

HUBUNGAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN LOYALITAS KARYAWAN DI SOFITEL BALI NUSA DUA BEACH RESORT

Novita Kiki Cahyadi, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen
Petra Surabaya

novitacahyadi2@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Perusahaan tersebut merupakan sebuah perusahaan dibidang jasa perhotelan yang berlokasi di Bali. Iklim komunikasi organisasi sebagian besar terdiri dari persepsi karyawan mengenai kualitas sebuah hubungan dan komunikasi dalam organisasi, dan dari tingkat keterlibatan dan pengaruh (Goldhaber, 1995, p.65). Sedangkan loyalitas karyawan adalah karyawan yang berkomitmen untuk mensukseskan organisasinya dan percaya bahwa dengan bekerja di organisasi tersebut merupakan pilihan atau keputusan yang terbaik (Iqbal, Tufail, dan Lodhi, 2015, p.1). Untuk mengetahui tingkat hubungan antara keduanya, peneliti melakukan penelitian kuantitatif korelasional, dengan cara membagikan kuisioner kepada karyawan tetap Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, dengan menggunakan teknik simple random sampling. Jumlah sampel responden dalam penelitian ini adalah 144 orang. Teori utama yang digunakan adalah teori iklim komunikasi dan loyalitas karyawan. Hasil akhir penelitian secara keseluruhan adalah nilai hubungan dari iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas karyawan sebesar 0,445 dimana angka tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup kuat positif antara iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Jadi, semakin positif iklim komunikasi organisasinya, maka semakin tinggi pula loyalitas karyawan dalam sebuah perusahaan. Selain itu, tingkatan tertinggi iklim komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan masing-masing adalah Kepercayaan, Percaya Diri, dan Dapat Dipercaya, dan Peran Serta Karyawan dalam Setiap Aktivitas Organisasi.

Kata Kunci: Iklim Komunikasi Organisasi, Loyalitas Karyawan, Hubungan, Komunikasi Organisasi, Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort.

Pendahuluan

Menurut Goldhaber, komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan pertukaran pesan dalam sebuah jaringan hubungan yang saling tergantung satu dengan yang lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (1993, p. 27). Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa

suatu proses komunikasi dalam sebuah organisasi dapat terjadi ketika individu-individu yang berada di dalamnya saling terkait secara formal.

Komunikasi organisasi dapat terjadi kapanpun ketika satu orang yang memiliki suatu jabatan dalam sebuah organisasi menafsirkan suatu pertunjukan. Salah satu organisasi yang melakukan komunikasi organisasi di dalamnya adalah perhotelan. Dimana dunia perhotelan sekarang ini sangatlah berkembang, khususnya daerah Bali.

Berdasarkan Berita Resmi Statistik BPS Provinsi Bali (2015), jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Bali pada bulan Desember 2015 mengalami peningkatan sebesar 6,70% dibandingkan dengan bulan Desember 2014 dan naik sebesar 36,80% dibandingkan dengan November 2015 (p. 1). Selain Kuta dan Sanur, wilayah yang turut menyumbang 37% terhadap total kepariwisataan nasional serta merupakan pintu masuk utama bagi wisman ke Indonesia adalah Nusa Dua (Badungkab, 2014, para. 1). Nusa Dua merupakan salah satu daerah di Pulau Bali yang memiliki berbagai hotel, sehingga Nusa Dua disebut sebagai rumah bagi hotel berbintang lima. Selain itu tingkat penghunian kamar di hotel berbintang 5 pada bulan Desember 2015 mencapai angka 62,88% ("Bali Resmi Statistik", 2015, p. 4).

Dikarenakan tingkat penghunian kamar paling tinggi dipegang oleh hotel berbintang 5, menyebabkan tingkat persaingan di dunia perhotelan khususnya pada hotel berbintang 5 begitu ketat. Hal tersebut menyebabkan tiap-tiap hotel berusaha menerapkan beberapa strategi untuk memenangkan persaingan tersebut. Strategi yang diterapkan dapat berupa strategi internal dan strategi eksternal. Strategi internal terkait dengan bagaimana menciptakan iklim organisasi yang kondusif bagi karyawan. Salah satu caranya adalah dengan mengefektifkan komunikasi organisasi. Menurut Redding, iklim organisasi jauh lebih penting dibandingkan dengan kemampuan ataupun teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif (dalam Goldhaber, 1993, p.66).

