ABSTRAK

EFEKTIVITAS KEGIATAN *GATHERING* DIVISI HUMAS *HIJABERS COMMUNITY* BANDUNG TERHADAP LOYALITAS MEMBERNYA

Oleh :

Anisa Andiani Gumelar

NIM. 41814054

Skripsi ini dibawah bimbingan :

Olih Solihin, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh efektivitas kegiatan *gathering* divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap loyalitas member. Untuk menjawab masalah tersebut peneliti menganalisa jangkauan member, respon member, dampak komunikasi, dan proses persuasive terhadap tanggung jawab, kesetiaan dan pengabdian member setelah mengikuti kegiatan *gathering* tersebut.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, angket, studi pustaka dan internet *Searching*. Populasi penelitian berjumlah 130 dengan menggunakan Teknik *simple random sampling* peneliti membagikan angket kepada 57 responden.

Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh antara jangkauan member terhadap loyalitas member yang signifikan dan positif dengan korelasi yang cukup, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara respon member terhadap loyalitas member dengan korelasi yang cukup, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara dampak komunikasi terhadap loyalitas member dengan korelasi yang kuat, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara proses persuasif terhadap loyalitas member, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara efektivitas kegiatan terhadap tanggung jawab dengan korelasi yang kuat, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara efektivitas kegiatan terhadap kesetiaan member, ada pengaruh yang signifikan dan positif antara efektivitas kegiatan terhadap pengabdian member dengan korelasi kuat dan ada pengaruh yang signifikan dan positif antara efektivitas kegiatan terhadap loyalitas member dengan korelasi yang kuat.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah efektivitas kegiatan *gathering* divisi humas *hijabers community* bandung memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas member.

Saran untuk Humas *Hijabers Community* Bandung untuk memperhatikan intensitas komunikasi dengan member .

Kata Kunci : Efektivitas Kegiatan, Loyalitas, Humas, Teori Percakapan Kelompok

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF THE PUBLIC RELATIONS GATHERING ACTIVITIES DIVISION HIJABERS COMMUNITY BANDUNG TOWARDS MEMBERS LOYALTY

By :

Anisa Andiani Gumelar

NIM. 41814054

This Essay Under Guidance :

Olih Solihin, M.I.Kom

This research determines to know about how far the influence of effectiveness of public relation Hijabers Community Bandung toward member loyalty. To answer these problems, The researcher analyzed the member coverge, member response, communication impact, and process of influence toward the responsible, loyalty and dedication of member after participate in the activity.

This research used Quantitative Approach with Survey Method and regressions Analysis Technique. The data was collected by a observasion, interview, questioner, literature study, and internet searching. The population of the research is 130 peoples and it's only 57 peoples that was choosen as a sample with Simple Random Sampling technique.

The result showed that there was an influence between the members reach toward member loyalty is significant and positive with sufficient correlation, there is a significant and positive influence between members responses toward members loyalty with sufficient correlation, there is a significant and positive influence between the impact of communication toward members loyalty with strong correlation, there is a significant and positive influence between the persuasive process toward members loyalty, there is a significant and positive influence between the effectiveness of activities toward responsibility with strong correlation, there is a significant and positive influence between the effectiveness of activities toward members faithfulness, there is a significant and positive influence between the effectiveness of activities toward members devotion with strong correlation and there is a significant and positive influence between the effectiveness of activities on members loyalty with strong correlation.

The conclusion of this research is the effectiveness of gathering activities in the public relation division of Hijabers Community Bandung has a significant and positive influence on members loyalty .

Suggestions for public relations division of Hijabers Community Bandung to pay attention to the intensity of communication with members.

