

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN PEREMPUAN:
STUDI *RESTAURANT SUPPORT CENTER (RSC)*
PT FAST FOOD INDONESIA TBK., JAKARTA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi**



KAYLA NURUL AZIZAH

1221003028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Kayla Nurul Azizah

NIM : 1221003028

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 September 2026

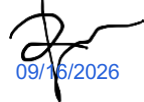
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

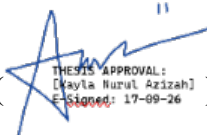
Nama : Kayla Nurul Azizah
NIM : 1221003028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas
Karyawan Perempuan: Studi *Restaurant Support Center*
(RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Alifia Firliani, S.Ikom., MA (HCM) ()
09/16/2026

Pembahas 1 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. ()

Pembahas 2 : Annisa Fitriana Lestari, SIK, M.Si. ()
THESES APPROVAL:
[Kayla Nurul Azizah]
E-Signed: 17-09-26

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul *“Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan: Studi Restaurant Support Center (RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta”* dengan baik. Tugas akhir skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dan tanda telah menyelesaikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Perjalanan penyusunan skripsi ini bukanlah proses yang singkat maupun mudah. Di dalamnya terdapat berbagai tantangan, keraguan, kelelahan, serta proses pembelajaran yang sangat berharga bagi peneliti. Namun, dibalik setiap kesulitan yang dihadapi, selalu ada pertolongan Allah SWT dan Dukungan dari orang-orang baik yang senantiasa hadir memberikan doa, semangat, bantuan, serta kepercayaan kepada peneliti untuk terus melangkah hingga berada di titik ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa Syukur dan hormat, peneliti ingin memberikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan, kesabaran, dan kemudahan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Yang selalu memberikan jawaban disetiap masalah yang di hadapi penulis dan selalu memberikan kemudahan bagi penulis dalam menjalankan kehidupan duniawi.
2. Ibu Alifia Firliani, S.I.Kom., M.A (HCM) selaku dosen pembimbing tugas akhir yang senantiasa selalu membimbing dan memberikan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta tidak pernah lelah untuk meluangkan waktunya dan selalu memberikan saran-saran di tengah kesibukan beliau, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menjalankan masa perkuliahan.

4. *Restaurant Support Center (RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk.*, Jakarta, khususnya untuk Bapak Wahyu dari tim HRD yang telah membantu, mau direpotkan dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan riset penelitian selama menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua Penulis, Mama (Lies Primawati) dan Papa (Ahmad Wahyudin), atas segala doa-doa yang telah dipanjatkan, kasih sayang pengorbanan, finansial dan dukungan yang tidak pernah berhenti. Penulis menyadari bahwa setiap langkah yang berhasil penulis tempuh tidak pernah terlepas dari perjuangan, kesabaran, dan keikhlasan Mama dan Papa dalam mendampingi penulis. Dalam setiap proses yang tidak selalu mudah, keyakinan Mama dan Papa menjadi salah satu alasan terbesar bagi penulis untuk terus berusaha. Semoga pencapaian ini dapat menjadi bentuk kecil dari rasa terima kasih penulis atas segala cinta dan perjuangan yang telah Mama dan Papa berikan.
6. Kakak Perempuan tercinta (Nurul Fauziah Annisa), yang tidak hanya menjadi seorang kakak, tetapi menjadi panutan dan sosok yang memiliki peran besar dalam membentuk penulis menjadi pribadi seperti saat ini. Kepada Adik tercinta (Siti Humairah Andjani), terima kasih telah menjadi salah satu alasan terbesar bagi penulis untuk terus berjuang menjadi pribadi yang lebih baik. Kehadiranmu selalu mengingatkan penulis bahwa setiap langkah dan pencapaian hari ini bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga agar dapat menjadi teladan yang baik.
7. Jihan, Mutiara, Annisa, Salma, dan Indy, sebagai teman terdekat penulis di perkuliahan ini. Terima kasih sudah datang ke kehidupan penulis dan selalu *support* penulis serta menemani penulis di masa-masa perkuliahan ini. Semua canda, tawa, dan tangis yang telah kita lalui Bersama adalah proses kita untuk sampai di titik ini. Selamat atas gelar barunya, sukses untuk hal-hal baik yang akan datang di depan sana, semoga doa baik selalu menyertai kalian.
8. Teman-teman seperjuangan Meena, Callysta, & Della serta teman-teman *Public Relations (PR) 2022* yang tidak dapat disebutkan seluruhnya, terima kasih telah mewarnai masa perkuliahan penulis,

