BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini peneliti akan menganalisa dan membahas hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai "**Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawannya**".

Adapun data yang terkumpul dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada responden yaitu karyawan yang berada di PT Gramedia Printing Bandung. Penyebaran angket dilaksanakan pada hari Selasa - Senin di PT. Gramedia Printing Bandung yaitu tanggal 24 - 30 Januari 2012. Angket ini disebarkan kepada 68 orang responden yang terpilih secara *Simple Random Sampling*, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara lengkap dan jelas mengenai masalah yang sedang diteliti oleh peneliti.

Agar pembahasan yang dilakukan lebih sistematis dan terarah, maka analisis hasil penelitian ini terbagi atas 5 bagian, yaitu :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
2. Analisis Deskriptif Identitas Responden
3. Analisis Hasil Deskriptif Hasil Penelitian
4. Analisis Korelasional antara Variabel X dengan Variabel Y
5. Pembahasan Hasil Penelitian

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1. Uji Validitas

Sebelum menyebarkan seluruh angket penelitian atau kuesioner kepada responden yaitu karyawan PT Gramedia Printing Bandung, terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pada 25 pertanyaan (dari pertanyaan nomor 5 sampai dengan pertanyaan nomor 29) yaitu mengenai data penelitian. Uji validitas dan reliabilitas ini peneliti lakukan pada 20 responden.

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban responden dari setiap item pertanyaan dengan jumlah total jawaban responden atas seluruh pertanyaan. Koefisien korelasi tiap item akan dibandingkan dengan 0,3 (df). Jika nilai korelasi suatu item atau pernyataan lebih kecil atau sama dengan 0.3, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dikeluarkan dari pengujian yang dilakukan. Hanya item yang memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari 0.3 diikutsertakan dalam pengujian (Sugiyono, 2003:124).

Untuk menguji validitas dan reliabilitas peneliti menggunakan program SPSS 16.0. Hasil dari pengujiannya dapat secara langsung dilihat pada kolom *Output Correlated Item Total Correlation,* dibawah ini :

Tabel 4.1
Tabel Nilai Hasil Uji Validitas Angket

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 5	88.53	122.374	.646	.	.925
Pertanyaan 6	88.74	118.538	.771	.	.922
Pertanyaan 7	88.95	119.830	.587	.	.926
Pertanyaan 8	88.68	121.784	.803	.	.923
Pertanyaan 9	88.53	122.708	.695	.	.924
Pertanyaan 10	88.37	124.468	.579	.	.926
Pertanyaan 11	89.00	120.111	.715	.	.923
Pertanyaan 12	88.42	129.257	.307	.	.930
Pertanyaan 13	89.47	121.041	.679	.	.924
Pertanyaan 14	89.26	123.871	.466	.	.928
Pertanyaan 15	89.26	124.649	.506	.	.927
Pertanyaan 16	88.95	120.386	.749	.	.923
Pertanyaan 17	88.53	121.930	.672	.	.924
Pertanyaan 18	89.11	117.433	.731	.	.923
Pertanyaan 19	88.58	128.702	.252	.	.932
Pertanyaan 20	88.74	122.094	.694	.	.924
Pertanyaan 21	88.32	130.006	.293	.	.930
Pertanyaan 22	87.95	128.719	.415	.	.928
Pertanyaan 23	88.16	125.140	.537	.	.926
Pertanyaan 24	88.16	129.029	.403	.	.928
Pertanyaan 25	88.21	128.620	.627	.	.926
Pertanyaan 26	88.16	126.918	.571	.	.926
Pertanyaan 27	88.11	124.099	.578	.	.926
Pertanyaan 28	88.00	127.556	.663	.	.926
Pertanyaan 29	88.16	129.696	.350	.	.929

Dari data di atas, terdapat dua buah pertanyaan yang bernilai dibawah nilai r tabel, yaitu pertanyaan nomor 19 dan 21. Dengan demikian dua pertanyaan tersebut tidak valid.

Setelah dilakukan proses perhitungan ulang, dengan menghilangkan atau mengeluarkan pertanyaan yang tidak valid tersebut, maka peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tabel Nilai Hasil Uji Validitas Angket Revisi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 5	80.65	107.503	.671	.	.927
Pertanyaan 6	80.85	104.134	.792	.	.925
Pertanyaan 7	81.05	105.524	.600	.	.929
Pertanyaan 8	80.80	107.853	.769	.	.926
Pertanyaan 9	80.65	108.450	.675	.	.927
Pertanyaan 10	80.50	109.526	.591	.	.929
Pertanyaan 11	81.10	105.779	.731	.	.926
Pertanyaan 12	80.50	114.368	.312	.	.933
Pertanyaan 13	81.55	107.418	.647	.	.928
Pertanyaan 14	81.35	109.503	.466	.	.931
Pertanyaan 15	81.35	110.450	.492	.	.930
Pertanyaan 16	81.05	106.261	.750	.	.926
Pertanyaan 17	80.65	107.292	.684	.	.927
Pertanyaan 18	81.20	103.747	.724	.	.926
Pertanyaan 20	80.80	108.274	.661	.	.927
Pertanyaan 22	80.05	113.734	.429	.	.931
Pertanyaan 23	80.25	110.513	.547	.	.929
Pertanyaan 24	80.25	114.618	.369	.	.932
Pertanyaan 25	80.25	114.513	.478	.	.930
Pertanyaan 26	80.25	112.408	.562	.	.929
Pertanyaan 27	80.20	109.642	.583	.	.929
Pertanyaan 28	80.10	112.516	.698	.	.928
Pertanyaan 29	80.30	114.116	.372	.	.932

Dari hasil perhitungan di atas terlihat bahwa semua nilai *output correlated item-total correlation* sudah berada diatas nilai r tabel 0,3. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam angket penelitian, sudah dapat dikatakan **valid.**

4.1.2. Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas maka dilakukan penghitungan dan hasilnya diuji dengan menggunakan kriteria, sebagai berikut :

- Jika r Alpha positif dan > 0,8 maka butir pertanyaan tersebut reliabel, atau
- Jika r Alpha positif dan ≥ r table, maka butir pertanyaan tersebut juga reliable, atau
- Jika r Alpha positif dan ≤ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel

Kriteria menyebutkan jika nilai korelasi sama dengan atau lebih besar dari 0,8 maka butir-butir pertanyaan reliabel. Hasil analisis reliabilitas dari butir pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16.0 pada kolom *Cronbach's Alpha* dalam tabel 4.2 dibawah dinyatakan bahwa nilai rata-rata menunjukkan angka 0,929 atau 0,9.

Tabel 4.3
Tabel Nilai Akhir Hasil Reliabilitas Angket
Reliabiliti Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.932	23

4.2. Analisis Deskriptif Identitas Responden

Deskripsi identitas responden merupakan analisa yang sifatnya hanya menjabarkan latar belakang responden mulai dari jenis kelamin, usia responden, agama responden, dan lamanya responden bekerja.

Pada penelitian ini, data responden diperoleh dengan cara menyebar angket kepada 68 karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung. Menurut Soekamto mengemukakan bahwa ”kelompok sosial biasanya didasarkan atas kekerabatan usia, seks dan kadang-kadang atas dasar-dasar perbedaan pekerjaan atau kedudukan”. (Soekamto, 1999:33). Sejumlah data responden dipaparkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jenis Kelamin Responden
n = 68

No.	Jenis Kelamin	F	Persentase (%)
1.	Laki – laki	60	88.23
2.	Perempuan	8	11.77
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (Angket), Januari 2012

Pada tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 60 orang atau dengan persentase sebesar 88.23%. Sedangkan untuk karyawan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 8 orang dengan persentase 11.77% (lihat **Tabel 4.4**).

Tabel di atas menggambarkan bahwa dari keseluruhan karyawan tetap yang bekerja di PT Gramedia Printing Group Bandung didominasi oleh laki-laki jika dibandingkan dengan karyawan yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.5
Usia Responden
n = 68

No	Usia	F	Persentase (%)
1.	20– 25 tahun	20	29.41
2.	26 - 30 tahun	16	23.53
3.	31 - 35 tahun	20	29.41
4.	36 - 40 tahun	5	7.36
5.	40 tahun keatas	7	10.29
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (Angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.5** di atas, dipaparkan usia responden dimana terlihat jumlah karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung terbanyak diantara usia 20-25 tahun dan 31-35 tahun dengan persentase 29.41%. Hal ini golongan usia dimana seseorang sangat produktif untuk bekerja dilapangan sehingga biasanya golongan karyawan dengan usia diantara 20-25 tahun dan 31-35 tahun bekerja lebih semangat, memiliki kreatifitas yang tinggi, dan lebih emosional.

Adapun identititas yang lain dari karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dilihat dari agama yang mereka anut sesuai kepercayaan yang mereka percayai. Klasifikasi responden berdasarkan agama dapat dilihat pada **Tabel 4.6** berikut ini:

Tabel 4.6
Agama Responden
n = 68

No	Agama	F	Persentase (%)
1.	Islam	50	73.52
2.	Kristen Katolik	12	16.64
3.	Kristen Protestan	6	8.82
4.	Hindu	-	0
5.	Budha	-	0
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (Angket), Januari 2012

Pada **Tabel 4.6** di atas menunjukan bahwa karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mayoritas adalah beragama Islam dengan jumlah 50 orang atau 73.52%. Selebihnya beragama Kristen Katolik dan Kristen

Protestan. Selain itu, lama bekerja juga mempengaruhi bagaimana sikap seseorang dalam menghadapi kondisi kerja yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Lama Bekerja
n = 68

No.	Lama Bekerja	F	Persentase (%)
1.	1-5 tahun	27	39.70
2.	6-10 tahun	14	20.59
3.	11-15 tahun	13	19.12
4.	15-20 tahun	6	8.82
5.	20 tahun keatas	8	11.77
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (Angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.7** di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung paling banyak memiliki masa kerja antara 1-5 tahun dengan jumlah 27 orang dengan persentase 39.70% dari jumlah keseluruhan dan paling sedikit karyawan yang sudah bekerja selama 15-20 tahun yaitu 6 orang dengan persentase sebesar 8.82%.

Lamanya seorang karyawan dalam bekerja dapat mempengaruhi bagaimana kemampuan dan pengalaman kerja dari karyawan yang bersangkutan, oleh karena itu keberagaman pengalaman kerja para karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung sudah pasti akan saling mendukung dalam situasi dan kondisi kerja.

4.3. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

4.3.1. Tujuan Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawannya

Untuk mengetahui tujuan sosialisasi, peneliti mengajukan tiga pertanyaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran angket yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada **Tabel 4.8** (pertanyaan nomor 7), **Tabel 4.9** (pertanyaan nomor 9),dan **Tabel 4.10** (pertanyaan nomer 11) berikut:

Tabel 4.8
Menginformasikan
n = 68

Pertanyaan 7: **"Informasi tentang visi & misi yang disosialisasikan perusahaan sudah jelas."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	11.77
2	Setuju	46	67.64
3	Cukup Setuju	10	14.70
4	Tidak Setuju	4	5.89
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.8** di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden dengan persentase sebesar 67.64%. Sedangkan 4 responden dengan persentase sebesar

5.89% menyatakan tidak setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Ini menandakan bahwa tujuan sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebagai proses transfer informasi dari managemen yang dapat diterima oleh pegawainya.

Tabel 4.9
Memotivasi
n = 68

Pertanyaan 9: **"Visi & misi perusahaan dapat memotivasi kerja pegawai."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	10.29
2	Setuju	35	51.47
3	Cukup Setuju	18	26.47
4	Tidak Setuju	7	10.29
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.48
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari tabel di atas, sebanyak 35 responden menjawab setuju dengan persentase sebesar 51.47% dan hanya satu responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa apa yang disampaikan oleh managemen mengenai visi dan misi perusahaan salah satunya adalah bertujuan agar dapat memotivasi karyawan dalam bekerja.

Tabel 4.10
Meningkatkan Produktifitas
n = 68

Pertanyaan 11: **"Visi & misi perusahaan dapat meningkatkan produktifitas perusahaan."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	8.81
2	Setuju	40	58.82
3	Cukup Setuju	20	29.41
4	Tidak Setuju	1	1.48
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.48
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.10** di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 40 responden dengan persentase sebesar 58.82%. Sedangkan 1 responden dengan persentase sebesar 1.48% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Ini menandakan bahwa tujuan sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung untuk meningkatkan produkfitifitas perusahaan dapat diterima oleh hampir seluruh karyawan.

4.3.2. Waktu Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawannya

Untuk mengetahui waktu sosialisasi, peneliti mengajukan dua pertanyaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran angket yang

telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada **Tabel 4.11** (pertanyaan nomor 14), **Tabel 4.12** (pertanyaan nomor 15), dan **Tabel 4.13** (pertanyaan nomor 17) berikut:

Tabel 4.11
Jangka Waktu/Durasi
n = 68

Pertanyaan 14: **"Lamanya jangka waktu sosialisasi berpengaruh kepada pemahaman pegawai terhadap visi & misi."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	7	10.29
2	Setuju	43	63.23
3	Cukup Setuju	17	25
4	Tidak Setuju	1	1.48
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari Tabel 4.11 di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 43 responden dengan persentase sebesar 63.23%. Sedangkan satu responden menyatakan tidak setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa jangka waktu/durasi proses sosialisasi visi dan misi sangat berpengaruh terhadap pemahaman yang diperoleh pegawai.

Tabel 4.12
Kesempatan/Frekuensi Sosialisasi
n = 68
Pertanyaan 15: **"Perusahaan mensosialisasikan visi & misi dalam setiap kesempatan."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	4	5.89
2	Setuju	22	32.35
3	Cukup Setuju	28	41.17
4	Tidak Setuju	13	19.11
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.48
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari Tabel 4.12 di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 28 responden dengan persentase sebesar 14.17%. Sedangkan 13 responden menyatakan tidak setuju, dan satu responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa frekuensi pelaksanaan sosialisasi masih belum maksimal karena masih ada beberapa karyawan yang merasa tidak memperoleh kesempatan mengikuti kegiatan sosialisasi tersebut.

Tabel 4.13
Waktu bagi Karyawan
n = 68

Pertanyaan 17: **"Pegawai memiliki waktu yang cukup untuk memahami sosialisasi."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	3	4.42
2	Setuju	23	33.82
3	Cukup Setuju	28	41.17
4	Tidak Setuju	12	16.64
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.95
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari tabel di atas, sebanyak 28 responden menjawab cukup setuju dengan persentase sebesar 41.17% dan dua responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa waktu yang digunakan pihak managemen berpengaruh terhadap pemahaman karyawan tentang visi dan misi perusahaan, karena setelah dilakukan penelitian tidak semua karyawan setiap hari siap mendengarkan sosialisasi oleh managemen. Untuk itu pihak managemen agar memilih waktu yang tepat dan intensitas yang telah diperhitungkan agar sosialisasi dapat diterima dengan baik oleh pegawai.

4.3.3. Biaya Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Loyalitas Karyawannya

Untuk mengetahui biaya sosialisasi, peneliti mengajukan dua pertanyaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran angket yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada **Tabel 4.14** (pertanyaan nomor 18) dan **Tabel 4.15** (pertanyaan nomor 20) berikut:

Tabel 4.14
Media Sosialisasi
n = 68

Pertanyaan 18: **"Perusahaan menggunakan media yang tepat dalam proses sosialisasi."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	4	5.89
2	Setuju	35	51.47
3	Cukup Setuju	23	33.82
4	Tidak Setuju	6	8.82
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.14** di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden dengan persentase sebesar 51.47%. Sedangkan enam responden menyatakan tidak setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa media sosial lebih dapat diterima

sebagai alat sosialisasi dari visi dan misi, mengingat media dirasakan lebih nyaman untuk pegawai karena pegawai tidak perlu secara formal berhadapan dengan managemen.

Tabel 4.15
Pengaruh Biaya
n = 68

Pertanyaan 20: **"Anggaran yang dikeluarkan untuk sosialisasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	5	7.36
2	Setuju	25	36.76
3	Cukup Setuju	29	42.64
4	Tidak Setuju	7	10.29
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.95
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari tabel di atas, sebanyak 25 responden menjawab setuju dengan persentase sebesar 36.76% dan dua responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya atau anggaran untuk keperluan pengadaan media sosialisasi berpengaruh terhadap tujuan dari sosialisasi yaitu pemahaman karyawan tentang visi dan misi perusahaan.

4.3.4. Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Tanggung Jawab Karyawannya

Untuk mengetahui efektitas sosialisasi terhadap tanggung jawab karyawan, peneliti mengajukan dua pertanyaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran angket yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada **Tabel 4.16** (pertanyaan nomor 24) dan **Tabel 4.17** (pertanyaan nomor 25) berikut:

Tabel 4.16
Tanggung Jawab Terhadap Perusahaan
n = 68

Pertanyaan 24: **"Pegawai ikut bertanggungjawab terhadap nama baik perusahaan."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	30.87
2	Setuju	37	54.41
3	Cukup Setuju	8	11.77
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.95
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.16** di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 54.41%. Dan 21 responden menjawab sangat setuju dengan presentase 30.87%, menjawab cukup setuju 8 responden dengan presentase 11.77% sedangkan 2 responden menyatakan sangat

tidak setuju dengan presentase 2.95, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Ini menunjukan bahwa sebagian besar pegawai memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap perusahaan, dan berarti kegiatan sosialisasi oleh manageman telah berhasil menanamkan visi dan misi pada pegawai di perusahaan PT Gramedia Printing Group Bandung.

Tabel 4.17
Tanggung Jawab Mensukseskan Visi dan Misi
n = 68

1. Pertanyaan 25: **"Kesuksesan visi & misi perusahaan merupakan bagian dari tanggung jawab pegawai."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	23.52
2	Setuju	40	58.81
3	Cukup Setuju	8	11.77
4	Tidak Setuju	1	1.48
5	Sangat Tidak Setuju	3	4.42
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari tabel di atas, sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan persentase sebesar 58.81% dan satu responden menjawab tidak setuju, serta tiga responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan merasa sebagai bagian atau pihak yang juga harus

berpartisipasi terhadap kesuksesan visi dan misi perusahaan dimasa yang akan datang.

4.3.5. Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Bandung Terhadap Pengabdian Karyawannya

Untuk mengetahui efektitas sosialisasi terhadap pengabdian karyawan, peneliti mengajukan dua pertanyaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran angket yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada **Tabel 4.18** (pertanyaan nomor 28) dan **Tabel 4.19** (pertanyaan nomor 29) berikut:

Tabel 4.18
Karyawan Bekerja Maksimal
n = 68

Pertanyaan 28: **"Pegawai berusaha bekerja dengan maksimal demi kesuksesan perusahaan."**

No	Kategori Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	26.47
2	Setuju	40	58.82
3	Cukup Setuju	9	13.23
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.48
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari **Tabel 4.18** di atas memperlihatkan bahwa jumlah terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 40 responden dengan persentase sebesar 58.82%. Sedangkan satu responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari sini terlihat bahwa sebagian besar pegawai memiliki jiwa pengabdian kepada perusahaan yang tercermin dalam sikap rela melakukan pekerjaan secara maksimal demi kelanggengan perusahaan dan tentunya menjadi jaminan kehidupan karyawan.

Tabel 4.19
Karyawan Taat pada Peraturan
n = 68

Pertanyaan 29: **"Pegawai patuh dan taat kepada peraturan yang berlaku di perusahaan."**

No	Kategori Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	18	26.47
2	Setuju	35	51.47
3	Cukup Setuju	12	17.63
4	Tidak Setuju	2	2.95
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.48
Jumlah		**68**	**100**

Sumber : Penelitian lapangan (angket), Januari 2012

Dari tabel di atas, sebanyak 35 responden menjawab setuju dengan persentase sebesar 51.47% dan satu responden menjawab sangat tidak setuju, serta dua responden menjawab tidak setuju. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hampir seluruh karyawan merasa telah

berusaha untuk memberi yang terbaik kepada perusahaan dengan cara bekerja secara maksimal. Dan juga selalu mematuhi dan mentaati peraturan-peraturan yang berlaku di perusahaan.

4.4. Analisis Korelasional antara Variabel X dengan Variabel Y

Dalam pengolahan data mentah disesuaikan dengan skoring pada masing-masing alat ukur. Penghitungan statistik digunakan untuk melihat hubungan/pengaruh antar variabel dan pengujian terhadap hipotesis

Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini (X dan Y) dimana keduanya berskala ordinal. Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel, data yang terkumpul melalui kuisioner dan telah diberi bobot dengan menggunakan skala kategori dan dihitung skor dari masing-masng responden berdasarkan total jumlah dari total jawaban tersebut akan dilakukan perangkingan berdasarkan jumlah skor tersebut, dan kemudian diolah menjadi uji statistik dengan alat ukur analisis korelasi *Rank Spearman* yang akan menghasilkan koefisien korelasi.

Sedangkan untuk menganalisa pengaruh koefisien Determinasi (KD) atas variabel X dan variabel Y digunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

r = besarnya korelasi

Nilai t tabel didapat dari tabel t-student dengan derajat bebas (*degree of fredom*) = n-2 dan nilai α yang digunakan 0,05 kemudian pengujian yang dilakukan adalah dua pihak.

Uji signifikansi dilakukan terhadap hipotesis statistik yang telah ditentukan dengan kriteria uji : (Dua arah) tolak hipotesis nol pada taraf α jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ dengan db = n-2 dan α = 0,05.

Sedangkan untuk menghitung tingkat hubungan digunakan kriteria Guilford yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi*, yang kriterianya sebagai berikut :

1. **$\geq$ 0,00 $\rightarrow$ < 0,20 : Hubungan rendah sekali**
2. **$\geq$ 0,20 $\rightarrow$ < 0,40 : Hubungan rendah tapi pasti**
3. **$\geq$ 0,40 $\rightarrow$ < 0,70 : Hubungan yang cukup berarti**
4. **$\geq$ 0,70 $\rightarrow$ < 0,90 : Hubungan yang tinggi; kuat**
5. **$\geq$ 0,90 $\rightarrow$ < 1,00 : Hubungan sangat tinggi; kuat sekali**

(Jalaludin Rakhmat, 1998;29)

Selanjutnya peneliti akan menghitung korelasi antara indikator dan variabel sesuai dengan rumus *rank spearman* serta uji hipotesisnya dengan menggunakan cara penghitungan SPSS 16.0.

4.4.1. Analisis Korelasi Antara Tujuan Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Loyalitas Karyawannya

Perhitungan korelasi antara tujuan kegiatan terhadap loyalitas menggunakan program SPSS 16.0 Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.20

Korelasi Antara Tujuan dan Loyalitas

Correlations

			Tujuan	Loyalitas
Spearman's rho	Tujuan	Correlation Coefficient	1.000	.596**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.596**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator tujuan terhadap variabel loyalitas sebesar 0,596. Artinya hubungan antara tujuan sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan indikator

dan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya tujuan sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}596)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}355 \times 100\%$$
$$= 35{,}5\%$$

Jadi tujuan sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 35,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara tujuan sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Ho : "Tidak ada pengaruh antara tujuan sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya.".

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima Ha

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak Ha

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}596\ \sqrt{(68-2)}}{\sqrt{1-0{,}596^2}}$$

$$= \frac{0{,}596 \times 8{,}124}{0{,}803}$$

$$= \frac{4{,}841}{0{,}803}$$

$$= 6{,}029$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

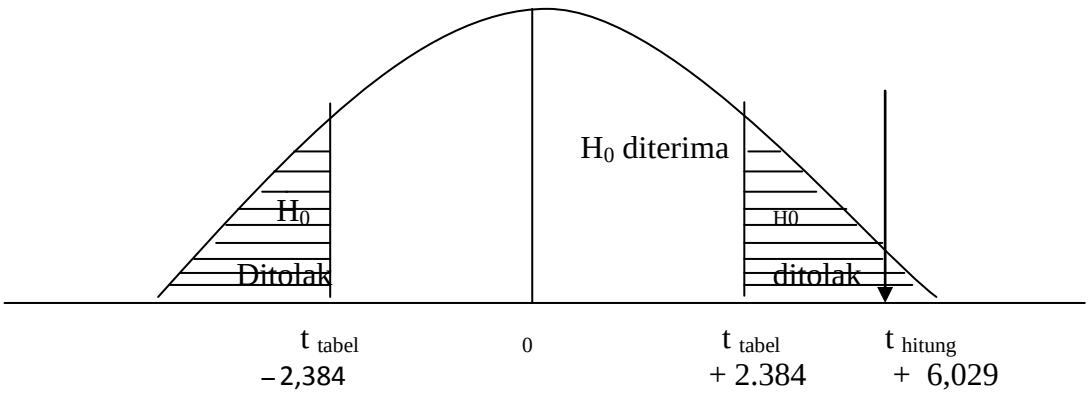
dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.1
Kurva uji t Tujuan Terhadap Loyalitas



Dari gambar 4.1 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 32 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **2,384** dan t hitung sebesar **6,029** artinya **2,384 Ho ditolak dan Ha diterima (6,029 > 2,384)** sehingga ada hubungan antara tujuan sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.4.2. Analisis Korelasi Antara Waktu Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Loyalitas Karyawannya

Perhitungan korelasi antara tujuan kegiatan terhadap kinerja menggunakan program SPSS 16. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.21

Korelasi Antara Waktu dan Loyalitas

Correlations

			Waktu	Loyalitas
Spearman's rho	Waktu	Correlation Coefficient	1.000	.548**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.548**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator waktu terhadap variabel loyalitas sebesar 0,548. Artinya hubungan antara waktu sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **Hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan indikator dan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya waktu sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}548)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}300 \times 100\%$$
$$= 30\%$$

Jadi waktu sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 30% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara waktu sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Ho : "Tidak ada pengaruh antara waktu sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}548\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{1-0{,}548^2}}$$

$$= \frac{0{,}548 \times 8{,}124}{0{,}803}$$

$$= \frac{4{,}451}{0{,}836}$$

$$= 5{,}325$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

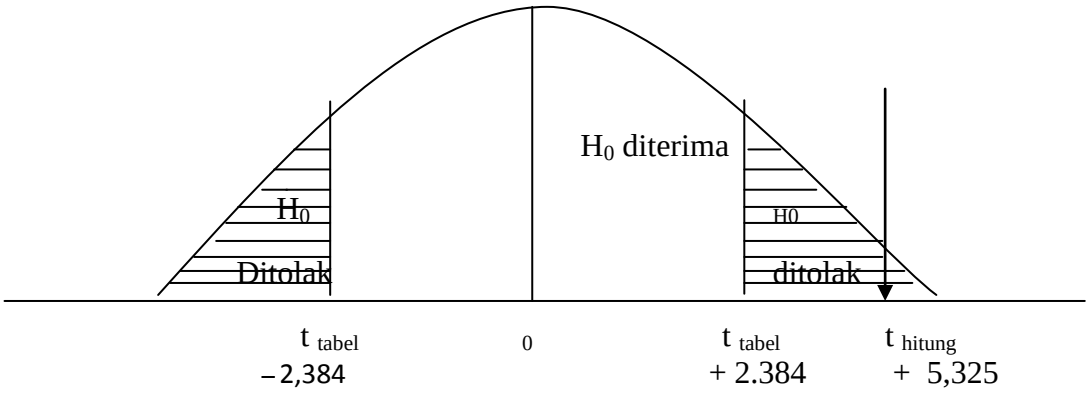
dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.2
Kurva uji t Waktu Terhadap Loyalitas



Dari gambar 4.2 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 32 dan alpha (α) 0,01 maka diperoleh t tabel sebesar **2,384** dan t hitung sebesar **5,325** artinya **2,384 Ho ditolak dan Ha diterima (5,325 > 2,384)** sehingga ada hubungan antara waktu sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.4.3. Analisis Korelasi Antara Biaya Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Loyalitas Karyawannya

Perhitungan korelasi antara biaya sosialisasi terhadap loyalitas menggunakan program SPSS 16. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22

Korelasi Antara Biaya dan Loyalitas

Correlations

			Biaya	Loyalitas
Spearman's rho	Biaya	Correlation Coefficient	1.000	.476**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.476**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator biaya terhadap variabel loyalitas sebesar 0,476. Artinya hubungan antara biaya sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **Hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan indikator dan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01). Disini menggunakan 0,01 karena tingkat kepercayaan sebesar 99%.

Besarnya biaya sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}476)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}226 \times 100\%$$
$$= 22{,}6\%$$

Jadi biaya sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 22,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara biaya sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Ho : "Tidak ada pengaruh antara biaya sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima Ha

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak Ha

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}476\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{1-0{,}476^2}}$$

$$= \frac{0{,}476 \times 8{,}124}{0,}$$

$$= \frac{3{,}867}{0{,}774}$$

$$= 4{,}996$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

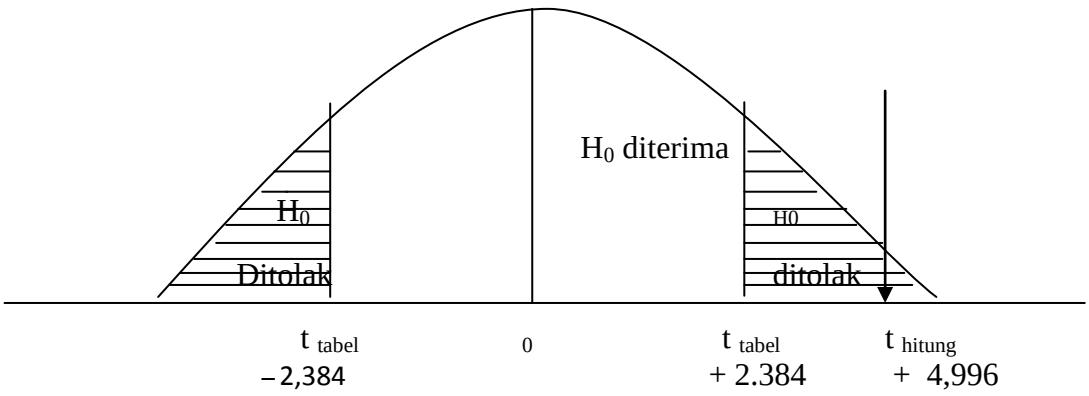
dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.3
Kurva uji t Biaya Terhadap Loyalitas



Dari gambar 4.3 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 32 dan alpha (α) 0,01 maka diperoleh t tabel sebesar **2,384** dan t hitung sebesar **4,996** artinya **2,384 Ho ditolak dan Ha diterima (4,996 > 2,384)** sehingga ada hubungan antara biaya sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.4.4. Analisis Korelasi Antara Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Tanggung Jawab Karyawannya

Perhitungan korelasi antara efektifitas sosialisasi terhadap tanggung jawab menggunakan program SPSS 16. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.23
Korelasi Antara Efektifitas dan Tanggung jawab

Correlations

			Efektifitas	tanggung jawab
Spearman's rho	Efektifitas	Correlation Coefficient	1.000	.490**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	tanggung jawab	Correlation Coefficient	.490**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel efektifitas terhadap variabel tanggung jawab sebesar 0,490. Artinya hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap tanggung jawab karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya efektifitas sosialisasi terhadap tanggung jawab karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}490)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}240 \times 100\%$$
$$= 24\%$$

Jadi efektifitas sosialisasi terhadap tanggung jawab karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 24% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap tanggung jawab karyawannya."

Ho : "Tidak ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap tanggung jawab karyawannya."

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}490\ \sqrt{(68 - 2)}}{\sqrt{1 - 0{,}490^2}}$$

$$= \frac{0{,}490 \times 8{,}124}{0{,}847}$$

$$= \frac{3,980}{0,871}$$

$$= 4,569$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

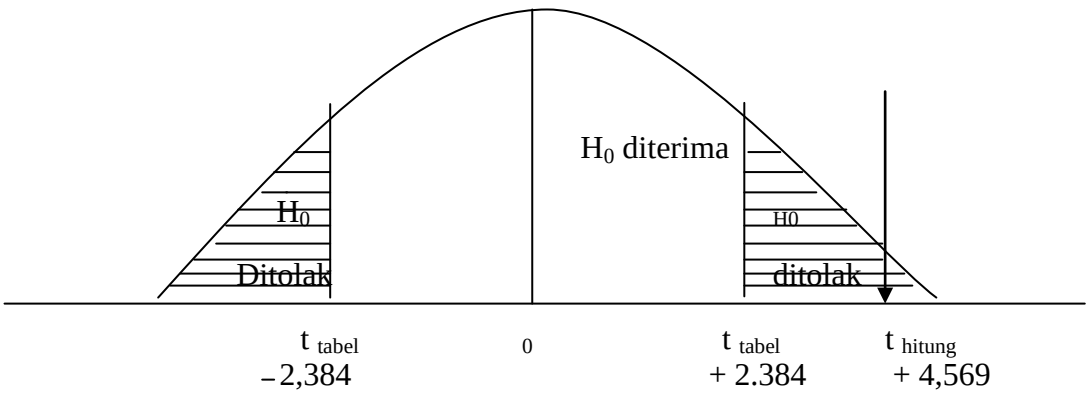
dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.4
Kurva uji t Efektifitas Terhadap Tanggung Jawab



Dari gambar 4.4 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 32 dan alpha (α) 0,01 maka diperoleh t tabel sebesar **2.384** dan t hitung sebesar **4,569** artinya **2.384 Ho ditolak dan Ha diterima (4,569 > 2.384)** sehingga ada hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap tanggung jawab karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.4.5. Analisis Korelasi Antara Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Pengabdian Karyawannya

Perhitungan korelasi antara efektifitas sosialisasi terhadap pengabdian menggunakan program SPSS 16. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24
Korelasi Antara Efektifitas dan Pengabdian

Correlations

			Efektifitas	Pengabdian
Spearman's rho	Efektifitas	Correlation Coefficient	1.000	.544**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	Pengabdian	Correlation Coefficient	.544**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel efektifitas terhadap indikator pengabdian sebesar 0,544. Artinya hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap pengabdian karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya efektifitas sosialisasi terhadap pengabdian karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}544)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}295 \times 100\%$$
$$= 29{,}5\%$$

Jadi efektifitas sosialisasi terhadap pengabdian karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 24% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap pengabdian karyawannya."

Ho : “Tidak ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap pengabdian karyawannya.”

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima Ha

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak Ha

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}544\ \sqrt{(68-2)}}{\sqrt{1-0{,}544^2}}$$

$$= \frac{0{,}544 \times 8{,}124}{0{,}839}$$

$$= \frac{4{,}419}{0{,}839}$$

$$= 5{,}266$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

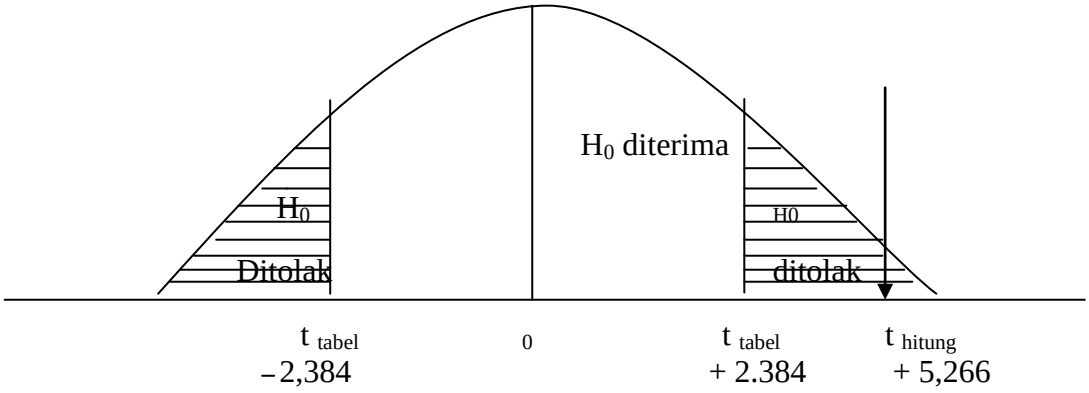
dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.5
Kurva uji t Efektifitas Terhadap Pengabdian



Dari gambar 4.5 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 68 dan alpha (α) 0,01 maka diperoleh t tabel sebesar **2.384** dan t hitung sebesar **5,266** artinya **2.384 Ho ditolak dan Ha diterima (5,266 > 2.384)** sehingga ada hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap pengabdian karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.4.6. Analisis Korelasi Antara Efektifitas Sosialisasi Visi dan Misi PT Gramedia Printing Group Terhadap Loyalitas Karyawannya

Perhitungan korelasi antara efektifitas sosialisasi terhadap loyalitas menggunakan program SPSS 16.0. Sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.25
Korelasi Antara Efektifitas dan Loyalitas

Correlations

			Efektifitas	Loyalitas
Spearman's rho	Efektifitas	Correlation Coefficient	1.000	.579**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	68	68
	Loyalitas	Correlation Coefficient	.579**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	68	68

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel efektifitas terhadap variabel loyalitas sebesar 0,579. Artinya hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung mempunyai **hubungan yang cukup berarti**. Dimana hubungan variabel dan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,01 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya efektifitas sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}579)^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}335 \times 100\%$$
$$= 33{,}5\%$$

Jadi efektifitas sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung adalah sebesar 33,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H_a : "Ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Ho : "Tidak ada pengaruh antara efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya."

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima Ha

- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak Ha

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$= \frac{0{,}579\ \sqrt{(68-2)}}{\sqrt{1 - 0{,}579^2}}$$

$$= \frac{0{,}579 \times 8{,}124}{0{,}815}$$

$$= \frac{4{,}703}{0{,}815}$$

$$= 5{,}771$$

Dimana: r = Besarnya Korelasi

n= Jumlah Sampel

Mencari t_{tabel} : dk = Derajat Kebebasan

dk = n-2 (dimana n= jumlah sampel)

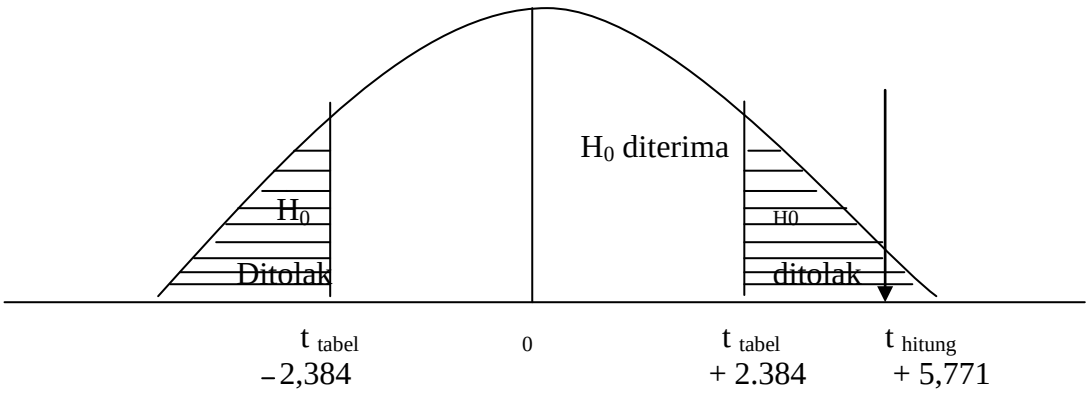
dk= 68-2

dk= 66

Untuk menghitung t tabel maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha (α) 0,01, maka diperoleh t tabel sebesar 2.384 (lihat lampiran tabel

distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

Gambar 4.6
Kurva uji t Efektifitas Terhadap Loyalitas



Dari gambar 4.6 diatas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **Ha diterima** atau dengan arti lain dk = 68 dan alpha (α) 0,01 maka diperoleh t tabel sebesar **2.384** dan t hitung sebesar **5,771** artinya **2.384 Ho ditolak dan Ha diterima (5,771 > 2.384)** sehingga ada hubungan antara efektifitas sosialisasi terhadap loyalitas karyawan PT Gramedia Printing Group Bandung.

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas pegawainya.

Efektif memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektifitas. Adapun loyalitas adalah kemauan bekerja sama yang berarti kesediaan mengorbankan diri, kesediaan melakukan pengawasan diri dan kemauan untuk menonjolkan kepentingan diri sendiri. Kesediaan untuk mengorbankan diri ini melibatkan adanya kesadaran untuk mengabdikan diri kepada perusahaan. Pengabdian ini akan selalu menyokong peran serta karyawan dalam perusahaan.

PT Gramedia Printing Group Bandung sebagai perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat, mengharapkan sosialisasi visi dan misi yang telah dilakukan dapat berdampak baik untuk menambah loyalitas karyawannya. Melalui kegiatan sosialisasi juga diharapkan dapat berfungsi sebagai sebagai sarana berkomunikasi kedua belah pihak, yang diharapkan dapat menciptakan hubungan yang harmonis sehingga dapat menimbulkan rasa memiliki terhadap perusahaan dalam diri setiap karyawan.

Kegiatan ini adalah kegiatan internal yang dilakukan dari dalam suatu perusahaan untuk memelihara hubungan baik dan harmonis antara pihak perusahaan dengan karyawannya. Di dalam perusahaan/organisasi ada suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh pengertian, kepercayaan, *goodwill* dan penghargaan diri. Dan kemudian dari diri karyawan akan terbentuk sebuah opini

yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan sesuai dengan yang diharapkan dan akan tercipta pula hubungan yang sangat harmonis antara pihak managemen dengan karyawan.

Hasil dari data penelitian di atas menunjukan korelasi antara tujuan sosialisasi dengan loyalitas karyawannya adalah 0,596 yang berarti **hubungan yang cukup berarti**. Hal ini berarti efektifitas sosialisasi untuk tujuan mensosialisasian visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung sudah dapat diterima dengan baik oleh karyawan. Sebagian karyawan telah memahami bahwa dengan dilakukannya kegiatan sosialisasi tersebut adalah guna menginformasikan visi dan misi perusahaan, dan kemudian dari informasi yang diperoleh tersebut karyawan menjadi termotivasi dalam bekerja sehingga produktifitas perusahaan dapat meningkat.

Hasil analisis data penelitian menegenai waktu sosialisasi memiliki korelasi 0,548 yang berarti **hubungan yang cukup berarti**. Hal ini berarti waktu yang digunakan dalam mensosialisasikan visi dan misi perusahaan kepada karyawan cukup memenuhi target yang ingin dicapai. Namun belum maksimal dalam memberi kesempatan kepada seluruh karyawan secara merata. Ada beberapa responden yang merasa kurang memperoleh kesempatan menerima sosialisasi tersebut. Antara lain karena kurangnya frekuensi kegiatan sosialisasi dan karena sistem gilir shift yang diterapkan pada jadwal produksi perusahaan, sehingga karyawan yang bertugas pada shift 3 (malam) tidak dapat mengikuti kegiatan sosialisasi yang berlangsung pada siang hari.

Hasil analisis data penelitian mengenai biaya sosialisasi adalah 0,476 artinya adalah **hubungan yang cukup berarti**. Hal ini berarti biaya yang dianggarkan untuk kegiatan sosialisasi sudah cukup memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Penggunaan biaya tersebut sudah efektif karena karyawan berpendapat bahwa media yang digunakan sudah cukup tepat.

Untuk hasil analisis korelasi efektifitas sosialisasi dengan tanggung jawab karyawannya adalah 0,490 yang berarti **hubungan yang cukup berarti**. Ini berarti bahwa kegiatan sosialisasi visi dan misi perusahaan cukup berpengaruh terhadap jiwa tanggung jawab karyawan. Hal tersebut dapat diketahui dari hampir seluruh responden yang merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga nama baik perusahaan. Juga bahwa responden memiliki tanggung jawab dan merupakan bagian yang turut berperan sebagai suksesor dalam merealisasikan visi dan misi perusahaan di masa yang akan datang.

Hasil korelasi efektifitas sosialisasi dengan pengabdian karyawan adalah sebesar 0,544 yang **berarti hubungan yang cukup berarti**. Ini juga dapat dikatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan perusahaan cukup efektif dan berpengaruh terhadap sikap pengabdian karyawan. Hampir seluruh responden merasa telah berusaha bekerja secara maksimal dan mentaati peraturan yang yang diterapkan pada perusahaan. Tidak hanya semata dalam segi pekerjaan, beberapa karyawan pun memiliki prestasi yang membanggakan mewakili perusahaan dalam sebuah tim seleksi yang berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan antar perusahaan.

Pada hubungan kedua variabel yaitu efektifitas sosialisasi visi dan misi PT Gramedia Printing Group Bandung terhadap loyalitas karyawannya adalah sebesar 0,579 Artinya hubungan antara Variabel X dan Variabel Y adalah **hubungan yang cukup berarti dan signifikan**. Maka, efektifitas sosialisasi visi dan misi yang dilakukan oleh managemen PT Gramedia Printing Group Bandung memiliki pengaruh terhadap loyalitas karyawan.

Sesuai dengan kerangka pemikiran yang tertuang pada BAB I bahwa model teori komunikasi yang diuji dalam penelitian ini adalah Teori Lasswell. Pada teori tersebut mengandung lima unsure utama komunikasi yaitu "*who"* (komunikator), "*says what"* (informasi), "*in which channel"* (media yang digunakan), kemudian "*to whom"* (komunikan), dan yang terakhir adalah "*with what effect"* (efek yang ditimbulkan). Dalam teori ini hal yang menjadi pokok bahasan bahwa sebuah proses komunikasi adalah sebagai suatu kegiatan transmisi pesan yang menunjukkan adanya efek terhadap komunikan dari proses komunikasi yang dilakukan. Efek secara tidak langsung menunjukkan adanya perubahan pada komunikan yang dapat diamati dan dapat pula diukur.

Pihak managemen PT Gramedia Printing Group Bandung dalam hal ini sebagai komunikator mensosialisasikan informasi berupa visi dan misi perusahaan kepada karyawannya. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut pihak managemen menggunakan media dan sarana komunikasi yang dapat menunjang kelancaran proses komunikasi terhadap karyawan. Sehingga tujuan dari komunikasi tersebut dapat tercapai sesuai dengan keinginan yang dimaksud. Pihak managemen mengharapkan dengan dilakukannya sosialisasi maka karyawan akan dapat

memahami visi dan misi perusahaan yang harus dicapai pada masa yang akan datang. Dan dengan pemahaman karyawan yang baik tentang visi dan misi tersebut maka akan ada perubahan sikap pada diri karyawan. Salah satu perubahan sikap (efek) yang mungkin terjadi pada karyawan adalah dari segi loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Dari data hasil penelitian yang diperoleh, variabel loyalitas melalui indikator tanggung jawab dan pengabdian karyawan. Diketahui bahwa karyawan merasa sebagai bagian yang juga ikut bertanggung jawab terhadap kesuksesan visi dan misi perusahaan. Sehingga kemudian karyawan akan berusaha bekerja secara maksimal demi kesuksesan perusahaan.

Selain dari dua indikator yang disebutkan di atas, nilai loyalitas karyawan juga dapat dilihat dari tahun masa kerja karyawan. Dari data responden yang diperoleh terlihat bahwa lebih banyak karyawan yang telah bekerja lebih dari lima tahun. Ini menandakan karyawan memiliki kepercayaan bahwa perusahaan dapat menjadi tempat bekerja yang baik dan dapat menopang kehidupan ekonomi yang layak bagi karyawan.