

PENGARUH KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP LOYALITAS GURU DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI PERTANIAN TERPADU PROVINSI RIAU

Siti Thohiroh, Syafaruddin¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email. sitythohiroh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat komunikasi efektif, loyalitas guru dan pengaruh komunikasi efektif terhadap loyalitas guru di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau. Berdasarkan hasil penyebaran angket kepada 75 sampel dan hasil analisis uji regresi linear sederhana, diketahui bahwa besar r_{xy} sebesar 0,607 dan $F_{hit} = 42,489$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi efektif (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas guru (Y). R square pada hasil uji ini adalah sebesar 0,368 yang mengandung pengertian bahwa 36,8% variabel loyalitas guru dapat dipengaruhi oleh variabel komunikasi efektif, sedangkan 63,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti kompensasi, kepuasan kerja, partisipasi kerja, pelaksanaan kesehatan, motivasi dan lain-lain. Dengan demikian, untuk meningkatkan loyalitas guru di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau dapat dilakukan dengan meningkatkan tingkat komunikasi efektif di sekolah tersebut.

Kata Kunci: Komunikasi Efektif, Loyalitas Guru, Pengaruh

THE INFLUENCE OF EFFECTIVE COMMUNICATION TOWARD TEACHER LOYALTY AT STATE AGRICULTURE INTEGRATED VOCATIONAL HIGH SCHOOL RIAU PROVINCE

Siti Thohiroh, Syafaruddin¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email. sitithohiroh@gmail.com

Abstract

This research aimed at knowing the level of effective communication, teacher loyalty, and the influence of effective communication toward teacher loyalty at State Agriculture Integrated Vocational High School Riau Province. The data that were collected by questioner to 75 persons of samples were analyzed by using simple linear regression analysis technique, it was done by using SPSS 21.0 for Windows application program. Based on the analysis, it could be known that the correlation score (r_{xy}) was 0.607 and F_{hit} (F_{change}) was 42.489 with the significant level ($p\text{-value}$) 0.000 that was lower than 0.05. It was compared to r_{table} 0.227 at 5% significant level ($n=75$), so H_a was accepted and H_0 was rejected. It showed that effective communication variable (X) influenced teacher loyalty variable (Y) significantly. The coefficient of determination (R square) based on the regression test result was 0.368, and it meant that 36.8% of teacher loyalty variable could be influenced by effective communication variable, and the rest 63.2% was influenced by other variables such as: compensation, working satisfaction, working participation, the health implementation, motivation, and others. Therefore, it could be stated that increasing teacher loyalty at State Agriculture Integrated Vocational High School Riau Province could be done by increasing the level of effective communication at the school.

Keywords: *Effective Communication, Teacher Loyalty, Influence*

Pendahuluan

Salah satu unsur penting dalam penilaian guru adalah loyalitas. Menurut Hasibuan (2008: 87) loyalitas meliputi kesetiannya terhadap pekerjaan, jabatan dan organisasi. Bisa dikatakan bahwa loyalitas adalah perasaan saling memiliki yang kuat, memiliki teman yang banyak di dalam organisasi tempat bekerja bahkan memiliki hubungan pribadi yang baik ketika di luar pekerjaan (Martwi, 2012: 45).

Loyalitas berasal dari kata loyal. Pada dasarnya merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik (Husni, 2018: 89). Dari pengertian ini dapat pula disimpulkan bahwa loyalitas yang dimaksud akan menyebabkan guru menyelesaikan pekerjaannya secara optimal bahkan melebihi uraian tugas (*job description*) yang ada demi menghasilkan yang terbaik bagi organisasi yang ia tempati.

Loyalitas guru yang tinggi dapat tercipta apabila kondisi sekolah mampu mendorong dan memungkinkan guru untuk berkembang dan meningkatkan kemampuan serta keterampilan para guru secara optimal (Yafi, 2018: 1-2). Tidak hanya itu, sekolah juga perlu mengupayakan agar guru merasa menjadi bagian dari sekolah tersebut. Hal ini memang tidak mudah. Akan tetapi, demi tercapainya tujuan sekolah, loyalitas ini sangat dibutuhkan agar guru mampu bekerja keras dan memberikan hasil yang terbaik. Mengapa? Karena guru yang memiliki loyalitas tinggi akan tetap bekerja secara maksimal baik pada saat sekolah sedang dalam kondisi normal maupun saat mengalami kemunduran, bahkan di saat-saat sulit sekalipun (Yafi, 2018: 5). Hal ini bisa terjadi karena guru telah merasa bahwa 'suka-duka' sekolah adalah 'suka-duka'-nya juga.

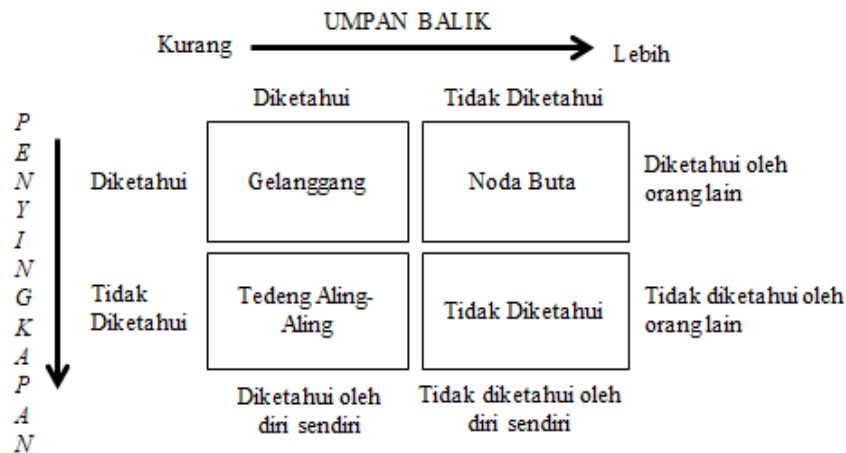
Upaya meningkatkan loyalitas guru –salah satunya— dapat dilakukan dengan menaikkan tingkat komunikasi efektif yang terjadi di lingkungan tempat ia bekerja. Peralnya, komunikasi merupakan salah satu metode pemeliharaan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan konflik secara musyawarah dan mufakat sehingga dapat memotong mata rantai *turnover* atau perpindahan tenaga kerja. Adapun *turnover* ini sendiri mencerminkan tingkat loyalitas yang ada dalam sebuah organisasi atau instansi. (Hasibuan, 2008: 307).

Untuk mengetahui hubungan antara komunikasi efektif dengan loyalitas, terlebih dahulu harus disadari bahwa suatu informasi diketahui oleh diri sendiri dan orang lain meskipun masing-masing individu tidak mengetahuinya secara lengkap. Penjelasan tentang mengetahui atau tidak mengetahui informasi dijelaskan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham, dan populer dengan sebutan Jendela Johari atau *Johari Window* (Hasibuan, 2008: 112).

Konsep Jendela Johari menggambarkan tingkat jendela informasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan, yaitu:

- 1) Gelanggang, yaitu informasi yang dilakukan bersama dan diketahui secara berbarengan (*simultan*) oleh orang itu sendiri dan orang lain. Wilayah ini adalah wilayah yang paling dapat menyebabkan komunikasi berjalan efektif. Dalam keadaan ini, baik komunikator maupun penerima mengetahui semua informasi yang diperlukan untuk melaksanakan komunikasi yang efektif. Agar komunikasi berada pada wilayah ini, pihak yang terlibat harus berbagi perasaan, data, asumsi dan keterampilan yang sama. Karena gelanggang adalah wilayah pengertian umum, maka semakin besar wilayah gelanggang menyebabkan semakin efektif komunikasi.

- 2) Noda buta (*blind spot*) adalah informasi yang diketahui oleh orang lain tetapi tidak oleh diri sendiri. Ungkapan lama, “temanmu yang terbaik pun tidak akan menceritakan kepadamu,” menunjukkan adanya golongan informasi semacam ini. Konsekuensi dari adanya wilayah ini menyebabkan komunikasi antarpribadi tidak berlangsung dengan baik.
- 3) Tedeng aling-aling (*facade*) adalah informasi yang hanya diketahui diri sendiri. Informasi yang bersifat prasangka terhadap hubungan atau disembunyikan karena takut, ingin berkuasa atau apapun, akan membentuk wilayah ini. Di sisi lain, kondisi ini adalah garis depan yang bersifat melindungi yang bagi semua orang dianggap perlu sampai tingkat tertentu untuk mempertahankan diri. Namun, situasi semacam ini akan sangat merusak jika bawahan ‘mengetahui’ dan atasannya ‘tidak mengetahui’. Sehingga wilayah ini juga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya komunikasi yang efektif.
- 4) Tidak dikenal (petak 4) adalah adanya informasi yang relevan tetapi tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Dalam keadaan seperti ini, komunikasi antarpribadi tidak berlangsung secara baik.



Gambar 1. Jendela Johari

Upaya memperbesar gelanggang dapat dilakukan dengan memperkecil tedeng aling-aling. Upaya ini mengharuskan adanya keterbukaan dan kejujuran dalam berbagi informasi dengan orang lain. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan umpan balik (*feedback*). Apabila diri sendiri tidak mengetahui suatu informasi, komunikasi yang efektif dapat dikembangkan melalui umpan balik dari orang lain yang mengetahui. Dengan demikian, noda buta dapat dikurangi dan gelanggang diperbesar.

Konsep di atas menggambarkan bahwa komunikasi yang terjadi secara efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan keterbukaan antarpribadi yang terlibat. Tingkat keterbukaan dan kepercayaan tinggi, akan menyebabkan semakin tinggi pula gairah (semangat) kerja seseorang. Gairah inilah yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas (Flippo, 1984: 234). Hasibuan (2008: 183) menyebutkan bahwa masuknya informasi yang lebih banyak akan menjadi daya penggerak yang merangsang gairah kerja dan meningkatkan sikap loyal seseorang terhadap perusahaan.

Berdasarkan konsep di atas, terlihat jelas bahwa komunikasi memiliki pengaruh terhadap peningkatan loyalitas. Hal ini sejalan dengan pendapat Oteng Sutisna (1989: 227) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara semangat para anggota dari

suatu organisasi dengan sistem komunikasi yang memadai. Kata ‘semangat’ di sini relevan dengan yang disebutkan Hasibuan di atas. Dalam bahasa Indonesia (Poerwadarminta, 2007: 1070), ‘gairah’ diartikan dengan keinginan yang keras, sepadan dengan kata ‘semangat’ yang berarti nafsu (keinginan) untuk bekerja, berjuang. Lebih lanjut Sutisna (1989: 227) menjelaskan bahwa, adalah logis untuk percaya apabila para anggota organisasi mempunyai kebebasan untuk bertanya dan kesempatan untuk menyumbangkan pikiran, semangat mereka akan tinggi. Juga logis apabila komunikasi akan semakin efektif apabila anggota kelompok tersebut memiliki semangat yang tinggi.

Penelitian mengenai loyalitas sebelumnya pernah dilakukan oleh Dedy Sumardhan (2014) di PT. Sinar Sosro Medan. Hasil penelitiannya dituangkan melalui tesisnya yang menjelaskan bahwa 42,1 % loyalitas karyawan dipengaruhi oleh komunikasi efektif, pemberian insentif, kesejahteraan, kesehatan/keselamatan kerja dan hubungan industrial. Adapun pengaruh komunikasi terhadap loyalitas secara spesifik diteliti oleh Syaifullah (2018: 116) yang menunjukkan bahwa komunikasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,221.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis melakukan penelitian di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau dengan tujuan untuk: (1) mengetahui loyalitas guru di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau?, (2) mengetahui komunikasi efektif di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau?, dan (3) mengetahui apakah terdapat pengaruh antara komunikasi efektif terhadap loyalitas guru di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau?

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah korelasional dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan dan pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (komunikasi efektif) terhadap variabel Y (loyalitas guru). Sumber data yang digunakan adalah hasil penyebaran angket (kuesioner) kepada 75 orang guru yang ada di sekolah tersebut secara acak (*simple random sampling*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode angket yang memberikan alternatif pilihan jawaban (tertutup) dan setiap alternatif jawaban diberikan skor menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data dilakukan dengan melalui dua tahap, yaitu (1) uji instrumen penelitian berupa uji normalitas, uji validitas dan uji realibilitas; dan (2) analisis statistik induktif (*inferensial*) dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah berikut.

- a. Menentukan Persamaan Regresi Linear dengan rumus: $\hat{Y} = a + bX$
- b. Uji Linearitas dan Signifikansi Persamaan Regresi
Uji ini berfungsi untuk menentukan apakah variabel X berpengaruh terhadap Y dan bersifat linear atau tidak. Jika $F_{hitung} (b/a) > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan regresi Y atas X adalah signifikan. Apabila diperoleh $F_{hitung} (b/a) > F_{tabel}$ dan $F_{hitung} (Tc) < F_{tabel}$, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan pengaruhnya bersifat linear.
- c. Uji Signifikansi Koefisien Persamaan Regresi
Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah konstanta persamaan regresi bersifat signifikan atau tidak. Signifikansi ini yang akan menunjukkan apakah variabel X berpengaruh terhadap Y atau tidak. Apabila $t_a < t_{tab}$ atau H_0 diterima, maka konstanta persamaan regresi tidak signifikan. Sedangkan, jika $t_a > t_{tab}$ atau H_0 ditolak, maka koefisien regresi bersifat signifikan.
- d. Koefisien Korelasi dan Uji Signifikansi Koefisien Korelasi X dan Y

Koefisien korelasi adalah koefisien yang memperlihatkan tingkat keeratan hubungan antara variabel X dan Y.

- 1) Koefisien Korelasi antara X dan Y

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

- 2) Uji Signifikansi Koefisien antara X dan Y

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa korelasi antara X dengan Y signifikan. Apabila koefisien korelasi adalah positif, maka maka tinggi variabel X makin tinggi pula variabel Y.

- 3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah sebuah koefisien yang memperlihatkan besarnya variasi yang ditimbulkan oleh variabel bebas (*predictor*). Nilai koefisien determinasi nantinya akan menunjukkan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel X terhadap variabel Y.

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*.

Hasil dan Pembahasan

1. Deskripsi Data

- a. Data Variabel Komunikasi Efektif (X)

Data variabel X (komunikasi efektif) diperoleh dari hasil angket yang disebar ke 75 sampel dengan 29 item pernyataan.

Tabel 1. Nilai Alternatif Jawaban Angket tentang Komunikasi Efektif (X)

Alternatif Jawaban	Skor Pengali	Frekuensi (F)	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	478	2.390
Setuju (S)	4	994	3.976
Ragu-Ragu (R)	3	339	1.017
Tidak Setuju (TS)	2	282	564
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	82	82
Total		2.175	8.029

Sumber: Data Olahan Angket

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai kumulatif jawaban angket tentang komunikasi efektif adalah 2.175, sedangkan nilai yang diharapkan adalah $2.175 \times 5 = 10.875$. Dengan demikian, dapat diketahui persentase komunikasi efektif melalui perhitungan sebagai berikut.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$P = \frac{8.029}{10.875} \times 100\%$$

$$P = 73,8 \%$$

Persentase komunikasi efektif di atas dapat ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif berikut.

- 1) 76%-100% dikategorikan efektif
- 2) 56%- 75% dikategorikan cukup efektif
- 3) 40%-55% dikategorikan kurang efektif

Berdasarkan kategori-kategori di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang terjadi di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau dikatakan cukup efektif dengan persentase sebesar 73,8 %.

b. Data Variabel Loyalitas Guru (Y)

Data tentang loyalitas guru diperoleh dari hasil angket yang disebar ke 75 sampel dengan 16 item pernyataan. Nilai kumulatif jawaban angket tentang loyalitas guru adalah 1.200, sedangkan nilai yang diharapkan adalah $1.200 \times 5 = 6.000$, sehingga persentase loyalitas guru adalah sebagai berikut.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$P = \frac{4.452}{6.000} \times 100\%$$

$$P = 74,2 \%$$

Berdasarkan pengkategorian yang sama dengan variabel X, dapat disimpulkan bahwa guru-guru di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau dikatakan cukup loyal dengan persentase kecukupan sebesar 74,2 %. Adapun nilai alternatif jawaban angket loyalitas guru (Y) dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 2. Nilai Alternatif Jawaban Angket tentang Loyalitas Guru (Y)

Alternatif Jawaban	Skor Pengali	Frekuensi (F)	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	332	1.660
Setuju (S)	4	533	2.132
Ragu-Ragu (R)	3	77	231
Tidak Setuju (TS)	2	171	342
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	87	87
Total		1200	4.452

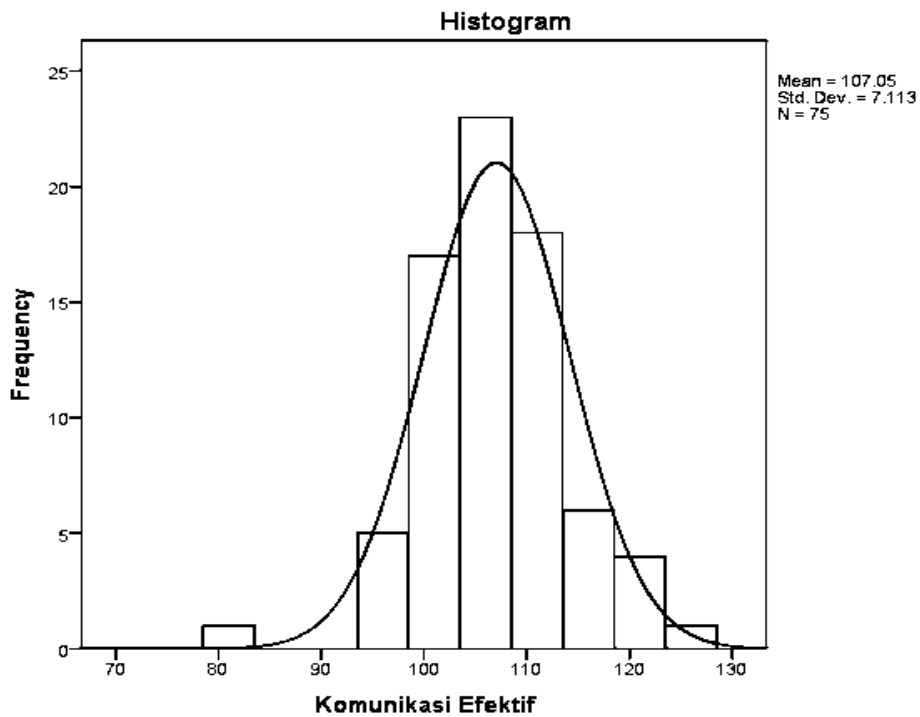
Sumber: Data Primer yang Diolah

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Normalitas

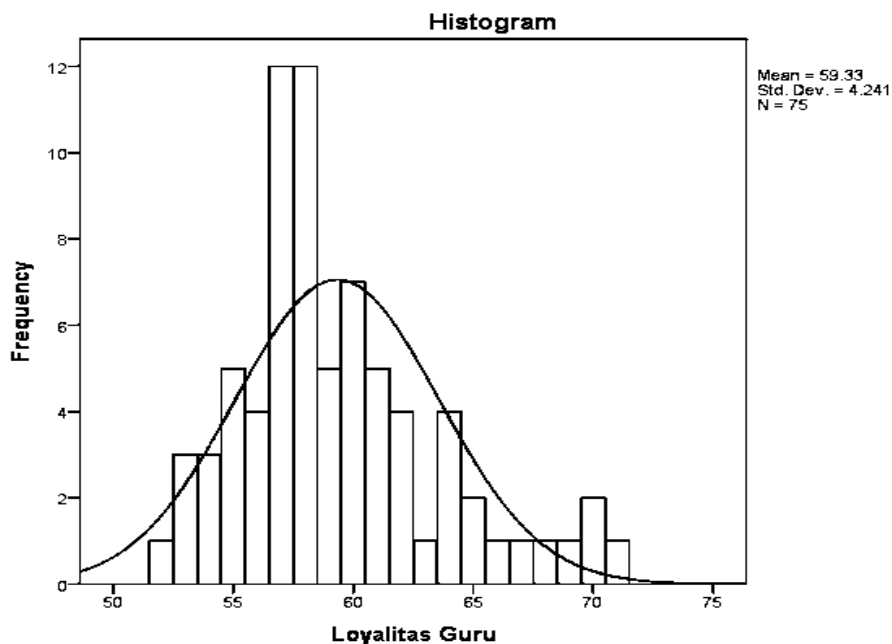
Hasil uji normalitas variabel komunikasi efektif (X) dan loyalitas guru (Y) dapat dilihat melalui histogram berikut.

Histogram 1. Uji Normalitas Variabel X



Sumber: Output Hasil Uji Normalitas

Histogram 2. Uji Normalitas Variabel Y



Sumber: Output Hasil Uji Normalitas

Data dinyatakan normal jika kurva berbentuk lonceng setangkup yang melebar tak terhingga pada kedua arah positif dan negatifnya. Berdasarkan arah kurva pada kedua histogram di atas dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi secara normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05.

b. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas variabel komunikasi efektif (X), diketahui bahwa terdapat 4 item pernyataan yang tidak valid dikarenakan $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0.227$). Item yang dimaksud adalah item no. 10, 12, 19 dan 27 dengan r_{hitung} sebesar 0.21, 0.111, 0.24 dan 0.207. Begitu juga pada variabel loyalitas guru (Y), diketahui terdapat 4 item pernyataan yang tidak valid, yaitu item no. 32, 33, 37 dan 42 dengan r_{hitung} sebesar 0.052, 0.065, 0.161 dan 0.115.

c. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel komunikasi efektif (X) dan loyalitas guru (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	r_{alpha}	r_{kritis}	Kriteria
1	Komunikasi Efektif (X)	0,713	0,600	reliabel
2	Loyalitas Guru (Y)	0,724	0,600	reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Koefisien reliabilitas variabel komunikasi efektif (X) adalah sebesar $r_{ll} = 0,713$ sedangkan loyalitas guru (Y) adalah 0,724. Seluruh koefisien tersebut memiliki nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,600. Dengan demikian, kedua instrumen variabel di atas dinyatakan reliabel atau konsisten.

3. Analisis Statistik Induktif (*Inferensial*)

a. Persamaan Regresi Linear

Tabel 4. Koefisien Persamaan Regresi Linear

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.009	5.475		2.376	.020
Komunikasi Efektif	.366	.056	.607	6.518	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Guru

Sumber: Hasil Uji SPSS Koefisien Persamaan Regresi Linear

Berdasarkan output hasil uji regresi di atas, diketahui nilai konstanta (a) adalah sebesar 13,009 sedangkan nilai koefisien regresi (b) adalah sebesar 0,366. Dengan demikian, persamaan regresi linear dapat ditulis: $\hat{Y} = a + bX$ atau $\hat{Y} = 13,009 + 0,366X$. Persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 13,009 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel loyalitas guru (Y) adalah sebesar 13,009.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,366 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai komunikasi efektif (X), maka nilai loyalitas guru (Y) bertambah sebesar 0,366. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah peengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

b. Uji Linearitas dan Signifikansi Persamaan Regresi

Pengujian linearitas dan signifikansi persamaan regresi ditentukan berdasarkan ANOVA *Table* dan ANOVA sebagai berikut.

Tabel 5. ANOVA *Table*

			ANOVA <i>Table</i>				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			782.138	24	32.589	2.725	.001
Loyalitas Guru *	Between Groups	Linearity	507.709	1	507.709	42.460	.000
Komunikasi Efektif		Deviation from Linearity	274.429	23	11.932	.998	.485
Within Groups			597.862	50	11.957		
Total			1380.000	74			

Hipotesis statistik:

$H_0 : Y = \alpha + \beta X$ (regresi linear)

$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X$ (regresi tak linear)

Berdasarkan uji linearitas persamaan garis regresi diperoleh $F_{hit} (T_c) = 0,998$ dengan $p\text{-value} = 0,485$. Hal ini berarti H_0 diterima atau persamaan regresi Y atas X adalah linear atau berupa garis linear.

Tabel 6. ANOVA

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	507.709	1	507.709	42.489	.000 ^b	
Residual	872.291	73	11.949			
Total	1380.000	74				

a. Dependent Variable: Loyalitas Guru

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Efektif

Hipotesis statistik:

$H_0 : \beta = 0$ (regresi tak berarti)

$H_1 : \beta \neq 0$ (regresi berarti)

Uji signifikansi persamaan garis regresi diperoleh dari baris *Regression* kolom ke-5. Dari output di atas, diketahui nilai $F_{hit} (b/a)$ adalah sebesar 42,489 dengan tingkat signifikansi ($p\text{-value}$) sebesar $0,000 < 0,05$ atau H_0 ditolak. Dengan demikian, regresi Y atas X adalah signifikan. Dengan kata lain, terdapat pengaruh variabel komunikasi efektif (X) terhadap variabel loyalitas guru (Y).

c. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi X dan Y

Tabel 7. *Model Summary*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.607 ^a	.368	.359	3.45676	.368	42.489	1	73	.000

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Efektif

Hipotesis statistik:

$H_0 : \rho = 0$

$H_1 : \rho \neq 0$

Berdasarkan output *model summary*, diketahui bahwa besarnya nilai korelasi (r_{xy}) atau hubungan (R) adalah sebesar 0,607 dan F_{hit} (F_{change}) = 42,489 dengan p-value = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, koefisien korelasi X dan Y adalah berarti atau signifikan.

Dari output *model summary* di atas, juga diperoleh koefisien determinasi (R *square*) adalah sebesar 0,368. Artinya, variabel loyalitas guru (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel komunikasi efektif (X) sebesar 36,8 %, sedangkan 63,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak penulis teliti, seperti kompensasi, kepuasan kerja, motivasi, partisipasi kerja pelaksanaan kesehatan, dan lain lain.

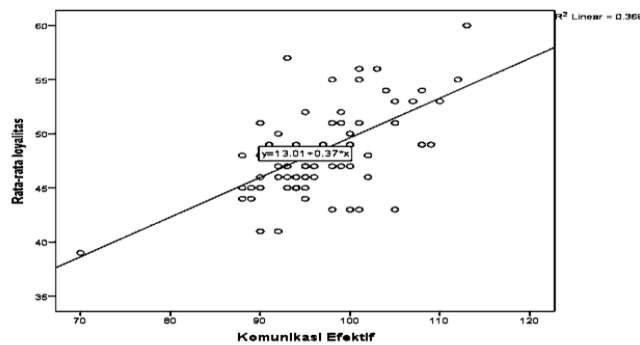
Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh hasil bahwa variabel komunikasi efektif (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas guru (Y) di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai korelasi (r_{xy}) atau hubungan (R) sebesar 0,607 dibandingkan dengan r_{tabel} tingkat signifikan 5% (n= 75) sebesar 0,227, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa koefisien regresi X adalah sebesar 0,366 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai komunikasi efektif (X), maka nilai loyalitas guru (Y) bertambah sebesar 0,366. Selain dari nilai korelasi, pengaruh variabel komunikasi efektif (X) terhadap loyalitas guru (Y) juga dapat diketahui melalui koefisien determinasi. Berdasarkan tabel *model summary* di atas, diketahui bahwa koefisien determinasi (R *square*) adalah sebesar 0,368 (berpengaruh positif). Artinya, jika semakin tinggi tingkat komunikasi efektif (X) yang dilakukan, maka semakin tinggi pula loyalitas guru (Y).

Koefisien determinasi di atas juga mengandung pengertian bahwa 36,8% variabel loyalitas guru dapat dipengaruhi oleh variabel komunikasi efektif. Sedangkan 63,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti. Adapun di antara faktor lainnya adalah kompensasi, kepuasan kerja, motivasi, partisipasi kerja pelaksanaan kesehatan, dan lain lain.

Untuk melihat hasil di atas juga dapat dilihat melalui grafik berikut ini.

Grafik 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana



Berdasarkan grafik di atas, jelas terlihat bahwa antara variabel komunikasi efektif (X) dan loyalitas guru (Y) memiliki hubungan yang bersifat positif dan linear. Untuk memperjelas grafik di atas, penulis juga menyertakan tabel yang menyatakan berapa rata-rata loyalitas masing-masing kelompok komunikasi efektif melalui tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Pengelompokan Rata-rata Loyalitas

Komunikasi Efektif	F	Rata-rata Loyalitas
High	24	76.75
Low	51	72.69

Sumber: Data Hasil Olahan

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa komunikasi efektif yang tinggi (*high*) memiliki rata-rata loyalitas yang lebih tinggi daripada komunikasi efektif yang rendah. Begitu juga sebaliknya, komunikasi efektif yang rendah (*low*) memiliki rata-rata loyalitas yang juga lebih rendah daripada komunikasi efektif yang tinggi.

Menurut Covey (Nurrohim, 2009: 7-8), ada lima dasar penting untuk membangun komunikasi yang efektif, yaitu usaha untuk benar-benar mengerti orang lain, kemampuan memenuhi komitmen, kemampuan menjelaskan harapan, kemauan meminta maaf secara tulus jika melakukan kesalahan dan kemampuan memperlihatkan integritas. Dalam ranah organisasi, para atasan yang berusaha keras menjadi komunikator yang baik mempunyai dua tugas terpisah yang harus dilakukan. *Pertama*, mereka harus meningkatkan pesan atau informasi yang ingin mereka sampaikan. *Kedua*, mereka harus berusaha meningkatkan pemahaman mereka sendiri tentang apa yang ingin dikomunikasikan orang lain kepada mereka. Dengan kata lain, mereka tidak hanya berusaha keras untuk dipahami tetapi juga untuk memahami. Berikut adalah sepuluh tawaran teknik yang dapat digunakan untuk membantu pelaksanaan kedua tugas di atas (Gibson, 1989: 120-127).

- 1) *Melakukan tindak lanjut*. Hal ini dilakukan dalam rangka memastikan apakah maksud yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan apa yang diterima oleh penerima.
- 2) *Mengatur arus informasi*. Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sering membuat atasan merasa ‘terbenam’ banjir informasi dan data yang tersedia. Akibatnya, orang-orang tidak dapat menyerap atau menanggapi semua pesan yang ditujukan kepada mereka. Oleh karena itu, para atasan perlu mengingat “Prinsip Pengecualian Manajemen” yang menyatakan bahwa hanya penyimpangan penting dari kebijaksanaan dan prosedur lah yang harus diperhatikan.

- 3) *Memanfaatkan balikan*. Balikan menyediakan sebuah aluran bagi tanggapan penerima yang memungkinkan komunikator untuk menentukan apakah pesannya sudah diterima dan menghasilkan tanggapan yang diinginkan atau tidak. Pada komunikasi ke bawah sering terjadi ketidakakuratan karena kurangnya kesempatan penerima untuk memberikan balikan. Oleh karena itu, mekanisme yang mengembangkan dan mendorong balikan tersebut perlu terlibat lebih dalam.
- 4) *Empati*, yaitu komunikasi yang berorientasi pada si penerima, bukan si komunikator. Dengan kata lain, empati mengharuskan komunikator agar menempatkan dirinya pada kedudukan penerima sehingga dapat memperkirakan bagaimana kemungkinan penguraian sandi pesan yang akan disampaikan.
- 5) *Pengulangan*. Mencakup unsur pengulangan ke dalam komunikasi (terutama yang bersifat teknis) menjamin bahwa seandainya satu bagian pesan tidak dimengerti, bagian lainnya akan membawa pesan yang sama sehingga akan lebih mudah dipahami.
- 6) *Mendorong terciptanya rasa saling percaya*. Para atasan yang berusaha mengembangkan suasana saling mempercayai akan lebih mudah melakukan tindak lanjut setiap komunikasi dan tidak akan terjadi salah paham di kalangan bawahan. Hal ini terjadi karena mereka telah memupuk kredibilitas di antara para bawahan.
- 7) *Penentuan waktu yang efektif*. Komunikasi efektif dapat diperlancar dengan menentukan waktu yang tepat untuk mengumumkan sesuatu yang penting. Contoh, banyak sekolah yang mengadakan 'rapat khusus' di suatu tempat untuk menyusun kurikulum baru.
- 8) *Menyederhanakan bahasa*. Komunikasi efektif meliputi pemahaman dan informasi. Jika penerima tidak paham, maka sebenarnya tidak terjadi komunikasi. Oleh karena itu, para atasan harus menyandikan pesan ke dalam kata-kata himbuan dan simbol yang mempunyai arti bagi penerima.
- 9) *Menyimak secara efektif*. Salah satu cara mendorong seseorang untuk mengungkapkan perasaan, keinginan dan emosinya yang sebenarnya ialah dengan menyimak (mendengarkan dengan pemahaman). Oleh karena itu, kesadaran bahwa komunikasi yang efektif menyangkut soal memahami dan dipahami perlu dibudayakan.
- 10) *Memakai desas-desus (grapevine)*. Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 75% informasi *grapevine* akurat sedangkan sisanya dapat merusak. Namun, *grapevine* tidak dapat dielakkan sehingga pimpinan harus berusaha memanfaatkannya atau setidaknya berusaha meningkatkan akurasinya. Salah satu cara memperkecil sisi negatif *grapevine* adalah dengan meningkatkan bentuk komunikasi lainnya. Jika informasi yang beredar menyangkut isu yang relevan bagi bawahan, maka desas-desus yang merusak memiliki kemungkinan kecil untuk berkembang.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, pihak SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau dapat mempertimbangkan cara melakukan peningkatan loyalitas para gurunya, salah satunya dengan melakukan pengkajian ulang terhadap topik bahasan komunikasi. Pengkajian ulang ini –khususnya— dilakukan dalam rangka lebih untuk memahami indikator-indikator dan cara meningkatkan komunikasi yang efektif pada saat melakukan komunikasi kepada *stakeholders* sekolah baik di lingkungan sekolah atau di luar lingkungan sekolah dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuan sekolah.

Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau, penulis menjawab tiga (3) rumusan masalah dalam penelitian ini. *Pertama*, variabel

komunikasi efektif (X) di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau memiliki persentase sebesar 73,8% dan dikategorikan cukup efektif. *Kedua*, variabel loyalitas guru (Y) di SMK Negeri Pertanian Terpadu Provinsi Riau memiliki persentase sebesar 74,2% dan dikategorikan cukup loyal. *Ketiga*, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai r_{xy} sebesar 0,607 dibandingkan dengan r_{tabel} tingkat signifikan 5% ($n= 75$) sebesar 0,227, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Adapun besaran nilai R^2 adalah sebesar 0,368 (berpengaruh positif). Nilai ini mengandung pengertian bahwa 36,8% variabel loyalitas guru dapat dipengaruhi oleh variabel komunikasi efektif, sedangkan 63,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.

Daftar Pustaka

- Arikunto (1996) *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi III. Cet. Ke-10. Jakarta: Rineka Cipta.
- Burhanudin (201) *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Manullang, L. A. (2013) *Teori Manajemen Komprehensif Integralistik*. Jakarta: Salemba Empat
- Flippo, E.B. (1984) *Manajemen Personalialia*. Ed. Ke-6. Jakarta: Erlangga
- Gibson, J.L. (1989) *Organization 5th Edition*. Alih bahasa: Savitri Soekrisno dan Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.
- Hartono (2004) *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hasibuan, M.S.P. (2008) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi, Cet. Ke-11. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Husni, SM & Faisal (2018) *Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja serta Dampaknya terhadap Loyalitas Kerja Pegawai Rutan di Provinsi Aceh (Studi Kasus pada Rutan Klan IIB Banda Aceh dan Rutan Klas II B Jantho)*, Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah, 2 (10) Januari (ISSN: 2302-0199)
- Echols, JM. (2000) *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kadir (2018) *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Ed-Ke.3. Cet. Ke-4. Depok: Rajawali Pers.
- Martiwati, RT, dkk. (2012) *Faktor-faktor Penentu yang Mempengaruhi Loyalitas Kerja Karyawan*. Jurnal DAYA SAIN: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, 12 (1) Juni: 44-52
- Muhammad, Arni (2009) *Komunikasi Organisasi*. Cet. Ke-11. Jakarta: Bumi Aksara.
- Najih, A. (2017) *Efektivitas Komunikasi Organisasi Pimpinan dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang*, Dirasat: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam, 2 (2) Juni (E-ISSN: 2527-6190; P-ISSN: 2503-3506)
- Nurrohmah, H. & Lina Anatan (2009) *Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi*. Jurnal Manajemen 7 (4) Mei.
- Poerwadarminta (2007) *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Cet. ke-4. Jakarta: Balai Pustaka
- Soegandhi, VM, dkk. (2013) *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Karyawan PT. Surya Timur Sakti Jatim*. Jurnal AGORA 1 (1).
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cet. ke- 24. Bandung: Alfabeta

- Sumardhan, D.(2014) *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Loyalitas Karyawan (Studi Kasus pada PT Sinar Sosro Medan)*. Tesis Magister Manajemen Bisnis Universitas Sumatra Utara
- Sutisna, O. (1989) *Administrasi Pendidikan: Dasar Teoretis untuk Praktek Profesional*. Edisi Ke-5. Cet. Ke-10. Bandung: Angkasa
- Wicaksono, P. (2013) *Hubungan Pengembangan Karir dan Pemberian Insentif terhadap Loyalitas Kinerja Guru*. Jurnal Pendidikan Ekonomi IKIP Veteran Semarang, 01 (01) Juni 2013: 48-58