

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti menggunakan beberapa jurnal penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian ini. Penelitian pertama dilakukan oleh Afriyadi (2015). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan efektivitas komunikasi interpersonal dalam mencapai tujuan perusahaan di PT. Borneo Enterprisindo Perwakilan Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka, studi dokumen, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan di PT. Borneo Enterprisindo masih memiliki beberapa kelemahan. Pertama, tingkat keterbukaan antara pimpinan dan karyawan masih terbatas, yang memerlukan pendekatan yang lebih mendalam dari pimpinan. Kedua, tingkat empati dari pimpinan terhadap bawahannya dinilai kurang memadai, dengan hanya sebagian kecil karyawan yang merasa mendapatkan perhatian yang memadai. Ketiga, sikap mendukung dari pimpinan tidak efektif, dimana pimpinan lebih sering memberikan tekanan untuk menyelesaikan pekerjaan. Keempat, prinsip kesetaraan masih belum terwujud, dengan adanya perilaku pemimpin yang membedakan perlakuan terhadap karyawan, yang pada akhirnya menciptakan ketidakpuasan sosial di kalangan mereka.

Penelitian kedua dilakukan oleh Dica (2019). Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran komunikasi interpersonal dalam mendukung motivasi karyawan di divisi pemasaran PT Jakarta Aquarium Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang menekankan konsep komunikasi interpersonal sebagai fokus utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal di divisi pemasaran PT Jakarta Aquarium Indonesia berjalan dengan baik. Menurut hasil penelitian, penurunan motivasi kerja bawahan tidak terkait dengan kurang efektifnya komunikasi interpersonal,

tetapi lebih disebabkan oleh tekanan dan sikap kurang kooperatif dari karyawan divisi lain yang mengakibatkan lingkungan kerja menjadi kurang nyaman.

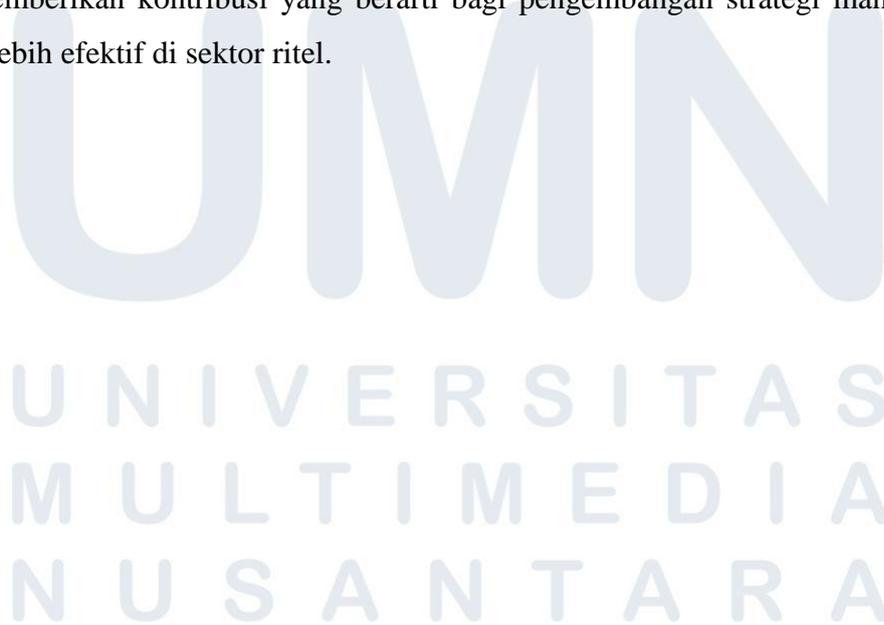
Penelitian ketiga dilakukan oleh Iskandar & Mani (2021). Penelitian internasional tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan komunikasi internal PT BT dalam mengembangkan loyalitas karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian yang ditemukan penelitian tersebut adalah pelaksanaan komunikasi internal di PT BT dalam memengaruhi pengembangan loyalitas karyawannya melalui kegiatan bulanan seperti *briefing* mingguan dan forum komunikasi online secara rutin. Faktor yang paling menentukan di dalam perusahaan adalah para pemimpin yang mengelola perusahaan. Kepemimpinan perusahaan menjadi peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman sehingga mendorong motivasi, produktivitas, dan loyalitas karyawan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Rahmadani, Lie, Butarbutar, & Effendi (2018). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengevaluasi kondisi komunikasi serta kinerja karyawan di PT Taspen (Persero) Cabang Pematangsiantar dan mengukur besarnya dampak komunikasi terhadap kinerja karyawan di perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan metode *Library Research* dan *Field Research*. Hasil penelitian yang ditemukan penelitian tersebut adalah adanya pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi dan kinerja karyawan. Namun, perusahaan perlu fokus pada peningkatan pelatihan serta pengembangan rutin agar meningkatkan produktivitas dan mutu karyawan.

