

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi sangat beragam dan kompleks, karena mencakup berbagai proses, tujuan, serta konteks sosial dan budaya. Secara umum, komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai pemahaman bersama. Menurut (Lasswell, 1948) komunikasi adalah proses yang melibatkan lima unsur penting, yaitu: *who* (siapa komunikatornya), *says what* (apa pesannya), *in which channel* (melalui media apa), *to whom* (kepada siapa pesan disampaikan), dan *with what effect* (dampak atau efek apa yang ditimbulkan). Model Lasswell ini menekankan pentingnya melihat komunikasi sebagai proses yang sistematis dan terarah, serta berguna untuk menganalisis dampak pesan dalam konteks media massa dan propaganda. Model ini membantu dalam mengidentifikasi komponen-komponen kunci komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek, yang semuanya berkontribusi pada keberhasilan atau kegagalan suatu komunikasi. Definisi ini menyoroti komponen-komponen dasar yang harus dipertimbangkan untuk mendapatkan pemahaman komunikasi yang jelas, meliputi komunikator, pesan, saluran, penerima, dan dampak yang ditimbulkan (Ridho, 2022).

Sementara itu, menurut Shannon Weaver komunikasi adalah proses transmisi informasi dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*) melalui suatu saluran (*channel*), yang bisa terganggu oleh gangguan atau noise. Model ini dikenal sebagai *mathematical model of communication*, yang awalnya dikembangkan untuk menjelaskan komunikasi dalam sistem teknis seperti telepon. Namun, model ini kemudian diadaptasi ke dalam konteks komunikasi manusia. Shannon dan Weaver memperkenalkan konsep penting seperti *source*, *encoder*, *channel*, *decoder*, dan *receiver*. Keunggulan dari model ini adalah penekanan pada efisiensi penyampaian pesan dan bagaimana gangguan bisa mempengaruhi kejelasan informasi.

Komunikasi juga dapat terjadi dalam dua bentuk utama, yaitu komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah adalah proses

penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan tanpa adanya respons atau balasan secara langsung dari penerima pesan (Lestari et al., 2025). Karakteristik utamanya terletak pada alur komunikasi yang hanya mengalir dari pengirim ke penerima, tanpa keterlibatan aktif dari pihak penerima dalam bentuk umpan balik.

Komunikasi harus terjadi secara terus menerus dan sangat melibatkan tanggapan dari komunikator kepada komunikan. Karakteristiknya komunikasi sebagai proses timbal balik, adanya umpan balik dari penerima ke pengirim, dan keduanya berperan aktif dalam merespon dan menyampaikan pesan (Wilbur, 1954).

Dari beberapa model diatas, terlihat bahwa komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga melibatkan berbagai unsur dan faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan proses komunikasi itu sendiri.

2.2 Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan suatu wadah atau naungan yang terdiri atas sekelompok individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Di dalam organisasi, setiap anggota memiliki peran, tanggung jawab, dan fungsi tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan struktur organisasi yang berlaku. Struktur ini menjadi landasan dalam mengatur alur kerja, pengambilan keputusan, serta pola komunikasi antaranggota (Aisy & Purba, 2021)

Komunikasi organisasi adalah proses penyampaian pesan yang terjadi di dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, yang telah memiliki sistem dan struktur formal yang terorganisir. Komunikasi ini berperan penting dalam mendukung kelancaran operasional, koordinasi antar bagian, serta pencapaian visi dan misi organisasi. Dalam praktiknya, komunikasi organisasi dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, baik secara formal maupun informal. Komunikasi formal biasanya mengikuti jalur atau struktur yang telah ditentukan, seperti laporan kerja dan rapat. Sementara itu, komunikasi informal terjadi secara spontan dan tidak terikat aturan tertentu, seperti percakapan santai atau diskusi ringan.

Selain itu, komunikasi organisasi juga dapat diklasifikasikan berdasarkan arah penyampaiannya, yaitu secara vertikal dan horizontal (Effendy, 2011). Komunikasi vertikal berlangsung antara atasan dan bawahan baik dari atas ke bawah (instruksi, arahan) maupun dari bawah ke atas (laporan, saran). Sedangkan komunikasi horizontal terjadi antarindividu atau unit kerja yang memiliki posisi atau jabatan sejajar, dan biasanya bertujuan untuk koordinasi, kolaborasi, atau berbagi informasi.

