

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEWUJUDKAN LOYALITAS
KARYAWAN
(Study Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Kembangarum
di Sleman Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

MIFTA WIRADIKA

NIM. 13730033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Mifta Wiradika
NIM : 13730033
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji

Yogyakarta, 11 Desember 2020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang menyatakan



Mifta Wiradika
NIM. 13730033



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



**NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

**Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Mifta Wiradika
NIM : 13730033
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEWUJUDKAN LOYALITAS
KARYAWAN
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Kembangarum di Sleman)**

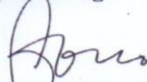
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 11 Desember 2020
Pembimbing


Drs. Bono Setyo, M. Si.
NIP : 19690317 200801 1 013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-76/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2021


Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEWUJUDKAN LOYALITAS KARYAWAN (Study Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Kembangarum di Sleman Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MIFTA WIRADIKA
Nomor Induk Mahasiswa : 13730033
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 600660b22bd57



Penguji I

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f55cad81340



Penguji II

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6005ba18662dd



Yogyakarta, 18 Desember 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6006882731457

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

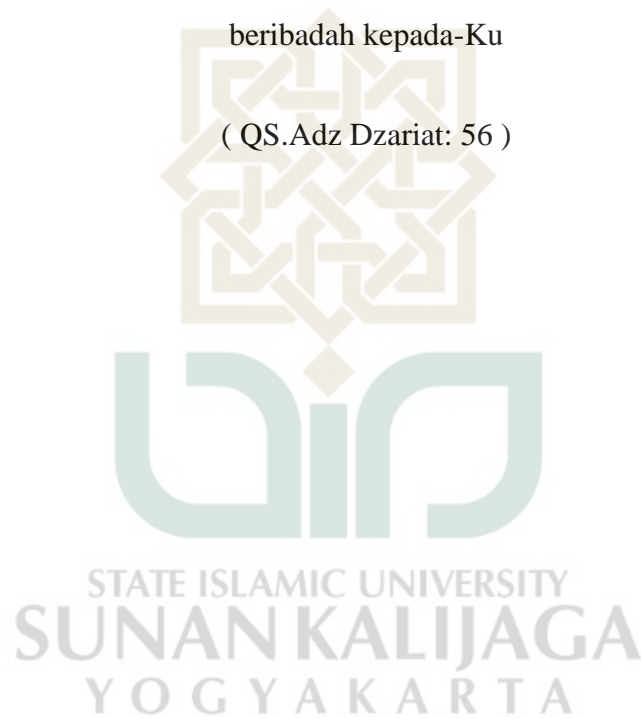
MOTTO

Tugas kita hidup di dunia hanyalah untuk beribadah, apapun aktivitas, perbuatan dan cita-cita kita, niatkanlah untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya Allah tak pernah ingkar janji.

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka

beribadah kepada-Ku

(QS.Adz Dzariat: 56)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat serta salam tak lupa peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri teladan bagi umat manusia menuju jalan yang diridhloi dan penuh keberkahan.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si Selaku Dosen Pendamping Akademik, terimakasih atas semua pelajaran, arahan dan motivasi selama ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi perkuliahan
5. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si selaku Dosen Pembimbing, dengan kesabaran serta kebaikan hati beliau menuntun dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si sebagai penguji 1, dan Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si sebagai penguji 2 dalam sidang munaqosyah, terimakasih atas kesabaran, ketulusan dan motivasinya untuk penulis
7. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu melahirkan Mahasiswa yang kreatif dan profesional, terimakasih atas segala dedikasi serta ilmu yang telah diberikan
8. Staff Tata Usaha (TU) Fishum, Ibu Nur Fadhilah, dan bapak ibu lainnya, yang telah membantu kebutuhan administrasi penulis
9. Kedua orangtua tercinta, Ibu Kusmaningtyas dan Bapak Indukuswanto yang sudah tirakat membesarkan penulis dan memberikan kasih sayang, doa serta

dukungnya selama ini, Alm.Adik-adiku sebagai pengingatku, saudaraku Aji terimakasih sudah banyak mensupport penulis

10. Seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013, khususnya Hasan, Naufal, Hafiz, Iqbal, Jihan, Rachmad, Anang, Denosa terimakasih atas ilmu, support, kenangan serta pengalaman selama ini
11. Teman-teman KKN Kelompok 99 Angkatan 89 Tahun 2016, terimakasih untuk kenangan, ilmu dan pengalaman yang tak terlupakan
12. Desa Wisata Kembangarum, Pak Hery, Mas Yogha beserta informan lainnya, terimakasih sudah berkenan mengizinkan saya penelitian sampai selesai.
13. Teman teman SMA, Narendra, Ayak, Ahmen, Deni terimakasih sudah menjadi teman pendengar yang baik serta supportnya sejauh ini.
14. Teman teman pemuda desa @Gambiranteamwork, Mas Ajik, Mba Isna, Mas Apri ,Guntur terimakasih sudah memberikan banyak inspirasi
15. Warkop si Abah, Bapak Rangga, Mas Acong, terimakasih atas support dan motivasinya.
16. Terimakasih untuk diriku sendiri sudah bertahan dan berjuang sampai akhirnya skripsi ini selesai.
17. Pihak lain yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu yang telah berjasa dalam menyelesaikan skripsi.

Kepada semua pihak tersebut, hanya doa dan ucapan terimakasih yang dapat penulis berikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pihak dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Desember 2020

Peneliti

Mifta Wiradika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan pustaka.....	9
F. Landasan Teori	14
G. Kerangka Pemikiran	32
H. Metodologi Penelitian.....	33
BAB II GAMBARAN UMUM.....	40
A. Sejarah Desa Wisata Kembangarum.....	40
C. Struktur Organisasi Desa Wisata Kembangarum.....	43
D. Daya Tarik Wisata Desa Kembangarum.....	44
E. Program Pemberdayaan Desa Wisata Kembangarum	46
BAB III PEMBAHASAN.....	50
A. Identitas Informan.....	50
B. Proses Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan	52
C. Pesan Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan.....	66
D. Jaringan Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan	76

E. Keadaan Saling Bergantung Dalam Komunikasi Organisasi Guna Mewujudkan Loyalitas Karyawan	85
F. Hubungan Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan	95
G. Lingkungan Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan.....	107
H. Ketidakpastian Komunikasi Organisasi dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan ...	119
BAB IV PENUTUP	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	139



DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Tinjauan Pustaka.....	13
Tabel 2	: Kerangka Berfikir.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Grafik Wisatawan Mancanegara dan Nusantara Tahun 2019.....	2
Gambar 2	: Logo Desa Wisata Kembangarum	42



LAMPIRAN

Lampiran 1	: Interview Guide.....	139
Lampiran 2	: Dokumentasi Penelitian.....	143
Lampiran 3	: Data Jumlah Karyawan Desa Wisata Kembangarum.....	148
Lampiran 4	: Curriculum Vitae.....	149



ABSTRAK

Kembangarum Tourism Village is one of the many tourist villages that is located in Yogyakarta Province of Sleman District. However, there are problems related to low human resources and the existence of employees who migrate to different workplace. Therefore, in order to have competitive potential in a tourism industry, it is necessary to realize the loyalty of human resources through an organizational communication process.

This research is a qualitative descriptive study using interview data collection methods, observation and documentation. After completing the data collection, reduction was carried out, then the data was presented so that conclusions could be drawn and validated using source triangulation.

The results of this research indicated that organizational communication has an important role in realizing employees loyalty in the Kembangarum Tourism Village. The organizational communication pattern built by the management includes routine meeting before event, provisioning of standard operating procedure, routine evaluation after each event, rewarding employees with good performance and establishing consolidation with government officials.