Campbell et al, menyatakan bahwa ia lebih cenderung untuk mendukung hasil dimana semakin positif iklim dalam sebuah organisasi, maka semakin produktif juga organisasi tersebut (Goldhaber, 1993, p.63). Penelitian menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak hanya diperlukan untuk keberhasilan dari organisasi saja, namun sangat juga untuk kehidupan manusia (Goldhaber, 1993, p.63). Iklim organisasi menurut Taguiri adalah "... kualitas yang relatif lama dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggotanya, mempengaruhi kebiasaan mereka, dan dapat menggambarkan dalam hal karakteristik dari organisasi tersebut" (dalam Goldhaber, 1993, p.63). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa iklim komunikasi organisasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap loyalitas seorang karyawan.

Loyalitas karyawan dapat didefinisikan sebagai karyawan yang berkomitmen untuk mensukseskan organisasinya dan percaya bahwa dengan bekerja di organisasi tersebut merupakan pilihan atau keputusan yang terbaik (Iqbal, Tufail, dan Lodhi, 2015, p.1) Berdasarkan pengertian tersebut, Utomo (2002) mengatakan bahwa semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu



organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3). Begitu pula sebaliknya, semakin rendah loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin sulit organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuannya.

Salah satu organisasi atau perusahaan yang berusaha keras untuk meningkatkan iklim komunikasi organisasi guna untuk meningkatkan loyalitas karyawan adalah Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Hotel ini merupakan hotel berbintang lima yang berlokasi di daerah *tourism* Nusa Dua dan pertama kali dioperasikan pada tanggal 20 Desember 2013 (Leve, 2014). Hotel ini merupakan satu-satunya hotel pantai yang memiliki gaya campuran Perancis dan Bali, dimana unsur yang diambil adalah keanggunan dari Perancis dan keunikan dari budaya Bali (“Presentation”, 2013, para.1). Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort hingga bulan Januari 2016 memiliki karyawan sebanyak 609 orang, dimana 446 orang telah bekerja selama lebih dari 1 tahun, dan 206 orang telah menjadi karyawan tetap.

Terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh manajemen Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, yaitu mengadakan *ambassadors survey*, dimana dalam survey tersebut, para karyawan diminta untuk mengisi opininya mengenai manajemen hotel yang telah berjalan dan memberikan ide dan aspirasi karyawan; *ambassadors day*, merupakan sebuah perayaan untuk menghibur para karyawan di saat-saat kerjanya (hasil wawancara dengan Yuri, *Trainer Officer*, 1 Mei 2016).

Terdapat masalah yang dialami di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, yaitu angka *turn over* tertinggi yaitu pada bulan Oktober 2015 sebesar 3,13%, sedangkan berdasarkan pra-penelitian yang peneliti lakukan, iklim komunikasi organisasi di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort dapat dikatakan baik.

Oleh karena itu, peneliti meneliti mengenai hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas pada karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Penelitian ini kemudian menjawab rumusan masalah bagaimana hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas pada karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort?

Tinjauan Pustaka

Iklim Komunikasi Organisasi

Menurut Redding, Dennis, dan lainnya menyatakan bahwa iklim komunikasi sebagian besar terdiri dari persepsi karyawan mengenai kualitas sebuah hubungan dan komunikasi dalam organisasi, dan dari tingkat keterlibatan dan pengaruh (Goldhaber, 1993, p.65). Campbell et al, menyatakan bahwa ia lebih cenderung untuk mendukung hasil dimana semakin positif iklim dalam sebuah organisasi, maka semakin produktif juga organisasi tersebut (Goldhaber, 1993, p.63).