Menurut Joseph A. DeVito, terdapat lima macam pola komunikasi dalam organisasi yang menggambarkan bagaimana alur penyampaian informasi terjadi di antara anggota organisasi. Setiap pola memiliki karakteristik tersendiri dan biasanya digunakan sesuai dengan kebutuhan serta struktur organisasi yang ada.

2.2.1 Pola Rantai (*Chain Pattern*)



Gambar 1. Pola Rantai

Menurut Joseph A. DeVito, pola rantai menggambarkan bentuk komunikasi yang berlangsung secara berurutan dari satu individu ke individu berikutnya dalam garis lurus. Setiap anggota organisasi hanya dapat berkomunikasi dengan anggota yang berada tepat di depannya atau di belakangnya dalam rantai tersebut. Pola ini biasanya digunakan dalam struktur organisasi yang bersifat hierarkis, misalnya dalam sistem komando dari atasan ke bawahan.

Kelebihan dari pola rantai adalah alur komunikasi yang jelas, sistematis, dan terstruktur sehingga memudahkan dalam pengendalian informasi maupun instruksi. Dengan adanya garis komando yang tegas, setiap individu mengetahui kepada siapa ia harus melapor dan dari siapa ia menerima instruksi.

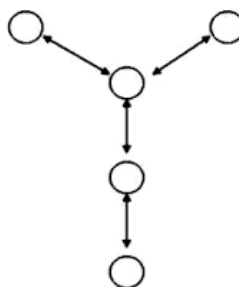
Namun, kelemahannya terletak pada risiko terjadinya distorsi atau penyimpangan informasi, karena pesan melewati beberapa perantara sebelum sampai ke penerima terakhir. Semakin panjang rantai

komunikasi, semakin besar kemungkinan pesan berubah, terpotong, atau bahkan salah diinterpretasikan. Hal ini dapat menimbulkan keterlambatan pengambilan keputusan serta potensi konflik akibat miskomunikasi.

Contoh penerapan pola rantai dapat ditemukan pada organisasi militer, kepolisian, maupun perusahaan yang memiliki struktur komando tegas. Misalnya, seorang manajer memberikan instruksi kepada supervisor, kemudian supervisor menyampaikannya kepada kepala divisi, dan akhirnya diteruskan kepada staf pelaksana. Dalam kondisi tertentu, pola rantai juga lazim digunakan pada perusahaan otomotif atau bengkel resmi yang memiliki standar prosedur operasional (SOP) ketat, di mana setiap instruksi harus melalui jalur komando yang telah ditentukan.

Relevansinya dengan penelitian ini, pola rantai dapat ditemui pada sistem komunikasi di Mitra Usaha AHASS Sengkaling. Dalam konteks ini, instruksi dari pimpinan atau kepala bengkel disampaikan kepada supervisor, lalu diteruskan kepada teknisi atau karyawan lain yang bertugas melaksanakan pekerjaan. Walaupun efektif untuk menjaga keteraturan alur kerja, pola ini berpotensi menimbulkan keterlambatan atau distorsi pesan, terutama jika pesan yang disampaikan panjang atau teknis. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pola rantai menjadi penting untuk menilai sejauh mana pola komunikasi organisasi di AHASS Sengkaling mampu membangun loyalitas karyawan melalui penyampaian informasi yang jelas dan akurat.

2.2.2 Pola Y (*Y Pattern*)



Gambar 2. Pola Y

Pola Y merupakan pengembangan dari pola rantai, di mana terdapat percabangan alur komunikasi. Dalam pola ini, seorang individu dapat menerima maupun menyampaikan informasi ke dua jalur berbeda. Artinya, satu orang memiliki posisi strategis karena menjadi penghubung yang mengarahkan informasi pada lebih dari satu unit kerja. Struktur ini mencerminkan bentuk organisasi yang mulai kompleks, tidak hanya linear tetapi juga bercabang.

Kelebihan pola Y adalah adanya fleksibilitas dalam distribusi informasi. Seorang pimpinan atau koordinator dapat menyampaikan arahan ke lebih dari satu bagian sekaligus, sehingga mempercepat proses koordinasi antar unit. Pola ini juga memungkinkan terjadinya kolaborasi antar bagian karena terdapat titik temu komunikasi pada individu yang menjadi pusat percabangan.