Keywords : Tourism Village, Organizational Communication, Employees Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

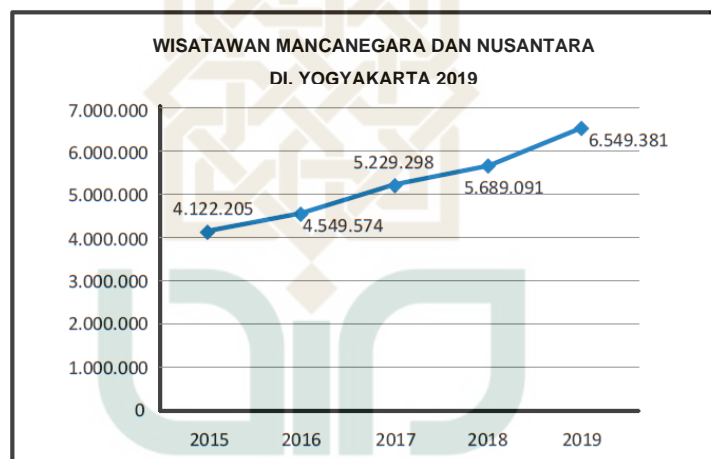
A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki ratusan bahkan ribuan pulau yang tersebar dari sabang hingga merauke, tak hanya dikenal sebagai negara kepulauan atau negara maritim, namun negeri ini juga terdiri dari berbagai ras, suku dan etnis yang berbeda beda. Dan tak bisa dipungkiri di sisi lain, Indonesia juga terkenal dengan sumber daya alam yang melimpah. Kekayaan alam inilah yang sekarang menjadi salah satu daya pikat para wisatawan lokal maupun mancanegara.

Seperti yang kita ketahui bersama, perkembangan pariwisata di Indonesia selalu mengalami dinamika yang begitu pesat, setiap provinsi, kota bahkan kabupaten selalu menawarkan inovasi dan potensi serta cirikhasnya masing masing guna menarik wisatawan. Fenomena tersebut justru menjadi gairah untuk masyarakat dalam menghidupkan roda perekonomian mereka. Jika kita amati seksama, dengan adanya era keterbukaan sekarang ini menjadikan objek pariwisata tak hanya menjadi pemenuh kebutuhan rekreasi semata, namun juga menjadi kebutuhan gaya hidup masyarakat modern. Ditambah lagi keberagaman budaya dan tradisi di setiap daerah di Indonesia yang begitu kaya, menjadikan suatu objek wisata semakin menarik untuk dikunjungi.

Berbicara soal pariwisata di Indonesia, tentunya banyak pilihan kota favorit untuk di kunjungi, salah satunya Yogyakarta. Berdasarkan data yang di lansir oleh situs Tirto.id tahun 2019, Yogyakarta masuk kedalam 3 besar destinasi wisata terpopuler di Indonesia versi Tripadvisor. Dan geliat pariwisata di Yogyakarta termasuk mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ketahun.

Gambar 1



(Sumber : <https://visitingjogja.com/28988/statistik-pariwisata-diy-2019/>)

Berdasarkan Gambar 1, menurut data dari dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara dari tahun 2015 hingga 2019 selalu mengalami peningkatan wisatawan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa objek wisatawan di Yogyakarta banyak diminati. Maka dengan banyaknya peminat objek wisatawan Yogyakarta, hampir di setiap kabupaten dan kota di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dijumpai

tempat-tempat wisata dengan konsep alam maupun non alam yang tentunya mempunyai cirikhas tersendiri.

Persaingan objek wisata di dalam menarik minat wisatawan nampaknya cukup menarik untuk di ikuti, pasalnya semakin kesini para pelaku industri pariwisata semakin inovatif dan kreatif. Oleh karena itu perusahaan ataupun instansi dalam mengelola objek wisata harus di dukung dengan sumber daya manusia yang bagus ,dikarenakan wisata ini sangat berkaitan erat dengan jasa. Apabila sumber daya manusianya tidak berkompeten dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya, maka bisa berdampak pada penilain negatif serta penurunan jumlah kunjungan wisatawan terhadap objek wisata yang bersangkutan.

Keberlangsungan industri pariwisata sangat fluktuatif, karena berkaitan langsung dengan manusia, apapun yang berkaitan dengan manusia, suatu saat akan mengalami perubahan, karena manusia adalah makhluk sosial yang hidup beradaptasi dengan jaman. Berbicara mengenai manusia di dalam ranah perusahaan, hal yang tak boleh di lupakan adalah memberikan fokus kepada sumber daya yang ada dalam perusahaan. Sumber daya terpenting suatu perusahaan atau organisasi adalah sumber daya manusia atau pegawai, yaitu orang yang telah memberikan tenaga, bakat, kreatifitas dan usaha mereka kepada organisasi.

Apapun yang namanya perusahaan ,pasti salah satu “nyawa” dalam perusahaan tersebut adalah karyawan di dalamnya, dan ketika kita berbicara perusahaan maka kita berbicara soal pelayanan atau jasa serta produk yang

ditawarkan, oleh karena itu dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya, para karyawan di dalam perusahaan sudah seharusnya menjaga dan mengimplementasikan visi-misi yang ada di perusahaan.

Sumber daya manusia merupakan asset dan ujung tombak perusahaan. Tak bisa di pungkiri juga bahwa sumber daya manusia menjadi sebuah tantangan bagi manajemen, karena keberhasilan perusahaan tergantung dari sumber daya manusia yang dimiliki/dipekerjakan. Sumber daya manusia merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material/non finansial) di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata secara fisik dan non-fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi. (Nawawi, 2011:40).

Kebutuhan berkomunikasi dirasa sangat penting, apalagi jika ruang lingkupnya sudah menyentuh perusahaan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, bisa-bisa perusahaan dirundung masalah dan jauh dari visi-misinya, ekosistem perusahaan pun tak dapat berjalan sempurna apabila arus komunikasi bermasalah. Menurut William V.Hanney dalam (Effendy, 1986:146) Organisasi terdiri atas sejumlah orang, ia melibatkan keadaan saling bergantung, kebergantungan memerlukan koordinasi, koordinasi mensyaratkan komunikasi.

Apa yang dikatakan William V.Haney mempunyai arti bahwa sebuah organisasi atau perusahaan, struktur didalamnya sudah semestinya terorganisir, maka dari itu, perusahaan dalam hal ini perlu memikirkan pola komunikasi yang benar-benar terakomodir dengan harmonis,dinamis dan pasti yang mencakup semua karyawan di dalamnya, jangan sampai dalam sebuah perusahaan komunikasi hanya dimaknai sebatas agenda formalitas, lebih dari itu komunikasi

yang berlangsung di dalam perusahaan seharusnya juga memuat nilai-nilai budaya perusahaan yang sehat sehingga iklim kerja perusahaan akan selalu berjalan dengan maksimal. Karena dalam sebuah perusahaan, disamping menaruh perhatian khusus terhadap lingkungan eksternal, lingkungan internal juga harus mendapat perhatian yang lebih ekstra.

Penjelasan mengenai perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia, sangat berkaitan dengan Al-Qur'an surah Al-Shaff ayat 4 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُم بِنِينَ
مَرَّضُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

Makna dari ayat diatas sangat relevan, bahwasannya sumber daya manusia dalam suatu organisasi atau perusahaan itu bagaikan barisan, kemudian barisan tersebut diatur serta dikomunikasikan sehingga terciptanya suatu system perusahaan yang nantinya system tersebut akan di gunakan sebagai tumpuan untuk membangun kualitas perusahaan menjadi semakin kokoh, dan Allah menyukai hal demikian,

Selanjutnya agar ekosistem perusahaan dapat berjalan tepat guna sesuai rencana maka disini kehadiran komunikasi organisasi dirasa sangat di butuhkan.