Keywords : *Effectiveness of Activities, Loyalty, Public Relation, Group Achievement Theory*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang cenderung untuk hidup bermasyarakat dan mengatur juga mengorganisasi kegiatannya dengan tujuan untuk mencapai tujuan tetapi karena setiap manusia memiliki keterbatasan kemampuan hal itu yang menyebabkan mereka tidak mampu mewujudkan tujuan tanpa adanya kerjasama dari orang lain. Hal inilah yang yang mendasari manusia untuk hidup atau berada dalam sebuah komunitas. Pada zaman saat ini sudah banyak sekali komunitas – komunitas atau organisasi yang dibentuk dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya. Komunitas tidak hanya dapat dibentuk dalam dunia nyata saja, tetapi pada saat ini zaman sekarang yang serba instan dan canggih ini maka komunitas bias dibentuk lewat dunia maya di internet melalui media sosial. Salah satunya adalah "*Hijabers Community* dimana komunitas ini pertama kali dibentuk melalui yaitu dari grup Forum Annisa Bandung yang didirikan pertama kali doleh Jenhara Syadzwina dan Ghaida Tsurayya pada tahun 2010 yang berawal dari dari sekumpulan wanita – wanita muslimah yang sharing mengenai bisnis, ilmu agama, pengajian yang terus berkelajutan sehingga dapat mementuk sebuah komunitas se – Indonesia, seperti Jakarta, Jogja, Bandung, Pontianak, Padang, Banten, Bogor. " (Arin dan Tias, 2018:14.30 WIB).

Komunitas dibentuk dengan tujuan untuk mencapai target atau suatu tujuan yang telah di sepakati sebelumnya sehingga komunitas yang terbentuk tetap pada jalurnya sesuai dengan tujuan dan target dari komunirtas itu sendiri. Arti "Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*" (Kertajaya Hermawan ,2008). Saat ini, di dalam komunitas atau perusahaan memiliki bagian khusus yang bertugas menangani masalah internal maupun eksternal komunitasnya, yaitu bagian humas *(Public Relations)*.

Demikian juga dengan *Hijabers Community* Bandung (HCB) mempunyai bagian khusus yang menangani ini semua, yaitu Departemen Humas.

Dalam hal ini komunikasi merupakan bagian terpenting dalam menjalin hubungan antara komunitas dan masyarakat, maka dari itu suatu komunitas atau lembaga sangat penting adanya suatu divisi humas atau Public Relations. Sehingga penting bagi seorang humas untuk menjaga hubungan yang baik dengan sesama anggotanya agar komunitas itu mampu mencapai tujuannya. terutama pada komunitas *Hijabers Community* Bandung (HCB) member yang terdiri dari berbagai latar belakang, seperti mahasiswa, karyawan, wirausaha, guru, dan lain-lain. Selain itu juga *Hijabers Community* Bandung (HCB) memiliki banyak member yaitu 393 orang member.

Karena hal itulah humas intenal Hijabers Community Bandung (HCB) membuat sebuah acara gathering member dalam jangka waktu 3 bulan. "Acara gathering ini dilakukan oleh humas internal *Hijabers Community* Bandung dengan tujuan untuk mempererat hubungan silaturahmi dan mengenal lebih dekat antara para komite HCB dengan para member HCB." (Shafira, 2018:13.00 WIB).

Disini kita dapat mengetahui betapa pentingnya komunikasi yang efektif dalam kegiatan suatu perusahaan, terutama dalam memenuhi kebutuhan akan informasi dan juga pencapaian tujuan sebuah perusahaan. Kata efektif berasal dari kata efek yang dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (2008) diartikan akibat atau hasil daya pengaruh dari sesuatu, dan kata efektif diartikan sebagai suatu pengaruh, akibat atau kesan. Efektivitas kegiatan *Public Relation* oleh Kriyantono dalam bukunya yang berujudul Teknik Praktis Rise Komunikasi, mengenai tolak ukur efektivitas ialah sejauh mana audience dapat dijngkau oleh kegiatan Public Relation, yang merujuk bagaiman pesan yg dirancang komunikator mampu menajngkau sasaran secara efektif. Selain itu juga bagaimana audience response, kegiatan Public Relation akan berjalan efektif jika ada respon yang positif dari khalayak. Sejauhmana pesan komunikasi dalam kegiatan Public Relation mampu mempengaruhi pemikiran khalayak, oleh karena itu komunikasi yang dilakukan

harus mampu meneyebarkan pesan dan ainformasi yang dimengerti oleh khalayak dan adanya proses mengajak yang dilakukan dalam *kegiatan Public Relation.*