Penelitian kelima dilakukan oleh Seth (2022). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana komunikasi dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap loyalitas dan kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian yang ditemukan penelitian tersebut adalah komunikasi dan gaya komunikasi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas serta kinerja karyawan. Terciptanya loyalitas karyawan

berdampak positif pada kinerja karyawan dan menciptakan siklus yang menguntungkan bagi perusahaan pula.

Penelitian mengenai “Komunikasi Interpersonal Atasan dan Bawahan dalam Membangun Loyalitas Karyawan Summarecon Mall Serpong” merupakan penelitian yang relatif baru dan belum dikaji sebelumnya secara khusus. Mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada implementasi serta pengaruh komunikasi secara keseluruhan dalam organisasi dalam membangun kinerja dan loyalitas karyawan. Setelah dilakukan penelusuran literatur, belum ditemukan penelitian serupa yang menganalisis secara spesifik mengenai komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan dalam mendorong loyalitas karyawan. Dengan demikian *state of the art* dari penelitian ini yaitu penelitian ini meneliti secara mendalam bagaimana komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dapat membangun loyalitas karyawan Summarecon Mall Serpong. Fokus spesifik pada hubungan interpersonal dalam konteks perusahaan ritel memberikan pemahaman baru yang belum dieksplorasi secara mendalam dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai komunikasi interpersonal dan loyalitas karyawan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan melalui komunikasi interpersonal, penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi manajemen yang lebih efektif di sektor ritel.



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Jurnal	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Atasan dan Bawahan Karyawan PT Borneo Enterprisindo Samarinda	eJournal Komunikasi Fisip Unmul Vol. 3 No. 1 (2015)	Ferry Afriyadi	Metode deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data melalui studi kepustakaan, studi dokumen, observasi, dan wawancara.	Mendeskripsikan atau menggambarkan efektivitas komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan untuk mencapai target yang telah ditentukan oleh PT Borneo Enterprisindo Samarinda	Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan di PT Borneo Enterprisindo Samarinda masih perlu ditingkatkan. Keterbukaan antara pimpinan dan karyawan masih kurang, dan pendekatan yang lebih mendalam dari pimpinan diperlukan. Empati dari pimpinan juga dirasakan kurang memadai oleh sebagian besar karyawan. Sikap mendukung dari pimpinan lebih cenderung menjadi desakan untuk menyelesaikan pekerjaan. Terakhir, masih ada sikap membeda-bedakan karyawan yang

						menyebabkan kecemburuan sosial di antara mereka.
2.	Peran Komunikasi Interpersonal Atasan-Bawahan Dalam Memotivasi Kerja Karyawan Divisi Marketing PT Jakarta Aquarium Indonesia	Journal of Communication Studies Vol. 6 No. 1 (2019)	Anastasi a Yovita Dica	Metode penelitian kualitatif	Menyelidiki peran komunikasi interpersonal dalam mendukung motivasi karyawan di divisi marketing PT Jakarta Aquarium Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal di divisi pemasaran PT Jakarta Aquarium Indonesia berlangsung dengan baik. Penurunan motivasi kerja bawahan tidak terkait dengan kurang efektifnya komunikasi interpersonal, tetapi lebih disebabkan oleh tekanan dan sikap kurang kooperatif dari karyawan di divisi lain yang menyebabkan lingkungan kerja menjadi kurang nyaman.
3.	Implementasi of Internal	International Journal of	Carla Bona	Metode deskriptif kualitatif melalui	Mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi	Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan komunikasi internal di

	Communication to Develop Employee Loyalty	Engineering Research & Technology Vol. 10 (2021)	Iskandar dan La Mani	pendekatan studi kasus	internal PT BT dalam mengembangkan loyalitas karyawan	PT BT melalui kegiatan bulanan seperti briefing mingguan dan forum komunikasi online secara rutin sangat mempengaruhi loyalitas karyawan. Kepemimpinan perusahaan menjadi peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman sehingga mendorong motivasi, produktivitas, dan loyalitas karyawan.
4.	Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Taspen (Persero) Cabang	Jurnal Manajemen Keuangan Vol. 2, No. 1 (2014)	Alfiza Rahmadani, Darwin lie, Marisi Butarbutar, dan Efendi	Kualitatif dan kuantitatif dengan <i>Library Research</i> dan <i>Field Research</i>	Mengevaluasi kondisi komunikasi serta kinerja karyawan di PT Taspen (Persero) Cabang Pematangsiantar serta mengukur besarnya dampak komunikasi terhadap kinerja karyawan di perusahaan	Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi dan kinerja karyawan. Namun, perusahaan perlu fokus pada peningkatan pelatihan serta pengembangan rutin agar meningkatkan produktivitas dan mutu karyawan.

	Pematangsiantar				tersebut.	
5.	Analysis of Communication and Leadership Style on Employee Loyalty and Performance	Dinasti International Journal Of Economics, Finance, and Accounting Vol. 3, No. 5 (2022)	Sameer Seth	Metode deskriptif kualitatif	Mengidentifikasi bagaimana komunikasi dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap loyalitas dan kinerja karyawan.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi dan gaya komunikasi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas serta kinerja karyawan. Terciptanya loyalitas karyawan berdampak positif pada kinerja karyawan dan menciptakan siklus yang menguntungkan bagi perusahaan pula.

## 2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

### 2.2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, baik melalui kata-kata maupun ekspresi non-verbal, yang saling mempengaruhi satu sama lain dan mendapatkan umpan balik secara langsung (DeVito, 2016). Seperti komunikasi antara ibu dengan anaknya, majikan dengan pegawainya, dosen dengan mahasiswanya, atasan dengan bawahannya termasuk ke dalam komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal melibatkan adanya pengiriman dan penerimaan pesan verbal dan nonverbal berupa kata-kata yang diucapkan, mimik wajah, kontak mata, dan gestur tubuh dalam interaksi *face-to-face* maupun secara virtual. Setiap individu memiliki cara berbicara yang berbeda-beda.

Komunikasi interpersonal bertujuan untuk belajar, menjalin hubungan, mempengaruhi, membantu, dan bermain (DeVito, 2016).

#### 1. *To Learn* (Untuk Belajar)

Komunikasi interpersonal memungkinkan individu untuk mempelajari untuk mengenali diri sendiri, orang lain, dan dunia sekitar baik secara tatap muka maupun daring.

#### 2. *To Relate* (Untuk Menjalinkan Hubungan)

Komunikasi interpersonal memungkinkan individu untuk berhubungan dan menjalin hubungan dengan orang lain, seperti pertemanan dan percintaan.

#### 3. *To Influence* (Untuk Mempengaruhi)

Komunikasi interpersonal berpotensi untuk mempengaruhi orang lain agar bertindak sesuai dengan tujuan kita.

#### 4. *To Help* (Untuk Membantu)

Melalui komunikasi interpersonal memungkinkan setiap individu berinteraksi untuk membantu dalam kehidupan sehari-hari, seperti memberi saran kepada rekan kerja.

#### 5. *To Play* (Untuk Bermain)

Komunikasi interpersonal berperan sebagai sarana yang menghibur atau berbagi cerita kepada orang lain serta menjaga keseimbangan emosi individu.

Terdapat elemen-elemen komunikasi interpersonal yang secara terpadu saling berperan sesuai dengan karakteristik masing-masing yakni sumber – penerima, pesan verbal - nonverbal, saluran komunikasi, hambatan, konteks, dan etika (DeVito, 2016).

1. Sumber – Penerima

Komunikasi interpersonal melibatkan minimal dua individu di mana setiap orang berperan sebagai penyampai dan penerima pesan. Elemen ini meliputi *interpersonal competence*, *encoding – decoding*, dan *code switching*.

2. Pesan Verbal – Nonverbal

Pesan merupakan sinyal yang merangsang dan ditangkap oleh indera penerima. Komunikasi interpersonal dilakukan melalui gerakan dan sentuhan serta melalui kata-kata dan kalimat. Dari cara manusia berjalan, mimik wajahnya, pakaian apa yang dikenakan, semuanya memberikan pesan alias berkomunikasi. Elemen ini meliputi pesan umpan balik dan pesan feedforward.

3. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan media yang digunakan sumber dan penerima bertukar pesan. Saluran komunikasi bisa terjadi lebih dari satu saluran. Dalam banyak situasi, berbagai saluran digunakan seperti ketika berbicara dengan orang sambil memberikan isyarat tubuh.

4. Hambatan

Hambatan maksudnya adalah apapun yang menjadi gangguan ketika pesan ingin dikomunikasikan, misalnya seperti susah sinyal atau suara bising saat bertelepon.

5. Konteks

Komunikasi sering terjadi dalam suatu konteks. Terdapat empat dimensi di dalam konteks komunikasi yaitu dimensi fisik, waktu, sosial – psikologis, dan budaya.

#### 6. Etika

Komunikasi interpersonal juga mencakup prinsip-prinsip etika yang mengatur perilaku, membedakan antara perilaku yang etis dan tidak etis.

Untuk mencapai komunikasi interpersonal yang efektif, terdapat lima faktor penting yang perlu dipertimbangkan meliputi *openness*, *positiveness*, *supportiveness*, *empathy*, dan *equality* (DeVito, 2016).

##### 1. *Openness* (Keterbukaan)

Keterbukaan menjadi kunci kualitas dalam efektivitas komunikasi interpersonal. Hal ini memungkinkan komunikasi interpersonal yang terjadi secara jujur, transparan, dan apa adanya yang meningkatkan kepercayaan serta pemahaman antara individu yang terlibat. Dengan bersikap terbuka, individu dapat menciptakan hubungan yang lebih baik dengan komunikasi yang efektif.

##### 2. *Positiveness* (Sikap Positif)

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal menciptakan suasana yang lebih mendukung. Dengan menunjukkan sikap positif, timbul rasa individu lebih nyaman dan dihargai, yang kemudian mempengaruhi hubungan antar sesama menjadi lebih kuat dan interaksi menjadi lebih menyenangkan.

##### 3. *Supportiveness* (Sikap Mendukung)

Sikap mendukung memungkinkan individu dapat bertukar gagasan dan pendapat secara terbuka dan jujur. Ketika individu merasa dihargai, maka mereka cenderung lebih terbuka untuk bertukar pikiran tanpa rasa takut akan penilaian. Hal ini menciptakan kolaborasi yang efektif dalam sebuah organisasi.

##### 4. *Empathy* (Empati)

Empati merupakan kemampuan untuk memahami perasaan serta sudut pandang orang lain. Sikap empati dalam komunikasi interpersonal melibatkan sikap terbuka, mendengarkan penuh perhatian, dan menunjukkan keterlibatan aktif melalui ekspresi atau gestur tubuh yang sesuai dengan konteks.

5. *Equality* (Kesetaraan)

Kesetaraan adalah sikap individu menghargai keadilan dan kebersamaan dalam interaksi komunikasi interpersonal. Penting bagi setiap individu memiliki nilai dan martabat yang sama.

### **2.2.2 Komunikasi Atasan dan Bawahan**

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia setiap harinya. Komunikasi adalah suatu kegiatan di mana seseorang mengirimkan pesan kepada orang lain melalui media tertentu, dan setelah menerima pesan tersebut, membalasnya kepada pengirimnya (Hardjana, 2016).

Komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih berbagi makna melalui pesan, baik secara verbal maupun non-verbal (Mulyana, 2014). Komunikasi juga didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi, makna, dan pemahaman tentang seseorang, tempat, atau sesuatu kepada pihak lain (Sikula, 2017).

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan atau simbol yang bermakna dari satu komunikator ke komunikator lainnya dengan tujuan tertentu. Proses komunikasi ini melibatkan serangkaian tahapan yang masing-masing mempunyai makna berdasarkan pemahaman dan persepsi komunikator. Oleh karena itu, komunikasi menjadi efektif dan tujuan komunikasi tercapai ketika seluruh individu yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang simbol yang digunakan.

Komunikasi atasan-bawahan dapat disebut sebagai komunikasi vertikal. Komunikasi vertikal mengacu pada interaksi antara manajer atau pemimpin dan anggota tim atau karyawan dalam suatu organisasi. Komunikasi ini mencakup

pertukaran informasi, instruksi, umpan balik, dan diskusi yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama.

