

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat di hindarkan dalam kehidupan manusia sehingga perlu membangun komunikasi yang baik agar dapat terciptanya hubungan yang harmonis dengan orang lain. Begitu juga dalam suatu perusahaan, komunikasi menjadi kunci utama dalam proses pertukaran informasi antara bagian dalam perusahaan. Baik itu antara pimpinan perusahaan dengan karyawan maupun karyawan dengan sesama.

Karyawan lainnya dalam perusahaan tersebut. Dalam kenyataan masalah komunikasi selalu muncul dalam proses organisasi. Oleh sebab itu, komunikasi dalam organisasi terjadi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antara bagian dalam organisasi sehingga dapat menghasilkan sinergi tersebut.

Dalam sebuah bisnis, persaingan usaha antara perusahaan lainnya tidak dapat di hindarkan lagi. Salah satu yang memegang peran penting dalam suatu persaingan itu adalah para karyawan perusahaannya. Karyawan salah satu menjadi motor penggerak yang penting dalam memajukan perusahaan sehingga perusahaan bisa semakin berkembang.

Karyawan yang memiliki loyalitas pada perusahaan dan bisa diandalkan untuk bekerja penuh dedikasi, memberikan kontribusi penting dalam keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan. Menurut Farida dan Windi dalam keseluruhan iklim organisasi yang positif mampu memberikan pengaruh yang signifikan

terhadap loyalitas kerja. Pengaruh tersebut memiliki arahan hubungan yang positif, sehingga apabila salah satu dimensi dari iklim organisasi yang positif mengalami perbaikan atau peningkatan, maka akan memberikan dampak yang positif juga bagi peningkatan loyalitas kerja karyawan.¹

Apalagi di dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan transportasi darat. Karyawan yang sehari-hari bekerja di dalam sebuah perusahaan harus dibangun untuk menjadi karyawan yang memiliki loyalitas dan dedikasi tinggi. Karena para karyawan inilah yang bersentuhan langsung dengan konsumen atau jual beli transportasi yang menjadi sumber pendapatan utama perusahaan.

Transportasi salah satu poin penting bagi kelancaran seluruh aktivitas operasional manusia. Transportasi menjadi kebutuhan manusia yang selalu berkembang secara dinamis untuk perpindahan manusia dan barang. Transportasi yang terdiri dari sepeda motor memegang peran yang tidak bisa di pandang remeh transportasi yang baik dan lancar akan sangat berguna bagi banyak pihak dalam upaya pencapaian setiap tujuan yang diinginkan oleh masing-masing pihak tersebut.

Perusahaan Lestari Motorindo Belitang adalah salah satu cabang Dealer Honda Resmi di Ogan Komering Ulu Timur. perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor baru serta menyediakan berbagai macam merek produk sepeda motor Honda salah satunya Honda beat, Honda Scoopy, Honda Vario dan

¹ Jurnal eprints.ums.ac.id Amelia Chusna Ninghtyas 2016, *Hubungan antara Kepuasan Kerja dengan Loyalitas Karyawan PT. Patiwara Sungai Raya*, Vol.5 No.3 diakses pada tanggal 11 Oktober 2019

msh ada beberapa merek lainnya. Dealer Lestari Motorindo di operasikan untuk melayani konsumen/ pembeli sebagai kebutuhan transportasi manusia.

Perusahaan Lestari Motorindo Belitang di operasikan khusus untuk melayani kebutuhan konsumen. Setiap penjualan sepeda motor konsumen di layani oleh para karyawan dengan sebaik mungkin agar para konsumen merasa di hargai dalam menentukan harga jual beli sepeda motor baik itu secara kredit ataupun Cas. Terkadang masih banyak karyawan yang acuh tak acuh dalam melayani para konsumen karena kurang rasa bekerja di perusahaan sehingga menimbulkan karyawan untuk berpindah ke perusahaan lainnya, oleh sebab itu pihak manajemen atau pimpinan perlu memperhatikan para karyawan agar mereka merasa betah untuk bekerja di dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Bapak Ardiansyah Selaku Pimpinan perusahaan², sejauh ini para karyawan di perusahaan lestari Motorindo Belitang merasa nyaman dan betah bekerja di Lestari Motorindo Belitang meskipun dengan gaji yang tidak cukup. Hal ini dikarenakan antara lain karena hubungan yang baik yang dibina oleh manajemen dan pimpinan perusahaan dengan para karyawan. Walaupun masih ada beberapa karyawan yang merasa belum nyaman bekerja di perusahaan lestari Motorindo Belitang tetapi pihak pimpinan terus berusaha bagaimana terciptanya loyalitas pada karyawan.

Manajemen atau pimpinan lestari Motorindo Belitang menyadari bahwa pentingnya komunikasi dalam organisasi/ perusahaan yang harus dijalin dengan baik. Pimpinan perusahaan sering kali menemui langsung karyawan untuk

² Ardiansyah, Pimpinan Perusahaan Lestari Motorindo Belitang, Wawancara Tanggal 20 Agustus 2019.

memberikan pengarahan, motivasi, maupun teguran. Pimpinan perusahaan Lestari Motorindo Belitang juga tidak anti kritik, masukan dan kritikan dari karyawan akan di akodimir selama bertujuan untuk memajukan perusahaan. Apabila pimpinan sedang tidak berada di tempat, biasanya karyawan menyampaikan masukan dan kritikan melalui manajer operasional, yang nantinya akan menyampaikan masukan dan kritikan tersebut kepada pimpinan perusahaan. Tanggapan yang baik dari pimpinan perusahaan menjadikan karyawan berani untuk terbuka dalam menyampaikan keluhan, kritikan dan saran terkait dengan perusahaan.