Menurut Redding, iklim komunikasi organisasi jauh lebih penting dibandingkan dengan kemampuan ataupun teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif (dalam Goldhaber, 1993, p.66). Redding mengemukakan iklim komunikasi memiliki lima faktor, yaitu (dalam Goldhaber, 1993, p.65):

1. *Supportiveness*. Hubungan komunikasi bawahan dengan atasan guna membantu dan menjaga nilai pribadi yang berharga dan penting.
2. Partisipasi dalam membuat keputusan. Karyawan bebas untuk berkomunikasi kepada atasan dengan pengaruh yang nyata.
3. Kepercayaan, percaya diri, dan dapat dipercaya
4. Keterbukaan dan keterusterangan. Apapun hubungannya, keterbukaan dan keterusterangan dalam pesan adalah “memberitahu” dan “mendengarkan”.
5. Tujuan kinerja yang tinggi. Tingkat dimana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

Loyalitas Karyawan

Loyalitas karyawan dapat didefinisikan sebagai karyawan yang berkomitmen untuk mensukseskan organisasinya dan percaya bahwa dengan bekerja di organisasi tersebut merupakan pilihan atau keputusan yang terbaik (Iqbal, Tufail, dan Lodhi, 2015, p.1). Menurut Utomo, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang sebelumnya telah ditetapkan (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3). Begitu pula sebaliknya, semakin kecil loyalitas karyawan dalam sebuah perusahaan, semakin sulit bagi perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya.

Utomo (2002) memberikan lima faktor yang menjadi tolok ukur sumber daya manusia yang mempunyai loyalitas atau komitmen, yaitu (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3).

1. Karyawan tersebut berada di organisasi tertentu
2. Karyawan mengenal seluk beluk bisnis organisasinya maupun para pelanggannya dengan baik
3. Karyawan turut berperan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan bagi organisasinya
4. Karyawan merupakan aset tak berwujud yang tidak dapat ditiru oleh para pesaing
5. Karyawan mempromosikan organisasinya, baik dari sudut produk, layanan, sebagai tempat kerja yang ideal maupun keunggulan kinerja dan masa depan yang lebih baik.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori iklim komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan. Menurut Redding, Dennis, dan lainnya menyatakan bahwa iklim komunikasi sebagian besar terdiri dari persepsi karyawan mengenai kualitas sebuah hubungan dan komunikasi dalam organisasi, dan dari tingkat keterlibatan dan pengaruh (Goldhaber, 1993, p.65). iklim komunikasi memiliki lima faktor, yaitu *supportiveness*, partisipasi dalam membuat keputusan, kepercayaan, percaya diri, dan dapat dipercaya, keterbukaan dan keterusterangan, tujuan kinerja yang tinggi (dalam Goldhaber, 1993, p.65). Menurut Utomo, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang sebelumnya telah ditetapkan (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3). Utomo (2002) memberikan lima faktor yang menjadi tolok ukur sumber daya manusia yang mempunyai loyalitas atau komitmen, yaitu karyawan tersebut berada di organisasi tertentu, karyawan mengenal seluk beluk bisnis organisasinya maupun para pelanggannya dengan baik, karyawan turut berperan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan bagi organisasinya, karyawan merupakan aset tak berwujud, karyawan mempromosikan organisasinya (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2009, p.68). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan dimana tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2009, p. 59). Indikator yang digunakan adalah lima faktor dari iklim komunikasi organisasi, yaitu *supportiveness*, partisipasi dalam membuat keputusan, kepercayaan, percaya diri, dan dapat dipercaya, keterbukaan dan keterusterangan, tujuan kinerja yang tinggi (dalam Goldhaber, 1993, p.65). Selain itu, lima faktor yang menjadi tolok ukur sumber daya manusia yang mempunyai loyalitas atau komitmen, yaitu karyawan tersebut berada di organisasi tertentu, karyawan mengenal seluk beluk bisnis organisasinya maupun para pelanggannya dengan baik, karyawan turut berperan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan bagi organisasinya, karyawan merupakan aset tak berwujud, karyawan mempromosikan organisasinya (dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan tetap Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan tipe *simple random sampling*.



Dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2009, p.82). Total populasi karyawan tetap atau telah bekerja selama 2 tahun atau lebih di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort adalah 226 orang. Penentuan jumlah sampel yang dipilih oleh peneliti sesuai perhitungan menurut Slovin yaitu 144 orang.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dimana pengolahan data akan dilakukan dalam bentuk statistik deskriptif. Statistik deskriptif tersebut didapat melalui hasil olahan data melalui SPSS.

Temuan Data

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kemudian data tanggapan responden mengenai hubungan antara faktor-faktor iklim komunikasi organisasi dengan tolak ukur loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Berikut adalah hasil rata-rata tanggapan responden mengenai faktor-faktor iklim komunikasi organisasi dan tolak ukur loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort:

Tabel 1. Rata-Rata Setiap Indikator Pada Iklim Komunikasi Organisasi

Indikator	Mean Indikator	Kategori
<i>Supportiveness</i>	3.98	Tinggi
Partisipasi dalam Membuat Keputusan	4.09	Tinggi
Kepercayaan, Percaya Diri, dan Dapat Dipercaya	4.30	Sangat Tinggi
Keterbukaan & Keterusterangan	4.20	Tinggi
Tujuan Kinerja yang Tinggi	4.23	Sangat Tinggi
Total	4.16	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui *mean* jawaban responden pada variabel iklim komunikasi organisasi sebesar 4,16. Hal ini dapat diartikan bahwa iklim komunikasi organisasi di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort tergolong tinggi atau kuat. Indikator iklim komunikasi organisasi yang paling tinggi adalah kepercayaan, percaya diri, dan dapat dipercaya dengan *mean* jawaban responden sebesar 4,30. Dalam hal ini Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort dapat digambarkan sebagai organisasi yang selalu memberikan kepercayaan, meningkatkan kepercayaan diri, dan dapat dipercaya untuk meningkatkan iklim komunikasi organisasi. Sedangkan indikator iklim komunikasi organisasi yang paling rendah adalah *supportiveness* dengan *mean* jawaban responden sebesar 3,98. Dimana *supportiveness* adalah hubungan komunikasi bawahan dengan atasan guna membantu dan menjaga nilai pribadi yang berharga dan penting (Goldhaber, 1993, p.65). Dalam hal *supportiveness*, Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort selalu berusaha untuk menjaga hubungan antara atasan dengan bawahan agar tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Spector (2003) mengatakan bahwa ketika pemimpin dapat memberikan tindakan yang dapat mendukung, hal

tersebut pun dapat mempengaruhi karyawannya (p.30). Ketika karyawan dapat merasakan kenyamanan dari atasannya, pekerjaan pun akan terasa lebih santai.

Tabel 2. Rata-Rata Setiap Indikator Pada Loyalitas Karyawan

Indikator	Mean Indikator	Kategori
Keberadaan Karyawan	3.75	Tinggi
Pengenalan Karyawan Terhadap Perusahaan	4.10	Tinggi
Karyawan Merupakan Aset bagi Perusahaan	4.01	Tinggi
Peran Karyawan dalam Aktivitas Perusahaan	4.18	Tinggi
Kebanggaan Karyawan Terhadap Perusahaan	3.96	Tinggi
Total	4.00	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui *mean* jawaban responden pada variabel loyalitas karyawan sebesar 4,00. Hal ini diartikan loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort tergolong tinggi. Indikator loyalitas karyawan yang paling tinggi adalah peran karyawan dalam aktivitas perusahaan dengan *mean* jawaban responden sebesar 4,18. Karyawan menyadari bahwa dengan mengikuti segala aktivitas dalam perusahaan dapat mempererat hubungan dengan atasan dan sesama rekan kerja. Dimana menurut Utomo (2002), komitmen dapat diartikan sebagai seberapa besar seseorang mencurahkan perhatian, pikiran, dan dedikasinya bagi organisasi selama dia bergabung di dalam organisasi tersebut (dalam Saputra & Sutanto, 2010, p.179). Sedangkan indikator loyalitas karyawan yang paling rendah adalah keberadaan karyawan dengan *mean* jawaban responden sebesar 3,75. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa karyawan Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort memiliki kesetiaan yang tinggi untuk bekerja di tempat ia bekerja saat ini. Namun, beberapa responden pun tidak merasa berat untuk berpindah tempat bekerja mereka.