Hijabers Community Bandung (HCB) memiliki tujuan, melalui kegiatan Gathering Member maka proses komunikasi yang dilakukan yaitu memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh member karena setiap gathering selalu mengusung tema yang bermanfaat seperti cooking class, make up, bisnis dan bagaimana memotivasi serta mengajak para member gathering untuk dapat menerapkan setiap sharing yang dilakukan didalamnya yang dapat tersampaikan kepada member dengan efektif. Khususnya *Hijabers Community* Bandung (HCB), ko munitas memiliki tujuan atau keinginan untuk dapat mempertahankan setiap membernya serta untuk meningkatkan loyalitas member serta selalu mengikuti dan berparisipasi dalam setiap kegiatan – kegiatan yang diadakan oleh HCB ditengah kesibukan masing – masing member, sehingga dapat menjalin kekompakan antara member dengan komitenya.

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk memudahkan pembahasan masalah penelitian ini maka perlu kiranya peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Sejauhmana **Jangkauan Member** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya ?
2. Sejauhmana **Respon Member** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya ?
3. Sejauhmana **Dampak Komunikasi** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya ?
4. Sejauhmana **Proses Persuasif** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya ?
5. Sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Tanggung Jawab** Membernya ?
6. Sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Kesetiaan** Membernya ?

7. Sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Pengabdian** Membernya ?
8. Sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya ?

1.3. Maksud dan Tujuan

1.3.1. Maksud Penelitian

Bertolak dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang diangkat dengan menggunakan metode dan teknik yang tepat tentang sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Melalui Terhadap Loyalitas Membernya.

1.3.2. Tujuan Penelitan

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka di tetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Jangkauan Member** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya
2. Untuk mengetahui **Respon Member** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya
3. Untuk mengetahui **Dampak Komunikasi** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya
4. Untuk mengetahui **Proses Persuasif** Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya
5. Untuk mengetahui Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Tanggung Jawab** Membernya
6. Untuk mengetahui Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Kesetiaan** Membernya

7. Untuk mengetahui Sejauhmana Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap **Pengabdian** Membernya
8. Untuk mengetahui Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya

2. Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitianyang akan peneliti lakukan. Dengan melihat penelitian terdahulu maka peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah **Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Membernya.**

Dalam melakukan penelitian, peneliti memerlukan data-data dari berbagai literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Penelitian menggunakan 3 (tiga) literatur. Data-data tersbut diantaranya adalah sebagai berikut:

NO	Uraian	Hasil Penelitian		
		1	2	3
1	**Nama**	Ika Ramdhani	Edi Yahya	Melinda Teja Astuti
2	**Asal Perguran Tinggi**	Universitas Komputer Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	Universitas Komputer Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	Universitas Padjadjaran Fakultas Ilmu Komunikasi
3	**Judul**	Efektifitas Open Plan Presentation (OPP) PT. Melia Nature Indonesia	Efektivitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing	Hubungan Program Indosat Community

		Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Kota Bandung Untuk Menjadi Anggotanya	Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawannya	Terhadap Loyalitas Pelanggan
4	**Jenis Karya**	Skripsi	Skripsi	Skripsi
5	**Metode**	Kualitatif	Kuatitatif	Kuatitatif
6	**Perbedaan Penelitian**	Penelitian yang dilakukan oleh Ika Ramadhani menggunakan metode kulitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif selain itu Ika Ramadhani meneliti mengenai minat beli konsumen sedangka peneliti mengenai loyalitas member	Perbedaanya terdapat pada varibel X dimana varibel X dari Edi Cahya merupakan efektivitas sosialisasi penelitian ini lebih terfokus pada efektivitas komunikasi nya sedangkan yang peneliti teliti itu mengenai efektivitas sebuah program.	Variabel Y yang diteliti oleh Melinda Teja Astuti adalah mengenai loyalitas pelanggan yang artinya penelitia ini leih terfokus pada pihak eksternal, sedangka peneliti variable Y adalah loyalitas member yang berarti penelitian ini terfokus pada pihak internal. Selain itu juga Teja Astuti mencari hubungan sedangkan peneliti mecari pengaruh