senang bisa bertemu, belajar, bersenang-senang, dan berkenalan dengan orang-orang hebat seperti kalian.

9. Kayla Nurul Azizah, diri saya sendiri yang telah berusaha untuk terus bertahan, bangkit ketika merasa lelah, dan tetap melangkah meskipun tidak terlalu mudah. Terima kasih karena tidak menyerah dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Kayla Nurul Azizah

NIM : 1221003028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas
Karyawan Perempuan: Studi *Restaurant Support Center*
(RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta

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:

Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan: Studi *Restaurant Support Center* (RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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.

Jakarta, 16 September 2026

Yang Menyatakan,



**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP
LOYALITAS KARYAWAN PEREMPUAN: STUDI *RESTAURANT
SUPPORT CENTER* PT FAST FOOD INDONESIA TBK., JAKARTA**

Kayla Nurul Azizah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan pada *Restaurant Support Center* (RSC) PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif dan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 128 karyawan perempuan dengan masa kerja lebih dari enam bulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Dari 128 kuesioner yang disebar, diperoleh 115 kuesioner yang lengkap dan dapat digunakan sebagai data penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi berada pada kategori tinggi, dengan nilai rata-rata dimensi berkisar antara 3,55–3,62. Dimensi Kejujuran memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,62. Loyalitas Karyawan Perempuan juga berada pada kategori tinggi, dengan nilai rata-rata dimensi berkisar antara 3,50–3,58, dengan dimensi Hubungan Antarpribadi memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,58. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan, dengan koefisien regresi sebesar 0,803, nilai t hitung sebesar 14,861, dan nilai signifikansi $<0,001$. Nilai R Square sebesar 0,662 menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi mampu menjelaskan sebesar 66,2% variasi Loyalitas Karyawan Perempuan, sedangkan 33,8% variasi lainnya berada di luar model penelitian. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan pada RSC PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta.

Kata kunci: Iklim Komunikasi Organisasi, Loyalitas Karyawan, Karyawan Perempuan, Komunikasi Organisasi

**THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
CLIMATE ON FEMALE EMPLOYEE LOYALTY: A STUDY AT THE
RESTAURANT SUPPORT CENTER OF PT FAST FOOD INDONESIA**

TBK., JAKARTA

Kayla Nurul Azizah

ABSTRACT

This study analyzes the effect of Organizational Communication Climate on Female Employee Loyalty at the *Restaurant Support Center* (RSC) of PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta, using a quantitative approach with an explanatory research design. The population consisted of 128 female employees who had worked for more than six months, with saturated sampling resulting in 115 complete responses used for data analysis. Data were collected through a 5-point Likert-scale questionnaire and analyzed using descriptive analysis and simple linear regression. The descriptive results show that the Organizational Communication Climate was categorized as high, with mean scores across dimensions ranging from 3.55 to 3.62, with Honesty obtaining the highest mean score of 3.62. Female Employee Loyalty was also categorized as high, with mean scores ranging from 3.50 to 3.58, with Interpersonal Relationships obtaining the highest mean score of 3.58. The simple linear regression results show that Organizational Communication Climate has a positive and significant effect on Female Employee Loyalty (regression coefficient = 0.803; $t = 14.861$; $p < 0.001$). The *R Square* of 0.662 indicates that Organizational Communication Climate explains 66.2% of the variation in Female Employee Loyalty, while the remaining 33.8% lies outside the research model. These findings indicate that a better Organizational Communication Climate is associated with higher Female Employee Loyalty at the Restaurant Support Center of PT Fast Food Indonesia Tbk., Jakarta.