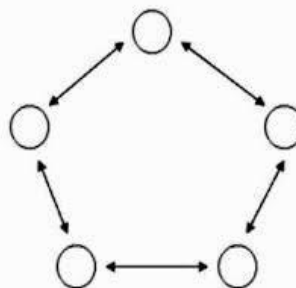
Namun, kelemahannya adalah potensi kebingungan atau informasi berlebih apabila individu penghubung tidak mampu mengelola komunikasi dengan baik. Informasi yang bercabang dapat menimbulkan perbedaan interpretasi di masing-masing jalur, bahkan bisa menghambat efektivitas kerja apabila koordinasi tidak jelas.

Contoh penerapan pola Y dapat dilihat dalam organisasi perusahaan atau instansi yang memiliki beberapa divisi di bawah satu kepala bagian. Misalnya, seorang kepala bagian pemasaran berkomunikasi sekaligus dengan divisi promosi dan divisi penjualan. Dalam konteks tertentu, pola Y juga muncul pada organisasi bengkel

resmi otomotif, di mana kepala bengkel menyampaikan informasi teknis kepada supervisor teknis dan koordinator administrasi secara bersamaan.

Relevansinya dengan penelitian ini, pola Y dapat terjadi di Mitra Usaha AHASS Sengkaling ketika pimpinan menyampaikan instruksi kepada lebih dari satu unit kerja, misalnya supervisor teknis dan supervisor pelayanan pelanggan. Pola ini dapat membantu mempercepat koordinasi, tetapi juga menuntut keterampilan komunikasi yang baik agar tidak terjadi kesalahpahaman di antara karyawan. Dengan memahami pola Y, penelitian ini dapat menilai sejauh mana struktur komunikasi bercabang mempengaruhi respons karyawan terhadap instruksi pimpinan, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi pada pembentukan loyalitas kerja.

2.2.3 Pola Lingkaran (*Circle Pattern*)



Gambar 3. Pola Lingkaran

Pola lingkaran menggambarkan bentuk komunikasi di mana setiap individu dapat berkomunikasi dengan individu lain yang berada di sekelilingnya secara setara. Pesan atau informasi mengalir dari satu orang ke orang berikutnya secara bergiliran, hingga akhirnya kembali ke pengirim awal. Struktur ini mencerminkan komunikasi yang demokratis, partisipatif, dan relatif egaliter, karena setiap anggota memiliki hak yang sama dalam menyampaikan pendapat.

Kelebihan pola lingkaran adalah terciptanya suasana keterbukaan, kesetaraan, dan partisipasi penuh dari seluruh anggota. Pola ini juga

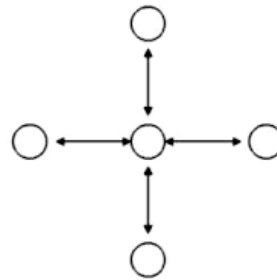
dapat memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas kelompok, karena semua individu mendapatkan kesempatan yang sama untuk terlibat dalam proses komunikasi.

Namun, kelemahannya terletak pada proses pengambilan keputusan yang cenderung lebih lambat. Karena setiap individu memiliki hak bicara dan alur komunikasi berjalan berurutan, maka waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan maupun mencapai kesepakatan menjadi lebih panjang. Risiko lain adalah terjadinya distorsi pesan jika komunikasi berlangsung terlalu lama sebelum kembali ke pengirim awal.

Contoh penerapan pola lingkaran biasanya terlihat dalam diskusi kelompok, rapat tim kecil, atau forum musyawarah di mana setiap anggota diposisikan secara sejajar tanpa dominasi satu pihak. Misalnya, dalam rapat tim kreatif sebuah perusahaan, setiap anggota diberikan kesempatan berbicara secara bergantian untuk menyampaikan ide atau masukan.

Relevansinya dengan penelitian ini, pola lingkaran dapat terjadi pada situasi tertentu di Mitra Usaha AHASS Sengkaling, seperti saat rapat koordinasi tim atau diskusi antar karyawan mengenai strategi pelayanan pelanggan. Dengan pola ini, setiap karyawan berkesempatan menyampaikan pendapat, kritik, maupun saran. Meski proses pengambilan keputusan bisa lebih lama, pola lingkaran berpotensi meningkatkan rasa kebersamaan, keterlibatan, serta kepuasan kerja yang pada akhirnya mendukung terbentuknya loyalitas karyawan terhadap organisasi.