2.2. Kerangka pemikiran

2.2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

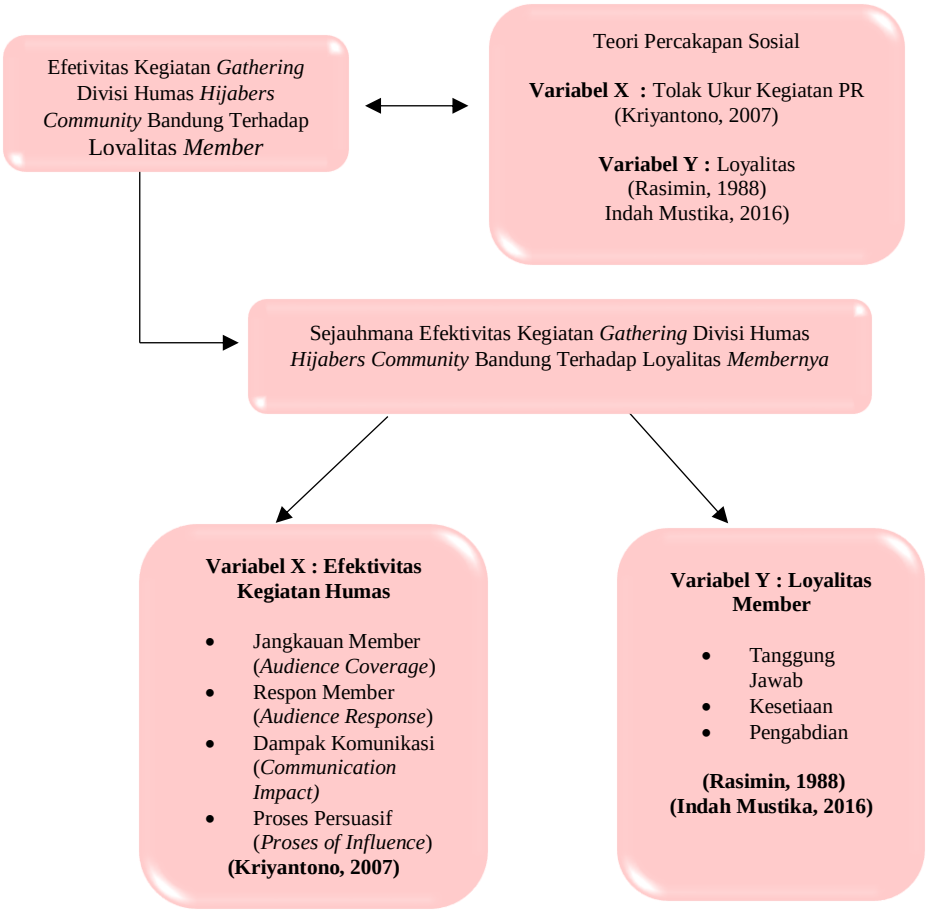
Dengan berbagai perbedaan latar belakang tersebutlah masalah didalam komunitas itu sering muncul, sehingga penting bagi komunitas untuk dapat menajga hubungan internalnya dengan baik guna mewujudkan tujuan dari komunitas tersebut untuk memiliki anggota yang loyal terhadap komunitasnya. Berbagai cara dapat dilakukan oleh komunitas untuk membuat aggota loyal kepada komunitasnya tetapi tidak mudah juga untuk membangun atau mempertahankan loyalitas tersebut.

Salah satunya adalah *Hijabers Community* Bandung (HCB), divisi humasnya membuat suatu kegiatan yag ditujukan untuk membernya yaitu kegiatan gathering yag dialkukan setiap 3 bulan sekali. Dengan tujuan setiap member dapat memberikan tanggung jawab, pengabdian serta kesetiaan kepada HCB.