Pimpinan perusahaan perlu membangun komunikasi yang baik sehingga para karyawan memiliki loyalitas dan dedikasi tinggi terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam memajukan perusahaan dibutuhkan kerja sama yang baik dengan sesama karyawan, manajemen dan pimpinan perusahaan tersebut.

Prinsip dasar dalam menjalani kerja sama dan hubungan yang baik dengan siapapun selama tujuannya adalah untuk kebaikan, oleh karena itu manusia harus saling melengkapi satu sama lain, tidak dapat hidup sendirian. Begitu pula dalam menjalankan sebuah perusahaan, masing-masing orang dalam perusahaan tersebut saling membutuhkan dan saling melengkapi untuk bersama-sama memajukan perusahaan. Kebersamaan, hubungan kerjasama dan komunikasi yang baik yang harus di bangun dalam perusahaan.

Kemampuan para anggota di dalam perusahaan mau untuk bekerja sama dalam berperan kesuksesan perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai kewajiban masing-masing untuk mengembangkan komunikasi dari berbagai pihak, baik itu

antara pimpinan perusahaan, manajemen, karyawan, dan masyarakat di sekitar lingkungan kerja agar dapat membantu mewujudkan kerjasama tim yang baik. Maka dari itu peneliti akan membahas mengenai ***“PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBENTUK SIKAP LOYALITAS KARYAWAN DI PERUSAHAAN LESTARI MOTORINDO BELITANG KABUPATEN OKU TIMUR”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latarbelakang masalah yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti, “Bagaimana Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membentuk Sikap Loyalitas Karyawan di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang Kabupaten Oku Timur ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan Peran Komunikasi Organisasi yang dilakukan di perusahaan Lestari Motorindo Belitang dalam membentuk sikap loyalitas kerja karyawan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan di dalam tujuan ini penelitian yang akan dicapai, maka peneliti mengharapkan mampu mempunyai manfaat di dalam sebuah pendidikan baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti diharapkan mampu bisa menambah pengetahuan atau wawasan bagi program studi ilmu komunikasi, khususnya di dalam sebuah komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian juga berharap bisa menjadi salah masukan bagi para pihak Perusahaan Lestari Motorindo Belitang sehingga dapat memahami bagaimana peran komunikasi organisasi yang selama ini dilaksanakan dan bisa menerapkan pola komunikasi dengan baik kepada karyawan.

E. Tinjauan Pustaka

Suatu peneliti diperlukan suatu dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya, maka dari itu dalam pembahasan kali ini peneliti akan membahas penelitian terdahulu yang berkaitan dengan peranan komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan di *perusahaan CV.Lestari Motorindo Belitang*. Dalam penulisan ini penulis mengambil tiga penelitian terdahulu untuk memperkuat penelitian dan memudahkan, memahami atau pembaca dari tinjauan pustaka ini maka akan ditambahkan table.

Tabel 1 : Tinjauan Pustaka

No	Nama/judul Peneliti/ Tahun	Metode	Teori	Hasil Riset
1	<p>Muhammad Wahyudi Kurnia /2018</p> <p>Judul Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT.Nagas Mutiara Makassar/ Jurnal repository.uin.alauddi n.ac.id Vol.30,No.1 Juni 2018</p>	<p>Penelitian Kuantitatif</p>	<p>Teori Ekspektasi</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan Pola komunikasi organisasi yang jelas pada jenis penghargaan secara bersama-sama di dapat dalam pengaruh posisi dan signifikan terhadap loyalitas kerja karyawan PT.Nagamas Mutiara Makassar, oleh sebab itu semakin baik pola komunikasi di dalam organisasi itu maka jenis penghargaan itu dapat menjadi loyalitas karyawan yang semakin baik pula didalam suatu organisasi.</p>
2	<p>Nur Azmi/2015</p> <p>Pola Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Loyalitas Kerja Karyawan BP (Brand Presenter) Di PT.Budiman Niaga Pekanbaru /jurnal https://media.neliti.com Vol.2,No.2 oktober 2015</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Teori pola komunikasi</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola kepemimpinan adalah komunikasi yang dibuat struktural dan pola komunikasi kekeluargaan di mana pola komunikasi telah berjalan seperti yang di harapkan. Bentuk pola komunikasi mengarah pada kiat kepemimpinan dalam memperkuat kepemimpinan dan hubungan karyawan, penghargaan atau memberikan pengetahuan dan rasa aman bagi setiap karyawan.</p>

