

**POLA DAN JARINGAN KOMUNIKASI KOPERASI UNIT DESA (KUD)
KRIDA SEJAHTERA TULANG BAWANG LAMPUNG DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS ANGGOTA**

Tesis

Oleh

ANNISA GHINA ISTIGHFARANY

NPM 2326031005



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

**POLA DAN JARINGAN KOMUNIKASI KOPERASI UNIT DESA (KUD)
KRIDA SEJAHTERA TULANG BAWANG LAMPUNG DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS ANGGOTA**

Oleh

ANNISA GHINA ISTIGHFARANY

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

POLA DAN JARINGAN KOMUNIKASI KOPERASI UNIT DESA (KUD) KRIDA SEJAHTERA TULANG BAWANG LAMPUNG DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS ANGGOTA

**Oleh
ANNISA GHINA ISTIGHFARANY**

Program kesejahteraan masyarakat yang diupayakan oleh pemerintah, salah satunya yaitu koperasi. Koperasi menjadi badan usaha sekaligus gerakan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat, baik dalam kepentingan pribadi maupun kelompok. Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang-Lampung merupakan koperasi serba usaha yang berperan dalam pengelolaan perkebunan plasma sawit dan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola dan jaringan komunikasi yang terbentuk pada Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta analisis jaringan komunikasi menggunakan perangkat lunak UCINET. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terbentuk di KUD meliputi komunikasi vertikal, horizontal, satu arah, dua arah, multi arah, serta berlangsung dalam jalur formal dan informal. Pola ini menciptakan ruang interaksi yang partisipatif antara pengurus dan anggota. Jaringan komunikasi yang terbentuk menunjukkan tingkat kepadatan tinggi (density 0.94), yang menandakan hubungan antar aktor merata dan minim isolasi aktor, serta munculnya aktor-aktor sentral yang berperan sebagai penghubung informasi. Keterkaitan antara komunikasi dan loyalitas anggota dianalisis menggunakan teori Zikmund, yang meliputi lima faktor: kepuasan, ikatan emosional, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman. Seluruh faktor ini tercermin dalam pola dan jaringan komunikasi yang ada. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola dan jaringan komunikasi yang efektif berperan strategis dalam membentuk loyalitas anggota koperasi secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Jaringan Komunikasi, Koperasi Unit Desa, Loyalitas Anggota, Pola Komunikasi

ABSTRACT

COMMUNICATION PATTERNS AND NETWORKS OF VILLAGE UNIT COOPERATIVES (KUD) KRIDA SEJAHTERA TULANG BAWANG LAMPUNG IN MAINTAINING MEMBER LOYALTY

By
ANNISA GHINA ISTIGHFARANY

One of the community welfare programmes pursued by the government is cooperatives. Cooperatives are business entities as well as economic movements carried out by the people, both in personal and group interests. Krida Sejahtera Village Unit Cooperative (KUD) Tulang Bawang-Lampung is an all-business cooperative that plays a role in the management of oil palm plasma plantations and economic empowerment of village communities. This study aims to analyse the pattern and network of communication formed in the Village Unit Cooperative (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung in maintaining member loyalty. The research method used is a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. Data collection techniques through observation, interviews, documentation, and analysis of communication networks using UCINET software. The results showed that the communication patterns formed in KUD include vertical communication, horizontal, one-way, two-way, multi-directional, and takes place in formal and informal channels. This pattern creates a participatory interaction space between administrators and members. The communication network that is formed shows a high level of density (density 0.94), which indicates that the relationship between actors is evenly distributed and there is minimal isolation of actors, as well as the emergence of central actors who act as information connectors. The relationship between communication and member loyalty was analyzed using Zikmund's theory, which includes five factors: satisfaction, emotional ties, trust, convenience, and experience. All of these factors are reflected in existing communication patterns and networks. This study concludes that effective communication patterns and networks play a strategic role in shaping the loyalty of cooperative members in a sustainable manner.

Keywords: Communication Network, Village Unit Cooperative, Member Loyalty, Communication Pattern.

