

Pengaruh Komunikasi Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Pada PT Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara

Nur Aini Dewi^{1*}, Basyarul Ulya², Sri Ayla Siregar³, Junaidi Mustapa Harahap⁴

¹² Fakultas Ekonomi, Program Studi Ilmu Manajemen, Universitas Al Washliyah Labuhanbatu, Rantauprapat, Indonesia)

Email: ² ulyabasyarul@gmail.com, ³ aylasiregar92@gmail.com, ⁴ mustapajunaidi378@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada PT. Milano Kebun Marbau yang bergerak dibidang produksi kelapa sawit di Desa Perkebunan Milano Kecamatan Marbau Labuhanbatu Utara. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi kerja terhadap loyalitas kerja karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Milano Kebun Marbau yang berjumlah 198 orang. Sampel yang ditetapkan menurut pendekatan Arikunto sampel diambil sebesar 20% dari 198 karyawan yaitu 40 orang karyawan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t, dengan tingkat signifikansi (a) 5%. Penganalisaan data menggunakan *software* pengolahan data statistic yaitu SPSS 21.0 for windows. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinan. Berdasarkan hasil perhitungan didapat persamaan regresi adalah $Y = 6,633 + 0,814 X$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,558. Artinya 55,8% variasi variabel dependen (loyalitas kerja) dijelaskan oleh variabel independen (komunikasi kerja) dan sisanya 44,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model estimasi. Untuk perhitungan dengan uji t didapat bahwa komunikasi kerja memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,920 lebih besar dibandingkan t_{tabel} -1,686 ($t_{hitung} > t_{tabel}$: 6,920 > -1,686) dengan demikian H_a diterima sedangkan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi kerja berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0,05$ terhadap loyalitas kerja karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau.

Kata Kunci : Komunikasi Kerja, Loyalitas Kerja dan PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara

Abstract

This research was conducted at PT. Milano Kebun Marbau which is engaged in oil palm production in Milano Plantation Village, Marbau Labuhanbatu Utara District. The research objective was to determine the effect of work communication on employee job loyalty at PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara. The population in this study were all employees of PT. Milano Kebun Marbau, totaling 198 people. The sample is determined according to the Arikunto approach, the sample is taken by 20% of 198 employees, namely 40 employees. Hypothesis testing is done using the t test, with a significance level of (a) 5%. Analyzing data using statistical data processing software, namely SPSS 21.0 for windows. The data analysis technique in this research is descriptive analysis, simple linear regression analysis, t test and the coefficient of determination. Based on the calculation results, the regression equation is $Y = 6.633 + 0.814 X$. The coefficient of determination is 0.558. This means that 55.8% of the variation in the dependent variable (job loyalty) is explained by the independent variable (work communication) and the remaining 44.2% is explained by other variables not included in the estimation model. For calculations with the t test, it is found that work communication has a value of tcount of 6.920, greater than ttable -1.686 (tcount > ttable: 6.920 > -1.686), thus H_a is accepted while H_0 is rejected. So it can be concluded that the work communication variable has a significant effect on $\alpha = 0.05$ on employee job loyalty at PT. Milano Kebun Marbau.

Keywords: Work Communication, Job Loyalty and PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara

1. PENDAHULUAN

Perusahaan adalah salah satu organisasi yang bertujuan untuk meraih laba sebesar mungkin dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada. Dalam mengolah faktor-faktor produksi, dibutuhkan keahlian bagi para pemimpin untuk meningkatkan kualitas karyawan agar dapat dimanfaatkan secara efisien dan efektif.

Pemimpin dan karyawan merupakan elemen penting dalam perusahaan yang memiliki peran penting dalam menjalankan sebuah perusahaan. Dewasa ini perkembangan bisnis yang semakin pesat dan tingkat persaingan yang semakin tajam membuat perusahaan harus meningkatkan dan mengembangkan *performancenya* disemua bidang dan tentunya perusahaan harus benar-benar memperhatikan tenaga kerjanya, agar tenaga kerja menjadi loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas kerja karyawan dibutuhkan oleh setiap perusahaan, namun loyalitas karyawan tidak muncul dengan sendirinya tetapi diperlukan peran pemimpin dan pengendali manajemen yang baik untuk menciptakan loyalitas kerja karyawan. Di dalam perusahaan membutuhkan karyawan yang memiliki loyalitas tinggi, karena

dengan adanya loyalitas yang tinggi dari karyawan maka karyawan dapat bekerja sesuai dengan standar yang diberikan perusahaan dan dapat meningkatkan kualitas kerja.

Loyalitas kerja karyawan terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melanggengkan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Loyalitas karyawan akan tercipta bila komunikasi dapat diterima oleh karyawan.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Kegiatan komunikasi terjadi mulai dari pimpinan kepada karyawannya, kepala staf atau bidang kepada bawahannya serta antara sesama karyawan membentuk suatu garis hubungan diantara pemberi pesan dan penerima pesan. Komunikasi memegang peranan penting dalam menjalin hubungan kerja, baik hubungan antara karyawan maupun antara pemimpin dan karyawan. Apabila atasan memberikan tugas kepada karyawan dengan metode komunikasi yang baik, maka karyawan akan lebih mudah untuk mengerti segala yang dimaksud oleh atasannya sehingga karyawan lebih bersemangat dalam mengerjakan tugas tersebut.

Bagi karyawan adanya komunikasi yang terbuka dapat memberikan kesempatan bagi karyawan untuk memberikan masukan bagi perusahaan, merasa terlibat pekerjaan, dan semakin senang dalam melaksanakan tugasnya. Hal tersebut akan memberikan kepuasan bagi kedua belah pihak, sehingga tercipta hubungan kerja yang baik.