Kegiatan komunikasi vertikal ke bawah meliputi instruksi tugas, uraian tugas, pesan ideologi, informasi, dan umpan balik (Arni, 2017). Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan ini bertujuan untuk membimbing bawahan, mencapai tujuan organisasi, mendisiplinkan bawahan, mengeluarkan perintah, dan mempertanyakan bawahan, serta berkaitan dengan politik secara umum (Arni, 2017). Sebaliknya, aktivitas dalam komunikasi vertikal ke atas meliputi pelaporan hasil kerja kepada atasan, menjelaskan masalah pekerjaan yang belum terselesaikan atau permintaan bantuan, dan memberikan saran perbaikan sebagai bagian dari organisasi atau secara keseluruhan, serta melibatkan pengkomunikasian apa yang dipikirkan dan dilakukan oleh bawahan terhadap pekerjaan, rekan kerja, dan organisasi (Pace & Faules, 2018).

Komunikasi antara atasan dan bawahan biasanya berbentuk perintah kerja, instruksi, kebijakan perusahaan, tinjauan kinerja, motivasi dan lainnya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa bawahan memahami tugas dan tanggung jawab mereka serta harapan organisasi. Komunikasi ini sangat penting untuk menjaga kelancaran operasional dan mencapai tujuan yang telah ditentukan. Sedangkan komunikasi dari bawahan kepada atasan meliputi laporan kemajuan pekerjaan, pendapat, saran, dan permasalahan yang dihadapi.

Hal ini memungkinkan pemimpin untuk memahami situasi lokal, memberikan dukungan yang diperlukan, dan membuat keputusan yang lebih tepat. Efektivitas komunikasi antara atasan dan bawahan dipengaruhi oleh kejujuran, kejelasan, dan frekuensi komunikasi. Komunikasi yang baik meningkatkan keterlibatan karyawan, membangun kepercayaan, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Di sisi lain, komunikasi yang buruk dapat menimbulkan kesalahpahaman, menurunkan produktivitas kerja, dan berdampak pada loyalitas karyawan.

### **2.2.3 Komunikasi Interpersonal Atasan dan Bawahan dalam Membangun Loyalitas Karyawan**

Loyalitas atau kesetiaan merupakan elemen penting dalam menilai karyawan yang mencakup kesetiaan karyawan terhadap pekerjaan, posisi, dan perusahaan atau organisasi tempat mereka bekerja. Loyalitas kerja seorang karyawan timbul secara internal dan terarah pada perusahaan tempat di mana ia bekerja melalui rasa tanggung jawab dan kinerjanya.

Loyalitas kerja karyawan berarti melibatkan peran dan anggotanya dalam menggunakan pikiran dan waktunya untuk mencapai tujuan organisasi (Hasibuan, 2021). Dapat disimpulkan bahwa loyalitas karyawan adalah keinginan, kemauan, kesediaan seorang karyawan untuk menetap atau loyal terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Loyalitas karyawan menjadi wujud dari dedikasi serta komitmen organisasi yang terbentuk dari berbagai faktor baik organisasi maupun individu. Dapat diartikan loyalitas karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan yang mengacu pada komitmen karyawan pada perusahaan tempat mereka bekerja.

Dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia menyatakan bahwa tujuan dari loyalitas karyawan sebagai berikut (As'ad, 2017).

1. Loyalitas karyawan dapat mempengaruhi tingkat produktivitas kerja karyawan pada jabatannya saat ini. Terutama jika adanya peningkatan kinerja karyawan akan berpengaruh pada produktivitas kerja.
2. Loyalitas yang tinggi meningkatkan kualitas dan kuantitas pekerjaan. Hal ini dikarenakan karyawan yang loyal dalam melakukan pekerjaannya cenderung lebih sedikit melakukan kesalahan.
3. Dalam perencanaan sumber daya manusia, loyalitas karyawan yang baik memungkinkan karyawan dapat bekerja untuk jangka waktu yang lama di masa depan.
4. Apabila suatu perusahaan melaksanakan program pelatihan yang baik dan sesuai, maka akan menciptakan lingkungan dan suasana kerja yang lebih baik, positif dan nyaman bagi karyawannya. Sehingga akan loyalitas karyawan akan berdampak pada semangat dan produktivitas kerja karyawan.