2.2.4 Pola Roda (*Wheel Pattern*)



Gambar 4. Pola Roda

Pola roda merupakan bentuk komunikasi yang terpusat pada satu individu sebagai pusat informasi. Individu ini berperan sebagai penghubung utama, di mana seluruh anggota lainnya hanya dapat berkomunikasi melalui dirinya. Dengan demikian, alur komunikasi menjadi sangat terpusat dan terkendali, menggambarkan struktur organisasi yang bersifat otoritatif dan tersentralisasi.

Kelebihan dari pola roda adalah efisiensi dan kecepatan dalam pengambilan keputusan. Karena semua informasi tersaring melalui satu individu pusat, proses koordinasi menjadi lebih sederhana dan mudah diawasi. Selain itu, pola ini memungkinkan adanya kontrol yang kuat dari pimpinan, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya perbedaan informasi atau penyimpangan instruksi.

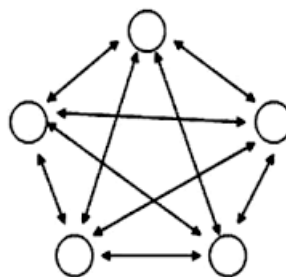
Namun, kelemahan pola roda adalah minimnya partisipasi dari anggota lain dalam proses komunikasi. Anggota hanya berperan sebagai penerima atau pelaksana informasi, sehingga kreativitas, inisiatif, dan keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan menjadi terbatas. Risiko lain yang mungkin muncul adalah terjadinya bottleneck apabila individu pusat terlalu banyak menampung informasi atau lambat dalam menyampaikannya.

Contoh penerapan pola roda banyak dijumpai pada organisasi yang bersifat birokratis atau perusahaan yang menempatkan pimpinan sebagai pusat kendali penuh. Misalnya, dalam bengkel resmi otomotif, kepala bengkel dapat menjadi pusat komunikasi, di mana seluruh instruksi

teknis maupun administratif harus melalui dirinya sebelum dilaksanakan oleh karyawan.

Relevansinya dengan penelitian ini, pola roda berpotensi diterapkan di Mitra Usaha AHASS Sengkaling dalam konteks komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Kepala bengkel atau manajer dapat berfungsi sebagai pusat kendali yang menyampaikan instruksi kepada seluruh staf. Pola ini dapat meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga berpotensi menimbulkan keterbatasan partisipasi karyawan dalam memberikan masukan. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana pola roda mempengaruhi respon karyawan terhadap pimpinan dan bagaimana dampaknya terhadap loyalitas kerja mereka.

2.2.5 Pola Bintang (*All Channel/ Star Pattern*)



Gambar 5. Pola Bintang

Pola semua saluran, atau yang sering disebut juga pola bintang (star pattern), merupakan bentuk komunikasi di mana setiap individu dapat berkomunikasi langsung dengan siapa pun tanpa harus melalui perantara. Pola ini mencerminkan komunikasi yang terbuka, fleksibel, dan egaliter, sehingga setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk bertukar informasi.

Kelebihan pola semua saluran adalah kecepatan dalam pertukaran informasi dan luasnya jangkauan komunikasi. Karena setiap individu dapat berhubungan langsung dengan anggota lain, maka informasi lebih cepat menyebar dan potensi miskomunikasi akibat perantara dapat diminimalisasi. Pola ini sangat mendukung kerja sama tim,

meningkatkan partisipasi, serta memperkuat rasa memiliki terhadap organisasi.

Namun, kelemahan dari pola ini adalah potensi munculnya information overload. Banyaknya arus informasi yang berlangsung secara simultan dapat membuat anggota kewalahan, sulit memprioritaskan pesan penting, bahkan berisiko menimbulkan kebingungan. Selain itu, tanpa pengelolaan yang baik, komunikasi terbuka ini juga dapat menyebabkan konflik antar individu karena tidak adanya jalur komunikasi yang terstruktur.

Contoh penerapan pola semua saluran banyak dijumpai pada tim kerja kolaboratif, proyek kreatif, atau organisasi modern yang menerapkan budaya komunikasi terbuka. Misalnya, dalam sebuah tim proyek pemasaran digital, setiap anggota dapat langsung berkoordinasi satu sama lain, baik terkait ide konten, strategi promosi, maupun teknis pelaksanaan tanpa harus menunggu arahan dari satu pusat kendali.