3	Riny Novira /2018 Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi, dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi kasus : PT.Hero Supermarket Tbk, Kantor Pusat) / skripsi https://studylibid.com	Deskriptif kuantitatif	Teori Regerasi Berganda	Hasil dari penelitian ini gaya kepemimpinan memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan PT Hero Supermarket Tbk, dengan sifat pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas karyawan.
4	Muhammad Wahyudi Kurnia/2018 Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan pada PT. Naga Mas Mutiara Makassar	Deskriptif Kuantitatif	Teori Pola Komunikasi Organisasi	Hasil dari penelitian ini adalah yang dilakukan pada hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi dan jenis penghargaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan PT. Naga Mas Mutiara Makassar.
5	Gusti Ayu Putu/2016 Peran Komunikasi Kepemimpinan dalam Menjaga Loyalitas Karyawan pada Titi Les Denpasar	Deskriptif Kualitatif	Teori Komunikasi Kepemimpinan (leadership communication)	Hasil dari penelitian ini adalah Komunikasi yang sering dilakukan antara kepemimpinan dan karyawan merupakan komunikasi tatap muka formal dan informal yang dimaksud untuk menjalin kedekatan antara pimpinan dan karyawan. Pemenuhan kebutuhan penerapan prinsip kepemimpinan sudah dilakukan dengan baik oleh pimpinan perusahaan.

Penelitian pertama oleh Muhammad wahyudi kurnia, mahasiswa jurusan manajemen, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, berjudul “ *Pengaruh*

Pola Komunikasi Organisasi dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT.Nagas Mutiara Makassar”.

Fokus penelitian ini adalah turunnya loyalitas karyawan yang dapat ikut dipengaruhi pada pola komunikasi organisasi dan jenis penghargaan secara bersama di dalam suatu perusahaan tersebut, cara penyampaian informasi itu kepada pihak atasan sering kali tidak sampai pada pihak bawahan karena ketidakaktifan para karyawan terhadap alur penyampaian pesan informasi yang didapat oleh perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa suatu pola komunikasi organisasi pada jenis penghargaan secara kebersamaan berpengaruh pada positif yang signifikan terhadap pada loyalitas karyawan PT.Nagamas Mutiara Makassar. Oleh sebab itu semakin lama semakin baik pula pola komunikasi suatu organisasi pada jenis penghargaan maka dari itu loyalitas karyawan akan semakin baik juga ddalam suatu organisasi.

Perbedaan antara peneliti yang peneliti lakukan terletak kepada metode penelitian. Penelitian diatas menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan yang peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan lainnya juga dapat dilihat pada objek yang akan ditelitinya. Penelitian diatas meneliti di PT.Nagas Mutiara Makassar, sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di pada Perusahaan CV.Lestari Motorindo Belitang.³

³e Jurnal.repository.un.alauddin.ac.id, Muhammad Wahyudi Kurnia, 2018, Pengaruh Pola Komunikasi dengan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT.Nagas Mutiara Makassar, Vol.30 No.1 diakses tanggal 17 Oktober 2019.

Penelitian kedua oleh Nur Azmi, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, Universitas Bina Widya Campus HR Subrantas. Berjudul “*Pola Komunikasi Pimpinan pada Loyalitas Karyawan (Brand Presenter) di PT.Budiman Niaga Pekanbaru*”.

fokus penelitian ini adalah rendahnya kenyamanan karyawan saat melaksanakan aktivitas produktivitas kerja karyawan didalam proses suatu pencapaian tujuan juga dapat tercipta pada faktor salah satunya yaitu tingkat dari kepuasan para kerja karyawan yang mampu meningkatkan suatu kinerja serta pada loyalitas karyawan disebuah perusahaan, pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal saja tetapi juga dalam tataran komunikasi organisasi.

Maka hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pola kepemimpinan adalah komunikasi dibuat struktual pada pola komunikasi kekeluargaan dimana pola komunikasi telah berjalan seperti yang diharapkan. Bentuk pola komunikasi mengarah pada kiat kepemimpinan dalam memperkuat kepemimpinan dan hubungan karyawan, penghargaan atau memberikan pengetahuan dan rasa aman bagi setiap karyawan.

Perbedaan yang dilakukan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan terletak kepada subjek penelitian tersebut. Penelitian diatas juga lebih menekankan pada *pola komunikasi organisasi*, sedangkan peneliti lebih mefokuskan pada *peran komunikasi organisasi*. Dari perbedaan lainnya terlihat dari objek yang akan diteliti. Penelitian diatas meneliti pada

PT.Budiman Niaga Pekanbaru, sedangkan penulis akan melakukan penelitian pada Perusahaan Lesatari Motorindo Belitang.⁴

Penelitian ketiga oleh Riny Novira, mahasiswa jurusan Ilmu Manajemen, Universitas Bina Nusantara, berjudul “*Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi, dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus: PT,Hero Supermarket Tbk, Kantor Pusat)*”.

Pada penelitian ini yang terdapat permasalahan dialami oleh karyawan PT.Hero Supermarket, dengan menurunnya loyalitas karyawan yang berpengaruh terhadap tercapainya suatu tujuan yang sudah ditetapkan di dalam perusahaan. Salah satu dari indikasinya terdapat pada tingkat *turn-over* karyawan yang meningkat setiap tahunnya, selain itu tingkat absensi karyawan izin, kemungkinan maupun keterlambatan mengalami peningkatan.

Hasil dari penelitian menunjukkan gaya kepemimpinan memiliki kontribusi yang positif dan signifikan kepada loyalitas karyawan di PT Hero Supermarket Tbk, dengan sifat yang sangat pengaruh kuat terhadap loyalitas karyawan nya dan semakin tinggi tingkat loyalitas karyawan akan semakin meningkat pula kinerja karyawan tersebut. Begitu juga dengan mensi lainnya semakin tinggi pada tingkat loyalitas karyawan maka dari itu karyawan akan semakin peduli pada perusahaan, merasa memiliki perusahaan , dan memiliki motivasi yang sangat tinggi.