Dalam hal ini proses kegiatan Gathering member yang dilakukan Hijabers Community Bandung (HCB) terdapat adanya jangkauan peserta sejauhmana audiens dapat dijangkau oleh kegiatan Public Relations. Hal ini merujuk pada bagaimana pesan yang dirancang dalam kegiatan gathering member ini mudah dipahami oleh membernya, alat ukur yang digunakan berupa pernyataan yang menyimpulkan apakah materi yang disampaikan mudah di mengerti atau tidak, serta kesesuaian materi yang dibutuhkan oleh membernya sendiri. Selain itu juga kegiatan dinyatakan efektif ketika respon dari member positif atau sesuai dengan yang diharapkan oleh komitenya, dimana hal ini mengartikan bahwa kegiatan gathering member yang dilakukan mampu mendorong partisipasi yang aktif dari membernya.

2.2.2. Kerangka Pemikiran Praktis

Bertolak dari kerangka pemikiran teoritis diatas adalah maka mencoba mengaplikasikan indikator – indikator. Dalam hal ini proses kegiatan Gathering member yang dilakukan Hijabers Community Bandung (HCB) terdapat adanya suatu tujuan yang ingin dituju dengan waktu yang telah ditetapkan. Tujuan biasanya berupa target yang ingin dicapai. Dengan adanya tujuan atau target tersebut dlihatlah hasilnya, apakah yang menjadi tujuan atau target dari kegiatan Gathering Member yang dilakukan Hijabers Community Bandung (HCB) ini terealisasikan atau tidak, jika target tercapai maka program kegiatan Gathering Member yang dilakukan Hijabers Community Bandung (HCB) ini berjalan dengan efektif dan sebaliknya, jika target yang diinginkan tidak tercapai berarti kegiatan Gathering Member yang dilakukan Hijabers Community Bandung



(HCB) tersebut belum berjalan secara efektif. Tujuan utama yang dimaksud

dalam hal ini adalah untuk menmbuhkan loyalitas setiap member HCB.Maka program Gathering akan efektif ketika adanya jangkauan peserta, respon member, dampak komunikasi dan proses komunikasi Dan ketika program tersebut sesuai maka akan menumbuhkan sikap loyal diikalangan membernya. Dan untuk menjembatani hal tersebut maka dignakan teori percakapan kelompok.

3. Metode Penelitian

3.1. Desian Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekana kuantitatif, sedangkan untuk pengumpulan data yaitu dengan metode pengumpulan data survey dan sedangkan untuk metode atau teknik analisis ialah korelasional. Pemilihan serta penggunaan metode penelitian sangat besar pengaruhnya terhadap penelitian yang dilakukannya berdasarkan pokok penelitian, penelitian ini menggunakan metode – metode yang dianggap paling relevan dengan pokok penelitian yaitu pengumpulan data melalui metode survey sedangkan teknik analisis korelasional. Pemilihan metode penelitian ini menjadi suatu acuan paradigma yang digunakan dalam penelitian.

3.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Teknik sampling random sederhana atai simple random sampling. Setelah dilakukan perhitungan jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi, maka didapatkan jumlah sampel yang dinilai mewakili populasi dengan presisi 10% berjumlah **57 Responden** yang terdiri sebagai member dari *Hijabers Community* Bandung.

3.3. Lokasi Penleitian

Penelitian akan dilaksanakan di Hijabers Community Bandung yang terletak di :

Alamat : Jl. Cibaduyut Lama No. 38 Bandung 40235

Website : hijaberscommunity.blogspot.co.id

E-mail : hijaberscommunitybdg@gmail.com

Sedangkan untuk acara *gathering* yag diadakannya yaitu pada tanggal 29 Juli 2018 yang bertempatan di Bandung Creative Hub jalan Laswi Bandung.

3.4. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama 6 bulan terhitung mulai dari bulan Februari hingga Juli 2018.

4. Hasil penelitian

4.1.Gambaran Objek Penelitian

Hijabers community, sebuah merupakan wadah komunitas wanita muslimah yang dibentuk pd tanggal 27 November 2010 di Jakarta, oleh 30 wanita berjilbab dengan latar belakang profesi dan kehidupan ygg berbeda. Berkumpul bersama untuk berbagai visi mereka untuk membentuk sebuah komunitas yang akan mengakomodasi kegiatan yang terkait dengan jilbab dan muslimah. Dari fashion, gaya jilbab dan esuatu yang akan membuat kaum muslimah menjadi lebih baik. Hijabers Community Bandung (HCB) merupakan komunitas yang non-profit yang bedomisili di kota Bandung dan beranggotakan Muslimah- Muslimah muda. HCB berdiri pada bulan Februari 2011 dengan nama awal Forum Annisa Bandung dengan jumlah pengurus 7 orang muslimah. Dalam dinamikanya, kini HCB telah berkembang menjadi 35 orang pengurus dan memiliki lebih dari 600 orang anggota yang terdiri dari berbagai latar belakang, seperti mahasiswa, karyawan, wirausaha, guru dan lain – lain.

4.2. Pembahasan

1. Berdasarkan hasil Analisa pengaruh jangkauan member terhadap loyalitas member Korelasi antara Jangkauan Member dengan Loyalitas Member memiliki nilai sebesar **0,485 (Cukup),** nilai pengaruh sebesar **23,5%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **4,108** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatar Jangkauan Member

gathering Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Loyalitas Member.

2. Indikator **Respon Member (X_2)** terhadap variabel **Loyalitas Member (Y).** Korelasi antara Respon Member dengan Loyalitas Member memiliki nilai sebesar **0,442 (Cukup),** sedangkan besarnya pengaruh sebeesar **17,8%** sedangkan pengaruh dari factor lain sebesar **82,2%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **3,541** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatara Respon Member *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Loyalitas Member.
3. Bedasarkan hasil Analisa dampak komunikasi terhadap loyalirtas memiliki Korelasi antara Jangkauan Member dengan Loyalitas Member memiliki nilai sebesar **0,517 (Kuat),** nilai pengaruh sebesar **26,7%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **4,482** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatar Jangkauan Member *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Loyalitas Member.
4. Peneliti menjabarkan kembali hasil pengujian statisktik antara indikator **Proses Persuasif (X_4)** terhadap variabel **Loyalitas Member (Y).** Korelasi antara Jangkauan Member dengan Loyalitas Member memiliki nilai sebesar **0,495 (Cukup),** nilai pengaruh sebesar **24,5%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **4,221** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatar Proses Persuasif Kegiatan *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Loyalitas Member.

5. Pengujian statisktik antara variabel **Efektivitas Kegiatan (X)** terhadap indikator **Tanggung Jawab (Y1).** Korelasi antara Efektivitas Kegiatan dengan Tanggung Jawab memiliki nilai sebesar **0,520 (Kuat),** nilai pengaruh sebesar **27,4%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **4,511** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatar Efektivitas Kegiatan *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Tanggung Jawab Member.
6. Bedasarkan hasil Analisa pengaruh efektivitas kegiatan terhadap kesetiaan, Korelasi antara Efektivitas Kegiatan dengan Kesetiaan memiliki nilai sebesar **0,435 (cukup),** nilai pengaruh sebesar **18,9%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **3,587** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatar Efektivitas Kegiatan *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Kesetiaan Member.
7. hasil pengujian statisktik antara variabel **Efektivitas Kegiatan (X)** terhadap indikator **Pengabdian (Y3).** Korelasi antara Efektivitas Kegiatan dengan Pengabdian memiliki nilai sebesar **0,435 (Cukup),** nilai pengaruh ebesarcukup besar **47,8%%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu **7,107** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Efektivitas Kegiatan *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Pengabdian Member.
8. Pembahasan terakhir analisis pengaruh Variabel Efektivitas Kegiatan (X) terhadap Variabel Loyalitas Member (Y). Untuk memudahkan pembaca maka Peneliti menjabarkan kembali hasil pengujian statisktik variabel **Efektivitas Kegiatan (X)** terhadap variabel **Loyalitas *Member* (Y).** Korelasi antara Efektivitas Kegiatan dengan Loyalitas *Member* memiliki nilai sebesar **0,648**

(Kuat), nilai pengaruh cukup besar **41,9%%** dan hasil uji hipotesis dengan uji t diperoleh thitung > ttabel yaitu **6,308** lebih besar dari 1,674 yang berarti bahwa pengaruhnya adalah positif sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima,** artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif anatara Efektivitas Kegiatan *gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Loyalitas *Member.*

5. Kesimpulan dan Saran

5.1.Kesimpulan

Dari hasil Analisa pengolahan data pada penelitian tentang **"Efektivitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas Member",** peneliti menarik kesimpulan dan memberikan saran berdasrkan uraian yang telah penulis analisis dalam bab – bab sebelumnya. Kesimpulannya sebagai berikut :

1. Pengaruh **Jangkauan *Member*** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung dengan Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang cukup, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan Jangkauan *Member* dengan materi kegiatan, kelengkapan materi, dan kesesuaian materi baik maka akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas member.
2. Pengaruh **Respon *Member*** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung dengan Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang cukup, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan Jangkauan *Member* dengan daya tarik dan tanggapan positif sudah baik maka akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas member.
3. Pengaruh **Dampak Komunikasi** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung dengan Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang kuat, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan Dampak Komunikasi dengan pengetahuan, informasi, pemahaman komunitas telah makssimal maka akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas member.

4. Pengaruh **Proses Persuasif** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung dengan Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang cukup, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan Proses Persuasif dengan kredibilitas komunikator, keterbukaan komunikasi, dan dorongan / motivasi baik maka akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas member.
5. Pengaruh **Jangkauan *Member*** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung dengan Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang cukup, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan Jangkauan *Member* dengan materi kegiatan, kelengkapan materi, dan kesesuaian materi baik maka akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas member.
6. Terdapat pengaruh dengan korelasi kuat, signifikan dan positif antara Efektivitas Kegiatan *Gathering* dengan **Tanggung Jawab.** Dapat disimpulkan bahwa Efektifitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Tanggung Jawab *Member* sangat baik dimana kegiatan ini memberikan efek rasa tanggung jawab kepada *member* dan memberikan pernyataan yang positif dan hasil uji statistik menunjukjan hasil serupa.
7. Terdapat pengaruh dengan korelasi kuat, signifikan dan positif antara Efektivitas Kegiatan *Gathering* dengan **Kesetiaan.** Dapat disimpulkan bahwa Efektifitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap kesetiaan *Member* baik dimana kegiatan ini memberikan rasa memiliki, juga dukungan kepada *member* dan memberikan pernyataan yang positif dan hasil uji statistik menunjukjan hasil serupa.
8. Terdapat pengaruh dengan korelasi kuat, signifikan dan positif antara Efektivitas Kegiatan *Gathering* dengan **Pengabdian.** Dapat disimpulkan bahwa Efektifitas Kegiatan *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung terhadap Pengabdian *Member* sangat baik dimana kegiatan ini memberikan kemauan bekerja sama, dan berpartisipasi kepada *member* dan memberikan pernyataan yang positif dan hasil uji statistik menunjukjan hasil serupa.

9. Pengaruh **Efektivitas Kegiatan** *Gathering* Divisi Humas *Hijabers Community* Bandung Terhadap Loyalitas *Member* menghasilkan korelasi yang kuat, positif dan signifikan. Hasil analisis menunjukan bahwa pengaruh Efektivitas Kegiatan. *Gathering* terhadap Loyalitas *Member* memiliki pengaruh yang besar dimana *member* memberikan hasil yang memuaskan dengan memberikan pernyataan yang positif dan hasil uji statistic menunjukan hasil serupa.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasn yang telah dijelaskna pada bab – bab sebelumnya, pada bagian ini peneliti ingin memberikan saran yang bisa bermanfaat tentunya bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, komunitas serta berbagai pihak yang berkitan dengan penelitian. Adapun saran – saran yang peneliti berikan setelah meneliti permaslaahan sebagai berikut :