Relevansinya dengan penelitian ini, pola semua saluran dapat terjadi di Mitra Usaha AHASS Sengkaling dalam situasi kerja sama tim, seperti saat teknisi, frontliner, dan bagian administrasi saling berkoordinasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan pola ini, loyalitas karyawan dapat meningkat karena mereka merasa dilibatkan secara aktif dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan. Namun, jika tidak dikelola dengan baik, pola ini juga berpotensi menimbulkan kebingungan atau tumpang tindih tugas akibat banyaknya arus informasi yang beredar.

2.3 Peran dalam Komunikasi

Dalam komunikasi organisasi, setiap individu menempati peran tertentu yang turut mempengaruhi bagaimana informasi mengalir serta seberapa efektif komunikasi berlangsung secara keseluruhan. Peran ini tidak selalu berkaitan langsung dengan jabatan formal yang dimiliki seseorang dalam struktur organisasi. Menurut (Pace & Faules, 1994), posisi seseorang dalam jaringan komunikasi lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterlibatan dan cara individu

tersebut berinteraksi dalam pertukaran informasi sehari-hari. Artinya, individu yang aktif berkomunikasi, sering menjadi sumber informasi, atau mampu menjalin hubungan dengan berbagai pihak cenderung memiliki peran yang lebih signifikan, terlepas dari jabatan resminya.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi informal tidak hanya terjadi sebagai bentuk interaksi biasa antar anggota, tetapi juga membentuk hubungan komunikasi tertentu di dalam kelompok kerja. Hubungan tersebut dapat dipahami melalui pendekatan sosiometri yang dikemukakan oleh (Moreno, 1953/2011). Pendekatan sosiometri digunakan untuk melihat pola hubungan sosial dan interaksi antar individu dalam suatu kelompok, termasuk individu yang lebih sering menjadi pusat komunikasi, sumber informasi, maupun tempat anggota lain meminta arahan.

Melalui komunikasi informal, anggota organisasi dapat berinteraksi secara lebih fleksibel di luar struktur komunikasi formal perusahaan. Interaksi tersebut biasanya terjadi dalam proses koordinasi kerja, diskusi pekerjaan, hingga penyelesaian kendala yang muncul di lingkungan kerja. Dalam proses komunikasi tersebut, terdapat beberapa individu yang secara alami memiliki pengaruh lebih besar dibanding anggota lainnya.

Keberadaan individu tertentu dalam komunikasi informal dapat mempengaruhi proses penyampaian informasi, hubungan kerja antar anggota, serta efektivitas koordinasi dalam organisasi. Oleh karena itu, komunikasi informal menjadi salah satu bagian penting dalam membangun hubungan kerja yang lebih terbuka dan mendukung aktivitas organisasi sehari-hari. Sejalan dengan itu, (Rogers & Kincaid, 1981), juga menegaskan bahwa peran dalam jaringan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh posisi formal dalam organisasi, tetapi juga oleh pola interaksi yang terbentuk antar anggota. Pola hubungan yang intens, terbuka, dan saling terhubung akan memperkuat posisi seseorang dalam jaringan komunikasi. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa efektivitas komunikasi organisasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu membangun dan memelihara interaksi, bukan semata-mata oleh struktur formal yang ada.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa posisi dan pengaruh individu dalam jaringan komunikasi organisasi terbentuk melalui pola interaksi yang berlangsung, bukan semata-mata karena jabatan formal. Hal ini kemudian mengarah pada adanya pembagian peran-peran tertentu yang muncul secara alami dalam jaringan komunikasi.

2.3.1 *Opinion Leader*

Dapat dipahami sebagai pemimpin informal dalam organisasi. Mereka tidak selalu memiliki jabatan resmi atau kekuasaan struktural, namun keberadaannya cukup berpengaruh dalam membentuk pandangan, sikap, dan keputusan anggota lain. Pengaruh ini biasanya muncul karena pengalaman, pengetahuan, atau kepercayaan yang diberikan oleh anggota organisasi kepada individu tersebut, sehingga pendapatnya sering dijadikan acuan.

2.3.2 *Gate Keeper*

Merupakan individu yang berperan sebagai penyaring informasi. Mereka mengontrol arus komunikasi dengan menentukan informasi mana yang layak disampaikan dan mana yang tidak. Peran ini cukup strategis karena dapat mempengaruhi kualitas dan arah informasi yang diterima oleh anggota organisasi, sehingga berpotensi membentuk persepsi dan pengambilan keputusan.