PT. Milano Kebun Marbau adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi kelapa sawit yang berlokasi di Desa Perkebunan Milano Kecamatan Marbau Kabupaten Labuhanbatu Utara yang berdiri pada tahun 1953. Di dalam perusahaan sangat dibutuhkan karyawan yang memiliki loyalitas tinggi karena dengan adanya loyalitas yang tinggi dari karyawan maka karyawan dapat bekerja sesuai dengan standar yang diberikan perusahaan dan dapat meningkatkan kualitas kerja.

Fenomena menunjukkan bahwa masih ada karyawan yang menyelesaikan tugas tidak tepat waktu hal ini menunjukkan ketidakpatuhan karyawan terhadap peraturan perusahaan. Dan juga adanya rasa ketidakpuasan karyawan karena kurangnya pemahaman komunikasi saat pimpinan memberikan informasi seperti halnya pada saat memberikan perintah maupun intruksi, karyawan kurang memahami apa yang disampaikan pimpinan sehingga terjadi hambatan dalam melakukan pekerjaan.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Loyalitas Kerja Karyawan

2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Kerja Karyawan

Menurut Kasmir (2018:192) Loyalitas merupakan kesetiaan karyawan untuk tetap bekerja dan membela perusahaan dimana tempatnya bekerja. Kesetiaan ini ditunjukkan dengan terus bekerja sungguh-sungguh sekalipun perusahaannya dalam kondisi yang kurang baik. Karyawan yang setia juga dapat dikatakan karyawan tidak membocorkan apa yang menjadi rahasia perusahaannya kepada pihak lain. Karyawan yang setia atau loyal tentu akan dapat mempertahankan ritme kerja, tanpa tergantung oleh godaan dari pihak pesaing. Loyalitas akan terus membangun agar terus berkarya menjadi lebih baik dengan merasa bahwa perusahaan seperti miliknya sendiri.

Loyalitas merupakan sikap kesetiaan yang ditunjukkan oleh seseorang melalui pelayanan maupun tanggung jawab dengan perilaku terbaik. Dalam melaksanakan kegiatan kerja karyawan tidak akan terlepas dari loyalitas dan sikap kerja, sehingga dengan demikian karyawan tersebut akan selalu melaksanakan pekerjaan dengan baik. Karyawan merasakan adanya kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan (Soegandi et al, 2013:3).

Loyalitas para karyawan dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri. Semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi. Sedangkan sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas karyawannya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi (Soegandi et al, 2013:3).

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Kerja Karyawan

Loyalitas kerja karyawan akan tercipta apabila kebutuhan dan keinginan karyawan tercukupi, sehingga para karyawan betah bekerja pada perusahaan tempat mereka bekerja.

Kusumo menyatakan bahwa timbulnya loyalitas kerja dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu :

- a. Karakteristik pribadi yang meliputi usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, prestasi yang dimiliki, ras, dan beberapa sifat kepribadian.
- b. Karakteristik pekerjaan yang berupa tantangan kerja, *job stress*, kesempatan berinteraksi sosial, *job enrichment*, identifikasi tugas, umpan balik tugas, dan kecocokan tugas.

- c. Karakteristik desain perusahaan, menyangkut pada intern perusahaan itu yang dapat dilihat dari desentralisasi, tingkat formalisasi, tingkat keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, paling tidak telah menunjukkan berbagai tingkat asosiasi dengan tanggung jawab perusahaan, ketergantungan fungsional maupun fungsi kontrol perusahaan.
- d. Pengalaman yang diperoleh dalam pekerjaan, meliputi sikap positif terhadap perusahaan, rasa percaya pada sikap positif terhadap perusahaan, dan rasa aman (dalam Soegandi *et al*, 2013:3).

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diuraikan diatas dapat dilihat bahwa masing-masing faktor memiliki dampak tersendiri bagi perusahaan, sehingga apa yang diharapkan oleh perusahaan baru dapat terpenuhi oleh karyawan yang memiliki karakteristik seperti yang diharapkan oleh perusahaan dan perusahaan sendiri telah mampu memenuhi harapan-harapan karyawannya. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas tersebut meliputi: adanya fasilitas-fasilitas kerja, tunjangan kesejahteraan, suasana kerja upah yang diterima, karakteristik pribadi individu atau karyawan, karakteristik pekerjaan, karakteristik desain perusahaan dan pengalaman yang diperoleh selama karyawan menekuni pekerjaan itu (Soegandi *et al*, 2013:4).

2.1.1.3 Indikator – Indikator Loyalitas Kerja

Menurut Saydam loyalitas memiliki beberapa unsur- unsur sebagai berikut :

- a. Ketaatan/ Kepatuhan
Yaitu kesanggupan seorang karyawan untuk mentaati segala peraturan kedinasan yang berlaku dan mentaati perintah dinas yang diberikan atasan yang berwenang, serta sanggup tidak melanggar larangan yang ditentukan.
Ciri-ciri ketaatan adalah :
 - Mentaati segala peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku.
 - Mentaati perintah kedinasan yang diberikan atasan yang berwenang dengan baik.
 - Selalu mentaati jam kerja yang sudah ditentukan.
 - Selalu memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya.
- b. Tanggung Jawab
Yaitu kesanggupan seorang karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan baik, tepat waktu, serta berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan.
Ciri-ciri tanggung jawab tersebut adalah :
 - Dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat waktu.
 - Selalu menyimpan atau memelihara barang-barang dinas dengan sebaiknya.
 - Mengutamakan kepentingan dinas dari kepentingan golongan.
 - Tidak pernah berusaha melemparkan kesalahan yang dibuatnya kepada orang lain.
- c. Pengabdian
Yaitu sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas kepada perusahaan.
- d. Kejujuran
Seorang karyawan yang jujur memiliki ciri-ciri sebagai berikut :
 - Selalu melaksanakan tugas dengan penuh keikhlasan tanpa merasa dipaksa.
 - Tidak menyalahgunakan wewenang yang ada padanya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas memiliki indikator-indikator sebagai berikut :

1. Ketaatan
2. Rasa tanggung jawab
3. Pengabdian
4. Kejujuran (dalam Purnamasari, 2013:33-35)

2.1.1.4 Aspek-Aspek Loyalitas Kerja Karyawan

Menurut Soegandhi *et al* (2013:3) Loyalitas kerja karyawan dalam perusahaan tidak terbentuk begitu saja, namun ada aspek-aspek didalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja karyawan. Aspek-aspek karyawan yang terdapat dalam individu yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain:

- a. Taat pada peraturan
Setiap kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen perusahaan ditaati dan dilaksanakan dengan baik. Keadaan ini akan menimbulkan kedisiplinan yang menguntungkan organisasi baik internal maupun eksternal.

- b. Tanggung jawab pada perusahaan
Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan karyawan. Kesanggupan karyawan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesadaran bertanggung jawab terhadap resiko atas apa yang telah dilakukan.
- c. 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.
- d. Rasa memiliki
Adanya rasa ikut memiliki karyawan terhadap perusahaan akan membuat karyawan memiliki sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung jawab terhadap perusahaan sehingga pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas demi tercapainya tujuan perusahaan.
- e. Hubungan antar pribadi
Karyawan yang mempunyai loyalitas kerja tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel kearah tata hubungan antara pribadi. Hubungan antar pribadi ini meliputi: hubungan sosial diantara karyawan, hubungan yang harmonis antara atasan dan karyawan, situasi kerja, dan sugesti dari teman kerja.
- f. Kesukaan terhadap pekerjaan
Perusahaan harus dapat menghadapi kenyataan bahwa karyawannya tiap hari datang untuk bekerja sama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati sebagai indikatornya bisa dilihat dari: keunggulan karyawan dalam bekerja, karyawan tidak pernah menuntut apa yang diterimanya diluar gaji pokok.

Apabila karyawan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap perusahaan, taat pada segala peraturan yang ada pada perusahaan, dorongan yang tinggi untuk tetap menjadi anggota perusahaan, dan memiliki sikap kerja yang positif pada perusahaan maka karyawan tersebut akan memiliki loyalitas kerja yang tinggi sesuai dengan harapan perusahaan.

2.1.2 Komunikasi Kerja

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Busro (2018:207) komunikasi adalah pertukaran informasi atau pesan secara dua arah antara komunikator dan komunikan, baik langsung maupun tidak langsung, baik dengan menggunakan maupun tidak menggunakan media. Pengertian komunikasi ini mempunyai beberapa aspek, yaitu :

- a. Informasi atau pesan yang akan disampaikan;
- b. Ada dua orang atau lebih (komunikator dan komunikan);
- c. Bisa bersifat langsung maupun tidak langsung; dan
- d. Bisa menggunakan media atau tidak.

Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan atau informasi, adapun komunikan adalah orang yang menerima pesan atau informasi. Didalam pertukaran informasi/ pesan bisa dilakukan oleh dua orang atau lebih, bisa langsung dan tidak langsung, bisa menggunakan media, juga bisa dilakukan tanpa menggunakan media komunikasi.

Menurut Rusdiana dan Ghazin (2014:197) Komunikasi diartikan sebagai proses pemindahan dalam gagasan atau informasi seseorang ke orang lain. Komunikasi mempunyai pengertian tidak hanya berupa kata-kata yang disampaikan seseorang, tetapi mempunyai pengertian yang lebih luas, seperti ekspresi wajah, intonasi dan sebagainya.

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengetahuan tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vocal dan sebagainya (Handoko,2013:270).

Menurut Mangkunegara (2017:145) komunikasi dapat diartikan sebagai proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud.

Menurut Bangun (2012:361) komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian informasi dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*) dengan menggunakan berbagai media yang efektif sehingga pesan tersebut dapat dengan jelas dan mudah dipahami oleh penerima pesan tersebut.

Menurut Marwansyah (2016:321) komunikasi adalah pemindahan dan pemahaman makna, pertukaran pesan antar-manusia dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang sama serta proses yang digunakan untuk mendapatkan makna atau pemahaman melalui pemindahan pesan-pesan simbolik.

Menurut Thoha (2011:167) komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seseorang ke orang lain.

Menurut Rusdiana (2014:314) Komunikasi adalah proses berbagai informasi dengan individu-individu lainnya. Informasi merupakan suatu pikiran atau gagasan yang hendak diberikan kepada individu lainnya.

Menurut Terry dan Rue (2014:207) Berkomunikasi adalah lebih daripada mengatakan atau menuliskan. Ia juga mencakup pengertian. Tidak ada komunikasi, jikalau anda tidak di mengerti dan ketiadaan pengertian ini merupakan kesulitan terbesar yang ditemukan dalam komunikasi.