Analisis dan Interpretasi

Dalam Sugiyono (2013), terdapat tabel yang menyatakan tingkat keeratan hubungan antarvariabel, yaitu (p.242):

Tabel 3. Tingkat Keeratan Hubungan

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00 - < 0,19	Hubungan Sangat Lemah
0,20 - < 0,39	Hubungan Rendah
0,40 - < 0,59	Hubungan Cukup Kuat
0,60 - < 0,79	Hubungan Kuat
0,80 - ≤ 1,00	Hubungan Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013, p.242)

Tabel 4. Korelasi antara Iklim Komunikasi Organisasi (X) dengan Loyalitas Karyawan (Y)

	Koefisien Korelasi	Keterangan
Iklim Komunikasi Organisasi (X) ↔ Loyalitas Karyawan (Y)	0,445	Hubungan Cukup Kuat Positif

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui korelasi antara iklim komunikasi organisasi (X) dengan loyalitas karyawan (Y) menghasilkan koefisien korelasi positif sebesar 0,445 berada pada rentang 0,40 - < 0,59 (lihat Tabel 3) termasuk dalam kategori hubungan cukup kuat. Hasil ini berarti terdapat hubungan positif yang cukup kuat antara iklim komunikasi organisasi dengan loyalitas karyawan pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Semakin tinggi iklim komunikasi organisasi pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, maka semakin tinggi pula loyalitas karyawan pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort.

Hasil ini memperlihatkan bahwa semakin positif iklim dalam sebuah organisasi, maka semakin produktif juga organisasi tersebut (Goldhaber, 1993, p.63). Selain itu, apabila mereka mendapatkan sebuah kepercayaan, mereka merasa bahwa mereka itu penting dan turut memiliki organisasi, akan muncul rasa loyal dan mencintai pekerjaannya (Hasibuan, 2005, p.202). Karyawan Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort menyatakan mereka akan merasa nyaman untuk bekerja di suatu tempat ketika mereka dapat berkomunikasi dengan bebas kepada rekan kerjanya ataupun dengan atasan, dimana kebebasan berkomunikasi dan mendapatkan kepercayaan tersebut merupakan bagian di dalam iklim komunikasi organisasi tersebut.

Untuk mempererat hubungan antara bawahan dan atasan atau sesama rekan kerja pun, tim *Human Resources Department* mengadakan kegiatan-kegiatan internal, seperti Sofitel Bali *Mini Olympic*, dengan begitu atasan dengan bawahan atau sesama rekan kerja pun dapat saling berkomunikasi dan dapat mengenal satu dengan yang lainnya. Hal-hal tersebut merupakan cara dari Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort untuk meningkatkan iklim komunikasi organisasi dengan maksud diharapkan dapat meningkatkan rasa loyal dari karyawan terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikatakan bahwa iklim komunikasi organisasi tersebut memiliki hubungan yang cukup kuat positif dengan loyalitas karyawan pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, dimana semakin kuat iklim komunikasi organisasinya, maka semakin kuat juga loyalitas karyawan pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Hal ini pun sesuai dengan teori menurut Campbell et al, dimana ia lebih cenderung untuk mendukung hasil dimana semakin positif iklim dalam sebuah organisasi, maka semakin produktif juga organisasi tersebut (Goldhaber, 1993, p.63). Menurut Utomo, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang sebelumnya telah ditetapkan

(dalam Soegandhi, Sutanto & Setiawan, 2013, p.3). Berdasarkan teori tersebut dapat disebutkan bahwa dengan semakin positif iklim dalam organisasi, maka semakin produktif juga organisasi tersebut dan semakin loyal karyawan kepada perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan akan semakin mudah dicapai. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin positif iklim komunikasi organisasi akan meningkatkan loyalitas karyawan dan dapat memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Apabila dikaitkan dengan hasil dari penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa iklim komunikasi yang semakin kuat, maka loyalitas karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort juga semakin kuat.