1. Saran Bagi *Hijabers Community* Bandung

a) Guna menjaga kefeektivan Kegiatan *Gathering member* sebagai salah satu sarana saling memperkenalkan antara komite dengan *member* maka sebaiknya melakukan rangkaian kegiatan yang tidak memisahkan anatara komite dan *member* agar bisa semakin dekat.

b) Bagi Humas *Hijabers Community* Bandung agar selalu memperhatikan siapa yang akan berbicara pada saat kegiatan *gathering* karena kredibilitas komunikator dapat mempengaruhi proses presuasif.

c) Bagi Bagi Humas *Hijabers Community* Bandung agar membuat *sharing* berupa evaluasi dan tanggapan dari *member* mengenai kegiatan *Gatherig*.

d) Bagi Humas *Hijabers Community* Bandung sebaiknya membuat suatu *reward* untuk anggota *member* paling lama atau paling sering mengikuti kegiatan agar setiap member selalu terpacu juga termotivasi untuk selalu bertahan dalam komunitas uga slealu mengikuti dan mendukung setiap acara yang diadakan

e) Bagi Humas *Hijabers Community* Bandung walaupun kegiatan *gathering* diakana selama 3 bulan sekali tetapi interaksi dengan *member* harus terus terjalin, misalnya dengan berkomunikasi di *group member* membicarakan tema *gathering* yang ingin diusung seperti apa, atau melibatkan *member* dalam membuat suatu kegiatan.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

a) Bagi mahasiswa/i yang mengambil penelitian yag serupa diharapkan dapat lebih meningkatkan kearifan, rasa inisiatif, percaya diri dan bekerjasama dengan pihak *Hijabers Community* Bandung untuk melakukan koordinasi yang lebih baik sehingga dapat membantu kalancaran penelitian

b) Bagi peneliti yang ingin meneliti sebuah kegiatan atau acara atau *event* lebih baik memastikan kembali waktu berlangsungnya kegiatan tersebut agar tidak berbenturan dengan waktu sidang

DAFTAR PUTAKA

Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Cutlip, Scott M., Allen H Center & Glen M Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Effendy, Onong Uchyana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Desayu Eka, Dewi Kurniasih, Andrian Darmayadi, Melly Maulin, Poni Sukaesih, Budi Mulyana, Sangra Juliano. 2015. Pedoman Penulisan & Pelaksanaan Sidang, Bandung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Komputer Indonesia

Jefkins, Frank dan Yadin. 2003. Public Relations. -Edisi Revisi kelima-. Jakarta: Erlangga.

Juliano, Sangra . Pengantar Statistika Sosial dan Panduan Penggunaan dan Pengolahan Data Menggunakan SPSS

Kriyantono, Rachmat. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Mulyana Deddy, M.A., Ph.D. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Jakarta: Rosdakarya

_____. 2004. *Metode Penelitian Public Relation*.Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

Rakhmat, Jallaluddin. 2008. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 2003. Psikologi Komunikasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rudy, T. May. 2005. Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional. Bandung: PT. Revika Aditama.

Rosadi, Ruslan. 2004. Metode Penelitian Public Relation. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvirano. 2005. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wiryanto, 2005, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia

Sumber lain :

- **Penelitian Terdahulu**

  Ika Ramadhani "Efektifitas Open Plan Presentation (OPP) PT. Melia Nature Indonesia Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Kota Bandung Untuk Menjadi Anggotanya" Universitas Komputer Indonesia

  Edi Yahya "Efektivitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawan" Universitas Komputer Indonesia

  Melinda Teja Astuti "Hubungan Program Indosat Community Terhadap Loyalitas Pelanggan" Universitas Padjadjaran

- **Internet *Searching***

  http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-edaginanja-38619&q=eda%20ginanjar Diakses Pada : 09 Juli 2018. Jam 20:17 WIB Bandung

  http://media.unpad.ac.id/thesis/170720/2011/170720110012_k_3197.pdf Diakses pada : 07 Mei 2018. Jam 01:37 WIB Bandung

  https://www.scribd.com/document/348681126/Bab-II-Tinjauan-Teori-Komunitas Diakses pada : 06 April 2018. Jam 23:56 WIB Bandung