Komunikasi organisasi sangat berperan dalam menumbuhkan produktivitas karyawan serta berperan terciptanya system perusahaan yang baik dalam sebuah organisasi.

Menurut Schein 1982 dalam buku Arni Muhammad (2009:23) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

Jadi bisa diuraikan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu system koordinasi yang dijalankan oleh semua lapisan struktur dalam organisasi, sehingga terbentuk gagasan atau ide yang jelas untuk dijadikan landasan sebagai penunjang keberlangsungan suatu perusahaan, dengan kata lain komunikasi organisasi sangat penting dalam menghubungkan berbagai elemen dan individu dalam perusahaan untuk mencapai visi-misinya.

Memang dalam mengelola manusia di dalam perusahaan bukanlah perkara yang mudah, apalagi harus mengatur dan memahami berbagai macam karakter serta latar belakang personal yang berbeda-beda, seperti halnya pengelolaan Desa Wisata. Berbeda dengan perusahaan yang mengharuskan syarat atau standar gelar akademik untuk dapat menjadi karyawan atau bagaian dari perusahaan, pada umumnya yang namanya desa wisata pasti model

bisnisnya adalah pemberdayaan, sehingga ketika ingin merekrut pegawainya, pasti memanfaatkan sumber daya manusia yang ada berada disekitar daerahnya. Seperti Desa Wisata Kembangarum yang berada di Dusun Kembangarum, Desa Donokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Dalam pengelolaannya manajemen, menghadapi permasalahan terkait sumber daya manusia di dalamnya. Karyawan yang masih berusia produktif terlebih yang masih muda, sebagian mereka ketika sudah diterima kerja di tempat lain akan *resign* dan bekerja di kota bahkan ada yang merantau diluar kota. Hal ini sesuai dengan penuturan Bapak Hery Selaku Pimpinan Desa Wisata Kembangarum sebagai berikut :

“Mendirikan desa wisata sama mendirikan hotel itu enakan mendirikan hotel. Hotel jelas ada dana yang disediakan, ditangani oleh orang profesional, dan itu dikerjakan bukan orang disekitarnya tapi orang dari lingkungan mana saja, karena masuknya juga pakai lamaran kerja syarat syarat, kalo didesa wisata ini, penanganannya harus tegas dan sabar, karena SDM rendah bekerja, kita melihat latar belakang mereka apa, di sesuaikan dengan *job* untuk dia kerjakan. Terkadang permasalahan lainnya ketika ada karyawan pemuda setempat dapat panggilan kerja di tempat lain, mereka akan keluar kota atau merantau.(Wawancara dengan Bapak Hery pada 2 Desember 2020)

Sudah semestinya apabila sumber daya manusia di dalam perusahaan ingin berkualitas sehingga perusahaan menjadi perusahaan yang kompetitif, dapat bersaing di industri pariwisata dan mencapai tujuan visi misinya maka salah satu aspek yang di fokuskan oleh perusahaan adalah mewujudkan sikap loyal sumber daya manusianya yang berada di dalamnya.

Seperti penuturan Sudimin (2003:5) yang mengatakan loyalitas berarti kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran, dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan organisasi dan menyimpan rahasia

organisasi serta tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan organisasi selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.

Loyalitas bisa dikatakan salah satu level paling tinggi dari sikap karyawan ketika bekerja pada suatu perusahaan, karena pada saat karyawan sudah memiliki sikap loyal pada perusahaan maka dia akan nyaman dalam bekerja, otomatis ketika nyaman karyawan akan sepenuh hati melakukan apapun demi memberikan kontribusinya kepada perusahaan guna terciptanya visi dan misi perusahaan.

Jika karyawan memiliki loyalitas tinggi maka kinerjanya akan maksimal, tapi apabila karyawan loyalitasnya rendah maka kinerjanya pun akan rendah. Itulah kenapa sebabnya loyalitas menjadi sikap paling istimewa, karena loyalitas karyawan harga mati bagi perusahaan dan merupakan salah satu investasi jangka panjang bagi perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan jaman serta mempertahankan ekseistensi perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang peneliti temukan, maka peneliti tertarik ingin mengetahui bagaimana proses komunikasi organisasi yang berjalan di Desa Wisata Kembangarum, sebagai sarana dalam proses membentuk sikap loyal pada karyawan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat merumuskan masalah yang akan menjadi pokok bahasan yaitu : Bagaimanakah Komunikasi Organisasi Desa Wisata Kembangarum dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan komunikasi organisasi desa wisata Kembangarum dalam mewujudkan loyalitas karyawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, dalam bidang studi keilmuan berguna untuk menambah serta memahami ilmu pengetahuan yang beragam dalam bidang ilmu komunikasi pada umumnya, terlebih yang berkaitan dengan ruang keilmuan komunikasi dalam ranah komunikasi organisasi perusahaan.
2. Secara praktis. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran serta wawasan bagi pembaca tentang peran Komunikasi Organisasi Desa Wisata Kembangarum dalam Mewujudkan Loyalitas Karyawan yang nantinya diharapkan hasil penelitian bisa bermanfaat untuk peneliti dan pembaca.

E. Tinjauan pustaka

Dalam tinjauan pustaka ini memuat hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Untuk itu peneliti mengambil beberapa tinjauan pustaka atau beberapa referensi guna

mendukung kegiatan penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian yang ada sebelum penelitian ini dilakukan :

Skripsi yang berjudul Fungsi Komunikasi Kelompok dalam Mewujudkan Loyalitas Anggota (Study Deskriptif Kualitatif pada United Army Yogyakarta sebagai Suporter Manchester United di Yogyakarta), yang dilakukan oleh Reznu Mayong S Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014. Penelitian yang dilakukan Reznu ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang ranah organisasi kaitannya dalam mewujudkan loyalitas, dengan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya peneliti sebelumnya terletak pada penggunaan teori penelitian, penulis menggunakan teori utama komunikasi organisasi sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori utama komunikasi kelompok

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa fungsi komunikasi kelompok sangatlah berperan dalam membangun loyalitas karyawan, misalnya saja fungsi, hubungan sosial, fungsi ini di terapkan agar terjalin kedekatan hubungan sosial antar anggota, fungsi pendidikan, sebagai pertukaran pengetahuan antara pengurus yang lama dengan pengurus baru. Selanjutnya fungsi persuasi, fungsi ini dilakukan untuk mengorganisir anggota yang berkaitan dengan tata tertib agar anggota mematuhi aturan kelompok yang berlaku. Fungsi problem solving, fungsi ini di lakukan sebagai langkah untuk meminimalisir dan menemukan solusi jika ada permasalahan antar anggota.

Dan yang terakhir yakni fungsi terapi sebagai perekat hubungan antar anggota dengan cara berinteraksi satu sama lain sehingga timbul rasa menghargai, keterbukaan dan saling membantu.

Skripsi yang berjudul Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Dinas Pendidikan Dasar Kabupaten Bantul, yang dilakukan oleh Dian Fitriana Mahasiswi program studi Manajemen Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta 2012. Penelitian yang dilakukan Dian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi organisasi, dengan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan letak perbedaannya, peneliti sebelumnya, pembahasannya dilengkapi dengan menganalisa hambatan-hambatan dalam perusahaan, sedangkan objek penelitian ini hanya berfokus pada komunikasi organisasi dalam mewujudkan loyalitas karyawan.