Simpulan

Hubungan antara keduanya dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya yaitu sebesar 0,445, yang berarti bahwa keduanya memiliki hubungan yang cukup kuat positif. Jadi, semakin kuat iklim komunikasi organisasi pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort, maka semakin kuat pula loyalitas karyawan pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. Masing-masing indikator memiliki tingkat kekuatan korelasi dan signifikansinya apabila dihubungkan satu dengan lainnya. Sebagian besar memiliki tingkat korelasi yang relatif rendah dan yang memiliki tingkat korelasi yang tertinggi adalah indikator keterbukaan dan keterusterangan dengan pengenalan karyawan terhadap perusahaan, dimana keduanya memiliki hubungan yang cukup kuat. Meski demikian tingkat signifikansi dari semua hubungan bernilai sangat signifikan, namun terdapat beberapa hubungan antar indikator yang memiliki hubungan rendah dan tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa penerapan iklim komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan berbeda-beda.

Peneliti menyarankan kepada pihak Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort dapat meningkatkan unsur tertinggi dari iklim komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan. Selain itu dapat meningkatkan unsure tertinggi dari iklim komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan. Sehingga iklim komunikasi organisasi akan menjadi lebih positif dan loyalitas karyawan pun dapat menjadi lebih meningkat. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar kedepannya dapat melakukan penelitian dalam bidang yang sama dengan melihat pengaruh dari kedua variabel.

Daftar Referensi

- Badungkab. "Bupati Badung Hadiri Rakor KSPN". *Badungkab*. 23 April., 2014. 25 Feb. 2016. <www.badungkab.go.id/index.php/baca-berita/727/Bupati-Badung-Hadiri-Rakor-KSPN>.
- "Bio". *Pablo Picasso Biography*. (n.d). Retrieved Agustus 13, 2016, from <http://www.biography.com/people/pablo-picasso-9440021>.
- Campbell. (1993). *Human Resources and Personal Management*. England: Illinois Inc.
- Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational Communication*. United States: Wm.C. Brown.
- Hasibuan, M. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iqbal, A., Tufail, M., & Lodhi, R. (2015). Employee Loyalty and Organizational Commitment in Pakistani Organizations. *Global Journal Of Human Resource Management*, Vol. 3 (1), Pp1-11.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Leve, A. "Jetsetter." *Sofitel Bali Nusa Dua Beach (Bali, Indonesia)* -. 2014. Retrieved Februari 17, 2016, from <http://www.jetsetter.com/Hotel/Indonesia/nusa-dua/4560/sofitel-bali-nusa-dua-beach>.



- No. 09/02/51/Th. X, 1 Februari 2016. "Berita Resmi Statistik Provinsi Bali." *Perkembangan Pariwisata Bali Desember 2015* (n.d). *BPS Bali*. 01 Feb. 2016. Retrieved Februari 25, 2016, from <http://bali.bps.go.id/webbeta/website/brs/ind/brslnd-20160201131345.pdf>
- Soegandhi, V., Sutanto, E & Setiawan, R., (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan Pt. Surya Timur Sakti Jatim. *AGORA*, Vol. 1 (1).
- "Sofitel." *Sofitel Luxury Hotel*. 2014. Retrieved Februari 17, 2016, from <http://www.sofitel.com/gb/luxury-hotel-experience/boutique.shtml>.
- "Sofitel Bali's." *Press Release*. 2015. Retrieved Agustus 29, 2016, from <https://www.newswire.com/press-release/sofitel-bali-s-ayip-muhammad-dzuhri-crowned-indonesia-s>.
- Sofitel. "Presentation." *Sofitel Bali Nusa Dua*. 2013. Retrieved Februari 17, 2016, from <http://www.sofitel.com/gb/hotel-9078-sofitel-bali-nusa-dua-beachresort-/index.shtml>.
- Spector, P. (2003). *Industrial Organizational Psychology: Research and Practice*. United States: John Wiley&Sons, Inc.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.