⁴ eJurnal.<https://media.neliti.com>, Nur Azmi, 2015, Pola Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Loyalitas Kerja pada Karyawan (Brand Presenter) di PT.Budiman Niaga Pekanbaru, Vol. 2 No. 2 diakses tanggal 17 November 2019

Perbedaan diantara penelitian diatas dengan peneliti yang akan penulis lakukan terletak kepada metode penelitiannya. Peneliti diatas menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sedangkan yang peneliti akan lakukan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dari keduanya terlihat dari objek yang akan diteliti peneliti. Penelitian diatas meneliti di Hero Supermarket, sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang.⁵

Penelitian ke empat Muhammad Wahyudi, mahasiswa yang jurusan ilmu komunikasi, Universitas Binaa Nusantara, berjudul "*Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi dan jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Kryawan Pada PT. Naga Mas Mutiara Makassar*".

Pada penelitian ini berfokus pada permasalahan yang di alami oleh PT. Naga Mas Mutiaraa Makassar yang sangat lazim dihadapi pada perusahaan umumnya ketidak harmonisan hubungan di antara atasan kepada bawahan disebabkan karena hal lain karea kurang kepercayaan atasan kepada bawahan ataupun sebaliknya, tidak ada trasparansi dalam pengambilan suatu kebijakan, kurang ruang komunikasi yang tersedia dan sebagainya.

Hasil dari permasalahan ini menunjukkan adanya pola komunikasi dan organisasi pada jenis penghargaan secara bersama-sama dan berpengaruh positif signifikan terhadap pada loyalitas karyawan PT.Naga Mas Mutiara Makassar. Hal tersebut berarti semakin baik pula pola komunikasi organisasi dan jenis

⁵ Skripsi.<https://studylibid.com> Riny Novira, 2018, Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan dalam Komunikasi Organisasi dan pada Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus PT.Hero Supermarket Tbk)

penghargaan maka loyalitas pada karyawan juga semakin baik begitupun sebaliknya.

Perbedaan antara peneliti tersebut dengan peneliti yang akan penulis lakukan terletak pada sebuah metode peneliti. Peneliti di atas menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sedangkan pada peneliti ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pada perbedaan lainnya juga terlihat pada objek yang akan diteliti. Peneliti di atas meneliti di PT.Naga Mas Mutiara Makassa, sedangkan peneliti akan melakukan penelitian pada perusahaan Lestari Motorindo Belitang.⁶

Penelitian kelima oleh Gusti Ayu Putu, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, Universitas Udayana, berjudul *“Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Menjaga Loyalitas Karyawan Pada Titiles Denpasar”*.

penelitian ini fokus pada permasalahan yang di alami oleh par karyawan Titiles Denpasar, yaitu dari sumber daya manusianya menjadi hal sangat krusial, dimana selayak nya kebutuhan para karyawan di perhitungkan agar karyawan dapat memiliki tanggung jawab pada peran yang baik serta memiliki loyalitas desikasi yang sanat tinggi terhadap sebuah perusahaan.

Hasil dari permasalahan ini menunjukkan bahwa komunikasi ini sering di lakukan diantara pimpinan dan karyawan yang merupakan komunikasi tatap muka secara langsung, dialogue, formal dan informa, dimaksudkan untuk menjalin sebuah kedekatan anatar pimpinan kepada karywan. kebutuhan terhadap

⁶ eJurnal.<https://media.neliti.com>, Muhammad Wahyudi, 2018, Pengaruh Pola Koumnikasi Organisasi dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan di PT.Naga Mas Mutiara Makassar, Vol.2 No.2 diakses tanggal 27 juli 2020

penerapan prinsip kepemimpinan sudah sangat dilaksanakan dengan baik oleh pimpinan di perusahaan.

Perbedaan diantara peneliti tersebut pada peneliti yang akan penulis lakukan terletak pada metode penelitiannya. Peneliti diatas menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan yang akan peneliti gunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan lainnya juga terlihat pada objek yang akan dilaksanakan. Peneliti diatas meneliti pada perusahaan Tiles Denpasar, sedangkan yang akan dilakukan peneliti di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang.⁷

F. Kerangka Teori

1. Komunikasi Organisasi

Secara umum komunikasi organisasi berasal dari bahasa latin *communication in organizer* suatu sistem proses penyampian pesan atau informasi dari suatu pihak ke pihak yang lainnya dengan adanya pekerjaan komunikasi seseorang bisa bertukar pikiran yang bisa menambah wawasan seseorang dalam bekerja atau menjalani ke hidupan sehari-hari.⁸

Redding dan Sanbron menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang melalui informasi didalam suatu organisasi yang kompleks. termasuk dengan bidang ini juga adalah meliputi komunikasi internal, hubungan antar

⁷ eJurnal.<https://media.neliti.com>, Gusti Ayu Putu, 2016, Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Menjaga Loyalitas Karyawan Pada Tiles Denpasar, Vol. 3 No.3 diakses pada tanggal 27 juli 2020

⁸ Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta: PT.Pustaka Baru Press, Cet.Ke-1, h.83

manusia, dan hubungan persatuan di pengelola, pada komunikasi *downwar*, komunikasi *upward*, dan lain-lainnya.⁹

Goldhaber (1986) mengatakan bahwa dalam bukunya *Organizational Communication* memberikan defenisi komunikasi organisasi yakni: “*organizational communications is the process creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. dengan kata lain “komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah”.¹⁰

Dari tiga defenisi tentang sebuah komunikasi organisasi diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi pada organisasi merupakan salah satu sebuah organisasi baik itu secara formall maupun informall di dalam sebuah bentuk komunikasi yang sangat kompleks. Komunikasi tersebut dapat memiliki pengertian yang juga sama bagi para anggotanya organisasi juga dapat mewujudkan pada tujuan organisasi tersebut.