Hasil penelitian tersebut menyatakan komunikasi internal yang dijalankan oleh Dinas Pendidikan Dasar Kabupaten Bantul menggunakan komunikasi formal dan non formal. Komunikasi formal lebih sering di terapkan pada proses perencanaan dan pengorganisasian yaitu rapat. Sedangkan komunikasi non formal dilakukan pada saat pengarahan dan pengawasan yaitu melalui ponsel lewat *whatsapp*

Kemudian skripsi Ulvia Nuraini Mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam dengan judul Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Pegawai di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Penelitian yang di kerjakan oleh saudari Ulvia mempunyai persamaan dengan penelitian penulis

yaitu sama sama meneliti di bidang ranah organisasi. Persamaan lainnya terletak pada subyek penelitian yang mengambil informan dari pihak struktural manajemen. Sedangkan perbedaan terletak pada metode penelitian. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan penelitian Saudari Ulvia menggunakan metode kuantitatif.

Hasil Penelitian menguraikan bahwa pengaruh budaya orgnaisasi terhadap loyalitas kerja pegawai di peroleh hasil kefisien determinasi (R Square) sebesar 0,668 yang mengandung arti bahwa pengaruh variable bebas (budaya organisasi) terhadap variable terikat (loyalitas pegawai) adalah sebesar 66,8%. Selebihnya sebesar 33,2% di pengaruhi oleh variable lain. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas keerja di Balai Diklat Keagamaan Surabaya sebesar 66,8%

Tabel 1
Tinjauan Pustaka

NO	NAMA/ASAL	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Reznu Mayong S/ Universitas Negeri Yogyakarta	Fungsi Komunikasi Kelompok dalam Mewujudkan Loyalitas Anggota Tahun 2019	sama-sama meneliti tentang ranah organisasi kaitannya dalam membangun loyalitas, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif	penulis menggunakan teori utama komunikasi organisasi sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori utama komunikasi kelompok
2	Dian Fitriana/ Universitas Negeri Yogyakarta	Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Dinas Pendidikan Dasar Kabupaten Bantul 2016	Ranah penelitian yang kami kaji,sama sama mengenai Keilmuan komunikasi organisasi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif	Perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian yang dilengkapi dengan menganalisa hambatan- hambatan perusahaan. Sedangkan peneliti hanya fokus dalam mewujudkan loyalitas
3	Ulvia Nuraini/ UIN Sunan Ampel Surabaya	Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Pegawai di Balai Diklat Keagamaan Surabaya Tahun 2019	sama sama meneliti di ranah organisasi selain itu persamaan lain terletak pada subyek penelitian yang mengambil informan dari pihak struktural manajemen	Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan penelitian Ulvia menggunakan metode kuantitatif

(Sumber : Olahan Peneliti)

F. Landasan Teori

1. Komunikasi

Kebutuhan berkomunikasi dirasa sangat penting dalam mencapai tujuan ataupun maksud tertentu, apalagi jika ruang lingkungannya sudah menyentuh organisasi, dalam kaitannya penelitian ini, organisasi yang dimaksud adalah perusahaan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, bisa-bisa perusahaan dirundung masalah besar dan jauh dari visi-misinya, ekosistem perusahaan pun tak dapat berjalan sempurna apabila arus komunikasi tidak berjalan

Menurut Effendy (2011:9), istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini bermaksud *sama makna*. Percakapan dua orang atau lebih dapat dikatakan komunikatif apabila mereka, selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan

Pendapat lain juga dijelaskan oleh Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*, mengemukakan bahwa cara yang baik menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut:

“Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?”

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai berikut:

- a. Komunikator (communicator, source, sender)
- b. Pesan (Message)
- c. Media (Channel, media)
- d. Komunikan (communicant, receiver, recipient)
- e. Efek (effect, impact, influence)

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dari beberapa pernyataan yang sudah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang dapat menimbulkan efek

Komunikasi memiliki beberapa fungsi yang salah satunya adalah sebagai komunikasi sosial. Fungsi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2013:5)

2. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian

Komunikasi Organisasi merupakan pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Definisi tersebut lebih mengedepankan pada aspek fungsional (objektif). Sedangkan bila dilihat dari perspektif interpretif (subjektif), komunikasi organisasi dipandang sebagai proses penciptaan makna atas interaksi dalam suatu organisasi. Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam proses itu, berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi (Pace & Faules, 2001:31-33).

Apabila tidak ada komunikasi, para pegawai tidak dapat mengetahui apa yang dilakukan rekan ketjanya, pimpinan tidak dapat menerima masukan informasi, dan pan penyedia tidak dapat memberikan instruksi, koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan, dan organisasi akan runtuh karena ketiadaan komunikasi. (Keith Davis dan John W. Newstrom, 1993:151). Oleh karena itu, komunikasi dalam organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Ada bermacam-raacam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi, Schein (1982) dalam Ami Muhammad (2002:23) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang yang mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung

jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan suatu bagian dengan bagian lain dan tergantung dengan komunikasi mana untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu dengan yang lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan Schein ini adalah merupakan suatu sistem.

Menurut Goldhaber (1986) dalam bukunya Muhammad Arni, proses komunikasi organisasi menciptakan 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 yaitu mengandung 7 konsep kunci (Arni Muhammad, 2009:67-74) :

1) Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan suatu proses.

2) Pesan

Pesan adalah suatu simbol yang penuh arti tentang objek, orang, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain. Pesan dalam organisasi dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi, dan arus tujuan dari pesan. Klasifikasi pesan dalam bahasa dapat dibedakan menjadi 2 (dua) bagian yaitu verbal dan non verbal.

Dimana pesan verbal dalam organisasi berupa: surat, memo, percakapan, dan pidato. Sedangkan pesan non verbal dalam organisasi bisa berupa: bahasa gerak tubuh, sentuhan, ekspresi wajah, dan lain-lain. Pesan yang dimaksud adalah susunan symbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang

3) Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pecan dari orang-orang sesamanya tetjadi melewati suatu jalan kecil yang dinamakan jaringan. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi.

4) Keadaan saling bergantung

Keadaan yang saling bergantung merupakan keadaan yang saling bergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

5) Hubungan

Konsep organisasi adalah hubungan, karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk

berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata lain melalui jaringan yang mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku

6) Lingkungan

Lingkungan adalah suatu totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf golongan fungsional dari organisasi dan komponen organisasi lainnya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi pelanggan, leveransir, saingan dan teknologi.

7) Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, maka mereka melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghaapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi

b. Jenis Komunikasi Organisasi

1) Komunikasi Informal

Proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam suatu situasi sosial atau bisnis yang membicarakan hal-hal tentang sifat perseorangan atau bisnis, adalah komunikasi informal. Komunikasi informal berperan penting dalam menciptakan pengertian yang lebih baik atau dalam mengoreksi kesalahan konsepsi para karyawan, dalam tugas atau dalam percakapan dengan khalayak sekitar perusahaan, para pemegang saham, pemasok dan penyalur. Beberapa komunikasi informal yang dianggap slentingan yang terdiri dari gossip, desas desus, dan informasi palsu, seringkali menimbulkan kesalahpahaman dan itikad buruk. (Moore, 1981:91)

Para karyawan dalam suatu perusahaan memang membutuhkan komunikasi informal yakni komunikasi yang sifatnya santai tanpa terikat dengan aturan-aturan baku perusahaan, sebab komunikasi informal adalah sebagai penyeimbang ketika karyawan sudah jenuh dalam rutinitas kerja maka mereka membutuhkan hiburan ataupun unek unek sebagai pelampiasan rasa agar tidak stress ketika menghadapi tekanan maupun hambatan dalam perusahaan ,disisi lain proses komunikasi ini dapat berguna untuk membangun emosi dan kemistri antar karyawan mengingat proses komunikasi informal ini terbentuk secara alami dan begitu bebas,

tanpa ada batasan topik pembicaraan yang dilakukan dan tentunya disertai rasa saling nyaman.

2) Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah komunikasi yang dilakukan dalam lingkup lembaga resmi, melalui jalur garis perintah, berdasarkan struktur lembaga, oleh pelaku yang berkomunikasi sebagai petugas lembaga dengan status masing-masing, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kepentingan dinas dan dengan bentuk resmi yang berlaku pada lembaga resmi pada umumnya (Hardjana, 2003:29)

Komunikasi formal digunakan oleh manajemen untuk menyampaikan informasi kepada dan menerima dari eksekutif dan para karyawan dalam sebuah perusahaan (Moore, 1981:92). Proses komunikasi formal begitu resmi karena menyangkut pesan maupun informasi yang memuat kepentingan perusahaan. Penyampaiannya pun begitu runtut bahkan detail agar tidak terjadi miss komunikasi. Butuh metode khusus dalam menyampaikan pesan agar dapat dipahami oleh karyawan. Proses komunikasi formal dapat disebut juga sebagai saluran perintah dan tanggungjawab, karena melalui saluran itulah pimpinan memberikan perintah dan bawahan menyampaikan pertanggung jawabannya.

c. Saluran Komunikasi Organisasi

Menurut Djoko Purwanto (2006:40) , komunikasi formal dapat dibagi menjadi Tiga saluran, antara lain :

1) Komunikasi Vertikal

Komunikasi Vertikal terdiri atas komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*).

a) Komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*)

Umumnya terkait dengan tanggungjawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi. Seorang manajer yang menggunakan jalur komunikasi ke bawah memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengoordinasikan, memotivasi, memimpin, dan mengendalikan kegiatan yang berada di level bawah.

Jalur komunikasi yang berasal dari atas (manajer) ke bawah (karyawan) merupakan penyampaian pesan yang dapat berbentuk perintah, intruksi, maupun prosedur untuk dijalankan para bawahan dengan sebaik-baiknya. Untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, perlu perhatian penggunaan bahasa yang sama, sederhana, tidak bertele-tele dan mudah dipahami dalam penyampaian pesan. Komunikasi dari atas ke bawah tersebut dapat berbentuk lisan (*oral communication*) maupun tertulis (*written communication*). Komunikasi secara lisan dapat berupa

percakapan biasa, wawancara formal antar supervisor dengan karyawan, atau dapat juga dalam bentuk pertemuan/diskusi kelompok. Disamping itu, komunikasi tertulis juga dapat berbentuk memo, manual pelatihan, kotak informasi, surat tugas, surat perintah, surat keputusan surat pemberhentian/pemecatan, papan pengumuman, dan buku petunjuk pelaksanaan tugas bagi karyawan.

Ronald B Alder dalam Evi Novianti (2019:55) mengemukakan fungsi arus komunikasi dari atas kebawah adalah:

- 1) Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (Job instruction)
- 2) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (job rationale)
- 3) Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (procedures and practices)
- 4) Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik (motivation)

b) Komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*)

Dalam struktur organisasi, komunikasi dari bawah ke atas berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah (karyawan) menuju ke atas (manajer). Pesan yang ingin disampaikan mula-mula berasal dari para karyawan yang selanjutnya disampaikan

ke jalur yang lebih tinggi, yaitu ke bagian pabrik, ke manajer produksi, dan akhirnya ke manajer umum untuk memecahkan masalah masalah yang terjadi dalam suatu organisasi dan mengambil keputusan secara cepat, sudah sepantasnya manajer memperhatikan aspirasi yang berasal dari bawah. Keterlibatan bawahan dalam proses pengambilan keputusan merupakan salah satu cara yang positif dalam upaya membantu pencapaian tujuan organisasi.

Ronald B Alder dalam Evi Novianti (2019:54) mengemukakan fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas adalah:

- 1) Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan
- 2) Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
- 3) Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan
- 4) Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya

2) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal atau sering disebut juga dengan istilah komunikasi lateral (lateral communication) adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi

sejajar/sederajat dalam suatu organisasi. Tujuan komunikasi horizontal antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar.

Komunikasi horizontal bersifat koordinatif di antara mereka yang memiliki posisi sederajat, baik di dalam satu departemen maupun diantara beberapa departemen dan komunikasi horizontal menjadi penting manakala setiap bagian atau departemen dalam suatu organisasi memiliki tingkat saling ketergantungan yang cukup besar.

Ronald B Alder dalam Evi Novianti (2019:55) mengemukakan fungsi arus komunikasi horizontal adalah:

- 1) Memperbaiki Koordinasi tugas
 - 2) Upaya pemecahan masalah
 - 3) Saling berbagi informasi
 - 4) Upaya pemecahan konflik
 - 5) Membina hubungan melalui kegiatan bersama
- 3) Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Contohnya adalah komunikasi formal antara manajer pemasaran dengan bagian pabrik, antara manajer produksi dengan bagian promosi, antara manajer

produksi dengan akuntansi, dan antara manajer keuangan dengan bagian penelitian.

Komunikasi diagonal digunakan untuk meningkatkan efisiensi kerja, memecahkan masalah-masalah antar bagian, dan meminta pertimbangan dari bagian staf direksi. Karena memotong garis perintah, jika tidak digunakan dengan baik dapat menyinggung perasaan petugas yang bersangkutan, antara lain merasa dilangkahi. Maka sebelum melakukan komunikasi menyilang sebaiknya orang minta izin dulu dari petugas yang bersangkutan. Jika karena sesuatu hal izin belum diperoleh, maka sesudah melakukan komunikasi menyilang, pelaku melaporkan hasilnya. Dengan cara itu salah pengertian dan perasaan diabaikan dapat dihindari (Hardjana, 2003:34)

Pentingnya komunikasi lintas saluran dalam organisasi mendorong Keith Davis dalam Wayne Pace (2010:199) untuk menyatakan bahwa penerapan Tiga prinsip berikut akan memperkuat peranan komunikasi secara staf:

- 1) Spesialis staf harus dilatih dalam keahlian berkomunikasi.
- 2) Spesialis staf perlu menyadari pentingnya peranan komunikasi mereka.
- 3) Manajemen harus menyadari peranan spesialis staf dan lebih banyak lagi memanfaatkan peranan tersebut dalam komunikasi organisasi.

3. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “Loyalitas” berarti kepatuhan atau kesetiaan. Alex S. Nitisemito (1991:136) mengatakan bahwa “Loyalitas adalah kesetiaan terhadap perusahaan tempat bekerja, seringkali dipakai syarat untuk promosi”.

Sudimin (2003:5) yang mengatakan loyalitas berarti kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran, dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan organisasi dan menyimpan rahasia organisasi serta tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan organisasi selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.