Sedangkan menurut Rogers dan Kincaid mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (dalam Cangara, 2011:20)

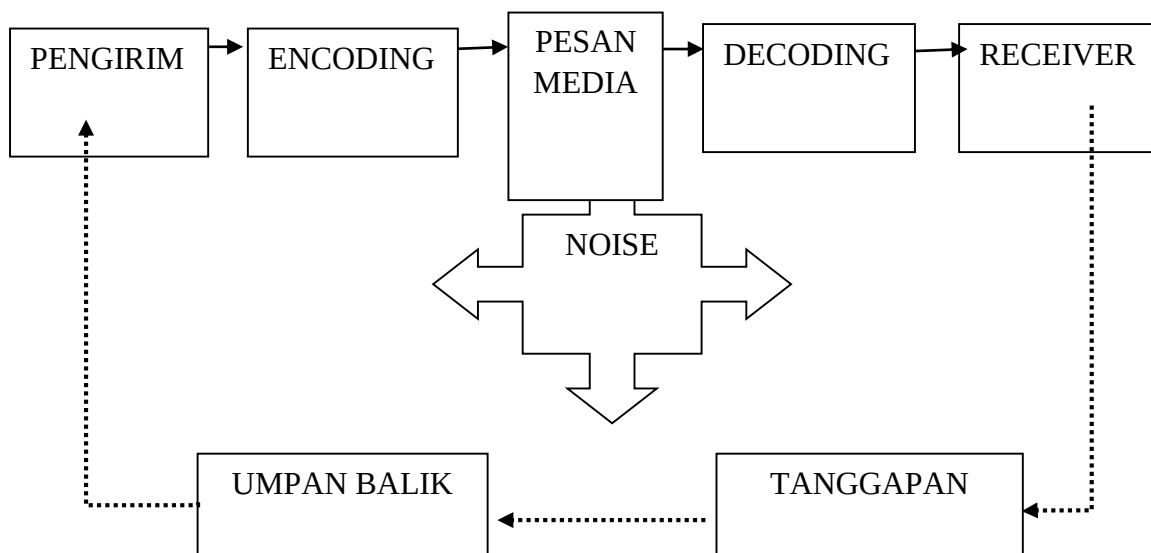
2.1.2.2 Proses Komunikasi

Untuk memahami proses komunikasi dapat dilihat dari unsur-unsur formula Lasswell dalam Hamali (2018:226) yaitu :

- *Who* : siapa pengirimnya/ komunikator.
- *Say what* : apa yang dikatakan atau dikirimkan/pesan.
- *In which channel* :saluran komunikasi apa yang digunakan/media.
- *To whom* : ditujukan untuk siapa/ kmunikasi.
- *With what effect* : apa akibat yang akan ditimbulkann/ efek.

Dalam proses komunikasi, kewajiban komunikator adalah mengusahakan agar pesan-pesannya dapat diterima oleh komunikan sesuai dengan kehendak pengirim. Model proses komunikasi secara umum dapat memberikan gambaran kepada pengelola organisasi bagaimana memengaruhi atau mengubah sikap anggota/ stakeholder melalui desain dan implementasi komunikasi. Model komunikasi menurut Kotler dalam Hamali (2018:227) digambarkan pada bagan 2.1 berikut :

Gambar 2.1 Proses Komunikasi



Sumber: Hamali (2018:227)

a. Pengirim (*Sender*)

Pengirim atau komunikator adalah orang yang berinisiatif dan menyiapkan pesan untuk disampaikan. Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, organisasi dan sebagainya. Variabel yang terlibat berkenaan dengan keterampilan komunikasi, perhatian dan pengalaman, sikap mental, serta persepsi. Seorang komunikator dituntut memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya, memiliki keterampilan berkomunikasi, mempunyai pengetahuan yang luas dan memiliki daya tarik dalam arti memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap/ pikiran pada diri komunikan.

Penerima merupakan pihak yang diharapkan mengerti pesan yang disampaikan oleh pengirim. Penerima terdiri atas beberapa orang, seperti manajer mengirimkan memo ke beberapa karyawan sekaligus. Jika pengirim pesan ingin membuat komunikasi yang efektif, penerima merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan.

b. Encoding

Encoding adalah proses penerjemahan informasi ke dalam simbol-simbol tertentu yang akan disampaikan kepada penerima informasi. *Encoding* dilakukan secara relatif otomatis dalam komunikasi lisan sehari-hari. *Encoding* menerjemahkan informasi ke dalam simbol-simbol yang akan dipahami bersama oleh pengirim dan penerima. Jika pengirim dan penerima mempunyai pemahaman yang berbeda terhadap simbol tertentu, komunikasi tidak akan efektif.

c. Pesan (*Message*)

Pesan merupakan bentuk fisik hasil proses *encoding*. Kata merupakan pesan dalam komunikasi lisan, sedangkan tulisan merupakan pesan dalam komunikasi tertulis. Pesan sering kali juga disampaikan dengan gerakan tubuh, raut wajah, atau cara berbicara. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa berupa informasi, ide, pikiran, atau perasaan. Pikiran bisa berupa gagasan, ide, opini dan perasaan bisa berupa keyakinan, perhatian, reaksi, kemarahan, keragu-raguan dan sifat-sifat emosional lainnya.

Pesan dilihat dari jenisnya bisa verbal maupun non-verbal. Pesan verbal mencakup bahasa lisan dan bahasa tulisan. Jenis nonverbal dapat dikelompokkan ke dalam tiga jenis. Pertama, wilayah pribadi berupa ruang dan jarak yang berkaitan dengan status, fungsi dan kedudukan seseorang. Kedua, bahasa tubuh, berkenaan dengan gerakan badan seperti tangan, kaki, isyarat kepala, mimik wajah, dan kedipan mata. Ketiga, tata krama, berkenaan dengan sikap, penampilan, dan sopan santun seseorang pada saat melakukan komunikasi.

d. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan metode penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Jika komunikasi lisan maka udara atau alat penyampaian pesan merupakan media komunikasi, dan jika komunikasi tertulis, maka kertas dan pensil merupakan media komunikasi kata.

e. Decoding

Decoding merupakan proses dimana penerima menerjemahkan atau mengartikan pesan yang diterima. Penerima akan memahami dan kemudian mengartikan pesan tersebut.

Proses *decoding* dipengaruhi oleh banyak hal seperti latar belakang penerima, pengharapan penerima, dan kesamaan arti dengan pengirim dalam menerjemahkan simbol-simbol yang diterima. Jika proses *decoding* semakin mendekati apa yang dimaksud pengirim, maka komunikasi semakin efektif.

f. Penerima (*Receiver*)

Penerima merupakan pihak yang menerima dan diharapkan mengerti pesan yang disampaikan oleh pengirim. Penerima dapat terdiri atas beberapa orang.

g. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik adalah reaksi pihak penerima terhadap komunikasi yang dikirimkan oleh pengirim. Umpan balik dengan demikian merupakan kebalikan dari proses komunikasi dan dapat dipandang sebagai proses komunikasi yang baru yaitu penerima berubah menjadi pengirim dan pengirim berubah menjadi penerima. Umpan balik merupakan pelengkap dalam proses komunikasi.

2.1.2.3 Hambatan-hambatan dalam Komunikasi

Menurut Marwansyah (2016:324) hambatan-hambatan dalam komunikasi adalah sebagai berikut :

a. Hambatan Individual

Hambatan individual terjadi karena adanya perbedaan antara individu, seperti perbedaan pengamatan, pola pikir, usia, emosi, kemampuan, status, atau hambatan psikologis.

b. Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis terjadi karena adanya hambatan pada :

1. Struktur organisasi, misalnya struktur organisasi tidak teratur, pembagian tugasnya tidak jelas
2. Materi komunikasi, misalnya penyampaian materi tidak jelas karena struktur kalimat kurang baik, terlalu panjang, istilah yang digunakan tidak tepat, dan sebagainya.

c. Hambatan Fisik

Hambatan fisik terjadi karena pemilihan media/alat komunikasi yang tidak tepat atau alatnya rusak, jarak yang terlalu jauh antara pengirim dan penerima, serta kondisi lingkungan, misalnya suara bising atau gaduh.

- d. Hambatan Semantik
Hambatan semantik terjadi karena sebuah kata yang memiliki arti yang berbeda-beda (lebih dari satu arti), sehingga menimbulkan interpretasi yang berbeda pula.

2.1.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi

Menurut Mangkunegara (2017:148-150) ada dua tinjauan faktor faktor yang memengaruhi komunikasi yaitu faktor dari pihak *sender* atau disebut pula komunikator, dan faktor dari pihak *receiver* atau komunikan.

- a. Faktor dari pihak *sender* atau disebut pula komunikator, yaitu keterampilan, sikap, pengetahuan *sender*, media saluran yang digunakan.
 - 1. Keterampilan *sender*
Sender sebagai pengirim informasi, ide, berita, pesan perlu menguasai cara-cara penyampaian pikiran baik secara tertulis maupun lisan.
 - 2. Sikap *sender*
Sikap *sender* sangat berpengaruh pada *receiver*. *Sender* yang bersikap angkuh terhadap *receiver* dapat mengakibatkan informasi atau pesan yang diberikan menjadi ditolak oleh *receiver*. Sikap *sender* yang ragu-ragu juga dapat mengakibatkan *receiver* menjadi tidak percaya terhadap informasi atau pesan yang disampaikan. *Sender* harus mampu bersikap meyakinkan terhadap pesan yang diberikan kepadanya.
 - 3. Pengetahuan *sender*
Sender yang mempunyai pengetahuan luas dan menguasai materi yang disampaikan akan dapat menginformasikan kepada *receiver* se jelas mungkin, sehingga *receiver* akan lebih mudah mengerti pesan yang disampaikan oleh *sender*.
 - 4. Media saluran yang digunakan oleh *sender*
Media atau saluran komunikasi sangat membantu dalam penyampaian ide, informasi atau pesan kepada *receiver*. *Sender* perlu menggunakan media saluran komunikasi yang sesuai dan menarik perhatian *receiver*.
- b. Faktor dari pihak *receiver*, yaitu keterampilan *receiver*, sikap *receiver*, pengetahuan *receiver*, dan media saluran komunikasi.
 - 1. Keterampilan *receiver*
Keterampilan *receiver* dalam mendengar dan membaca pesan sangat penting. Pesan yang diberikan oleh *sender* akan dapat dimengerti dengan baik, jika *receiver* mempunyai keterampilan mendengar dan membaca.
 - 2. Sikap *receiver*
Sikap *receiver* terhadap *sender* sangat memengaruhi efektif tidaknya komunikasi. Contohnya, sikap *receiver* yang apriori, meremehkan, buruk sangka terhadap *sender*, maka komunikasi menjadi tidak efektif dan pesan menjadi tidak berarti bagi *receiver*.
 - 3. Pengetahuan *receiver*
Pengetahuan *receiver* sangat berpengaruh pula dalam komunikasi. *Receiver* yang mempunyai pengetahuan yang luas akan lebih mudah dalam menginterpretasikan ide atau pesan yang diterimanya dari *sender*. Jika pengetahuan *receiver* kurang luas sangat memungkinkan pesan yang diterimanya menjadi kurang jelas atau kurang dapat dimengerti oleh *receiver*.
 - 4. Media saluran komunikasi
Media saluran komunikasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam penerimaan ide atau pesan. Media saluran komunikasi berupa alat indera yang ada pada *receiver* sangat menentukan apakah pesan dapat diterima atau tidak untuknya. Jika alat indera *receiver* terganggu maka pesan yang diberikan oleh *sender* dapat menjadi kurang jelas bagi *receiver*.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Menurut Marwansyah (2016:321-322) komunikasi dapat menjalankan beberapa fungsi berikut ini:

- a. Fungsi Informasi
Komunikasi memungkinkan penyampaian informasi, petunjuk atau pedoman yang diperlukan orang-orang di dalam sebuah organisasi untuk menjalankan tugas-tugas mereka.
- b. Fungsi Perintah dan Instruksi
Fungsi ini tampak dalam komunikasi vertikal antara atasan dan bawahan. Bawahan sebagai penerima pesan, menerima instruksi sehingga ia dapat bekerja dengan baik.
- c. Fungsi Pengaruh Dan Persuasi Atau Motivasi

Komunikasi menumbuhkan motivasi dengan cara menjelaskan kepada karyawan apa yang harus dilakukan, bagaimana prestasi mereka, dan apa yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kinerja. Selain itu, melalui komunikasi perilaku karyawan bisa dipengaruhi atau diubah.

d. Fungsi Integrasi

Komunikasi memungkinkan terciptanya kerja sama yang harmonis antara atasan-bawahan dan antar-bawahan.

e. Fungsi Pengungkapan Emosi

Bagi karyawan pada umumnya, kelompok kerja merupakan sumber interaksi sosial yang utama. Komunikasi yang terjadi dalam kelompok adalah sebuah mekanisme pokok yang digunakan oleh anggota untuk menunjukkan sikap frustrasi dan rasa puas mereka. Oleh karena itu, komunikasi menyediakan saluran bagi pengungkapan emosi dan bagi pemenuhan kebutuhan sosial karyawan

2. PEMBAHASAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini berada pada PT Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara yang beralamat di Desa Perkebunan Milano Kecamatan Marbau Labuhanbatu Utara Sumatera Utara.

3.1.1 Waktu Penelitian

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini peneliti melakukan penelitian mulai April s/d Desember 2018 yang disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

	Kegiatan	Bulan							
	Pengajuan Judul								
	Penyusunan proposal								
	Bimbingan Proposal								
	Seminar Proposal								
	Riset								
	Penyusunan Skripsi								
	Bimbingan Skripsi								
	Sidang Meja Hijau								

Sumber : Hasil Penelitian (Data diolah: 2018)

3.2 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Prasetyo dan Jannah (2013:119) Populasi adalah keseluruhan gejala/ satuan yang ingin diteliti.

Menurut Sugiyono (2016:115) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan PT. Milano Kebun Marbau yang berjumlah sebanyak 198 karyawan.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi

Menurut Arikunto (2010:174) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Dalam suatu penelitian, apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik di ambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlahnya lebih dari 100 orang maka dapat di ambil antara 10 % sampai dengan 15 % atau 20% sampai dengan 25% atau lebih.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dalam penelitian ini ditetapkan sampel sebesar 20% dari 198 karyawan yaitu 40 orang karyawan.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini termasuk kedalam *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2016:118).

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:13).

Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk mengungkap tentang hubungan antara X terhadap Y atau Pengaruh Komunikasi Kerja terhadap Loyalitas Kerja Karyawan. Adapun variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat, dan variabel bebas dan terikat tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (Indpenden) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Dependen). Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Komunikasi Kerja (X).
- b. Variabel Terikat (Dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Loyalitas Kerja Karyawan (Y).

3.3.2 Sumber Data

Menurut Arikunto (2010:172) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

Menurut Sugiyono (2010:225) bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:401) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu skala Likert.

Tabel 3.2

Instrument Skala Liter

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2016:132)

Untuk memperoleh data mengenai masalah yang akan diteliti, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan /pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2016:199).

3.4.2 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2016:203)

3.4.3 Studi Kepustakaan

Menurut Zed (2014:3) studi pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari berbagai literatur, buku-buku, majalah ilmiah lainnya dan artikel-artikel yang ada hubungannya dengan penulisan penelitian ini. Data yang diperoleh melalui penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang berisikan informasi teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

3.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Azwar (2017:10) Validitas adalah pertimbangan yang paling utama dalam mengevaluasi kualitas tes sebagai instrument ukur. Konsep validitas mengacu kepada kelayakan, kebermanfaatan, dan kebermanfaatan inferensi tertentu yang dapat dibuat berdasarkan skor hasil tes yang bersangkutan.

Menurut Sugiyono (2016:455) Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Untuk mengetahui besarnya korelasi antara variabel X dan Variabel Y maka digunakan rumus korelasi Product-Moment (Arikunto 2010:213):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} : Koefisien Korelasi Product Moment

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

N : Jumlah Sampel

Hasil perhitungan korelasi (r) atau *corrected item-total correlation* selanjutnya dibandingkan dengan r_{kritis} atau $r_{(\alpha, n-2)}$, dimana α ditetapkan 5% dan n adalah jumlah responden. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Stainback menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (dalam Sugiyono, 2016:456)

Menurut Azwar (2017:7) reliabilitas merupakan penerjemahan dari *reliability*. Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun istilah reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti konsistensi, keterandalan, kepercayaan, kestabilan, keajegan, dan sebagainya, namun gagasan pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya.

Untuk menghitung reliabilitas maka digunakan rumus Alpha (dalam Arikunto 2010:239):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} : Reabilitas Instrumen

k : Banyak Butir Pertanyaan atau Banyaknya Soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah Varian Butir

σ_t^2 : Varians Total

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:206) Teknik analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Maka teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah :

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2016:270) analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Menurut Priyatno (2012:117) analisis regresi linear sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dengan menggunakan variabel independen.

Adapun persamaan regresi untuk regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Kerja Karyawan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Komunikasi

3.6.3 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t):

Menurut Priyatno (2012:125) menyatakan bahwa uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

$$H_0 : \mu = 0$$

Artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : \mu \neq 0$$

Artinya secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b. Menentukan t tabel

Tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0.05/2 = 0.025$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$, hasil diperoleh untuk t tabel dilihat pada lampiran t tabel

c. Kriteria Pengujian

- Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
- Jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

d. Kesimpulan hasil pengujian

3.6.4 Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2012:137-138) menyatakan bahwa uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut :

a. Merumuskan Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

H_a : ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

b. Menentukan F tabel

F tabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df_1 (jumlah variabel-1), dan df_2 (n-k-1) atau (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F tabel dilihat pada lampiran F tabel.

c. Kriteria Pengujian

- Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
- Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

R Square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

4.2 Pembahasan

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

Dalam penelitian ini digunakan instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2016:172), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Valid artinya data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian.

Hasil perhitungan korelasi (r) atau *corrected item-total correlation* selanjutnya dibanding dengan r_{kritis} atau $r_{(a,n-2)}$ dimana α ditetapkan 5% dan n adalah jumlah responden. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan menguji kuesioner yang berisi 20 pertanyaan yang diberikan kepada karyawan PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara sebanyak 20 orang sebagai pembandingan didalam menguji instrumen penelitian. Hasilnya diolah dengan menggunakan SPSS versi 21.0 dengan hasil yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Komunikasi Kerja (X) :

Variabel komunikasi kerja terdiri dari 10 item pertanyaan yang dijawab responden, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 21.0 untuk melihat nilai r_{hitung} (*corrected item-total correlation*) untuk dibanding dengan nilai r_{tabel} . Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Komunikasi Kerja

Butir Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Validitas
Q1	0,872	0,468	Valid
Q2	0,872	0,468	Valid
Q3	0,731	0,468	Valid
Q4	0,797	0,468	Valid
Q5	0,556	0,468	Valid
Q6	0,602	0,468	Valid
Q7	0,610	0,468	Valid
Q8	0,502	0,468	Valid
Q9	0,752	0,468	Valid
Q10	0,872	0,468	Valid

Sumber: Lampiran 2 (Diolah dengan SPSS ver.21.0; 2018)

Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa nilai r_{tabel} untuk sampel 20 orang sebesar 0,468, semua nilai pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,468 sehingga dapat dikatakan kesepuluh item pernyataan variabel komunikasi kerja valid.

b. Variabel Loyalitas Kerja

Variabel loyalitas kerja terdiri dari 20 item pernyataan yang dijawab responden, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 21.0 untuk melihat nilai r_{hitung} (*corrected item-total correlation*) untuk dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Loyalitas Kerja

Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Validitas
Q11	0,684	0,468	Valid
Q12	0,781	0,468	Valid
Q13	0,648	0,468	Valid
Q14	0,760	0,468	Valid
Q15	0,753	0,468	Valid
Q16	0,781	0,468	Valid
Q17	0,648	0,468	Valid
Q18	0,684	0,468	Valid
Q19	0,562	0,468	Valid
Q20	0,760	0,468	Valid

Sumber: Lampiran 2 (Diolah dengan SPSS ver.21.0; 2018)

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai r_{tabel} untuk sampel 20 orang sebesar 0,468, semua nilai pada kolom (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r_{tabel} 0,468 sehingga dapat dikatakan kesepuluh item pernyataan variabel loyalitas kerja valid.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan berulang kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012:172). Uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji ini dilakukan setelah uji validitas yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r_{α} positif atau $> r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan reliabel
2. Jika r_{α} negatif atau $< r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tidak reliabel

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	r_{tabel}	Keterangan
Komunikasi Kerja (X)	0,923	0,468	Reliabel
Loyalitas Kerja (Y)	0,919	0,468	Reliabel

Sumber: Lampiran 2 (Diolah dengan SPSS ver.21.0; 2018)

Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai reliabilitas variable (*Cronbach's Alpha*) $> r_{\text{tabel}}$ untuk kedua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruksi pertanyaan komunikasi kerja dan loyalitas kerja adalah reliable.

4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada penelitian ini akan dijelaskan secara deskriptif variabel terhadap tanggapan responden yaitu sebagai berikut:

4.2.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi Kerja(X) :

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel Komunikasi Kerja (X) dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Kerja (X)

No	Pertanyaan	STS		TS		RR		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Penyampaian informasi	-	-	5	12.5	6	15	27	67.5	2	5

	antar karyawan berjalan dengan baik										
2	Komunikasi antar karyawan dengan pimpinan berjalan dengan baik	1	2.5	4	10	11	27.5	22	55	2	5
3	Kebijakan pimpinan tidak sulit dikomunikasikan kepada karyawan	-	-	9	22.5	9	22.5	22	55	-	-
4	Kemampuan karyawan menyerap keinginan pimpinan terasa lemah	1	2.5	7	17.5	9	22.5	22	55	1	2.5
5	Komunikasi yang baik antar karyawan berhasil menciptakan suasana kerja yang harmonis	-	-	10	25	14	35	16	40	-	-
6	Pemimpin sangat berhati-hati dalam berbicara agar karyawan tidak tersinggung	-	-	13	32.5	13	32.5	12	30	2	5
7	Komunikasi yang baik dikantor saya berhasil meredakan kegelisahan karyawan	1	2.5	13	32.5	9	22.5	17	42.5	-	-
8	Penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan selalu melalui pertemuan resmi	-	-	9	22.5	8	20	23	57.5	-	-
9	Pimpinan saya tergolong yang mahir berkomunikasi dengan siapapun	-	-	5	12.5	9	22.5	22	55	4	10
10	Koordinasi antar karyawan dengan pimpinan berjalan dengan normal	-	-	5	12.5	5	12.5	27	67.5	3	7.5

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah: 2018).

