesuai dengan apa yang dia terima. Namun, proses ini tidak se-sederhana yang dibayangkan, karena kadang-kadang faktor "mental set" sangat berpengaruh terhadap penerima ketika dia menyandi pesan tersebut. Decoding adalah penafsiran pesan oleh penerima agar pesan tersebut bermakna sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim. Penerima harus mampu memahami makna yang terkandung dalam pesan dan menginterpretasikan pesan tersebut dengan benar. Proses decoding ini memerlukan keterampilan dan usaha yang memadai demi pesan tersebut dapat dimengerti dengan baik oleh penerima.

6. Penerima

Penerima adalah orang yang berada pada ujung dari proses komunikasi, dia adalah orang yang menerima pesan dan menerjemahkannya dalam makna tertentu. Penerima dapat berupa tujuan, sasaran, atau orang yang mengkonsumsi dan memproses pesan dari pengirim. Dalam komunikasi antarpersonal, penerima berada pada ujung dari proses komunikasi, dia adalah orang yang mengkonsumsi atau menjadi tujuan akhir dari pemrosesan pesan. Penerima dapat berupa telinga

dan mata dalam komunikasi tatap muka, atau antena dan seperangkat televisi lainnya pada siaran televisi.

Penerima dalam sebuah proses komunikasi berada pada ujung dari proses komunikasi, dia adalah orang yang memiliki orientasi yang sama dengan seorang pengirim. Jika penerima tidak memiliki kemampuan untuk mendengarkan, membaca maka dia juga tidak bisa menjadi decoder yang baik terhadap pesan-sebagaimana yang dikehendaki oleh seorang pengirim. Penerima adalah setiap orang yang berperan menerima pesan mengenai objek atau kejadian tertentu yang dirasakan dan ditafsirkan oleh pengirim-sedemikian rupa sehingga pesan yang ditafsirkan itu sama dengan yang dimaksudkan oleh pengirim. Dalam konsep Shannon, penerima receiver adalah sebuah instrumen yang berfungsi sebagai alat transportasi pesan.

7. Gangguan

Hambatan komunikasi adalah gangguan atau hambatan yang mengganggu kelancaran proses pengiriman pesan dari pengirim kepada penerima. Contoh, sumber gangguan dapat berasal dari persepsi, informasi yang berlebihan, kesulitan semantik, atau perbedaan budaya. Proses komunikasi juga dapat terganggu karena indra pengirim, seperti kerusakan indra yang permanen (mata, hidung, telinga, dan penciuman), atau kerusakan organ tubuh yang mengganggu ketidakeleluasaan berkomunikasi antarpersonal.

Gangguan atau hambatan dapat bersumber dari pengirim, pesan, saluran, penerima, atau lingkungan. Contoh, gangguan dapat terjadi karena pengirim tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang budaya penerima, atau karena pesan menggunakan kata dan kalimat yang ambigu. Gangguan juga dapat terjadi karena penerima tidak memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, atau karena lingkungan yang tidak sesuai untuk berkomunikasi. Dalam proses komunikasi, gangguan adalah campur tangan beragam faktor terhadap proses encoding dan decoding. Gangguan tampil dalam bentuk fisik seperti suara keras, pemandangan yang mengganggu, sepotong makanan di antara gigi, atau perilaku yang tidak biasa. Gangguan juga dapat bersumber dari fisik seperti autisme, gagap, gugup; juga berbentuk psikologis (mental, stres, dan depresi), atau semantik (kata-kata yang kurang jelas, dan perbedaan penyebutan kosa kata). Dalam beberapa kasus,

gangguan dapat terjadi karena faktor internal, seperti kegagalan seseorang dalam menafsirkan isi pesan karena adanya ketidaksamaan pemakaian simbol-simbol pesan dari sumber pesan yang tidak dipahami.

Gangguan juga dapat terjadi karena faktor eksternal, seperti kegagalan komunikasi yang disebabkan adanya hambatan dalam penggunaan media komunikasi atau ketidakterediaan media yang tepat. Dalam beberapa konteks, gangguan komunikasi dapat menyebabkan kegagalan penyampaian pesan yang berarti tujuan komunikasi juga tidak tercapai. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mengganggu komunikasi dan mengambil langkah untuk mengatasi gangguan tersebut.

8. Umpan Balik

Umpan balik merupakan respons atau pengakuan dari penerima untuk pesan yang berasal dari komunikator kepada komunikan. Menurut Keyton ada 3 bentuk umpan balik, yaitu :

- a. Descriptive feedback, yaitu umpan balik yang mengidentifikasi atau menggambarkan bagaimana cara seseorang berkomunikasi.
- b. Evaluative feedback, yaitu umpan balik yang mengevaluasi cara seseorang berkomunikasi.
- c. Prespective feedback, yaitu umpan balik yang memberikan perilaku yang seharusnya akan dilakukan.

9. Konteks

Komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa, tetapi berada di dalam konteks tertentu di mana komunikasi itu berlangsung. Konteks memengaruhi bagaimana kita berkomunikasi dan dengan siapa kita berkomunikasi. Konteks juga memengaruhi bagaimana pikiran dan perasaan kita di saat komunikasi berlangsung. Konteks menerangkan situasi dan kondisi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi, seperti konteks komunikasi antarpersonal, kelompok kecil, organisasi, publik, dan konteks komunikasi massa.

Konteks komunikasi juga dapat dalam bentuk situasi sosial, psikologis, dan antropologis. Jenis konteks lain seperti situasi fisik seperti ukuran ruangan, warna dinding, jenis aksesoris, dan penempatan furnitur dapat memengaruhi bagaimana pikiran dan perasaan kita di saat komunikasi berlangsung. Situasi fisik seperti udara

yang panas, lembab, atau dingin juga dapat memengaruhi komunikasi antarpersonal. Misalnya, jika ruangan terlalu panas, orang-orang mungkin menjadi tidak nyaman dan tidak dapat berkomunikasi dengan baik. Sebaliknya, jika ruangan terlalu dingin, orang-orang mungkin menjadi tidak nyaman dan tidak dapat berkomunikasi dengan baik.

Ada beberapa jenis konteks komunikasi, yakni :

1. Relational context, menerangkan derajat relasi antara pengirim dan penerima, derajat relasi diasumsikan dapat memengaruhi respons-respons terhadap pesan.
2. Situational context, menerangkan keadaan psikososial "di mana" Anda berkomunikasi. Contoh, ada perbedaan komunikasi antarpersonal yang dilakukan dalam kelas dengan di dalam kafe.
3. Environmental context, menggambarkan tempat secara fisik "di mana" kita berkomunikasi. Contoh, aksesoris ruangan, lokasi, tingkat gangguan, suhu, iklim, waktu, semua ini menggambarkan konteks lingkungan.
4. Physical context, misalnya penerangan ruangan, warna ruangan, atau gangguan eksternal yang memengaruhi pengiriman pesan.
5. Psychological context, suasana psikologis yang memengaruhi komunikasi. Contoh, perasaan tegang atau cemas, kebutuhan dan keinginan, daya tarik nilai, kepribadian.
6. Social context, situasi yang menggambarkan atribut orang yang berkomunikasi, saudara-saudara kandung, orang tua, teman dekat, pacar, dan musuh,
7. Historical context, menggambarkan pengalaman historis masa lalu yang memengaruhi komunikasi, pengalaman berkomunikasi dengan seseorang dari suku, bangsa, agama, ras, manajerial, dan pejabat tertentu. Catatan pengalaman ini memengaruhi komunikasi.
8. Cultural context, meliputi pengaruh budaya terhadap komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang budaya suku bangsa, budaya agama, budaya kerja, dan orientasi budaya terhadap gender.

2.1 Teori Penelitian

Teori penelitian adalah pernyataan yang disusun secara sistematis dan memiliki variabel yang kuat. teori berfungsi sebagai dasar untuk memahami fenomena yang diteliti. Teori penelitian adalah kerangka pemikiran yang digunakan dalam suatu penelitian untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan fenomena yang diteliti.

2.1.1 Teori Interdependensi Sosial

Psikolog sosial Morton Deutsch menciptakan teori interdependensi sosial, yang diteruskan oleh David W. Johnson dan Roger T. Johnson. Teori ini menunjukkan bagaimana struktur hubungan dan interaksi sosial mempengaruhi perilaku individu dan kelompok. Hubungan dengan orang lain sangat dipengaruhi, menurut teori ini, oleh keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai tujuan mereka.

Teori kesalingketergantungan (Interdependensi) lebih fokus pada perilaku dari dua individu atau lebih yang berinteraksi satu sama lain. ketika orang-orang berinteraksi mereka akan saling memengaruhi⁶. Interdependensi akan terjadi jika dua orang atau lebih saling mempengaruhi perasaan, pikiran dan perilaku satu sama lain. Salah satu cara untuk mengonseptualisasikan interaksi ini adalah dalam term "Hasil" (Outcome) manfaat dan biaya yang diberikan dan diterima partner.

Dalam kehidupan manusia pastinya kita berusaha untuk mengatur interaksi kita untuk memaksimalkan manfaat bagi kita dan meminimalkan biaya atau kerugian di pihak kita. Tetapi untuk mendapatkan manfaat ini kita juga harus memberi manfaat kepada partner karena interaksi sosial melibatkan pertukaran dan koordinasi hasil antara partner yang saling bergantung.

Teori interdependensi dalam psikologi sosial berasal dari psikologi Gestalt dan lapangan teori Lewin. Pergeseran dari teori Medan ke teori mekanistik adalah titik awal teori interdependensi. Psikologi gestalt, terutama sekolah Gestalt Psychology di Universitas Berlin di awal 1900-an, yang berfokus pada studi tentang persepsi dan perilaku bagi psikologi gestalt, memengaruhi pergeseran ini. Menurut Gestalt, manusia khususnya terkait dengan pengembangan pandangan yang

⁶ Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Sears. Psikologi Sosial Edisi kedua belas (Jakarta: Prenadamedia Group:2009) h.11

terorganisir dan mengartikan bahwa dalam dunia mereka, mereka akan melihat peristiwa sebagai keseluruhan yang terpadu daripada sebagai penjumlahan bagian atau properti.

2.1.2 Komponen –Komponen teori Interpedensi

A. Kepuasan

Dalam Teori interpedensi seseorang kita akan puas jika hubungan kita menguntungkan yang dibuktikan dari manfaatnya lebih besar ketimbang biaya atau kerugiannya. Manfaat yang kita berikan sangat berhubungan dengan perasaan puas dengan itu akan berdampak positif, namun Biaya dan kerugian adalah hal yang tidak menyenangkan dalam setiap hubungan individu karena dianggap selalu negatif. Setiap manusia pastinya tidak ingin rugi karena semua ada hubungan timbal baliknya .

Korelasi kepuasan terhadap hubungann saling ketergantungan sangat berpengaruh yang menunjukkan bahwa kesejahteraan seseorang dipengaruhi oleh kesejahteraan orang lain dalam jaringannya. Misalnya, dalam keluarga atau kelompok kerja kepuasan satu anggota berdampak positif pada anggota lainnya. Ketika individu merasa bahwa mereka dapat memberikan kontribusi dan juga menerima dukungan mereka cenderung merasa lebih puas.

Secara keseluruhan, hubungan saling ketergantungan sosial yang sehat dan positif sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan yang tinggi dalam kehidupan seseorang. Membangun dan memelihara hubungan yang baik, memberikan dukungan adalah kunci untuk mencapai kesejahteraan emosional dan kepuasan hidup.

B. Komitmen

Komponen lainnya adalah komitmen, komitmen didefinisikan sebagai niat untuk melanjutkan hubungan jangka panjang dan bersedia untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas hubungan tersebut. ini mencakup untuk tetap dalam hubungan meskipun ada tantangan atau godaan eksternal, contohnya seperti diperusahaan jika gaji kecil maka karyawan biasanya tidak merasa puas dengan itu enggan untuk menetap diperusahaan namun lain halnya jika faktor lain yang

mempengaruhinya seperti hubungan kekeluargaan yang dibangun pemimpin ataupun pola komunikasinya.

Orang yang sangat berkomitmen pada hubungan sangat mungkin untuk tetap bersama mengarungi suka duka dan demi tujuan bersama dalam istilah teknis *Commitment in a relationship* (Komitmen dalam suatu hubungan) berarti semua kekuatan positif dan negatif yang menjaga individu tetap berada dalam suatu hubungan.⁷

Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi komitmen pada suatu hubungan, antara lain:⁸

1. Pertama, komitmen dipengaruhi oleh kekuatan daya tarik pada partner atau hubungan tertentu. Jika kita suka pada orang lain, menikmati kehadirannya dan merasa orang itu ramah dan gaul maka kita akan termotivasi untuk meneruskan hubungan kita dengannya. Dengan kata lain komitmen akan lebih kuat jika kepuasannya tinggi. Komponen ini dinamakan “Komitmen Personal” karena ia merujuk pada keinginan individu untuk mempertahankan atau meningkatkan hubungan.
2. Kedua, komitmen dipengaruhi oleh nilai dan prinsip moral kita perasaan bahwa kita seharusnya tetap berada dalam suatu hubungan. “Komitmen moral” ini didasarkan pada perasaan kewajiban.
3. Ketiga, Komitmen didasarkan pada kekuatan negatif atau penghalang yang menyebabkan seseorang akan rugi besar jika meninggalkan hubungan, Faktor yang dapat menahan kita untuk tetap dalam hubungan antara lain adalah tidak adanya alternatif hubungan dan investasi yang telah kita tanamkan dalam suatu hubungan.

2.1.3 Jenis Interdependensi

Dalam teori ini, terdapat beberapa jenis interdependensi yang mempengaruhi dinamika kelompok:

1. Interdependensi Positif

Interdependensi positif terjadi ketika anggota kelompok saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama. Keberhasilan satu anggota meningkatkan kemungkinan

⁷Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Sears. Psikologi Sosial Edisi kedua belas (Jakarta: Prenadamedia Group:2009) h.350

⁸ *Ibid*, h.350-351

keberhasilan anggota lain. Ini menciptakan lingkungan yang kooperatif di mana kolaborasi dan bantuan menjadi norma. Contoh interdependensi positif dapat ditemukan dalam tim olahraga atau proyek kelompok di tempat kerja di mana semua anggota harus bekerja sama untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dampak Interdependensi Positif Dampak positif dari interdependensi ini baik dalam keanggotaan kelompok dan juga interaksi personal, maka beberapa penelitian yang dilakukan memberi kesimpulan sebagai berikut:

- a) Interdependensi positif memiliki tujuan untuk mempromosikan prestasi yang lebih baik dan juga produktivitas lebih besar dibandingkan dengan interdependensi sumber daya.
- b) Tujuan positif dan saling menghargai dalam interdependensi akan cenderung positif meski bisa menghasilkan prestasi lebih baik dan produktivitas lebih besar dibandingkan dengan upaya individualistik, kombinasi tujuan dan juga saling ketergantungan akan meningkatkan prestasi lebih dibandingkan dengan saling ketergantungan pada tujuan saja atau usaha individualistik.
- c) Sumber daya interdependensi dengan sendirinya bisa menurunkan prestasi dan juga produktivitas jika dibandingkan dengan upaya individualistik yang artinya ketika seseorang memerlukan sumber daya dari anggota kelompok lain namun tidak bisa saling berbagi tujuan bersama, maka penekanan akan cenderung mendapatkan sumber daya dari orang lain tanpa harus berbagi sumber daya yang dimiliki dengan orang lain dan hasilnya lebih mengarah ke gangguan produktivitas dari masing masing.
- d) Kedua belah pihak akan bekerja untuk mendapatkan hasil dan bekerja untuk menghindari kehilangan hadiah dan menghasilkan prestasi lebih tinggi dibandingkan dengan usaha individualistik sehingga tidak ada perbedaan terlalu besar diantara bekerja untuk mendapatkan hadiah dan juga bekerja untuk menghindari kerugian.
- e) Interdependensi positif tidak lebih dari memotivasi individu agar bisa berusaha lebih keras, memberikan fasilitas pengembangan wawasan baru dan penemuan serta pemakaian lebih sering dari tingkat lebih tinggi dalam strategi penalaran.
- f) Dalam interdependensi, semakin kompleks sebuah prosedur yang terlibat, maka akan semakin lama untuk mencapai tingkat penuh produktivitas dan semakin

kompleks prosedur kerja sama dalam tim, maka anggota juga harus menghadiri untuk sebuah tugas pekerjaan. Sesudah prosedur kerja sama tim bisa dikuasai akan tetapi anggota berkonsentrasi di pekerjaan tugas dan individu bisa mengungguli dibandingkan dengan bekerja sendiri.

g) Studi mengenai interdependensi yang melibatkan dilema sosial sudah menemukan jika saat seseorang mendefinisikan diri mereka dalam hal keanggotaan kelompok mereka, maka mereka akan lebih bersedia untuk mengambil kekurangan dari sumber daya umum dan juga berkontribusi lebih ada barang publik

2. Interpedensi Negatif

Interpedensi negatif terjadi ketika keberhasilan satu individu atau kelompok bergantung pada kegagalan yang lain. Ini menciptakan situasi kompetitif di mana individu atau kelompok saling berusaha untuk mengungguli satu sama lain. Contoh interpedensi negatif dapat dilihat dalam kompetisi akademis atau bisnis di mana sumber daya atau penghargaan terbatas dan hanya tersedia bagi beberapa yang terpilih.

3. Interpedensi Nonspesifik

Interpedensi nonspesifik merujuk pada situasi di mana hubungan ketergantungan tidak jelas atau tidak signifikan terhadap pencapaian tujuan. Dalam situasi ini, individu atau kelompok bekerja secara independen, dan keberhasilan mereka tidak terlalu dipengaruhi oleh tindakan orang lain. Contoh interpedensi nonspesifik bisa ditemukan dalam beberapa pekerjaan mandiri atau proyek individu.

2.1.4 Elemen Penting dalam Teori Interdependensi Sosial

Dalam teori interpedensi, elemen penting mengacu pada bagian-bagian yang menentukan dan mempengaruhi bagaimana entitas berhubungan satu sama lain dalam suatu sistem atau hubungan.

1. Struktur Tujuan:

Struktur Tujuan: Istilah "struktur tujuan" mengacu pada cara suatu kelompok mengatur dan mencapai tujuan. Dalam struktur tujuan kooperatif, anggota kelompok memiliki tujuan yang sama dan bekerja sama untuk mencapainya, sedangkan dalam struktur tujuan kompetitif, anggota kelompok berusaha mencapai

tujuan yang sama tetapi dengan mengorbankan keberhasilan yang lain. Pola interaksi dan hasil yang dicapai oleh struktur ini sangat dipengaruhi.

2. Persepsi dan Interpretasi

Persepsi dan Penafsiran Persepsi seseorang tentang tujuan mereka dan hubungan mereka dengan orang lain sangat memengaruhi sikap dan perilaku mereka. Jika orang melihat interpedensi sebagai hal yang baik, mereka lebih mungkin bekerja sama dan mendukung satu sama lain. Jika mereka melihat interpedensi sebagai hal yang buruk, mereka mungkin lebih mungkin bertindak kompetitif, yang dapat mengganggu dinamika kelompok.

3. Interaksi dan Komunikasi

Keberhasilan kolaborasi bergantung pada intensitas dan kualitas interaksi serta komunikasi antar anggota kelompok. Interaksi yang positif dan konstruktif cenderung meningkatkan kerja sama dan kinerja kelompok. Komunikasi yang efektif memungkinkan anggota kelompok untuk berbagi informasi, memberikan dukungan, dan mengatur tindakan mereka.

2.1.5 Dampak Interdependensi Sosial

Disebut sebagai "interdependensi sosial", suatu istilah yang mengacu pada hubungan yang ada antara individu atau kelompok dalam masyarakat yang saling bergantung satu sama lain. Beberapa dampak yang mungkin dihasilkan oleh konsep ini, namun secara umum mencakup:

(1) Kerjasama dan Kolaborasi

Interpedensi positif mendorong kerjasama dan kolaborasi di antara anggota kelompok. Ketika anggota merasa bahwa keberhasilan mereka tergantung pada keberhasilan orang lain, mereka lebih cenderung untuk membantu dan mendukung satu sama lain. Ini dapat meningkatkan solidaritas kelompok dan membuat proses kerja lebih efisien.

(2) Persaingan dan Konflik

Interpedensi negatif dapat menyebabkan persaingan dan konflik di antara anggota kelompok. Ketika individu atau kelompok merasa bahwa mereka harus bersaing untuk sumber daya yang terbatas atau penghargaan, mereka mungkin akan terlibat dalam perilaku yang merusak hubungan dan menghambat kerja sama.

Konflik yang timbul dari interpedensi negatif dapat mengurangi moral kelompok dan menurunkan kinerja secara keseluruhan.

(3) Kinerja dan Produktivitas

Struktur interpedensi dalam kelompok dapat memengaruhi kinerja dan produktivitas secara signifikan. Kerjasama yang didorong oleh interpedensi positif cenderung meningkatkan kinerja kelompok karena anggota bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama. Sebaliknya, persaingan yang tidak sehat akibat interpedensi negatif dapat menghambat kinerja dan mengurangi produktivitas kelompok.

2.1.6 Level Interpedensi

Level Dependensi Dalam teori interdependensi terdapat dua jenis penghalang penting yakni kurangnya alternatif yang lebih baik dan juga investasi yang sudah ditanamkan dalam sebuah hubungan.

1. Penghalang pertama

Kurangnya alternatif yang lebih baik dimana ketersediaan alternatif biasa disebut dengan level perbandingan alternatif dimana akan berpengaruh dalam komitmen. Pada saat seseorang tergantung dalam sebuah hubungan yakni mendapatkan banyak hal yang dihargai atau tidak bisa didapatkan di tempat lain, maka seseorang akan sulit meninggalkan hubungan tersebut dan kurangnya alternatif yang lebih terbaik tersebut nantinya bisa meningkatkan komitmen sebab dianggap sebagai salah satu cara membahagiakan diri sendiri.

2. Penghalang kedua

Investasi yang sudah ditanamkan seseorang dalam sebuah hubungan dimana komitmen juga akan dipengaruhi investasi yang ditanam seseorang dalam bentuk hubungan. Investasi tersebut bisa berupa energi, waktu, uang, keterkaitan emosional, pengalaman ketika bersama dan juga pengorbanan untuk pasangan. Sesudah banyak berinvestasi dalam hubungan dan merasa hubungan tersebut tidak terlalu banyak memberikan manfaat, maka bisa menyebabkan disonansi kognitif pada seseorang sehingga merasakan tekanan psikologis yang bisa menimbulkan tanda-tanda stress untuk melihat hubungan dari segi positif atau mengabaikan kekurangan. Semakin banyak investasi yang sudah dilakukan, maka akan semakin

sulit seseorang untuk meninggalkan hubungan tersebut, Persepsi ini terjadi di lapangan dan diatur menjadi beberapa elemen yang saling tergantung dan kemudian membentuk sebuah sistem.

B. Loyalitas

Menurut Blau dan Boal loyalitas merupakan ukuran untuk melihat apakah seorang karyawan memiliki komitmen yang kuat atau tidak terhadap organisasi perusahaan. Komitmen adalah suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak pada suatu organisasi yang berarti setuju dengan aturan yang telah ditetapkan, nilai-nilai, tujuan-tujuan serta kepentingan organisasi serta berniat memelihara keanggotaan dalam organisasi tersebut.⁹

Loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari tetapi menjadi sulit jika dianalisis dalam banyak hal. Secara harfiah loyal berarti setia atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. kesetiaan ini timbul dari kesadaran sendiri¹⁰. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas dalam konteks organisasi mengukur sejauh mana seorang karyawan memiliki komitmen yang kuat terhadap perusahaan, di mana komitmen tersebut mencakup persetujuan terhadap aturan, nilai-nilai, tujuan, serta kepentingan organisasi, serta niat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut, walaupun loyalitas ini dapat menjadi sulit untuk dianalisis secara mendalam meskipun tampak mudah dalam percakapan sehari-hari. Loyalitas juga dapat diartikan sebagai sifat setia yang diwujudkan dalam berbagai macam bentuk tindakan, seperti menepati janji, memberikan dukungan secara penuh, dan menjaga komitmen, Loyalitas adalah lawan kata dari pengkhianatan, yang memiliki komponen makna yang berkebalikan dari loyalitas

Dalam konteks organisasi, loyalitas adalah suatu kondisi sikap mental untuk tetap memegang teguh kesetiaan baik kepada perusahaan, atasan, maupun rekan sekerja. Loyalitas juga dapat berupa kesediaan untuk menerima berbagai tugas,

⁹ Hardani Widhiastuti, *Membangun Loyalitas Sumber daya Manusia* (Semarang : Semarang University Press, 2012) h. 21

¹⁰ Rahmadana Safitri, *Pengaruh kompensasi terhadap loyalitas karyawan PT. Putera Lautann Kumala Lines Samarinda*, (ejournal administrasi bisnis, 2015) h.651

merasa ada kesamaan nilai dengan organisasi, dan memperhatikan nasib organisasi secara keseluruhan

1. Definisi Loyalitas Karyawan

Menurut kristian juwita&Umi Khalimah Loyalitas karyawan adalah kesetiaan karyawan kepada perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh komitmen terbaik mereka terhadap bagi perusahaan. Loyalitas karyawan merupakan suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain.¹¹

Sedangkan menurut Hasibuan dalam kristian juwita&Umi khalimah loyalitas atau kesetiaan adalah salah satu elemen yang digunakan dalam mengevaluasi karyawan, termasuk kesetiaan pada pekerjaan, posisi, dan organisasi mereka.¹²

Loyalitas karyawan mencakup kesetiaan terhadap perusahaan yang tercermin dalam komitmen mereka terhadap nilai-nilai, tujuan organisasi, dan konsistensi dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab. Selain itu, loyalitas ini juga menunjukkan kecenderungan untuk tidak mencari pekerjaan di tempat lain, yang mencerminkan integritas dan dedikasi yang kuat terhadap pekerjaan dan posisi yang mereka emban, serta kesetiaan terhadap organisasi secara menyeluruh. Dalam evaluasi karyawan, aspek ini menjadi penting karena mencerminkan stabilitas, loyalitas, dan komitmen mereka dalam mendukung pertumbuhan dan kemajuan perusahaan.

2. Aspek Aspek Loyalitas Karyawan

Dalam mengukur loyalitas karyawan pastinya ada beberapa aspek yang harus digunakan, berikut penjelasannya :

1. Sikap tanggung jawab pada organisasi

Setiap perusahaan yang memiliki karyawan yang loyal pastinya akan berusaha secara maksimal bertanggung jawab dan berhati atas pekerjaan yang dilakukannya. Dan pastinya juga akan berusahakan untuk mengembangkan inovasi untuk kepentingan perusahaan dalam mewujudkan tujuannya.

2. Sikap Taat pada aturan

¹¹Kristia juwita & Umi Khalimah, *Konsep dasar membangun loyalitas karyawan jilid II* (Malang : CV Literasi Nusantara Abadi, 2021) h.10

¹² Ibid,h 10

Ketaatan karyawan terhadap peraturan yang perusahaan ciptakan didasari pada kesadaran individu, karena seorang karyawan yang loyal pasti dengan sendirinya akan paham terhadap peraturan perusahaan yang fokusnya untuk memperlancar jalanya sistem kerja, pasti jika peraturan tidak dijalankan ada rasa ketakutan sendiri pada setiap karyawannya yang mungkin saja mereka akan menerima sanksi dari kesalahannya.

3. Rasa untuk memiliki

Karyawan yang merasa memiliki perusahaan akan menjaga dan bertanggung jawab terhadap instansi, yang pada gilirannya mencapai tujuan perusahaan.

4. Kemauan untuk bekerja sama

Ketika karyawan bersedia bekerja sama dengan rekan kerja atau tim lain, impian perusahaan dapat terwujud.

5. Hubungan antar pribadi

Karyawan yang loyal akan memiliki hubungan baik dengan rekan kerja dan pimpinan. Hubungan antar pribadi mencakup interaksi sosial sehari-hari yang berhubungan dengan pekerjaan maupun tidak.

6. Sikap mencintai Tugas

Mencintai pekerjaan sama dengan memiliki loyalitas tinggi. Karyawan dengan sikap ini akan menyelesaikan tugas dan menghadapi masalah dengan bijak.

3. Faktor Faktor Loyalitas Karyawan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan di perusahaan. Ada dua pendapat ahli yang mengatakannya, yang pertama, menurut Soegandhi dalam , antara lain:¹³

1. Adanya fasilitas-fasilitas kerja
2. Tunjangan kesejahteraan
3. Suasana kerja
4. Upah yang diterima
5. kedisiplinan karyawan
6. karakteristik pribadi individu atau karyawan

¹³Kristia juwita & Umi Khalimah, *Konsep dasar membangun loyalitas karyawan jilid II* (Malang : CV Literasi Nusantara Abadi, 2021) h.12

7. Karakteristik pekerjaan
8. Karakteristik desain organisasi dan
9. Pengalaman yang diperoleh selama karyawan menekuni pekerjaan itu.

Sedangkan, menurut Agustin dalam faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas sebagai berikut:

1. Karakteristik diri para karyawan
2. Mencakup usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan. Prestai, cita rasa dan kepribadian
3. karakteristik pekerjaan
4. Mencakup tantangan pekerjaan, pengayaan pekerjaan, identifikasi pekerjaan, umpanbalik, dan kesesuaian tugas.
5. karakteristik kebijakan perusahaan
6. Misalnya peluang pengembangan karir, promosi pekerjaan untuk setiap karyawan
7. Karakteristik lingkungan perusahaan
8. Lingkungan perusahaan yang disebutkan disini adalah lingkungan fisik dan non-fisik perusahaan.
9. Lingkungan fisik (Penerangan, kenyamanan bekerja, kebersihan)
10. Lingkungan Nonfisik (Perhatian dari atasan, hubungan antar rekan kerja)

4. Penyebab menurunnya loyalitas karyawan

Hal paling mendasar yang menyebabkan SDM/karyawan mengalami penurunan tingkat kelayalitan disebabkan ketidakpuasan karyawan. Banyak hal yang yang mendasari ketidak puasan itu antara lain ketidakcocokan dengan pemimpin, nyaman kerja, masalah upah, lingkungan kerja yang terlalu dingin, dan kurangnya reward atau penghargaan untuk prestasi yang diraih.

Hal yang menjadi penyebab turunya loyalitas karyawan sebenarnya bisa dihindari apabila para pengusaha/pemilik usaha mampu melihat indikasi-indikasi yang menyebabkan turun nya loyalitas karyawan yang bisa dilihat dari sikap kerja yang dilakukan karyawan pada saat dia bekerja.

Ada beberapa hal yang perlu diketahui untuk mengidentifikasi perilaku karyawan yang loyalitasnya menurun, antara lain:¹⁴

1. Turun/rendahnya produktiitas kerja

Produktiitas kerja tersebut dapat diukur atau diperbandingkan dengan waktu sebelumnya. Produktiitas kerja yang turun ini dapat terjadi karena pekerjaan yang tertunda.

2. Meningkatnya tingkat absensi

Pada umumnya, apabila loyalitas dan sikap karyawan menurun, maka terlihat dalam perilaku kerja yang malas untu datang tiap hari. Bila ada gejala-gejala absensi naik, maka perlu dicari penyebabnya.

3. Tingkat perpindahan yang tinggi

Turn out atau keluar masuknya karyawan yang meningkat tersebut terutama adalah karena tidak senangnya para karyawan bekerja pada perusahaan tersebut, sehingga karyawan mencari perusahaan lain yang diminati. Tingkat perpindahan karyawan yang tinggi ini selain berdampak pada menurunnya produktiitas kerja, juga dapat mempengaruhi kelangsungan jalannya perusahaan.

4. Kegelisahaan dimana-mana

Loyalitas dan sikap kerja yang menurun menyebabkan kegelisahaan bagi karyawan yang lain. Apabila dampak ini dirasakan oleh pemimpin dan segera mengambil langkah, maka hal ini egera dapat teratasi. Namun tidak semuapimpinan memahami dan peduli terhadap situasi perusahaan.

5. Tuntutan yang sering terjadi

Tuntutan yang merupakan perwujudan dan ketidakpuasan. Dimana pada tahap tertentu kana menimbulkan keberanian untuk mengajukan tuntutan.

6. Pemogokan

Indikasi paling dapat diambil kesimpulan adalah saat terjadi pemogokan karyawan. Hal ini terjadi apabila karyawan suatu perusahaan sudah tidak merasa tahan lagi hingga memuncak yang akhirnya muncul tuntutan karyawan sebagai dampak atas ketidakpuasan. Apabila tuntutan tersebut tidak terpenuhi, biasanya terjadi mogok kerja.

¹⁴Hardani Widhhiastuti, *Membangun Loyalitas Sumber daya Manusia* (Semarang : semarang uniersity press,2012) h.14-15

5. Cara Meningkatkan Loyalitas karyawan

Setiap perusahaan atau organisasi pasti menginginkan karyawannya untuk tetap berada di dalam perusahaan karena karyawan adalah aset perusahaan yang sangat dibutuhkan dan sangat berpengaruh dalam proses kemajuan perusahaan, apalagi seorang pemimpin sangat senang jika karyawannya loyal terhadap perusahaannya.

Berikut ada beberapa upaya dalam meningkatkan loyalitas karyawan, antara lain:¹⁵

1. Perhatian khusus kepada karyawan khusus

Ini dapat dilakukan dengan menaikkan posisi karyawan dan meningkatkan gaji karyawan. Untuk memahami kemajuan karyawan pemimpin harus memantau karyawan, tugas ini tidak sembarangan karena hanya karyawan yang memenuhi syarat/karyawan yang berkualitas saja yang harus diberi kompensasi positif berupa bonus, ini berguna untuk menghindari bergantinya karyawan.

2. Membangun nilai kekeluargaan

Menjalin hubungan dekat dengan karyawan. Ada kegiatan diluar seperti piknik dengan semua anggota perusahaan, nilai ini juga dapat dibangun ketika hari libur tidak harus setiap bulan tapi minimal setahun sekali ada atau enam bulan sekali dengan itu hubungan kekeluargaan terbentuk yang membuat karyawan nyaman dan menetap untuk bekerja di dalamnya.

3. Meningkatkan Karir

Mempromosikan kinerja karyawan penting karena merupakan kebanggaan. Karyawan akan merasa bahagia jika dia dihargai atas prestasinya.

4. Analisis

Dengan menganalisis keadaan karyawan, pemimpin akan mengerti situasi dan tingkat kebutuhan karyawan. Setiap karyawan pastinya memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda yang ada keluarga pasti akan beda dengan yang masih sendiri ya walaupun semua karyawan punya tanggungan atau mungkin cicilan tapi pasti beda.

5. Membina hubungan kerja

¹⁵ Kristia juwita & Umi Khalimah, *Konsep dasar membangun loyalitas karyawan jilid II* (Malang : CV Literasi Nusantara Abadi, 2021) h. 13-14

Perlunya keterbukaan dalam hubungan kerja. Saling mengerti satu sama lain dan pemimpin mengerti akan posisi karyawan dengan tidak memperlakukan karyawan sebagai pesuruh.

6. Menciptakan Lingkungan kerja yang nyaman

Misalnya mengurus kebutuhan spritual, memperhatikan keselamatan karyawan untuk melihat kemasa depan, dan menyediakan fasilitas yang menghibur.

6. Kompensasi dan Kepuasan Kerja

1. Kompensasi

Kompensasi adalah semua bentuk kembalian financial, jasa jasa terwujud dan tunjangan yang diperoleh karyawan sebagai bagian dari hubungan ke karyawan¹⁶. Kompensasi merupakan hal yang paling penting dalam memotivasi karyawan dengan itu maka karyawan akan termotivasi untuk terus meningkatkan kinerjanya dan loyalitasnya terhadap perusahaan.

Sedangkan menurut Priyono marnis Kompensasi merupakan semua pendapatan yang berbentuk uang atau barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan¹⁷. Kompensasi merupakan konsep yang fundamental dalam hubungan antara perusahaan dan karyawan. Ini mencakup semua bentuk imbalan, baik berupa uang maupun barang, yang diberikan kepada karyawan sebagai penggantian atas kontribusi mereka dalam memberikan jasa kepada perusahaan. Imbalan ini tidak hanya bersifat langsung, seperti gaji dan tunjangan, tetapi juga tidak langsung, seperti fasilitas kesehatan dan program kesejahteraan. Pentingnya kompensasi terletak pada perannya yang krusial dalam memotivasi karyawan. Ketika karyawan merasa bahwa mereka diberikan imbalan yang sesuai dengan nilai jasa yang mereka berikan, mereka cenderung lebih termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik mereka. Selain itu, kompensasi yang adil dan memadai juga dapat meningkatkan tingkat loyalitas karyawan terhadap perusahaan, karena mereka merasa dihargai dan diperhatikan secara ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan

¹⁶ Rahmadana Safitri, *Pengaruh kompensasi terhadap loyalitas karyawan PT Putera Lautan Kumala Lines samarinda*, (ejournal Administrasi Bisnis: 2015) h.652

¹⁷ Priyono marnis, *Manajemen sumber daya manusia* (Surabaya : Zifatama Publisher, 2008) Ha h.223

strategi kompensasi yang baik untuk menjaga kepuasan dan motivasi karyawan, serta untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan organisasional secara keseluruhan. Dalam pemberian kompensasi tentunya perusahaan sudah menentukan terlebih dahulu berapa upah yang diberikan kepada karyawannya dan pastinya karyawan juga mengetahui hal itu. kompensasi ini akan digunakan karyawan untuk kebutuhan sehari harinya.

Tujuan dari pemberian kompensasi pada umumnya untuk kepentingan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Secara rinci tujuan kompensasi meliputi:¹⁸

1. Ikatan kerja sama : Dengan pemberian kompensasi maka terjalinlah ikatan kerjasama formal antara majikan dan buruh, dimana karyawan (buruh) harus mengerjakan tugas tugas dengan baik sedang pengusaha wajib membayar kompensasi yang disepakati
2. Kepuasan kerja : Dengan balas jasa karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga akan diperoleh kepuasan kerja dari jabatan yang diembannya.
3. Motivasi : Jika balas jasa yang diberikan memadai maka manajer akan lebih mudah memotivasi karyawan yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan produktifitas.
4. Stabilitas karyawan : Dengan program kompensasi yang berdasarkan prinsip adil dan layak maka stabilitas karyawan lebih terjamin karena turnover relatif kecil.
5. Peningkatan Disiplin : Pemberian Kompensasi yang sesuai dengan prosedur akan berdampak pada peningkatan disiplin karyawan.

Menurut Henry Simamora dalam Rahmadana sahfritri ada beberapa indikator yang disajikan dalam menilai kompensasi adalah:¹⁹

1. Gaji dan upah
Hak yang diterima oleh karyawan karena kompensasinya terhadap perusahaan.
2. Insentif
Tambahan kompensasi diluar gaji dan upah yang diberikan oleh perusahaan
3. Fasilitas

¹⁸ Ibid, h.225

¹⁹ Rahmadana Safitri, *Pengaruh kompensasi terhadap loyalitas karyawan PT Putera Lautan Kumala Lines samarinda*, (ejournal Administrasi Bisnis: 2015)h. 652-653

4. Kompensasi yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada karyawan sebagai penunjang kelancaran untuk bekerja dan memotivasi karyawan agar semangat kerja.

5. Tunjangan

Kompensasi tambahan yang diberikan berdasarkan kebijakan perusahaan terhadap semua karyawan dalam usaha untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan.

2. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja. kepuasan kerja juga dapat dinyatakan sebagai keadaan emosional karyawan dimana terjadi titik temu antara nilai balas jasa kerja dengan oleh perusahaan dengan tingkat balas jasa yang diinginkan karyawan baik berbentuk finansial maupun non finansial.²⁰

Kepuasan kerja adalah kondisi di mana individu merasa senang dan puas dengan pekerjaannya. Selain dari aspek tugas-tugas yang dilakukan, kepuasan ini juga dipengaruhi oleh lingkungan kerja yang kondusif, kondisi kerja yang mendukung, serta pemberian kompensasi yang adil dan peluang pengembangan karir yang baik. Dampak positif dari kepuasan kerja yang tinggi termasuk peningkatan motivasi dan kinerja karyawan, serta kemungkinan lebih besar untuk tetap loyal terhadap perusahaan karena merasa dihargai dan dihormati. Selain itu, kepuasan kerja yang tinggi mendorong individu untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri mereka, tidak mudah merasa bosan dengan pekerjaan, dan menciptakan interaksi positif dengan rekan kerja dan atasan. Menciptakan lingkungan kerja yang hangat dan tenang berkat kepuasan kerja yang tinggi juga dapat memberikan kontribusi besar terhadap produktivitas keseluruhan perusahaan dan membantu mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan, antara lain:²¹

a. Balas jasa yang adil dan layak

²⁰ Priyono marnis, *Manajemen sumber daya manusia* (Surabaya : Zifatama Publisher, 2008)h.228

²¹Ibid h..229

- b. Penempatan yang tepat sesuai dengan keahlian
- c. Berat ringannya pekerjaan
- d. Suasana dan lingkungan pekerjaan
- e. Peralatan yang menunjang pelaksanaan pekerjaan
- f. Sikap pemimpin dan kepemimpinannya
- g. Sifat pekerjaan (monoton/tidak)

Setiap karyawan pastinya memiliki pemahaman tentang kepuasan kerja masing masing pastinya itu dapat terwujud bila dikaitkan dengan prestasi kerja,tingkat kemampuan, usia dan tingkat jabatannya diperusahaan tersebut.

Karyawan dalam mengerjakan tugasnya pasti akan menghadapi yang namanya stress. stress merupakan kondisi ketegangan yang berpengaruh terhadap emosi, jalan pikiran dan kondisi fisik seseorang. jika stress tidak di tangani akan berdampak ketidakmampuan seorang karyawan dalam berinteraksi secara positif dilingkunganya yang bisa dilihat dengan dia gugup, cemas dan tekanan darah yang tinggi.

Dalam mengatasi stress kepada karyawan seharusnya pihak manajemen harus membuka mata untuk membantu karyawan menghadapi stress, beberapa langkah cara yang bisa dimabil adalah:²²

- a. Merumuskan kebijakan manajemen dalam membantu karyawan yang sedang stress
- b. Menyampaikan kebijaksanaan tersebut kepada seluruh karyawan sehingga mereka mengetahui kepada siapa mereka dapat meminta bantuan.
- c. Melatih para manajer denga tujuan agar mereka peka terhadap timbulnya gejala stress.
- d. Melatih karyawan mengenali dan menghilangkan sumber stress.
- e. Terus membuka jalur komunikasi dnegan para karyawan sehingga mereka benar benar diikutsertakan untuk mengatasi stress.
- f. Memantau kegiatan organisasi sehingga kondisi yang dapat menjadi sumber stress dapat diidentifikasi secara dini.
- g. Menyediakan jasa bantuan bagi para karywan yang menghadapi stress.

²² *Ibid*, h.230

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti berusaha untuk meriview kajian terdahulu untuk menmabha kajian dan refrensi dalam penelitian. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Skripsi dengan judul “POLA KOMUNIKASI PEMIMPIN DALAM MEMBANGUN MOTIVASI KERJA PEGAWAI KANTOR KELURAHAN WONOREJO KOTA PEKANBARU” Oleh madhiah mahasiswa program studi ilmu komunikasi, fakultas dakwah dan ilmu komunikasi, universitas islalam negeri sultan syarif kasim, ditulis tahun 2012. Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas pola komunikasi pimpinan dan sama sama membahas tentang karyawan, persamaannya lainnya dari jenis penelitiannya yaitu kualitatif, Perbedaannya adalah dari pembahasannya dalam skripsi ini fokus membahas tentang motivasi sedangkan peneliti membahas loyalitas.²³

2. Jurnal dengan judul “ POLA KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KERJA KARYAWAN BP (BRAND PRESENTER) DI PT. BUDIMAN SUBRATA NIAGA PEKANBARU” oleh Nur Azmi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, fakultas FISIP. Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada metode penelitiannya sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan riset lapangan, sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian saya adalah objek subjeknya sudah berbeda, penelitian ini bertempat diperusahaan sedangkan peneliti di toko grosir ritel.²⁴

3. Skripsi dengan judul “POLA KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KERJA KARYAWAN DI PT SENTOSA INDIKA BUNGA TANJUNG SEMARANG”.Oleh Nilam Komalasari mahasiswa prodi ilmu komunikasi fakultas bahasa dan ilmu komunikasi universitas islam sultan agung semarang, Persamaan dari penelitian ini sama sama membahasn pola komunikasi yang digunakan pimpinan ke karyawannya, pada penelitian ini membahas bagaimana pola komunikasi pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan loyalitas kerja karyawan di PT.SENTOSA INDIKA BUNGA

²³ Madhiah, “Pola komunikasi pemimpin dalam membangun motivasi kerja pegawai kantor kelurahan wonorejo kota pekanbaru”, Skripsi Jurusan Ilmu komunikasi, (2012)

²⁴ Nur Azmi, “Pola komunikasi pemimpin dalam meningkatkan loyalitas kerja karyawan BP (Brand Presenter) di PT.Budiman Subrata Niaga Pekanbaru, JOM FISIP Vol.2 No.2, (2015), h.9

TANJUNG Semarang, dan dalam penelitian saya untuk kepala toko dan karyawan merah putih medan, penelitian ini sama sama menggunakan metode kualitatif, Perbedaannya pada objek dan subjek dari penelitian, juga pembahasan mengenai pola komunikasi yang ada diperusahaan tersebut dengan pembahasan penelitian yang saya lakukan.²⁵

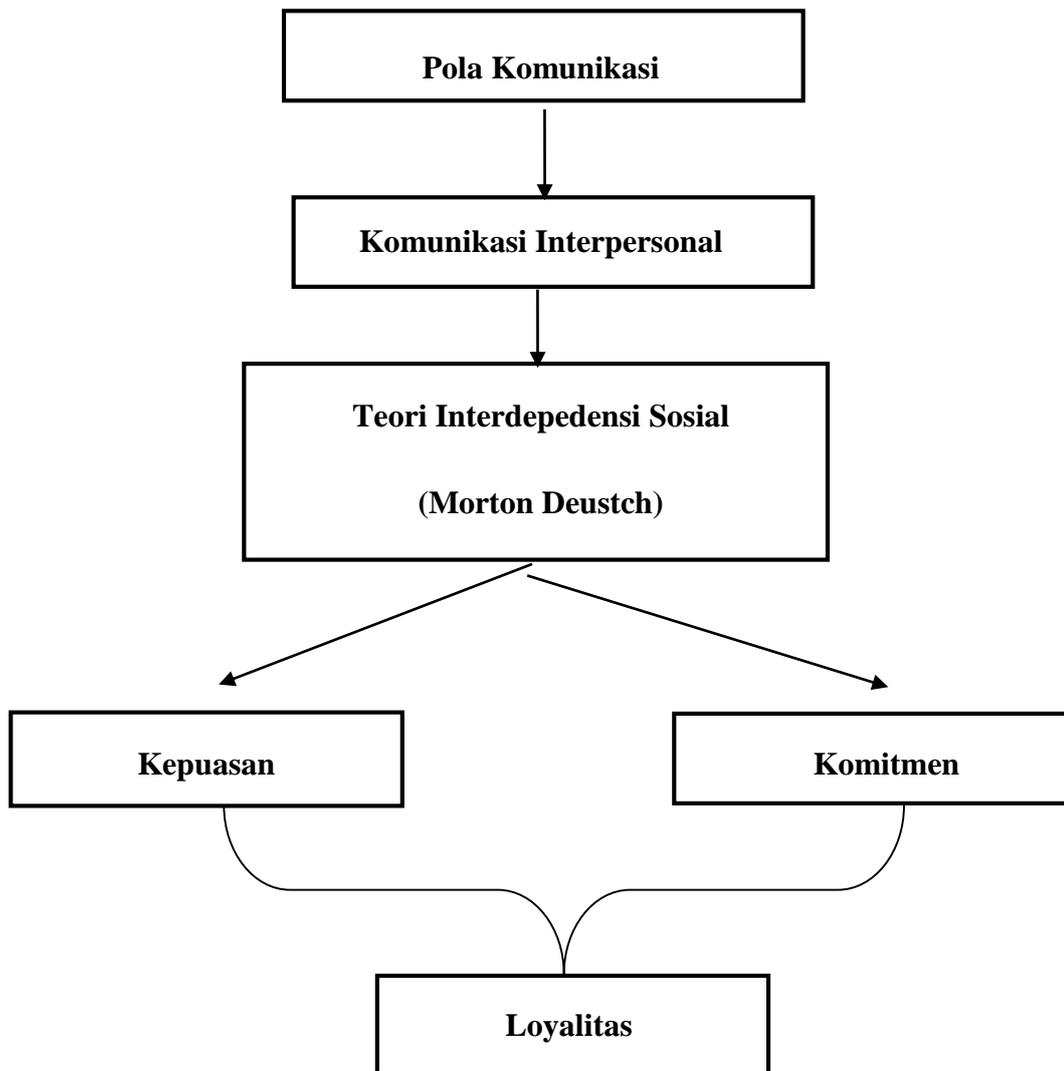
4. Skripsi dengan judul “POLA KOMUNIKASI ATASAN TERHADAP KARYAWAN BLOG-KU DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KARYAWAN TERHADAP PERUSAHAAN”, Nugraisa Priandikatama mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas teknologi informasi dan komunikasi uniersitas semarang. Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas tentang pola komunikasi, sama membahas pola komunikasi pemimpin diperusahaan dan loyalitas, menggunakan metodologi yang sama yaitu kualitatif, perbedaan pada penelitian ini adalah subjek dan objek berbeda.²⁶

²⁵ Nilam Komalasari, “Pola komunikasi pimpinan dalam meningkatkan loyalitas kerja karyawan di PT SENTOSA INDIKA BUNGA Semarang”, Skripsi Fakultas bahasa dan ilmu komunikasi universitas islam sultan agung semarang, (2022). h.81

²⁶ Nugraisa Priandikatama, “Pola komunikasi atasan terhadap karyawan BLOG-Ku dalam membentuk loyalitas karyawan terhadap perusahaan”, Skripsi fakultas teknologi informasi dan komunikasi universitas semarang, (2021), h.60-61

2.3 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan landasan teori untuk membentuk kerangka berpikir. Terdapat beberapa variabel yang menunjukkan kerangka berpikir, yaitu:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

Tujuan dari adanya kerangka berpikir untuk menjelaskan dengan cara menggambarkan seperti apa peneliti dalam memahami permasalahan yang akan diteliti. Pada tabel tersebut peneliti berusaha untuk mengkaji pola komunikasi kepala toko dari komunikasi interpersonal lalu mengkaji teori interdependensi untuk melihat bagaimana hubungan saling ketergantungan kepala toko kepada karyawannya dan setelah itu akan menghasilkan loyalitas pada karyawan.