Namun kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih kepada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian. Loyalitas para anggota dalam suatu kelompok itu mutlak diperlukan demi kesuksesan kelompok itu sendiri. Menurut Richheld, semakin tinggi loyalitas para anggota di suatu kelompok, maka semakin mudah bagi kelompok itu untuk mencapai tujuan-tujuan kelompoknya yang telah di tetapkan sebelumnya (Utomo,2002). Sedangkan untuk sebaliknya, bagi kelompok yang loyalitasnya para anggotanya rendah, maka semakin sulit bagi kelompok tersebut untuk mencapai tujuan kelompoknya yang telah di tetapkan sebelumnya.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas kerja karyawan menurut para ahli, antara lain menurut Yuliandri dalam Nurhayati (2016:8) mengemukakan bahwa loyalitas karyawan dipengaruhi oleh adanya fasilitas kerja yang memadai, kesejahteraan, iklim atau suasana kerja dan gaji yang didapatkan. Sedangkan menurut Steers dan Porter dalam Nurhayati (2016:8) mengemukakan bahwa loyalitas kerja ditimbulkan oleh empat faktor yakni sebagai berikut:

1) Karakteristik Pribadi

Karakteristik pribadi ini menyangkut kepribadian setiap individu usia seorang lamanya kerja, jenjang pendidikan, jenis kelamin, suku dan prestasi kerja

2) Karakteristik pekerjaan

Dalam hal ini karakteristik pekerjaan dapat berupa jenis pekerjaan yang disukainya atau kesesuaian tugas *job description*, *job enrichment*, *job stress* dan hubungan dengan orang lain

3) Karakter design perusahaan

Design perusahaan dapat berupa aturan-aturan dan kebijakan perusahaan/lembaga. Setidaknya individu ikut serta dalam pengambilan keputusan. ia menunjukkan tanggung jawabnya kepada organisasi yang dia ikuti.

4) Pengalaman yang diperoleh

Hal ini cenderung kepada sikap positif individu kepada perusahaan/ lembaga dan juga rasa aman yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap dirinya.

c. Aspek aspek loyalitas karyawan

Loyalitas karyawan dalam suatu organisasi mutlak dibutuhkan demi kemajuan organisasi tersebut. Memiliki karyawan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap organisasi membutuhkan proses. Tidak terbentuk begitu saja, dalam perusahaan, akan tetapi ada aspek-aspek yang mewujudkan adanya loyalitas karyawan tersebut. Masing-masing aspek merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang berkaitan dengan karyawan dan perusahaan.

Aspek-aspek loyalitas yang terdapat dalam individu dikemukakan oleh Siswanto dalam Nitisemito (2002:167) yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh karyawan, yaitu:

1) Taat pada peraturan

Karyawan mempunyai tekad dan kesanggupan untuk mentaati segala peraturan, perintah dari perusahaan dan tidak melanggar segala larangan yang telah ditentukan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, peningkatan ketaatan tenaga kerja merupakan prioritas utama dalam pembinaan tenaga kerja dalam rangka peningkatan loyalitas kerja pada perusahaan

2) Tanggung jawab pada perusahaan

Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan kepada 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 dilaksanakan. Ciri ciri karyawan yang bertanggungjawab terhadap perusahaan yaitu :

- a) Karyawan tersebut dapat menyelesaikan tugas dengan baik
- b) Selalu menyampaikan atau memelihara barang-barang milik perusahaan dengan sebaik-baiknya.
- c) Mengutamakan kepentingan dinas daripada kepentingan golongan
- d) Tidak pernah berusaha melemparkan kesalahannya kepada orang lain

3) Kemauan untuk bekerjasama

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

4) 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.

5) Hubungan antar pribadi

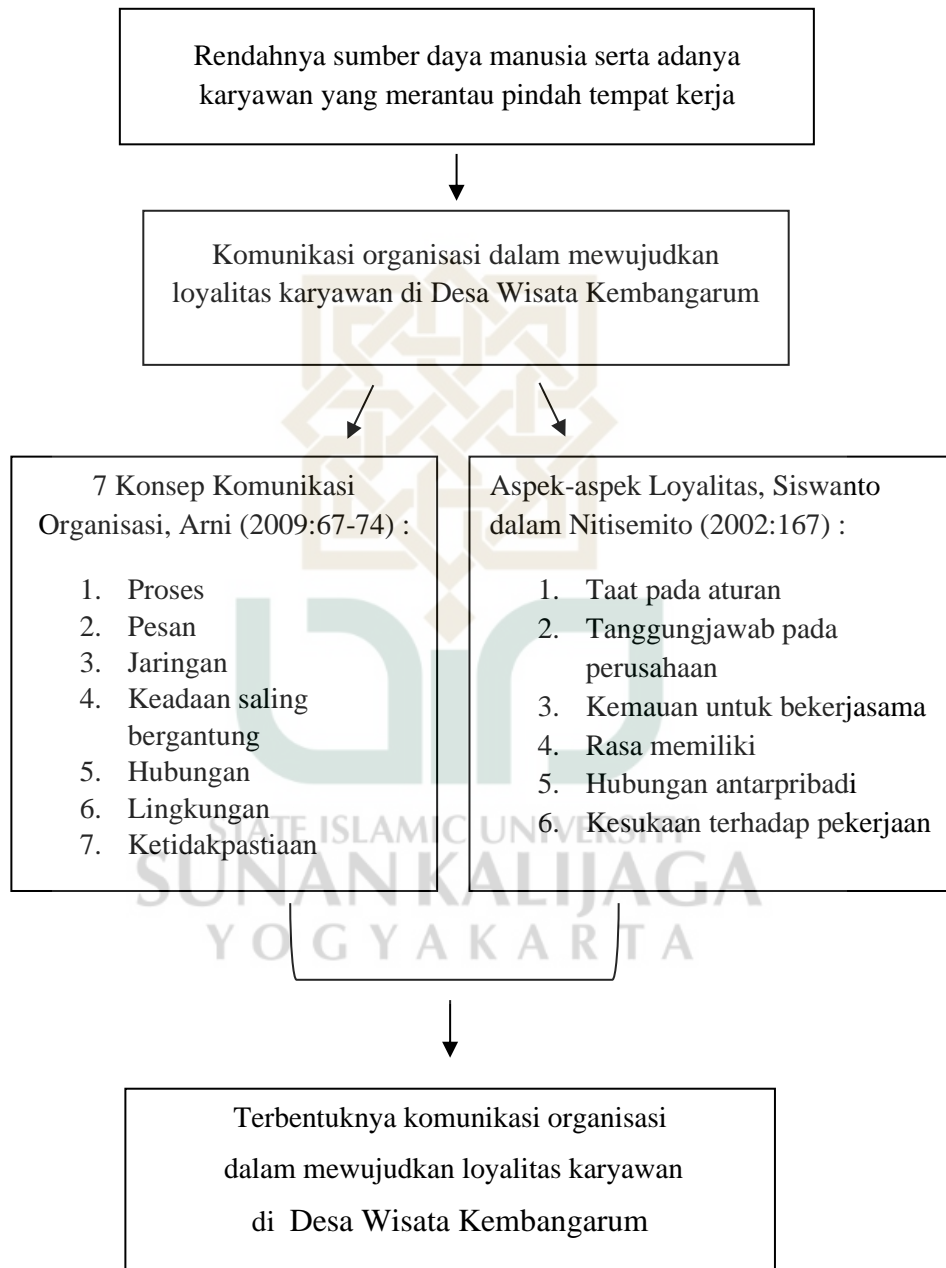
Karyawan yang memiliki loyalitas tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel kearah hubungan antara pribadi. Hubungan antara pribadi ini meliputi hubungan sosial diantara karyawan, hubungan yang harmonis antara atasan dan karyawan, serta situasi kerja dan sugesti dari teman kerja

6) Kesukaan terhadap pekerjaan

Sebagai manusia, karyawan pasti akan mengalami masa-masa jenuh terhadap pekerjaan yang dilakukan. Seorang karyawan yang memiliki sikap sesuai dengan pengertian loyalitas akan mampu menghadapi permasalahan dengan bijaksana. Hal ini hanya dapat dilakukan apabila seorang anggota mencintai tugas dan keberadaannya

G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2



(Sumber : Olahan Peneliti)

H. Metodologi Penelitian

Secara umum metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Dikatakan sebagai ‘kegiatan ilmiah’ karena penelitian dengan aspek ilmu pengetahuan dan teori. Terencana karena penelitian harus direncanakan dengan memperhatikan waktu, dana dan aksesibilitas terhadap tempat dan data (J.R. Raco, 2010 : 5). Metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif sendiri adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian ini memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

Sedangkan, Penelitian Kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2009 : 62) dan peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisa, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas (Noor Juliansyah, 2011: 34)

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama peneliti, yaitu memiliki data-data mengenai variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2009: 224). Sumber data dalam penelitian ini adalah Pimpinan Desa Wisata Kembangarum Bapak Hery Kustriyatmo, Manajemen Pengelola Desa Wisata Kembangarum sekaligus anak dari Bapak Hery yakni Mas Yogha Permana Putra, Koordinator Pemandu *Outbond* yakni Bapak Agus dan *Front Office* Bapak Indro

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah proses komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Desa Wisata Kembangarum dalam mewujudkan loyalitas karyawan.

3. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusah masalah penelitian. Adapun jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus, sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya dalam data sekunder ini periset adalah “tangan kedua” yang sekedar mencatat,

mengakses atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan.

Selanjutnya guna mendapatkan data sebagai bahan penelitian, diperlukan data yang dapat di pertanggungjawabkan kebenarannya serta relevan dengan permasalahan yang ada. Pada penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a) Wawancara

Wawancara (*interview*) dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner. Oleh karena itu peneliti harus mengajukan pertanyaan kepada partisipan. Pertanyaan sangat penting untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan orang tentang suatu gejala, peristiwa, fakta atau realita. Dengan mengajukan pertanyaan, peneliti masuk dalam alam berpikir orang lain, mendapatkan apa yang ada dalam pikiran mereka dan mengerti apa yang mereka pikirkan (Raco J.R , 2010: 116)

b) Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain : ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan

gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut (Noor Juliansyah, 2011 : 140)

c) Dokumentasi

Menurut Basrowi dan Suwandi, (2008: 158) “Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari data yang sudah ada atau tersedia”. Dokumentasi bertujuan memperkuat gambaran lapangan bagi peneliti. Dokumentasi dapat menjadi bukti otentik tentang keabsahan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi dapat berupa foto ataupun video dilapangan, laporan kegiatan, buku, surat kabar, dan data lain

4. Metode Analisis Data

Proses analisis terhadap data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan menggambarkan keadaan, realita dan fakta yang ada. Data yang sudah terkumpul tersebut kemudian diseleksi dan disajikan, kemudian ditafsirkan secara sistematis agar mampu menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori, atau gagasan baru yang disebut hasil temuan (Basrowi dan Suwandi, 2008 : 123).

Metode analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis model Miles & Huberman (dalam Pawito, 2007 : 104-106), yang menjelaskan mengenai tahapan-tahapan dalam menganalisa data, yaitu sebagai berikut :

a. Reduksi data

Dalam tahap reduksi data, peneliti akan melakukan editing, pengelompokan dan peringkasan data. Reduksi data juga mencakup kegiatan menyusun kode dan catatan mengenai beberapa hal, termasuk yang berkaitan dengan aktivitas serta proses dalam penelitian sehingga dapat menemukan tema tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data.

b. Penyajian Data

Dalam tahap penyajian data disebut juga mengorganisasikan data. Data yang tersaji berupa kelompok-kelompok atau gugusan-gugusan yang kemudian saling dikaitkan sesuai dengan teori yang digunakan.

c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Di tahap terakhir ini akan dilakukan pemaknaan terhadap kecenderungan dari sajian data, menarik dan menguji kesimpulan dari data-data tersebut. Sehingga akan menghasilkan suatu temuan deskriptif mengenai gambaran suatu objek setelah dilakukan penelitian.

5. Keabsahan Data

Keabsahan merupakan hal yang paling penting dalam penelitian, dimana ia berfungsi dalam tahap pemeriksaan data serta penentu valid tidaknya suatu hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi yang merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, kemudian pengecekan sebagai pembandingan terhadap data tersebut (Moelong, 2010:330)

Triangulasi sendiri dapat dibedakan menjadi empat, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik dan teori (Moelong, 2005:330). Jenis triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yakni, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton, dalam Moeloeng, 2010:330). Peneliti menjadikan salah satu orang yang ahli dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia dalam perusahaan untuk mengecek ulang data

Peneliti mewawancarai narasumber lain yang memiliki karakteristik berbeda dengan subjek utama peneliti. Triangulasi yang digunakan peneliti yaitu dengan mewawancarai Bapak Rangga Jaya (Rangga). Beliau berpengalaman di ranah pengelolaan sumber daya manusia selama kurang lebih 8 tahun di Perusahaan, *Pertama* PT.Adiputera Investama menempati jabatan sebagai Food and Beverage Manager yang bertugas membackup SDM dalam ranah membuat skema

mendidik karyawan, menjabat selama 6 tahun. *Kedua*, ETNOYA GROUP menempati posisi *corporate chef* kemudian menjadi direktur operasional yang bertugas bertanggung jawab terhadap semua kegiatan operasional karyawan dalam perusahaan dan menjabat selama 2 tahun. Dan sekarang beliau menjadi owner sebuah caffe di daerah Sleman yang bernama Warkop Si Abah.



BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa dalam komunikasi organisasi terdapat beberapa aspek yang dilakukan oleh pihak manajemen Desa Wisata Kembangarum dalam mewujudkan loyalitas karyawan diantaranya proses, pesan, jaringan, keadaan saling bergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

Mengenai aspek proses, manajemen Desa Wisata Kembangarum sendiri melaksanakan berbagai proses komunikasi yang dilakukan secara rutin, seperti halnya mengadakan rapat rutin H-5 sebelum event yang membicarakan terkait kebutuhan yang di minta oleh para tamu, serta pemberian *job description* di setiap divisi, selanjutnya memasuki hari acara dilakukan *briefing* pagi sebagai *reminder* dan memastikan kesiapan karyawan, dengan begitu karyawan akan mentaati aturan dengan penuh rasa tanggung jawab serta dapat mempermudah kerjasama antar tim karena adanya satu pemahaman yang di berikan saat rapat dan briefing.

Kemudian terkait pesan komunikasi yang diberikan dari atasan ke pada karyawan lebih kepada pedoman dalam melayani para tamu wisatawan, seperti panduan *outbond* yang diberikan kepada karyawan ketika *menghandle* tamu saat dilapangan dan seputar perawatan kebutuhan wisata. Semua pesan tersebut tercantum dalam *Standard Operating Procedure* (SOP) yang berbentuk buku

serta tulisan yang tertempel di sudut-sudut lingkungan kerja yang bertujuan agar karyawan dapat mematuhi aturan yang sudah ditetapkan.

Pola jaringan komunikasi yang dibangun oleh manajemen juga selalu melibatkan karyawan lintas divisi ketika hendak melakukan rapat, maupun evaluasi setelah bekerja. Di forum tersebut sangat demokratis, para karyawan diperbolehkan menyampaikan saran, masukan, gagasan, kritik terkait pekerjaan dan perusahaan. Dengan begitu karyawan dapat ikut andil menjadi bagian dalam memajukan perusahaan, sehingga karyawan timbul rasa memiliki terhadap perusahaan serta hubungan antar pribadi antara manajemen dengan karyawan terjalin dengan baik.