Komunikasii dilakukan karena setiap orang membutuhkan komunikasi dalam kehidupannya. Tanpa berkomunikasi, seseorang tidak dapat menjalani kehidupannya sebagaimana mestinya.

Bugin (2006) menyatakan, bahwa fungsii komunikasi di dalam komunikasi suatu organisasi sebagai berikut:

⁹ Arni Muhammad Nurdin. (2014). *Komunikasi organisasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, Cet. Ke-13, h.65

¹⁰ Ibid., h.67

a. Fungsi Informatif

Maksudnya dari fungsi informatif ini merupakan salah seluruh anggota didalam suatu organisasi dapat di memperoleh informasi yang lebih sangat tepat. Melalui informasi yang diperoleh, setiap anggota dapat melakukan tugas secara pasti. informasi yang di butuhkan oleh seluruh orang yang mampu mempunyai perbedaan itu kedudukan didalam suatu fungsi organisasi. Orang-orang yang di dalam tantangan membutuhkan informasi guna untuk membuat suatu kebijakan pada organisasi maupun mengatasi konflik yang ada di dalam suatu organisasi. Karyawan atau (bawahan) juga membutuhkan informasi guna untuk melaksanakan pekerjaannya.¹¹

b. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif juga berkaitan pada berbagai aturan yang perlu diikuti didalam suatu hubungan organisasi, ada dua sebab yang berpengaruh di dalam fungsiii regulative , yaitu: pertama, pimpinan atau orang yang berada di dalam tantangan pimpinan memiliki wewenang untuk mengendalikan seluruh informasi yang ada dilaksanakan. Mereka juga mempunyai wewenang yang untuk memberikan pengarahn atau instruksi sehingga di dalam strukturr organisasi memungkinkan mereka ditepatkan setiap lapisan atas upaya yang diperintahkan dan melaksanakan sesuai instruksi. Maka dari itu sikap pegawai untuk menjalankan perintah banyak bergantung pada:

¹¹ Erni Tisnawati Sule dan Donni Juni Priansa. (2018). *Kepemimpinan dan Perilaku Konsumen*, Bandung: PT Refika Aditama, Cet. Ke-1, h.270

- 1.) penyampaian pimpinan dalam menyampaikan suatu perintah
- 2.) Kemampuan pemimpin dalam memberi sanksinya
- 3.) Kepercayaan pegawai pada pimpinan sebagai salah satu seorang pimpinan sebagai secara pribadi
- 4.) kredibilitas pesan yang telah diterima pegawai.¹²

Yang kedua, berkaitan juga pada pesan. Berbagai pesann regulative pada dasarnya berorientasii kepada pekerjaan. Artinya, bawahan sangat membutuhkan kepastian dari peraturan yang telah dilakukan pekerjaan yang boleh dan tidak bolehnya untuk dilaksanakan.

c. Fungsi Persuasif

Mengatur suatu organisasi tidaklah cukup dengan mengandalkan pada kewenangan dan kekuasaannya. Adanya kenyataan tersebut, banyak seorang pimpinan yang lebih menyukai untuk mempersuasikan pegawainya pada memberikan perintah. Pekerjaan itu yang dilakukan secara sukarela akan tetapi lebih menghasilkan kepedulian yang sanagt besar dibandingkan dengan pimpinan yang memperlihatkan kakuasaan pada kewenangnya.¹³

d. Fungsi Integratif

Di setiap organisasi untuk menyediakan saluran yang sangat memungkinkan pegawai yang dapat dilakukan tugas dan pekerjaannya sangat baik. Ada dua alasan saluran pada komunikasi formal itu yang terjadi di dalam setiap pengorganisasi, seperti yang penerbitan khusus

¹² Ibid.

¹³ Ibid, h.271

di dalam suatu organisasi tersebut laporan kemajuan suatu organisasi. Hubungan komunikasi informasi, seperti di perbincangan diantar pribadi yang selama jam beristirahat kerja, kegiatan seperti pertandingan olahraga, ataupun kegiatan lainnya darmawisata.¹⁴

Komunikasi dalam suatu organisasi salah satu unsur pengikat bagian pesan yang dapat saling ketergantungan dalam saluran sistem tersebut dan tanpa adanya komunikasi maka tidak ada akan kegiatan saling terorganisasikan Menurut Bangun¹⁵, bentuk-bentuk pada komunikasi organisasi sebagai berikut:

a. Komunikasi Tertulis

Komunikasi tertulis salah satu proses penyampian informasi oleh komunikator dengan menggunakan berbagai tanda, simbol dan gambar. Informasi atau pesan yang ingin disampaikan tersebut dapat dicetak ataupun ditulis dengan tulis tangan.¹⁶

b. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang mengucapkan kata secara lisan ataupun secara langsung berbicara pada lawan bicaranya, komunikasi lisan sendiri biasanya dilakukan pada individu berhadapan secara langsung dengan berkomunikasi tatap muka langsung oleh penerima.¹⁷

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Bangun, Wilson. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Erlangga, cet. Ke-1, h.23

¹⁶ Ibid., h. 34

¹⁷ Ibid.

c. **Komunikasi Non-Verbal**

Komunikasi Non-Verbal adalah bentuk suatu komunikasi yang sangat mendasar di dalam komunikasi bisnis. Menurut teori antropologi ini sebelum digunakan manusia dengan menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakann-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body language*) sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain.¹⁸

d. **Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi pada Antarpribadi (*interpersonal Communications*) merupakan komunikasi yang dilaksanakan antara seseorang pada orang lain di dalam suatu kelompok masyarakat maupunn organisasi secara bisnis dan pada non bisnis, yang menggunakan media komunikasi itu tentu dapat membahasa yang mudah untuk dipahami secara (*informal*) untuk tercapainya suatu tujuan tersebut.¹⁹

e. **Komunikasi organisasional**

Pada komunikasi yang penting dapat dilakukan di dalam suatu organisasi, karena menyangkut apa yang akan penyampaian pesan diantara individu dan suatu kelompok tentang bagaimana cara pekerjaan didalam sebuah organisasi. Komunikasi organisasional adalah satu komunikasi yang berbeda antara unit dan grup organisasionalnya. Bentuk dari komunikasi organisasional ini adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi ke bawah

¹⁸ Popy Ruliana, Puji Lestari. (2019). *Teori Komunikasi*, Depok: PT.Raja Grafindo Persada, cet. Ke-1, h.198

¹⁹ Irwansyah. (2017). *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: PT.Mitra Wacana Media, h. 14

Komunikasi (*downward communication*) merupakan penyampaian suatu aliran informasi yang telah mengalir pada atasan dan kepada bawahan sesuai dengan garis komando di dalam sebuah organisasi. Komunikasi ini juga bertujuan agar setiap para pimpinan lebih lagi mudah dalam mengambil suatu keputusan. Informasi ini disampaikan pada atasan dan berupa suatu pengarahan dari pelaksanaan tugasnya, intruksi dalam pekerjaan, dan informasi kebijakan dari prosedur suatu pekerjaan, serta mengutamakan umpan balik terhadap bawahannya.

2. Komunikasi ke atas

Komunikasi keatas atau (*upward communication*) salah satu informasi yang berasal dari salah satu bawahan kepada atasan. Biasanya hal tersebut terjadi pada saat yang karyawan ingin menyampaikan usulan, pemikiran, keluhan, pengaduann, atau laporan. Apa yang telah disampaikan pada bawahan biasanya jadi sebuah pertukaran informasi yang sangat penting di dalam pengambilan suatu keputusan yang penting di perusahaan. Tetapi informasi itu tetap sangat perlu dicermati dan di validasinya agar kembali. Arah dari komunikasi harus tetap berjalan guna perputaran suatu informasi.

2. Loyalitas

a. Defenisi Loyalitas

Hasibuan (2001), mengatakan bahwa loyalitas itu suatu pekerjaan atau kesetiannya merupakan salah satu unsur dari yang mencakup kesetiannya pada pekerjaannya, jabatan pada organisasi. Kesetiaan itu dapat mencerminkan kesediaan para karyawan dalam menjaga dan membela suatu organisasi baik itu dalam maupun di luar pekerjaan orang yang sudah tidak bertanggung jawab.

Loyalitas pada karyawan didalam suatu organisasi sendiri mutlak memerlukan kesuksesan suatu organisasi itu sendiri. Menurut Reichheld, semakin tinggi pada loyalitas karyawan disuatu organisasi tersebut, maka pula semakin mudah bagi suatu organisasi itu untuk pencapaian tujuan-tujuannya organisasi yang sudah ditetapkan oleh pemiliknya pada organisasi yang sebelumnya.²⁰

b. Aspek-aspek Loyalitas Karyawan

Loyalitas kerja ini tidak terbentuk begitu saja di dalam sebuah perusahaan, tetapi ada aspek yang dapat di dalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja. Masing-masing dari aspek salah satu bagian manajemen di perusahaan yang terkait dengan seorang karyawan maupun diperusahaan. Aspek loyalitas kerja ini yang dapat

²⁰ eJurnal.<https://core.ac.uk>, Eddy M. Susanto, Roy Setiawan, Vanneciia Marchellee Soegandi, (2013), Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Kerjanya Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT.Surya Timur Sakti Jatim, Vol.1 No.1 diakses tanggal 29 Oktober 2019

pada individu dikemukakan oleh Siswanto²¹, menitik beratkan pada pelaksana kerja yang telah dilakukan karyawan diantara lain:

1.) Taat pada sebuah peraturan

Di setiap kebijakan yang telah diterapkan di dalam sebuah perusahaan dalam memperlancar pada pengaturan jalannya pelaksanaan suatu tugas oleh manajemen perusahaannya maka diatati dan dilakukan dengan baik.

2.) Pertanggung jawaban pada perusahaan

Karakteristik yang pekerja laksanakan tugas dan mempunyai konsekuensi sendiri dapat dibebankan oleh para karyawan. Kesanggupann karyawan itu untuk melaksanakan tugas yang sebaik mungkin dan menanggung setiap resikonya pada tugas yang memberikan tentang bagaimana keberanian dan kesadaran saat bertanggung jawab.

3.) Kemauan untuk bekerja sama

Bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara individual.

4.) Rasa memiliki

Rasa adanya ikut memiliki karyawan taat terhadap perusahaan akan membuat para karyawan memiliki sikap yang untuk ikut menjaga dan juga bertanggung jawab pada perusahaannya.

²¹ Ibid.,

5.) Hubungan diantar pribadi

Karyawan yang telah memiliki loyalitas pada pekerjaan tinggi mereka mempunyai perilaku fleksibel kearah tatacara hubungan diantara pribadi. Hubungan ini antar pribadinya yang juga meliputi hubungan yang sosial diantara seluruh karyawan, hubungan yang terjalin harmonis, dan pada situasi tempatnya bekerja.

6.) Kesukaan pada pekerjaannya

Perusahaan itu harus dapat menghadapi kenyataannya bahwa para karyawan disetiap hari dating untuk melakukan kerjasama sebagai manusia yang seutuhnya didalam hal melakukan apa saja pekerjaan yang akan dilakukan dengannya senang hati.

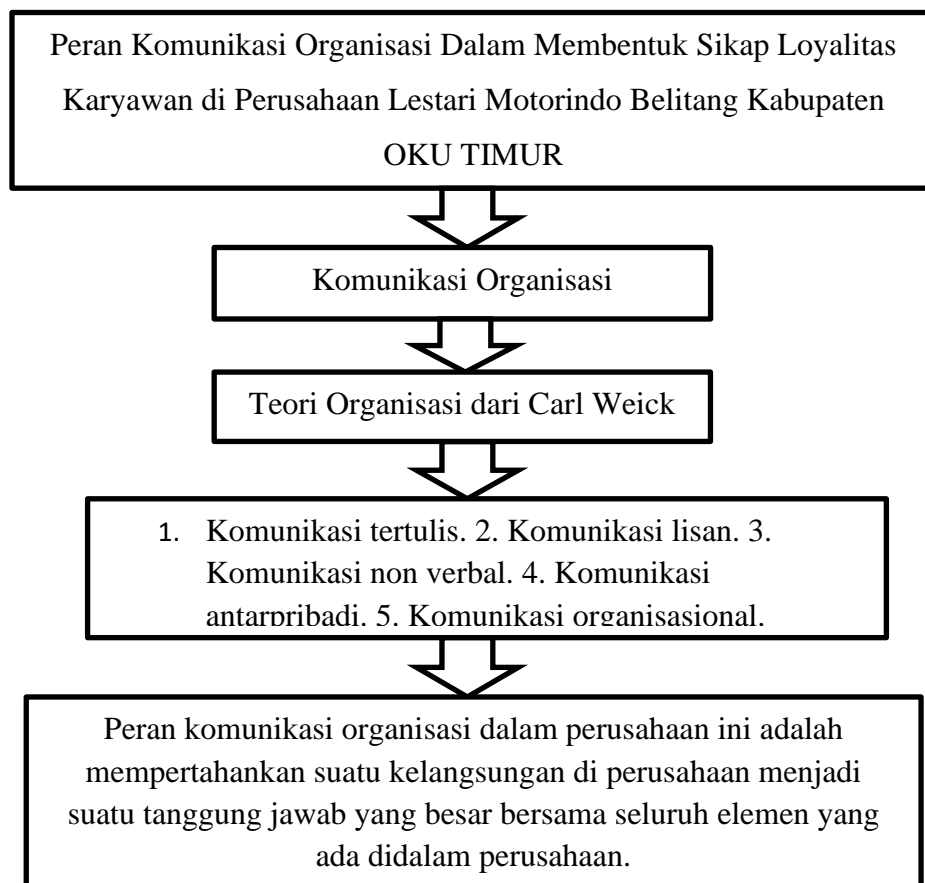
3. Teori Pengorganisasian

Komunikasi organisasi terdiri dari struktur yang ditandai oleh perilaku pengorganisasian. Pengorganisasian terdiri dari penyesuaian dengan suatu lingkungan yang diperankan, yaitu lingkungan yang berbentuk oleh tindakan-tindakan manusia yang saling tergantung. Pengorganisasian membantu mengurangi ketidakpastian tentang informasi yang diperoleh para anggota organisasi ketika mereka mencoba membuat keputusan untuk kelesamatan dan keberhasilan organisasi.

Maka penulis menggunakan Teori pengorganisasian dari Weick untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian, teori ini merupakan arti penting dalam bidang komunikasi, karena komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi.

menurut nya kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidak pastian dari informasi yang diterima dari lingkungan atau wilayah sekeliling. Ia menggunakan ketidak jelasan untuk mengatakan ketidak pastian, keracunan yang terjadi di dalam organisasi. Semua informasi dari lingkungan sedikit banyak sifatnya tidak jelas dan aktivitas pengorganisasian dirancang untuk mengurangi ketidak pastian dan ketidak jelasan yang terjadi.²² Berikut uraian kerangka berfikir :

Bagan 1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah Oleh Peneliti

²² Khomsahrial Romli,. (2016). *Komunikasi Organisasi* , Jakarta :PT. Raja Grafindo, Persada.

G. Metodologi Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Artinya penelitian akan melaksanakan penggambaran tentang bagaimana situasi dalam proses yang akan diteliti sedalam dalamnya, melalui cara pengumpulan data sedalam-dalamnya. peneliti tidak mengutamakan besarnya populasi yang akan diteliti namun yang lebih ditekankan ke dalam kualitas data tersebut. penggunaan pada metode ini penelitian menggunakan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menjelaskann bagaimana peran komunikasi organisasi dalam membentuk sikap loyalitas karyawan di perusahaan lestari motorindo belintang. Peneliti ingin mendapatkan berupa gambaran secara dalam tentang bagaimna hal ini mayoritas penelitian nya tentang loyalitas pada karyawan yang merupakan penelitian lakukan kualitatif, yang lebih mengutamakan banyaknya sumber data, bukan kedalaman data.²³

b. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data kualitatif

Salah satu pertimbangan yang dalam untuk memilih masalah adalah kesediaan sumber data peneliti mengambil data berupa kata-kata yang diambil dari hasil pengamatan situasi atau kejadian yang ada di perusahaan, data ini meliputi peran komunikasi organisasi terhadap

²³ Muri Yusuf. (2017). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Prenamedia, h. 329.

loyalitas karyawan di perusahaan lestari motorindo belitang kabupaten oku timur.

2. Sumber data

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pimpinan perusahaan Ardiansyah dan karyawan bagian sales, keuangan, servis, dan staf marketing pada Perusahaan Lestari Motorindo Belitang. Demi menjaga suatu data agar tidak keliru maka akan diperjelas dengan adanya data sekunder. Sumber primer lebih lengkap karena menyampaikan seperangkat temuan dalam bentuk yang tidak diringkas.²⁴

b. Sumber data sekunder

Data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Perusahaan Lestari Motorindo Belitang yang berupa data karyawan, struktur organisasi, buku yang berkaitan dengan penelitian, dokumen, laporan-laporan, serta data dari buku maupun internet.

c. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau di sebut pengamatan merupakan kegiatan yang berupa pengumpulan data dengan adanya melakukan setiap penelitian secara langsung terhadap bagaimnaa kondisi di lingkungan obyek penelitian yang akan mendukung suatu kegiatan penelitian, sehingga di

²⁴ Jocl J. Davis. (2015). Penelitian Periklanan Teori dan Praktik. Palembang : Grafika Telindo Pers. h.79

dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek yang penelitian tersebut.²⁵ Melalui teknik ini peneliti akan mengamati dan mengumpulkan data secara lebih detail. Instrument yang digunakan suatu lembar pengamatan, dan panduan pengamatan alat perekam. Cara nya kerja metode ini dengan observasi peneliti yang akan melakukan pengamatan langsung kepada objek yang dituju yaitu di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang, guna mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian lakukan.

2. Wawancara

Metode yang merupakan wawancara ini peneliti akan mengumpulkan suatu data dengan melakukan cara tatap muka secara langsung diantara orang yang bertugas dalam mengumpulkan data dengan orang yang menajadii sumber data nya atau obyek penelitian tersebut.²⁶ Wawancara ini yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan alat bantu lainnya, dan ditujukan kepada objek maupun subjek penelitian yaitu penjung perusahaan, serta pimpinan Ardiansyah dan karyawan bagian sales, keuangan, servis dan staf marketing di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang.

3. dokumentasi

Peneliti ini mengambil data yang diperoleh melalui dokumen peninggalan yang tertulis seperti susunan pengurus, dalam program

²⁵ Syofian Siregar. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Kencana, h.19.

²⁶ Ahmad Tanzen. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis* Yogyakarta: Teras, h.89

kerja, dan visi-misi, pada sejarah berdirinya sebuah perusahaan dan sebagainya.

d. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang, yang lokasinya bertempat di Jalan Karang Kemiri Belitang Bk 8 Ogan Komering Ulu Timur Provinsi Sumatera Selatan 32382.

e. Teknik Analisis Data

Penelitian akan mencari tau dan menyusun nya secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan di suatu lapangan, kategori menjabarkan ke dalam unit, dengan melakukan sintesis, menyusun dan memilih mana yang sangat penting dan yang akan di pelajari kemudian ditarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh dari diri sendiri dan orang lain.

H. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Untuk rencana selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini maka peneliti akan menggunakan Sistematika Penulisan Laporan yang akan dilakukan nantinya dalam penelitian ini yang terdiri dari beberapa bab. Dimana dalam masing-masing bab selanjutnya yang akan dibahas yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan secara rinci mengenai lokasi dari objek yang diteliti semisal nya gambaran umum mengenai komunikasi organisasi di Perusahaan Lestari Motorindo Belitang Kabupaten Oku Timur.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian bab di tulis berdasarkan atas data yang telah didapatkan kemudian dianalisis, sesuai hasil yang didapatkan, proses pemaksaan terhadap semua data tersebut dan itulah yang dapat harus dijelaskan.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan hasil dari semua pembahasan dari bab-bab sebelumnya.