5. Loyalitas karyawan dapat mengurangi tingkat stres di tempat kerja dan meningkatkan tingkat keterlibatan, yang secara positif berdampak pada kinerja perusahaan.
6. Retensi karyawan bermanfaat baik bagi perusahaan maupun karyawannya, sehingga menghasilkan integritas, kebijaksanaan, dan rasa hormat di lingkungan kerja.

Terdapat beberapa aspek pengukuran loyalitas karyawan terhadap sebuah perusahaan sebagai berikut (Chaerudin et al., 2020).

1. Taat pada peraturan

Karyawan yang loyal cenderung mengikuti peraturan perusahaan dengan kesadaran diri bahwa peraturan yang dibuat untuk membantu perkembangan operasional perusahaan menjadi lebih lancar. Terciptalah sikap disiplin karyawan yang berpihak pada perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2. Tanggung jawab pada organisasi

Karyawan yang loyal akan memiliki rasa harus bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya. Ketika mengerjakan tugas, karyawan akan lebih berhati-hati serta berani untuk mengembangkan inovasi demi kepentingan perusahaan.

3. Kemauan untuk bekerja sama

Bekerja sama dengan suatu tim berarti individu-individu di dalam tim bekerja secara bersama-sama untuk mencapai satu tujuan. Loyalitas karyawan tercermin dari kemauan setiap individu untuk bekerja sama dengan rekan kerja lainnya dalam suatu tim untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. Rasa memiliki

Karyawan yang loyal akan memiliki rasa ikut memiliki perusahaan sehingga timbul sikap untuk menjaga serta bertanggung jawab terhadap perusahaan.

5. Hubungan antar pribadi

Adanya hubungan antar pribadi yang baik antara karyawan dengan atasannya menunjukkan adanya loyalitas karyawan yang tinggi. Tidak hanya perihal hubungan kerja, namun dalam hubungan antar pribadi ini juga bisa mencakup ke hubungan sosial dalam pergaulan sehari-hari dan kehidupan pribadi.

6. Mencintai pekerjaan/kesukaan terhadap tugas

Mencintai pekerjaan merupakan wujud loyalitas, di mana karyawan yang loyal akan berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan tugas dan menghadapi permasalahan dengan bijak.

Adapun ciri-ciri loyalitas karyawan terhadap perusahaan sebagai berikut (Poerwopoespito, 2014).

1. Kejujuran

Karyawan yang loyal akan bersikap setia dan jujur terhadap perusahaan. Apabila terjadi ketidakjujuran, maka karyawan akan merugikan banyak pihak dan berdampak pada perusahaan.

2. Mempunyai rasa memiliki perusahaan

Karyawan yang loyal memiliki rasa memiliki perusahaan dengan memahami bahwa mereka adalah bagian dari anggota perusahaan.

3. Mengerti kesulitan perusahaan

Karyawan yang loyal akan memahami kesulitan yang dihadapi perusahaan dan apa yang menjadi kepentingan terbaik perusahaan juga merupakan kepentingan bagi karyawan.

4. Bekerja lebih dari yang diminta oleh perusahaan

Karyawan yang loyal memungkinkan mereka bekerja melebihi dari jadwal yang telah ditentukan oleh perusahaan.

5. Menciptakan suasana yang menyenangkan di perusahaan

Karyawan yang loyal cenderung menciptakan suasana yang positif dan menyenangkan perusahaan dan dampaknya terhadap kinerja serta produktivitas mereka.

6. Menyimpan rahasia perusahaan

Karyawan yang loyal akan ikut serta menjaga rahasia perusahaan dan apapun informasi milik perusahaan hanya internal perusahaan yang mengetahuinya.

7. Menjaga dan meninggikan citra perusahaan

Karyawan yang loyal akan turut menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan. Hal ini juga akan membuktikan bahwa perusahaan tersebut mencerminkan citra positif karyawannya.

8. Hemat

Karyawan yang loyal akan menggunakan sumber daya perusahaan hanya sesuai kebutuhan yang diperlukan.

9. Tidak apriori terhadap perusahaan

Karyawan yang loyal akan menerima perubahan dari segala sesuatu yang akan terjadi dan harus diadaptasi, bukan melawan perubahan dengan terus berpegang pada kejayaan masa lalu.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.3 Alur Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang telah disajikan, berikut merupakan alur penelitian dari “Komunikasi Interpersonal Atasan dan Bawahan dalam Membangun Loyalitas Karyawan Summarecon Mall Serpong”.



Gambar 2. 1 Alur Penelitian