2.3.3 *Bridge*

Merupakan anggota dalam suatu kelompok yang memiliki kemampuan untuk menghubungkan kelompok tersebut dengan kelompok lain di dalam organisasi. Peran ini penting dalam menjaga kelancaran komunikasi antar kelompok, terutama dalam koordinasi kerja, sehingga tidak terjadi kesenjangan informasi.

2.3.4 *Liaison*

Memiliki fungsi yang mirip dengan bridge, namun posisinya berbeda. Liaison bukan merupakan bagian dari kelompok tertentu, tetapi tetap berperan sebagai penghubung antar kelompok. Karena posisinya yang netral, liaison sering kali menjadi penghubung yang efektif dalam menyampaikan informasi tanpa terikat kepentingan kelompok tertentu.

2.3.5 *Clique (Klik)*

Dalam jaringan komunikasi organisasi, terdapat sub kelompok kecil yang disebut klik (*clique*), yaitu kelompok individu yang memiliki intensitas interaksi lebih tinggi, komunikasi yang lebih sering, serta kedekatan yang lebih kuat dibandingkan dengan anggota di luar kelompoknya. Klik biasanya terbentuk secara alami berdasarkan kesamaan tugas, kedekatan kerja, atau frekuensi interaksi sehari-hari.

2.3.6 *Isolate*

Individu yang memiliki interaksi sangat terbatas dengan anggota organisasi lainnya. Mereka cenderung menarik diri atau bahkan terpinggirkan, sehingga jarang terlibat dalam arus komunikasi. Kondisi ini dapat menghambat keterlibatan mereka dalam organisasi dan berpotensi menyebabkan kurangnya informasi yang diterima maupun disampaikan.

Keberagaman peran ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi sangat bergantung pada bagaimana individu menjalankan fungsinya dalam jaringan, sehingga dapat memfasilitasi penyebaran informasi yang tepat, memperkuat koordinasi, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

2.4 Loyalitas

Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas kerja bukan sekadar tentang lamanya seseorang berada dalam sebuah perusahaan, tetapi lebih dalam lagi, ia merefleksikan seberapa kuat komitmen individu terhadap pekerjaannya dan nilai-nilai organisasi tempat ia bernaung. Dalam konteks ini, Kotler & Keller dalam (Oktavia et al., 2022) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai, bahkan ketika ada godaan dari luar. Jika ditarik ke dalam hubungan kerja, loyalitas berarti karyawan tetap memilih untuk bertahan, mendukung, dan memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan meskipun ada tawaran yang lebih menjanjikan dari luar.

Loyalitas juga dapat diartikan sebagai kesediaan individu untuk menjaga dan mempertahankan dirinya. Dalam konteks ini, loyalitas tidak hanya terbatas pada upaya melindungi diri secara fisik, tetapi juga mencakup komitmen untuk mempertahankan nilai, prinsip, serta hubungan yang dimiliki (Robbins, 2013). Sikap ini tercermin dalam konsistensi individu dalam bertindak, kesediaan untuk bertanggung jawab, serta upaya untuk tetap bertahan dan tidak mudah goyah ketika menghadapi tekanan atau tantangan.

Menurut (Saydam, 2005) merupakan kemauan dan kemampuan karyawan untuk mematuhi, menjalankan, serta menerapkan aturan dan tugas yang diberikan dengan kesadaran penuh dan rasa tanggung jawab. Loyalitas karyawan juga dapat diukur dengan empat indikator, yaitu:

2.4.1 Kepatuhan

Kepatuhan atau yang biasa disebut ketaatan adalah kesediaan seorang karyawan untuk melaksanakan tugas yang telah diberikan, mengikuti seluruh peraturan serta perintah dari perusahaan. Sikap ini juga mencakup kesediaan untuk tidak melakukan tindakan yang bertentangan dengan peraturan yang ada baik peraturan tertulis atau peraturan tidak tertulis.

2.4.2 Tanggung Jawab

Tanggung jawab dapat dipahami sebagai kemampuan karyawan untuk menyelesaikan tugas yang telah diberikan tanpa merasa terbebani dengan hasil kerja yang maksimal dan optimal. Sikap ini tercermin dari kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan dengan sebaik-baiknya serta kesadaran penuh terhadap konsekuensi atau resiko yang akan terjadi selama proses pelaksanaan tugas. Pemahaman mengenai tanggung jawab ini juga terlihat ketika karyawan mampu mengakui dan memperbaiki kesalahan yang terjadi dalam pekerjaannya.

2.4.3 Pengabdian

Pengabdian merupakan kesediaan karyawan untuk mencurahkan kontribusi terbaiknya, baik dalam kinerja maupun pemikiran, guna mendukung terciptanya hubungan kerja yang harmonis dalam

lingkungan kerja atau organisasi. Sikap ini tercermin dari keinginan karyawan untuk membangun dan menjaga suasana kerja yang kondusif demi kepentingan bersama.

2.4.4 Kejujuran

Kejujuran dapat diartikan sebagai kesesuaian antara ucapan dan tindakan yang ditunjukkan oleh karyawan, tanpa merusak kepentingan atau citra perusahaan. Nilai ini terlihat melalui perilaku yang tidak merugikan organisasi secara finansial serta upaya menjaga reputasi dan nama baik perusahaan melalui sikap transparan dan dapat dipercaya.

2.5 Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 6. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi organisasi yang diterapkan di Mitra Usaha AHASS Sengkaling membentuk dinamika komunikasi internal, serta bagaimana karyawan sikap karyawan terhadap pola tersebut dalam konteks loyalitas kerja. Sebagai landasan teori, penelitian ini mengacu pada konsep lima pola komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Joseph A. Devito, yaitu:

1. Pola Rantai (*Chain Pattern*)
2. Pola Y (*Y Pattern*)

3. Pola Roda (*Wheel Pattern*)
4. Pola Lingkaran (*Circle Pattern*)
5. Pola Bintang atau Semua Saluran (*All Channel Pattern*)

Kelima pola tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dalam alur penyampaian informasi dan tingkat partisipasi anggota organisasi. Melalui observasi dan wawancara, peneliti akan menggali pola komunikasi seperti apa yang paling dominan digunakan di AHASS Sengkaling dan bagaimana pola tersebut diimplementasikan dalam aktivitas kerja sehari-hari.

Setelah pola komunikasi organisasi yang dominan teridentifikasi, peneliti akan mengeksplorasi bagaimana loyalitas karyawan terhadap komunikasi yang berlangsung dalam kaitannya dengan ciri-ciri loyalitas kerja, yang dalam penelitian ini mengacu pada empat indikator, yaitu:

1. Kepatuhan
2. Tanggung Jawab
3. Pengabdian
4. Kejujuran

Dengan demikian, penelitian ini berupaya menggambarkan secara mendalam dinamika komunikasi organisasi dan bagaimana hal tersebut mencerminkan bentuk loyalitas yang tumbuh dalam konteks kerja di AHASS Sengkaling.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dian A, 2025) mengidentifikasi jenis-jenis pola komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan staf/karyawan di bagian Sumber Daya Manusia (SDM) Polresta Palangka Raya. Penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya pola komunikasi, seperti gaya kepemimpinan, tingkat kepercayaan, serta kejelasan tujuan organisasi. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada fokusnya yang lebih menekankan pada struktur dan gaya komunikasi formal, tanpa membahas kaitannya dengan loyalitas karyawan.

Selanjutnya, penelitian oleh (Sari, 2023) mengidentifikasi dan menggambarkan bagaimana kepemimpinan, komunikasi organisasi, serta

tingkat kinerja karyawan diterapkan di lingkungan kerja Kaliwatu Rafting. Analisisnya berfokus pada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan, untuk mengetahui apakah kepemimpinan yang diterapkan dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja. Dengan demikian, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada strategi manajemen sumber daya manusia di sektor pariwisata, bukan pada aspek loyalitas karyawan.

Penelitian oleh (Aji, 2024) mendeskripsikan pola komunikasi yang dibangun dan diterapkan oleh komunitas musik underground Titik Dua Kolektif dalam menjaga solidaritas antar anggotanya. Penelitian ini berbeda karena lebih menyoroti komunikasi pada komunitas non-formal, bukan pada organisasi bisnis.

Sementara itu, penelitian oleh (Siti Amanah, 2022) bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis pola komunikasi organisasi yang dibangun oleh pegawai dalam meningkatkan semangat kerja di IAIN Kediri. Fokus utamanya adalah pada respons pegawai terhadap pengarahan, pengawasan, pelatihan, penilaian kinerja, serta pemberian ruang untuk menyampaikan pendapat. Perbedaannya, penelitian tersebut menitikberatkan pada peningkatan semangat kerja, sedangkan penelitian ini mengaitkannya dengan loyalitas karyawan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan. Penelitian ini berfokus pada penerapan pola komunikasi organisasi di Mitra Usaha AHASS Sengkaling serta respons karyawan terhadap pola komunikasi tersebut dalam kaitannya dengan loyalitas kerja. Penelitian ini tidak hanya mengamati bentuk komunikasi secara umum, tetapi juga menekankan strategi komunikasi yang digunakan manajemen dalam menghadapi karakteristik serta gaya kerja tiap karyawan. Selain itu, penelitian ini mendeskripsikan bagaimana respons karyawan mencerminkan loyalitas kerja, yang diukur melalui indikator kepuasan kerja, keterlibatan, kejelasan peran, hubungan interpersonal, serta peluang pengembangan karier.

2.7 Definisi Konsep Operasional

Agar makna setiap konsep dalam penelitian ini lebih jelas dan mudah dipahami, peneliti menggunakan definisi operasional sebagai acuan. Menurut (Tumurang, 2024), definisi operasional adalah penjabaran suatu konsep agar dapat diukur dan diamati secara nyata dalam penelitian. Dengan kata lain, definisi operasional membantu peneliti menentukan batasan yang diteliti sehingga proses penelitian dapat berjalan secara sistematis dan terarah.

Penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu pola komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan. Definisi operasional ini bertujuan untuk menjelaskan makna konseptual serta indikator yang digunakan dalam penelitian agar dapat dianalisis dan memiliki batasan yang jelas.

Variabel Operasional	Sub -Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pola Komunikasi Organisasi	Pola Rantai	Bentuk komunikasi yang dilakukan secara berurutan sesuai dengan urutan jabatan di tempat kerja, biasanya dari atasan ke bawahan.	<ul style="list-style-type: none">- Pesan disampaikan sesuai urutan jabatan.- Komunikasi bersifat satu arah dari pimpinan ke bawahan.- Jalur komunikasi formal dan berjenjang.- Tanggapan bawahan terbatas.

	Pola Y	Bentuk komunikasi di mana satu orang menjadi penghubung untuk menyampaikan dan menerima pesan ke dua jalur atau bagian yang berbeda.	<ul style="list-style-type: none"> - Salah satu anggota sebagai pusat penyampaian pesan. - Informasi mengalir dari pusat ke dua arah. - Anggota lain hanya menerima pesan lewat pusat. - Pusat komunikasi memegang kontrol informasi.
	Pola Lingkaran	Bentuk komunikasi di mana semua anggota bisa menyampaikan pesan secara bergiliran dan setara. Tidak ada yang lebih dominan.	<ul style="list-style-type: none"> - Semua anggota memiliki kesempatan bicara. - Komunikasi dua arah dan terbuka. - Ada kegiatan diskusi atau musyawarah. - Pengambilan keputusan lebih lama.
	Pola Roda	Bentuk komunikasi yang terpusat pada satu orang, biasanya pimpinan. Semua pesan datang dan keluar lewat orang tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> - Pimpinan menjadi pusat informasi. - Setiap pesan disampaikan melalui pimpinan. - Pengambilan keputusan cepat. - Karyawan kurang

			banyak terlibat dalam komunikasi.
	Pola Bintang	Bentuk komunikasi di mana setiap orang bisa langsung berkomunikasi dengan siapapun tanpa melalui perantara.	<ul style="list-style-type: none"> - Semua anggota bebas berkomunikasi dengan siapa saja. - Komunikasi bersifat terbuka dan multi-arah. - Informasi cepat tersebar.
Loyalitas Karyawan	Kepatuhan	Kemampuan karyawan menaati segala peraturan yang ada.	<ul style="list-style-type: none"> - Menaati SOP. - Menuruti perintah atasan.
	Tanggung Jawab	Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas dengan maksimal dan berani mengambil resiko yang akan terjadi.	<ul style="list-style-type: none"> - Tugas dikerjakan dengan maksimal. - Mengambil resiko jika melakukan kesalahan.
	Pengabdian	Kesediaan karyawan dalam memberikan kontribusi terbaiknya untuk membangun keharmonisan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan masukan yang membangun. - Mendahulukan kepentingan bersama dibanding kepentingan pribadi di lingkungan kerja.
	Kejujuran	Perilaku karyawan yang selaras dengan	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak menyembunyikan

		ucapan dan tindakan serta tidak merusak citra perusahaan.	kesalahan atau kerugian yang berkaitan dengan pekerjaan - Menjaga kepercayaan perusahaan dan rekan kerja
--	--	---	---