Dari tabel 4.8 diatas, dapat dilihat tanggapan responden mengenai variabel Komunikasi Kerja yaitu:

- Dari pertanyaan no 1 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 orang (12,5%), ragu-ragu sebanyak 6 orang (15%), setuju sebanyak 27 orang (67,5%), dan sangat setuju sebanyak 2 orang (5%).
- Dari pertanyaan no 2 yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (2,5%), tidak setuju sebanyak 4 orang (10%), ragu-ragu sebanyak 11 orang (27,5%), setuju sebanyak 22 orang (55%), dan sangat setuju sebanyak 2 orang (5%).
- Dari pertanyaan no 3 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 9 orang (22,5%), ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%), dan setuju sebanyak 22 orang (55%).
- Dari pertanyaan no 4 yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (2,5%), tidak setuju sebanyak 7 orang (17,5%), ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%), setuju sebanyak 22 orang (55%), dan sangat setuju sebanyak 1 orang (2,5%).
- Dari pertanyaan no 5 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 10 orang (25%), ragu-ragu sebanyak 14 orang (35%), dan setuju sebanyak 16 orang (40%).
- Dari pertanyaan no 6 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 13 orang (32,5%), ragu-ragu sebanyak 13 orang (32,5%), setuju sebanyak 12 orang (30%), dan sangat setuju sebanyak 2 orang (5%).
- Dari pertanyaan no 7 yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (2,5%), tidak setuju sebanyak 13 orang (32,5%), ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%), dan setuju sebanyak 17 orang (42,5%).
- Dari pertanyaan no 8 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 9 orang (22,5%), ragu-ragu sebanyak 8 orang (20%), dan setuju sebanyak 23 orang (57,5%).

- i. Dari pertanyaan no 9 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 orang (12,5%), ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%), setuju sebanyak 22 orang (55%), dan sangat setuju sebanyak 4 orang (10%).

Dari pertanyaan no 10 yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 orang (12,5%), ragu-ragu sebanyak 5 orang (12,5%), setuju sebanyak 27 orang (67,5%), dan sangat setuju sebanyak 3 orang (7,5%)

3. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pada pembahasan bab IV mengenai Pengaruh Komunikasi Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan memberikan beberapa saran sebagai masukan bagi perusahaan.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh Komunikasi Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana bahwa loyalitas kerja karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara dipengaruhi oleh komunikasi kerja hal tersebut dilihat dari Konstanta (α) yang bernilai 6,633 hal ini menunjukkan jika tidak ada hubungan variabel Komunikasi Kerja, maka Loyalitas Kerja akan tetap ada sebesar 6,633, pada koefisien regresi X (β) sebesar 0,814 artinya setiap peningkatan sebesar satu satuan pada variabel komunikasi kerja, maka Loyalitas Kerja akan meningkat sebesar 0,814 satuan.
- b. Berdasarkan perhitungan bahwa Loyalitas Kerja memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,920 lebih besar dibandingkan t_{tabel} -1,686 ($t_{hitung} > t_{tabel}$: 6,920 > -1,686) dengan demikian H_a diterima sedangkan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Komunikasi Kerja berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0,05$ terhadap Loyalitas Kerja karyawan pada PT. Milano Kebun Marbau.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,558. Artinya 55,8% variasi variabel dependen (Loyalitas Kerja) dijelaskan oleh variabel independen (Komunikasi Kerja) dan sisanya 44,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model estimasi.

5.2 Saran

Dari penelitian ini dan melihat dari rata-rata hasil jawaban responden yang ada, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Komunikasi kerja yang diterapkan pada PT. Milano Kebun Marbau Labuhanbatu Utara sudah cukup baik, namun pimpinan harus lebih mencari cara agar para bawahannya terpengaruh oleh atasannya dan atasan harus mampu menciptakan suasana kerja yang lebih kekeluargaan agar segala sesuatunya dapat dibicarakan bersama. Pimpinan juga harus mampu menjelaskan informasi secara lengkap dan jelas yang harus dikerjakan oleh bawahan agar bawahan dapat mengerjakan tugasnya dengan benar dan tujuan perusahaan pun dapat tercapai secara efektif dan efisien.
- b. Loyalitas kerja karyawan yang diterapkan pada PT. Milano Kebun Marbau sudah cukup baik, namun diharapkan juga kepada karyawan agar lebih patuh terhadap peraturan-peraturan yang ditentukan di perusahaan, dan lebih semangat lagi dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pimpinan.

Bagi para pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan loyalitas kerja karyawan serta variabel-variabel yang mempengaruhinya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi 2010, Jakarta, Rineka Cipta.
- [2] Azwar, Saifuddin, 2017. *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Cetakan Kedelapan. (Anggota IKAPI) . Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- [3] Bangun, Wilson, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Erlangga.
- [4] Busro, Muhammad, 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Pertama, Jakarta, Prenadamedia Group.
- [5] Cangara, Hafied, 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Cetakan kedua belas. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- [6] Hamali, Arif Yusuf, 2018. *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Mengelola Karyawan*. Cetakan Ketiga. Jakarta. CAPS.
- [7] Handoko, T Hani, 2013. *Manajemen Edisi 2*. Cetakan kedua puluh lima. Yogyakarta. BPFE.

- [8] Kasmir, 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Cetakan Keempat. Depok. PT Raja Grafindo Persada.
- [9] Marwansyah, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi kedua. Bandung. Alfabeta.
- [10] Mangkunegara, Anwar Prabu, 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- [11] Nazir, Moh, 2011. *Metode Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bogor, Ghalia Indonesia