Terkait dengan keadaan saling bergantung, Desa Wisata Kembangarum memiliki sistem terbuka sehingga ketika salah satu mengalami gangguan, maka akan berpengaruh kepada yang lainnya. Oleh karena itu, setiap akan mengambil keputusan, pihak manajemen berkomunikasi dengan para pemangku jabatan pemerintah setempat untuk berdiskusi, berfikir secara panjang, dan melihat sisi positif serta negatif agar tidak salah dalam membuat keputusan. Pada intinya langkah-langkah tersebut bertujuan agar tidak berdampak buruk terhadap aspek loyalitas karyawan

Manajemen mempunyai langkah kongkrit dalam mengelola hubungan antara pihak manajemen maupun karyawan agar menjadi harmonis, diantaranya terletak pada mengenali karakter dan pribadi masing-masing karyawan, selain itu pihak manajemen juga memberikan bonus bagi karyawan yang kinerjanya bagus, serta pemberian dana kas Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa

(LPMD) yang dialokasikan sebagai *fee* diluar gaji pokok untuk karyawan, dan yang terakhir mengadakan *refreshing* ke tempat wisata bersama karyawan. Dengan begitu menjadikan karyawan jadi lebih kompak, lebih mencintai dan lebih bertanggung jawab terhadap perusahaan.

Selanjutnya terkait lingkungan. Desa Wisata Kembangarum dapat berkembang dengan baik tidak semata hasil dari lingkungan internal perusahaan semata, kontribusi pihak lingkungan eksternal juga berperan. Bekerja sama dengan pihak eksternal khususnya dengan Dinas Pariwisata juga menjadi salah satu keberhasilan manajemen dalam membangun sumber daya manusianya dalam aspek loyalitas. Bentuk kerjasama yang dijalain oleh Pihak manajemen dengan dinas diantaranya pengadaan pelatihan-pelatihan ketrampilan seperti memasak untuk ibu-ibu pkk, khursus bahasa inggris untuk pemandu , pelatihan lukis dan seni kriya untuk keperluan wisata kategori wisata kesenian.

Terakhir adalah ketidakpastian. Dalam ranah perusahaan pasti akan selalu ada ketimpangan informasi serta ada ketidakpastian yang akan terjadi didalam lingkup kerja. Oleh karena itu untuk mengantisipasi hal tersebut, saat *briefing* pimpinan selalu mengulangi dan mengingatkan kembali informasi yang akan diberikan kepada karyawan khususnya koordinator. Hal ini cukup terbilang efektif, jadi walaupun delegasi pesan sudah disampaikan oleh karyawan, tugas pimpinan dalam hal ini adalah mengontrol dengan cara tadi, meningkatkan dan mengulangi informasi, agar tidak ada kerancuan informasi.

B. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian tentang komunikasi organisasi dalam mewujudkan loyalitas karyawan di Desa Wisata Kembangarum, maka berikut ini peneliti mencoba memberikan saran-saran yang mungkin dapat dilaksanakan oleh Manajemen Desa Wisata Kembangarum :

1. Agar perusahaan tetap eksis dan dapat bertahan maka di perlukan suatu program regenerasi bagi karyawan untuk generasi pemuda, agar perusahaan semakin dinamis dalam menghadapi tantangan di era modern yang selalu berubah ubah.
2. Melakukan kerjasama dengan pihak lain di luar ranah kepariwisataan sehingga menciptakan sudut pandang baru yang bisa di elaborasi menjadi suatu project bersama agar dapat melahirkan suatu inovasi baru di bidang kepariwisataan.
3. Memanfaatkan kemajuan zaman agar mempermudah kinerja pihak manajemen dengan melibatkan fasilitas teknologi modern sehingga dapat terciptanya Desa Wisata 4.0

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya. Diterjemahkan oleh yayasan penyelenggara penerjemah Al-Qur'an. Jakarta: Departement Agama RI

BUKU

Arni, Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rineka Cipta

Davis, Keith dan John W. Newstrom. 1985. *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. Terjemahan Agus Dharma. 1993. Perilaku dalam organisasi. Edisi Ketujuh. Jilid 2. Jakarta; Erlangga.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Hardjana M. Agus. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Hasibuan, Malayu. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara: Jakarta

Juliansyah, Noor. 2015. *Penelitian Ilmu Manajemen Tinjauan Filosofis dan Praktis*. Jakarta: Prenadamedia.

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknis Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi rganisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Moore, Frazier. 1981. *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Mulyana, Dedy.2013.*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari.2011.*Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nitisemito, Alex S.1991.*Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nitisemito, Alex S.2002.*Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*.Cetakan Kesembilan.Jakarta: Ghalia Indonesia
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: kencana Prenada Media Group
- Novianti Evi.2019. *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Pace R.Wayne. 2010. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pace, R Wayne dan Don F. Faules.2001.Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Editor Dedy Mulyana. PT. Remaja Rosdakarya; Bandung.
- Pawito,Ph.D. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bantul : LKIS Yogyakarta.
- Purwanto Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Raco, J.R. 2010. Metode Peneliti an Kualitatif. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Sudimin, Theo. 2003. Whistleblowing: Dilema Loyalitasdan Tanggung Jawab Publik. *Manajemen &Usahawan Indonesia*, 32(11). 3-8
- Sugiyono. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Utomo,B.2002.”Menentukan Faktor faktor kepuasan kerja dan tingkat pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan PT Pabelan.”

SKRIPSI

Reznu Mayong S. 2019. *Fungsi Komunikasi Kelompok Dalam Mewujudkan Loyalitas Anggota*. Fakultas Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dian Fitriana. 2016. *Pelaksanaan Komunikasi Organisasi Di Dinas Pendidikan Dasar Kabupaten Bantul*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Ulvia Nuraini. 2019. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Kerja Pegawai di Balai Diklat Keagamaan Surabaya*. Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Indria Kusuma Wardhani. 2008. *Model Pengelolaan Desa Wisata Perkebunan Salak Pondoh Kembangarum*. Fakultas Sastra Dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

JURNAL

Diah Nurhayati.2016.pengaruh Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior(OCB).Jurnal Manajemen Vol.2.No.2

INTERNET

<https://tirto.id/daftar-10-kota-wisata-indonesia-terpopuler-2019-versi-tripadvisor-epEc> diakses pada 05/10/2020

http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/218-restoran-dan-rumah-makan?id_skpd=23 diakses pada 07/10/2020

CURRICULUM VITAE



Biodata Pribadi

Nama : Mifta Wiradika
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal Lahir : Yogyakarta, 6 September 1994
Tinggi badan : 175 cm
Agama : Islam
Alamat : Gambiran RT 35/RW 09 No.155
Pandeyan,Umbulharjo,Yogyakarta
No.Hp : 087838290090
Email : mwiradika09@gmail.com
Instagram : @wrdika

Pendidikan Formal

1. SDN Rejowinangun 3 Yogyakarta (2001-2007)
2. SMP Muhammadiyah 7 Yogyakarta (2007-2010)
3. SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta (2010-2013)
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013-2020)

Pengalaman Organisasi

1. Kepanduan Hizbul Wathan SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta, sebagai ketua umum (2012-2013)
2. Ikatan Pelajar Muhammadiyah SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta, sebagai ketua bidang organisasi (2012-2013)
3. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Ilmu sosial & Humaniora UIN Sunan Kalijaga, sebagai anggota (2013-2014)

4. Karang Taruna Kelurahan Pandeyan Yogyakarta, sebagai sekretaris umum (2013-2017)
5. Organisasi Pemuda Desa @Gambiranteamwork, sebagai wakil ketua (2016-2021)

Ketrampilan

1. Desain Grafis (Adobe Photosop dan Corel Draw)
2. Fotografi
3. Videografi

Pengalaman Kerja

1. Internship di Jogja Tv posisi Public Relations 2016
2. Freelance di Ars Management Event Organizer & Event Consultant (2018-2019)
3. Freelance Desain Grafis di Proyek Desain 99 (2020-Sekarang)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA