

**HUBUNGAN *PROXIMITY* TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN HOME INDUSTRY STAR TOY'S BEKASI**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



DINDA ELLYA PUSPITA

NIM: 1141003052

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

**HUBUNGAN *PROXIMITY* TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN HOME INDUSTRY STAR TOY'S BEKASI**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



DINDA ELLYA PUSPITA

NIM: 1141003052

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**


UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

NAMA : DINDA ELLYA PUSPITA
NIM : 1141003052
Tanda Tangan : 
Tanggal : 30 Pebruari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dinda Ellys Puspita
NIM : 11411003052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Hubungan *Proximity* Terhadap *Loyalty* Karyawan *Howe Industry Star Toy's Bekasi*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Punc ()

Pembimbing II : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T ()

Penguji 1 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.si ()

Penguji 2 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, anugerah, dan Izin-Nya yang telah diberikan kepada penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Hubungan *Proximity* Terhadap Loyalitas Karyawan *Home Industry* Star Toy’s Bekasi”

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini, penulis melalui banyak kendala dan rintangan yang sempat membuat penulis *down* dan patah semangat. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan moral dari berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dengan segala kendala yang ditemui oleh penulis. Oleh Karena itu penulis ingin mengucapkan banyak Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan dukungan dan berpartisipasi dalam penyelesaian Tugas Akhir, diantaranya:

1. Bapak dan Bunda, Tugas Akhir ini menjadi jembatan penulis ke jenjang yang selanjutnya dan Tugas Akhir ini adalah persembahan untuk Bapak dan Bunda yang sangat penulis sayangi, karena sangat berjasa membesarkan penulis dengan dukungan materil maupun moril hingga saat ini, serta keluarga tercinta adik-adik penulis yang sangat suportif dan memberikan dukungan moril
2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MMedia Prac selaku dosen pembimbing akademik penulis dan ‘Ibu’ bagi mahasiswa *Public Relations* selama penulis menempuh pendidikan S-1 di Universitas Bakrie dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan masukan yang sangat berguna ditengah kesibukan beliau sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu

3. Ibu Mirsa Diah Novianti S.T.,M.T. selaku dosen pembimbing kedua yang membimbing dan membantu dalam proses penelitian kuantitatif dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan masukan yang sangat berguna ditengah kesibukan beliau sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu
4. Ibu Dianingtyas Putri, S.Sos, M,si selaku Dosen Penguji saat melakukan seminar proposal yang memberikan masukan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik
5. Ibu Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.si selaku Dosen Penguji saat melakukan sidang akhir yang memberikan masukan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik
6. Seluruh staff pengajar dan administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie atas ilmu, bantuan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan S-1
7. Teman-teman kelas *Public Relations* Arumtias Asti Ningsih, Apriza Satria Pinandita, Dhea Manchika Putri, Hearty Pangestu, Mulya Safitri, Muhammad Aditya dan Noni Loudika yang saling membantu, memberikan dukungan dan bertukar ilmu selama kurang lebih empat tahun terakhir
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014, teman seperjuangan selama empat tahun terakhir, terima kasih atas pengalaman indah yang kalian berikan kepada penulis hingga penulis menyelesaikan Tugas Akhir, kesan ini akan terus terkenang bagi penulis
9. Novan Alfarisyi, selaku teman hidup yang selalu ada disaat susah dan senang, disaat penulis membutuhkan dukungan moril selama jenjang perkuliahan sampai saat ini penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir

10. Sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang selalu menyemangati penulis, mengurangi beban penulis dengan canda dan tawa yang kalian berikan dan banyak meluangkan waktu kalian sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini
11. Bapak Rubadi, selaku pemilik *Home Industry Star Toy's* Bekasi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara dan membantu penulis dengan memberikan informasi-informasi yang sangat berguna untuk Tugas Akhir Penulis

Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini tidak luput dari segala kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk Ayahanda dan Ibunda Tercinta yang sangat berjasa dihidup penulis, serta semua teman-teman maupun pihak yang terlibat di dalam penelitian ini. Semoga tugas akhir ini berguna dan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 29 Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dinda Ellys Puspita
NIM : 1141003052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

HUBUNGAN *PROXIMITY* TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN *HOME INDUSTRY STAR TOY'S BEKASI*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Exklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Agustus 2018

Yang Menyatakan,



(DINDA ELLYA PUSPITA)

HUBUNGAN *PROXIMITY* TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN *HOME INDUSTRY STAR TOY'S BEKASI*

Dinda Ellya Puspita

Abstrak

Ada anggapan bahwa *external relations* dianggap dominan. Anggapan ini disebabkan *external relations* terkesan sering berhubungan langsung dengan *key stakeholders* seperti media, pemerintah, LSM, *business group*, dan juga investor. Sedangkan *internal relations*, masih cenderung kurang signifikan karena hanya berhubungan dengan internal perusahaan saja. Padahal perusahaan tidak boleh lupa bahwa loyalitas karyawan merupakan hal yang penting karena merupakan salah satu indikator kunci kesuksesan perusahaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan kedekatan / *proximity* terhadap loyalitas karyawan Home Industry Star Toy's Bekasi. Penelitian ini menggunakan *totally sampling* karena populasi hanya berjumlah 25 jiwa, maka dari itu semua populasi dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji korelasional. Hasil penelitian berdasarkan uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi atau (*p value*) sebesar 0,881 karena nilai signifikansi $p > 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan signifikan positif antara kedekatan / *proximity* (X) dengan loyalitas karyawan (Y). Hal ini disebabkan karena kurangnya kedekatan / *proximity* secara langsung atau secara fisik antara bawahan dan atasan

Kata Kunci: Hubungan Karyawan, Kedekatan, Loyalitas Karyawan

***RELATIONSHIP OF PROXIMITY TOWARD EMPLOYEE'S LOYALTY OF
HOME INDUSTRY STAR TOY'S BEKASI***

Dinda Ellya Puspita

Abstract

There is an assumption that external relations are considered dominant. This assumption occurs because of external relations that often deal directly with key stakeholders such as the media, government, NGOs, business groups, and also investors. Whereas internal relations, perceive as less significant because they only relate to internal companies. A companies must not forget that employee loyalty is important because it is one of the key indicators of the company's success. This research aim to find relation of proximity towards the loyalty of Home Industry Star Toy's Bekasi employees. This research uses totally sampling because the population only consist of 25 people, therefore all populations are sampled. This study uses quantitative methods with correlational testing. The results of the research based on the correlation test showed significance valur or (p value) of 0.881 because the significance value of $p > 0.05$, which means H_0 accepted, meaning that there was no significant positive relationship between proximity (X) with employee loyalty (Y). This is due to the lack of direct or physical closeness (proximity) between subordinates and superiors.

Keywords: *Public Relations, Proximity, Employee Loyalty*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMAKASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KERANGKA TEORITIS	9
2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya	9
2.2 <i>Public Relations</i>	18
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	18
2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	19
2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	20
2.2.4 Proses <i>Public Relations</i>	23
2.3 <i>Employee Relations</i>	24
2.4 <i>Family Gathering</i>	27
2.5 Loyalitas	29
2.5.1 Pengertian Loyalitas	29
2.5.2 Ciri-ciri Loyalitas	30
2.5.3 Indikasi Penurunan Loyalitas	31
2.6 Kerangka Teoritis	32
2.7 Hipotesis Penelitian	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Populasi, Sampel dan Objek Penelitian	35
3.2.1 Populasi Penelitian.....	35
3.2.2 Sampel Penelitian.....	36
3.3.3 Objek Penelitian.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	39
3.4.1 Definisi Konseptual.....	39
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Statistik Deskriptif	43
3.5.2 Uji Korelasi	44
3.6 Uji Keabsahan Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reabilitas.....	46
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
4.1.1 Tentang Perusahaan	47
4.1.2 Struktur Perusahaan	48
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
4.1.4 Produk Perusahaan.....	50
4.1.5 Kegiatan <i>Employee Relations (Family Gathering)</i> oleh Perusahaan....	53
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
4.2.2.1 Analisis Jawaban Responden untuk Variabel <i>Family Gathering</i> (X).....	65
4.2.2.2 Analisis Jawaban Responden untuk Variabel Motivasi Kerja (Y)....	67
4.2.3 Uji Validitas dan Reabilitas	72
4.2.3.1 Uji Validitas	72
4.2.3.2 Uji Reabilitas.....	74
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	75
4.3.1 Uji Korelasi Sederhana	75
4.4 Pembahasan.....	77
4.4.1 Hubungan <i>Proximity</i> (X) Terhadap Loyalitas Karyawan (Y).....	78
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84

5.2.1 Saran Akademis	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
Daftar Pustaka	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan	47
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan.....	48
Gambar 4.3 Pemilik Perusahaan Beserta Istri.....	55
Gambar 4.4 Suasana Dalam Bus.....	55
Gambar 4.5 Peserta <i>Family Gathering</i>	56
Gambar 4.6 Sambutan Oleh Pemilik Perusahaan	56
Gambar 4.6 Peserta Lomba Memasukkan Benang Kedalam Jarum	57
Gambar 4.8 Peserta Lomba Balap Kelereng	57
Gambar 4.9 Peserta Lomba Menggendong.....	58
Gambar 4.10 Peserta Lomba Meniup Balon	58
Gambar 4.11 Peserta Lomba Memasukkan Pensil Kedalam Botol	59
Gambar 4.12 Peserta Lomba <i>Make Up</i>	59
Gambar 4.13 Peserta Lomba Makan Kerupuk.....	60
Gambar 4.14 Pemenang Hadiah Utama <i>Doorprize</i>	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 3.1 Tabel <i>Skala Likert</i>	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Family Gathering</i> (X)	42
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Motivasi Kerja (Y)	42
Tabel 3.4 Tabel Korelasi	45
Tabel 4.1 Produk Perusahaan	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	61
Tabel 4.3 Frekuensi tentang kegiatan <i>family gathering</i> membuat karyawan merasa lebih dekat dengan karyawan lainnya	65
Tabel 4.4 Frekuensi tentang kegiatan <i>family gathering</i> membuat karyawan merasa lebih dekat dengan keluarga	66
Tabel 4.5 Frekuensi tentang kegiatan <i>family gathering</i> membuat karyawan merasa lebih bekerjasama dengan karyawan lainnya	66
Tabel 4.6 Frekuensi tentang kegiatan <i>family gathering</i> membuat karyawan merasa lebih bekerjasama dengan keluarga	67
Tabel 4.7 Frekuensi tentang karyawan akan bekerja di <i>Home Industry</i> Star Toy's selama mereka bisa	68
Tabel 4.8 Frekuensi tentang karyawan bersedia dipindahkan ke bagian lain demi kepentingan perusahaan	68
Tabel 4.9 Frekuensi tentang karyawan menolak bekerja di tempat lain	69
Tabel 4.10 Frekuensi tentang karyawan bersedia mematuhi aturan atau tata tertib yang sudah dibuat oleh perusahaan	69
Tabel 4.11 Frekuensi tentang karyawan merasa bangga menjadi karyawan di perusahaan <i>Home Industry</i> Star Toy's Bekasi	70
Tabel 4.12 Frekuensi tentang karyawan menjaga nama baik <i>Home Industry</i> Star Toy's Bekasi	70
Tabel 4.13 Frekuensi tentang karyawan menjaga rahasia <i>Home Industry</i> Star Toy's Bekasi	71
Tabel 4.14 Frekuensi tentang karyawan tidak akan menceritakan krisis perusahaan kepada orang lain	71
Tabel 4.15 Frekuensi tentang karyawan tidak ingin pindah kerja ke perusahaan lain	72
Tabel 4.16 Uji Validitas tentang <i>proximity</i> (X)	73
Tabel 4.17 Uji Validitas tentang loyalitas karyawan (Y)	73
Tabel 4.18 Uji Reabilitas tentang <i>proximity</i> (X)	75
Tabel 4.19 Uji Reabilitas tentang loyalitas karyawan (Y)	75
Tabel 4.20 Hasil uji korelasi <i>proximity</i> (X) terhadap loyalitas karyawan (Y)	76

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin.....	62
Grafik 4.2 <i>Pie Chart</i> Usia	63
Grafik 4.3 <i>Pie Chart</i> Bagian	63
Grafik 4.4 <i>Pie Chart</i> Lama Bekerja	64
Grafik 4.5 <i>Pie Chart</i> Lulusan Terakhir	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2. Hasil Olah Data Variabel <i>Proximity</i> (X)	95
Lampiran 3. Hasil Olah Data Variabel Loyalitas Karyawan (Y).....	96