Keywords: Organizational Communication Climate, Employee Loyalty, Female Employees, Organizational Communication

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Yang Relevan.....	11
2.1.1 Komunikasi Organisasi	11
2.1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	13
2.1.3 Arus Komunikasi Organisasi	14
2.2 Iklim Komunikasi Organisasi	16
2.2.1 Pengertian Iklim Komunikasi Organisasi	16
2.2.2 Karakteristik Iklim Komunikasi Organisasi.....	17
2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Iklim Komunikasi Organisasi	19
2.2.4 Dimensi Iklim Komunikasi Organisasi.....	20
2.3 Loyalitas Karyawan	21
2.3.1 Pengertian Loyalitas Karyawan	21
2.3.2 Pentingnya loyalitas karyawan dalam organisasi.....	22
2.3.3 Faktor-faktor Loyalitas Karyawan	23
2.3.4 Dimensi Loyalitas Karyawan.....	23
2.4 Perempuan dalam Organisasi.....	24
2.4.1 Glass Ceiling Theory.....	26

2.4.2	Tantangan Perempuan di Tempat Kerja.....	28
2.5	Penelitian Sebelumnya.....	29
2.5.1	Sitensis Penelitian Terdahulu.....	34
2.5.2	Kebaruan Penelitian (<i>Novelty</i>).....	35
2.6	Kerangka Pemikiran.....	36
2.7	Model Kerangka Pemikiran.....	38
2.8	Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Desain dan Pendekatan.....	40
3.2	Populasi dan Sampling.....	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sample.....	43
3.2.3	Teknik Sampling.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1	Data Primer.....	45
3.3.2	Data Sekunder.....	46
3.4	Tenik Pengukuran Data.....	46
3.5	Uji Keabsahan Data.....	47
3.5.1	Uji Validitas.....	47
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.6	Analisis Data.....	48
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3	Uji Hipotesis.....	51
3.7	Validasi Data.....	51
3.8	Operasional Variabel.....	51
3.8.1	Iklim Komunikasi Organisasi.....	52
3.8.2	Loyalitas Karyawan Perempuan.....	56
3.9	Hasil Uji Coba Keabsahan Data.....	61
3.9.1	Uji Validitas.....	61
3.9.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65

4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	65
4.1.1	Gambaran Umum PT Fast Food Indonesia Tbk	65
4.1.2	Visi, Misi, Obyektif PT Fast Food Indonesia Tbk	66
4.2	Penyajian Data	67
4.2.1	Uji Keabsahan Data.....	67
4.2.2	Analisis Deskriptif	69
4.2.3	Tabulasi Data Frekuensi.....	71
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	89
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	94
4.3.1	Iklim Komunikasi Organisasi	94
4.3.2	Loyalitas Karyawan Perempuan	97
4.3.3	Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan Perempuan	100
4.3.4	Karakteristik Perempuan & <i>Glass Ceiling Theory</i>	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Kendala dan Keterbatasan Penelitian.....	110
5.3	Saran dan Implikasi.....	111
5.3.1	Saran Teoritis	111
5.3.2	Saran Praktis.....	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN I		118
LAMPIRAN II.....		123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel Iklim Komunikasi Organisasi	52
Tabel 3.3 Operasional Variabel Loyalitas Karyawan Perempuan	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Iklim Komunikasi Organisasi	61
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Iklim Komunikasi	62
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	70
Tabel 4.4 Rata-rata Dimensi X (Iklim Komunikasi Organisasi).....	71
Tabel 4.5 Analisis Indikator X (Iklim Komunikasi Organisasi)	74
Tabel 4.6 Rata-rata Dimensi Y (Loyalitas Karyawan Perempuan).....	80
Tabel 4.7 Analisis Indikator Y (Loyalitas Karyawan Perempuan)	83
Tabel 4.8 Deskriptif Statistik	88
Tabel 4.9 Uji Normalitas	89
Tabel 4.10 Uji Linearitas.....	90
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4.12 Regresi Linear Sederhana	92
Tabel 4.13 Uji Koefisien Regresi.....	93