Judul Tesis : POLA DAN JARINGAN KOMUNIKASI
KOPERASI UNIT DESA (KUD) KRIDA
SEJAHTERA TULANG BAWANG LAMPUNG
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
ANGGOTA

Nama Mahasiswa : **Annisa Ghina Istighfarany**

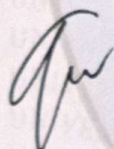
Nomor Pokok Mahasiswa : 2326031005

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

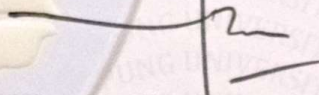
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIP)

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



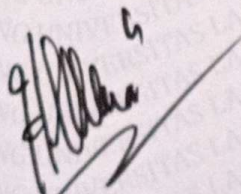
Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si
NIP. 196207161988031001



Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si
NIP. 197505222003122002

MENGETAHUI

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si
NIP. 197303232006042001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si**

Sekretaris

: **Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si**

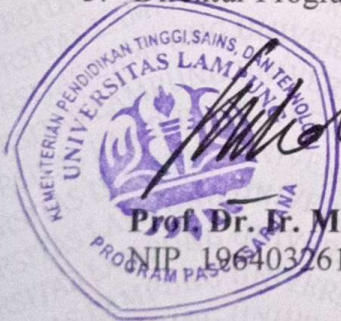
Penguji Utama

: **Dr. Tina Kartika, M.Si**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si**
NIP. 197608212000032001

3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung

**Prof. Dr. R. Murhadi, M.Si**
NIP. 196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 25 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Ghina Istighfarany

NPM : 2326031005

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul “Pola dan Jaringan Komunikasi Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Randar Lampung, 01 July 2025



Annisa Ghina Istighfarany
NPM 2326031005

RIWAYAT HIDUP



Annisa Ghina Istighfarany adalah nama penulis tesis ini.

Penulis lahir di Desa Tanjung Inten, Kec. Purbolinggo, Kab.

Lampung Timur pada Jumat, 28 April 2000 dari pasangan

Ayahanda H. M. Toha Maksum, S.Pt dan Ibunda Hj. Sri

Sunarti, S.Sos, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara.

Penulis menempuh Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK)

di Tenera Hijau PT. Sawit Mas Sejahtera (SMS) Palembang pada tahun 2005 s.d

2006, Madrasah Ibtidaiyyah (MI) PP. Qodratullah Palembang pada 2006 s.d 2012,

MTs / DMP Perguruan Diniyyah Putri Lampung pada 2012 s.d 2015, MA / KMI

Perguruan Diniyyah Putri Lampung pada 2015 s.d 2018, dan melanjutkan

pendidikan Strata Satu (S1) serta menyandang sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi di

Universitas Lampung pada tahun 2018 s.d 2023.

Penulis memiliki semangat belajar yang tinggi, sehingga melanjutkan studi Strata

Dua (S2) pada program Magister Ilmu Komunikasi tahun 2023 dengan diberikan

Beasiswa Full Bebas SPP dari Universitas Lampung sampai dengan selesai. Selama

menjadi mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi, penulis juga bekerja menjadi

seorang fasilitator di Maxima Impact Consulting yang bekerjasama dengan

berbagai perusahaan diantaranya Perusahaan Kimia Farma dan Infra Digital

Foundation. Selain itu, penulis juga sering menjadi MC pada kegiatan kampus,

workshop nasional, seminar nasional.

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan diri mereka sendiri

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

--

“Jika bukan karena Allah yang mampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”

(Q.S Al-Insyirah: 05-06)

--

“Tugas Kita Bukanlah untuk Berhasil, tugas kita adalah Untuk mencoba karena di dalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil”

(Buya Hamka)

--

And Yes, I did it

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tiada lembar paling indah dalam tesis ini kecuali lembar persembahan. Tesis ini penulis persembahkan sebagai bukti bakti kepada :

Kedua Orang Tua-ku Tercinta
Bapak H. M. Toha Maksum dan Ibu Hj. Sri Sunarti

Kedua adik ku
Bima Najib Alghiffary dan Chairany Latifa Zahra

Serta Almamater yang telah menjadi wadah dalam pembentukan karakter dan mental, Kampus Hijau
Universitas Lampung

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segenap kerendahan hati, penulis ucapkan rasa Syukur kehadirat Allah SWT, Sang Pemilik ilmu dan hikmah yang senantiasa melimpahkan dan memberikan cahaya dalam setiap gelap, kekuatan dalam setiap Lelah, dan petunjuk untuk setiap langkah yang ditempuh. Tanpa ridha dan kasih-Nya, takkan mungkin jemari ini mampu menuntaskan setiap bait ilmiah tesis yang berjudul : “***Pola dan Jaringan Komunikasi Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota***” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung.

Tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Dr. Tina Kartika, M.Si selaku Kaprodi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus dosen penguji tesis, penulis sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, arahan, dan evaluasi yang begitu berarti, tidak hanya memperkaya pemahaman penulis namun juga membantu dalam membentuk cara berpikir yang lebih kritis dan sistematis. Semoga segala kebaikan, ketulusan dan ilmu yang telah Ibu berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir tanpa henti. Jazakillah khairan katsiran
5. Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si. selaku dosen pembimbing utama sekaligus dosen yang telah menjadi bagian penting dari keberhasilannya penulis mendapatkan beasiswa full bebas UKT selama perkuliahan. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan kesabaran Prof. Andy dalam setiap proses

perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini. Tidak hanya sebagai pembimbing namun juga menjadi sosok yang memberikan motivasi dan kepercayaan diri. Semoga Allah senantiasa memberikan Kesehatan dan ganjaran terbaik, serta menjadikan ilmu yang telah diberikan sebagai amal jariyyah yang tidak terputus.

6. Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si. selaku dosen pembimbing pendamping yang tidak hanya berperan sebagai pembimbing dalam penyusunan tesis, namun juga menjadi sosok yang sangat dekat dan penuh perhatian selama proses studi. Kehangatan, kebaikan dan kepedulian Ibu tidak hanya hadir dalam bentuk bimbingan akademik, namun juga dalam bentuk moril yang begitu berarti. Semoga ilmu, perhatian dan kebaikan yang telah Ibu berikan menjadi amal jariyyah yang terus mengalir, dan semoga Allah membalas dengan keberkahan yang berlipat ganda.
7. Seluruh dosen, staff, admin (Ibun Vivi dan Mbak Pit) yang selalu menjadi pusat seluruh perhatian dan informasi selama penulis menempuh studi, serta Mas Agus dan Mas Supri yang selalu sigap membantu.

Bandar Lampung, July 2025

Annisa Ghina Istighfarany

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Pikir	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Organisasi.....	18
2.3 Pola Komunikasi.....	24
2.4 Jaringan Komunikasi	27
2.5 Koperasi Unit Desa (KUD)	36
2.7 Loyalitas	40
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Fokus Penelitian.....	47
3.3 Lokasi Penelitian	48
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	48
3.5 Sumber Data Penelitian	49
3.6 Definisi Konsep	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data	51
3.8 Teknik Analisis Data	52
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.3 Karakteristik Informan.....	59
4.4 Informan	59
4.5 Hasil Observasi.....	94
4.6 Pembahasan	95
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	115
5.2 Saran	117
 DAFTAR PUSTAKA.....	 118
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	15
2. Profil / Data Informan	60
3. Hasil Wawancara Informan Kunci “Bagaimana Komunikasi biasanya dilakukan baik secara sesama pengurus / antara pengurus dan anggota/ sesama anggota?” .	61
4. Hasil Wawancara Informan Utama	62
5. Hasil Wawancara Informan Pendukung	63
6. Hasil Wawancara Informan Kunci “Seberapa sering komunikasi terjadi? Dan dalam bentuk apa?	64
7. Hasil Wawancara Informan Utama	66
8. Hasil Wawancara Informan Pendukung	68
9. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apa saja media yang digunakan dalam berkomunikasi?”	69
10. Hasil Wawancara Informan Utama	70
11. Hasil Wawancara Informan Pendukung	71
12. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apakah komunikasi yang terjadi sudah berjalan efektif?”	72
13. Hasil Wawancara Informan Utama	73
14. Hasil Wawancara Informan Pendukung	74
15. Hasil Wawancara Informan Kunci “Bagaimana alur komunikasi dalam penyampaian informasi?”	75
16. Hasil Wawancara Informan Utama	76
17. Hasil Wawancara Informan Pendukung	78
18. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apa saja jenis informasi yang disampaikan?”	79
19. Hasil Wawancara Informan Utama	80
20. Hasil Wawancara Informan Pendukung	81
21. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apa yang membuat anggota loyalitas atau bertahan di KUD Krida Sejahtera?”	82
22. Hasil Wawancara Informan Utama	83
23. Hasil Wawancara Informan Pendukung	84
24. Hasil Wawancara Informan Kunci “Bagaimana cara mempertahankan loyalitas	

anggota?”	85
25. Hasil Wawancara Informan Utama.....	87
26. Hasil Wawancara Informan Pendukung	88
27. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apakah ada hambatan komunikasi yang terjadi pada koperasi? Mengapa?”	89
28. Hasil Wawancara Informan Utama.....	90
29. Hasil Wawancara Informan Pendukung	91
30. Hasil Wawancara Informan Kunci “Apa saran yang akan diberikan untuk bisa mempertahankan loyalitas anggota dalam koperasi?”	92
31. Hasil Wawancara Informan Utama.....	93
32. Hasil Wawancara Informan Pendukung	94
33. Sosiometri Penelitian	104
34. Hasil Analisis Jaringan Komunikasi	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Koperasi, Karyawan dan Anggota Menurut Kabupaten / Kota di Provinsi Lampung 2023	3
2. Jumlah Koperasi Menurut Jenis Koperasi di Kabupaten Tulang Bawang 2023	4
3. Jumlah Koperasi Aktif Menurut Kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang 2020-2023.....	5
4. Kerangka Pikir Peneliti	12
5. Pola Komunikasi Satu Arah	25
6. Pola Komunikasi Dua Arah.....	26
7. Pola Komunikasi Multi Arah	26
8. Jaringan Struktur Lingkaran.....	33
9. Jaringan Struktur Rantai.....	33
10. Jaringan Struktur “Y”	34
11. Jaringan Struktur Roda.....	35
12. Jaringan Struktur Bebas / Semua Saluran / Bintang.....	35
13. Kantor KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang.....	55
14. Sosiogram Jaringan Komunikasi KUD Krida Sejahtera	105

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia saat ini merasakan krisis ekonomi yang mengganggu stabilitas kehidupan, seperti adanya jumlah penduduk yang meningkat, tingkat pengangguran yang tinggi yang tidak hanya disebabkan oleh terbatasnya kesempatan kerja, namun juga karena rendahnya pendapatan dan status sosial ekonomi. Berbagai program kesejahteraan masyarakat telah banyak diupayakan di Indonesia, baik oleh pemerintah maupun organisasi non pemerintah. Adapun program-program tersebut bertujuan untuk memperbaiki perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, salah satunya yaitu adanya koperasi.

Koperasi menjadi salah satu badan usaha sekaligus gerakan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat. Selain itu, koperasi menjadi wadah untuk masyarakat dalam kepentingan pribadi maupun kepentingan kelompok. Melalui kegiatan koperasi, kepentingan pribadi menjadi sebuah dorongan untuk memberikan manfaat kepada seluruh anggota kelompok, sehingga hal tersebut dapat memunculkan berbagai usaha yang memberikan dampak positif kepada anggota untuk menjadi hidup lebih sejahtera.

Menurut undang-undang Republik Indonesia no 25 tahun 1992 Tentang Perkoperasian yaitu bahwa koperasi baik sebagai gerakan ekonomi rakyat ataupun sebagai lembaga badan usaha berperan untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 dalam perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi; koperasi juga perlu membangun dan dibangun menjadi kuat dan mandiri berdasarkan pada prinsip koperasi sehingga

mampu berperan sebagai sokoguru perekonomian nasional; selain itu, pembangunan koperasi menjadi tugas dan tanggung jawab pemerintah dan seluruh rakyat; bahwa untuk mewujudkan hal-hal tersebut dan menyelaraskan dengan perkembangan keadaan, perlu untuk mengatur kembali ketentuan tentang perkoperasian dalam suatu UU sebagai pengganti UU No 12 tahun 1967 tentang pokok-pokok perekonomian. Dengan semakin meningkatnya daya saing perekonomian, koperasi akan mampu memposisikan diri sebagai sumber kekuatan ekonomi yang sejajar dengan perekonomian yang ada.

Usaha koperasi dapat dilihat dari jenis usaha yang dilakukan oleh koperasi. Penjenisan koperasi sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dikenal terdapat lima jenis koperasi, yaitu : koperasi produsen; koperasi konsumen; koperasi simpan pinjam; koperasi pemasaran; dan koperasi jasa. Koperasi jasa adalah koperasi yang identitas anggotanya sebagai pemilik dan nasabah konsumen jasa dan atau produsen jasa, salah satu koperasi yang termasuk pada koperasi jasa adalah Koperasi Unit Desa (KUD). Koperasi Unit Desa (KUD) dibentuk atas dasar kesamaan persepsi dan kebutuhan petani akan kemudahan untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pertanian dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Globalisasi perkembangan sosial ekonomi masyarakat serta perkembangan koperasi sendiri akan menuntut koperasi untuk mampu meningkatkan peran dan juga fungsi dari usaha koperasi jika tidak ingin tersisihkan dari pelaku usaha lainnya. Koperasi Unit Desa (KUD) sebagai sentral perekonomian pedesaan dihadapkan oleh tantangan mengenai bagaimana cara untuk mewujudkan KUD sebagai badan usaha yang tangguh, yang mampu menerapkan prinsip-prinsip koperasi Indonesia, dan mampu mewujudkan misinya dalam memberdayakan ekonomi rakyat. Koperasi Unit Desa (KUD) berperan penting dalam meningkatkan perekonomian desa yang membawa kesejahteraan masyarakat sekitar.

Peranan koperasi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat beberapa diantaranya adalah dengan memberikan pinjaman kepada pihak-pihak yang membutuhkan, memberikan kredit kepada masyarakat dan membangun usaha di dalam desa salah satunya pada plasma kebun sawit. Selain itu, KUD juga menjadi koperasi serba usaha yang beranggotakan penduduk desa dan berlokasi di daerah pedesaan, Dalam UUD no 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, bahwa koperasi menjadi soko guru perekonomian nasional memiliki ciri-ciri yaitu bahwa koperasi menjadi badan usaha yang beranggotakan orang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan usaha dengan mendayagunakan seluruh kemampuan anggotanya yang didasarkan pada prinsip-prinsip koperasi yaitu keanggotaannya bersifat sukarela, pengelolaan yang dilakukan secara demokratis serta pembagian sisa hasil usaha (SHU) dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing.

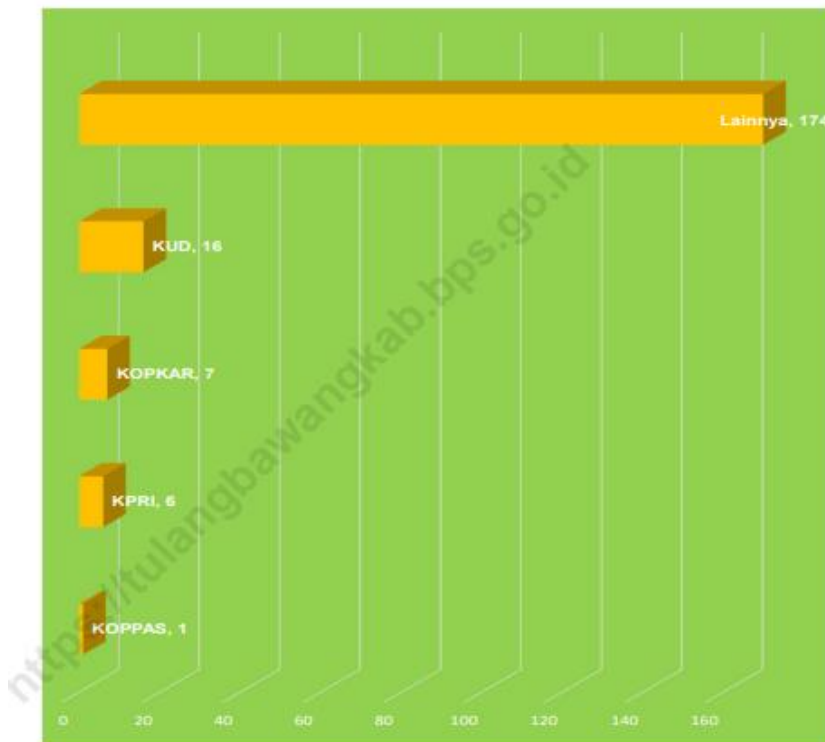
Berikut adalah data jumlah koperasi yang berada di Provinsi Lampung :

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Koperasi Cooperative	Karyawan Employee	Anggota Member
(1)	(2)	(3)	(4)
Lampung Barat	162	19	3.696
Tanggamus	363	67	11.565
Lampung Selatan	516	197	9.678
Lampung Timur	563	188	16.935
Lampung Tengah	691	228	44.238
Lampung Utara	352	69	8.485
Way Kanan	769	156	15.723
Tulang Bawang	204	86	26.771
Pesawaran	236	36	7.674
Pringsewu	210	95	11.432
Mesuji	162	300	6.823
Tulang Bawang Barat	139	92	6.781
Pesisir Barat	89	46	863
Bandar Lampung	789	95	32.209
Metro	263	130	6.923
Provinsi	425	1.293	1.989.080
Nasional	168	545	289.414
Lampung	6.101	3.642	2.488.290

Gambar 1. Jumlah Koperasi, Karyawan dan Anggota Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2023 (BPS Provinsi Lampung – Provinsi Lampung Dalam Angka 2024., hal 646)

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Lampung mengenai koperasi aktif di Provinsi Lampung pada gambar

2 yaitu pada tahun 2023 terdapat 6.101 unit koperasi primer, salah satunya yaitu pada Kabupaten Tulang Bawang. Jumlah koperasi di Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2023 sebanyak 204 koperasi dengan jumlah karyawan yaitu 86 dan anggota sebanyak 26.771. Sedangkan untuk jumlah koperasi aktifnya yaitu hanya 55 koperasi yang terbagi menjadi beberapa jenis koperasi yaitu Koperasi Unit Desa (KUD) sebanyak 16, KOPKAR (Koperasi Karyawan) sebanyak 7 koperasi, KPRI (Koperasi Pegawai Republik Indonesia) sebanyak 6, dan KOPPAS (Koperasi Pasar) sebanyak 1 (pada gambar 2).



Gambar 2. Jumlah Koperasi Menurut Jenis Koperasi di Kabupaten Tulang Bawang, 2023 (BPS Kabupaten Tulang Bawang – Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka 2024., hal 267)

Kecamatan Subdistrict	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Banjar Agung	12	12	12	13
Banjar Margo	4	4	3	4
Banjar Baru	-	-	-	-
Gedung Aji	5	4	3	3
Penawar Aji	5	6	6	4
Meraksa Aji	1	1	1	1
Menggala	8	7	7	6
Penawar Tama	4	4	4	4
Rawajitu Selatan	0	0	0	1
Gedung Meneng	2	2	2	1
Rawajitu Timur	4	5	5	5
Rawa Pitu	4	4	3	3
Gedung Aji Baru	2	2	2	2
Dente Teladas	5	4	4	6
Menggala Timur	2	3	3	2
Tulang Bawang	58	58	55	55

Gambar 3. Jumlah Koperasi Aktif Menurut Kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang, 2020-2023 (BPS Kabupaten Tulang Bawang – Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka 2024., hal 268)

Berdasarkan pada gambar 3 mengenai jumlah koperasi aktif menurut kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang, kecamatan Penawar Tama merupakan kecamatan di Tulang Bawang yang paling konsisten dengan jumlah koperasi aktif yang paling banyak selain dari Kecamatan Meraksa Aji, Gedung Meneng dan Gedung Aji Baru selama beberapa tahun terakhir, yaitu pada tahun 2020 hingga sekarang jumlah koperasi aktif di Kecamatan Penawar Tama adalah 4 koperasi yang terbagi menjadi 2 Koperasi Unit Desa (KUD) dan 2 Koperasi Karyawan (KOPKAR). Sehingga dengan begitu, dapat diketahui bahwa adanya keberhasilan pada Kecamatan Penawar Tama dalam mempertahankan eksistensi koperasi di kehidupan masyarakat desa.

Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung merupakan salah satu koperasi yang masih bertahan hingga saat ini. Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang berdiri sejak tanggal 14 April 1994 dengan Badan Hukum Koperasi yang telah disahkan oleh Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Republik Indonesia dalam Surat

Keputusan Nomor 100/Kep/BH/KWK.7/VI/1994 pada tanggal 1 Juni 1994. Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera dibentuk sebagai syarat dari adanya keterlibatan masyarakat sebagai petani dalam Proyek Perkebunan Inti Rakyat (PIR) Kelapa Sawit dengan skema pembiayaan KKPA (Kredit Kepada Koperasi Primer untuk Anggotanya). Ditinjau dari luas wilayah, Kabupaten Tulang Bawang memiliki wilayah seluas 3.466,32 km², artinya bahwa KUD Krida Sejahtera memiliki wilayah secara administrasi yaitu seluas 619,52 km² atau sekitar 17,87% dari luas wilayah kabupaten. Begitupun dengan wilayah Kabupaten Mesuji yaitu 1.775,92 km², artinya bahwa KUD Krida Sejahtera menguasai 733,40 km² atau sekitar 48,27% dari luas wilayah Kabupaten (Suharno, 2020).

Adapun Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera terletak di Desa Bogatama, Kecamatan Penawartama, Kabupaten Tulang Bawang, Lampung; KUD Krida Sejahtera memiliki dua wilayah jangkauan yaitu di Kabupaten Tulang Bawang dan Kabupaten Mesuji. Pada wilayah Kabupaten Tulang Bawang berada di lima kecamatan yaitu :

- a) Kecamatan Gedung Aji,
- b) Kecamatan Penawar Aji,
- c) Kecamatan Meraksa Aji,
- d) Kecamatan Penawar Tama,
- e) Kecamatan Gedung Aji Baru.

Sedangkan tiga kecamatan berada di Kabupaten Mesuji yaitu :

- a) Kecamatan Tanjung Raya,
- b) Simpang Pematang,
- c) Kecamatan Rawajitu Utara.

Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera berperan aktif dalam menangani pengelolaan perkebunan plasma kelapa sawit yang bermitra dengan perusahaan dengan sistem pola kemitraan melalui pemanfaatan dari KKPA (Kredit Kepada Koperasi Primer untuk Anggotanya). Jumlah anggota KUD Krida Sejahtera saat ini adalah 17.261 orang dengan luas lahan kebun plasma sebesar 14.883,825 Ha. Melalui Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera menjadi wadah bagi para petani kecil (plasma milik masyarakat desa) dengan perusahaan inti dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Perusahaan inti yang menyediakan modal, teknologi dan infrastruktur sedangkan petani plasma mengelola kebun sawit yang mereka miliki dengan bimbingan dari perusahaan inti.

Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang membantu dalam mengkoordinasikan dan memastikan pengelolaan kebun plasma yang dimiliki oleh anggotanya yaitu petani sawit sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan inti dan bertanggung jawab dalam mengatur distribusi pendapatan kepada anggota plasma sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan. Keberhasilan seluruh aktivitas Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera tidak hanya bergantung pada aspek manajerial dan finansial saja, namun juga pada efektivitas komunikasi yang terjadi dalam KUD tersebut yaitu antara pengurus dan anggotanya. Komunikasi merupakan elemen penting dalam organisasi, termasuk dalam koperasi. Keefektifan komunikasi akan berjalan dengan baik apabila sama-sama memahami maksud dari informasi komunikasi tersebut, terutama komunikasi antara pengurus dan anggota harus memiliki kemaknaan yang saling mengerti satu sama lainnya agar menjadi harmonisasi komunikasi.

Sehingga dalam hal tersebut, maka perlu diketahui bagaimana pola dan juga jaringan komunikasi yang diterapkan untuk mencapai keefektifan komunikasi antara pengurus dan anggota pada Koperasi Unit Desa (KUD). Proses komunikasi dalam konteks KUD melibatkan adanya pertukaran informasi, ide, perasaan antara pengurus, anggota, dan pemangku kepentingan. Komunikasi yang efektif tidak hanya sebatas menyampaikan informasi saja, namun juga

membangun hubungan yang kuat, saling percaya, dan rasa memiliki. Melalui pola komunikasi dan aktivitas organisasi sangat tergantung pada tujuan, gaya manajemen, dan iklim organisasi yang bersangkutan. Sehingga dengan begitu, komunikasi akan tergantung pada kekuatan-kekuatan yang bekerja dalam organisasi tersebut, yang ditujukan oleh mereka yang melakukan aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan.

Pola merupakan suatu bentuk atau model yang terdiri dari berbagai komponen yang berhubungan antara satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuan secara bersamaan. Sedangkan komunikasi merupakan sebuah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Pola komunikasi adalah bentuk hubungan atau struktur yang terbentuk dalam suatu proses komunikasi antara individu atau kelompok, baik secara langsung ataupun tidak langsung (Effendy, O.U, 2003).

Sehingga pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan yang akan memperoleh *feedback* dari penerima pesan, dari proses komunikasi tersebut akan timbul sebuah pola, model, bentuk atau bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Melalui pola komunikasi yang jelas, transparan dan partisipatif menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara pengurus dan anggota yang dilihat dari jaringan komunikasi.

Jaringan komunikasi merupakan serangkaian interaksi yang berkembang di antara orang-orang sebagai akibat dari adanya transmisi informasi, yang mampu mengarahkan kepada konstruksi pola atau model jaringan komunikasi tertentu (Wicaksono dkk, 2019). Selain itu, jaringan komunikasi sebagai sekelompok orang yang berhubungan satu sama lain melalui pola komunikasi yang sama (Rogers, 1981). Jaringan komunikasi di dalam koperasi dapat bersifat formal dan informal. Jaringan formal merujuk pada komunikasi yang terjadi berdasarkan struktur organisasi dan alur komunikasi yang ditentukan secara resmi seperti rapat anggota. Sedangkan jaringan informal muncul melalui

interaksi sehari-hari yang lebih fleksibel dan tidak kalah penting dalam memperkuat kohesi sosial antar anggota (Rogers & Kincaid, 1981).

Jaringan komunikasi yang terorganisir dengan baik memungkinkan anggota untuk merasa terlibat dalam setiap pengambilan keputusan dan program koperasi, berkontribusi penting dalam pengembangan inovasi pembangunan terutama di pedesaan. Dalam proses komunikasi yang terjadi antara pengurus dan anggota pasti memiliki tahapan, tahapan tersebutlah yang dinamakan jaringan. Jaringan komunikasi yang baik pada sebuah proses komunikasi yaitu berfungsi sebagai saluran informasi yang memberikan informasi yang akurat dan terkini kepada anggota mengenai kegiatan, program dan perkembangan suatu organisasi.

Proses komunikasi dalam KUD melibatkan berbagai elemen, mulai dari pengirim pesan yaitu pengurus KUD; pesan yaitu informasi, produk dan layanan KUD; saluran dapat berupa anggota, media sosial, dan buletin; serta adanya penerima pesan yaitu anggota KUD yang akan memberikan *feedback*. Dengan memahami proses komunikasi dan mengatasi berbagai tantangan, KUD akan dapat membangun hubungan yang kuat dengan anggotanya dan mencapai tujuan bersama. Keberhasilan KUD tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi semata, namun juga kuatnya komunikasi antar anggota dan pengurus dalam membangun rasa saling percaya dan loyalitas (Suharti & Riani, 2013). Adanya pola dan jaringan komunikasi yang jelas, efektif, transparan antara pengurus dan anggota, maka akan timbul sebuah tindakan ataupun perilaku yaitu loyalitas. Loyalitas menjadi kunci keberlangsungan hidup koperasi karena partisipasi aktif dari anggota adalah model utama kelembagaan ini.

Loyalitas adalah sikap anggota untuk menaati, melaksanakan peraturan-peraturan dengan penuh kesadaran, bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan, serta berusaha dengan sebaik-baiknya untuk menunjang tercapainya tujuan organisasi (Sirajudin, 2018). Loyalitas menjadi sebuah komitmen yang bertujuan untuk bertahan secara mendalam dalam melakukan sebuah aktivitas

baik pembelian secara ulang atau berlangganan dengan produk atau pelayanan yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang dengan menyimpan dana dalam jangka waktu yang cukup lama. Loyalitas pada dasarnya merupakan sebuah kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau kelompok, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk selalu berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana pola dan jaringan komunikasi yang terbentuk di Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota?.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- 1.2.1 Bagaimanakah pola komunikasi yang terbentuk pada KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota?
- 1.2.2 Bagaimanakah jaringan komunikasi yang terbentuk pada KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana proses pola komunikasi yang terbentuk antara pengurus dan anggota KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota.
- 1.3.2 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana jaringan komunikasi yang terbentuk antara pengurus dan anggota KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggota.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan dalam penelitian komunikasi yang berkaitan dengan Pola dan Jaringan Komunikasi yang terjadi pada Koperasi Unit Desa (KUD) dalam mempertahankan loyalitas anggotanya, terutama pada KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya, khususnya kepada para pihak Koperasi Unit Desa (KUD) untuk bisa menerapkan pola dan jaringan komunikasi yang terjadi pada KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggotanya.

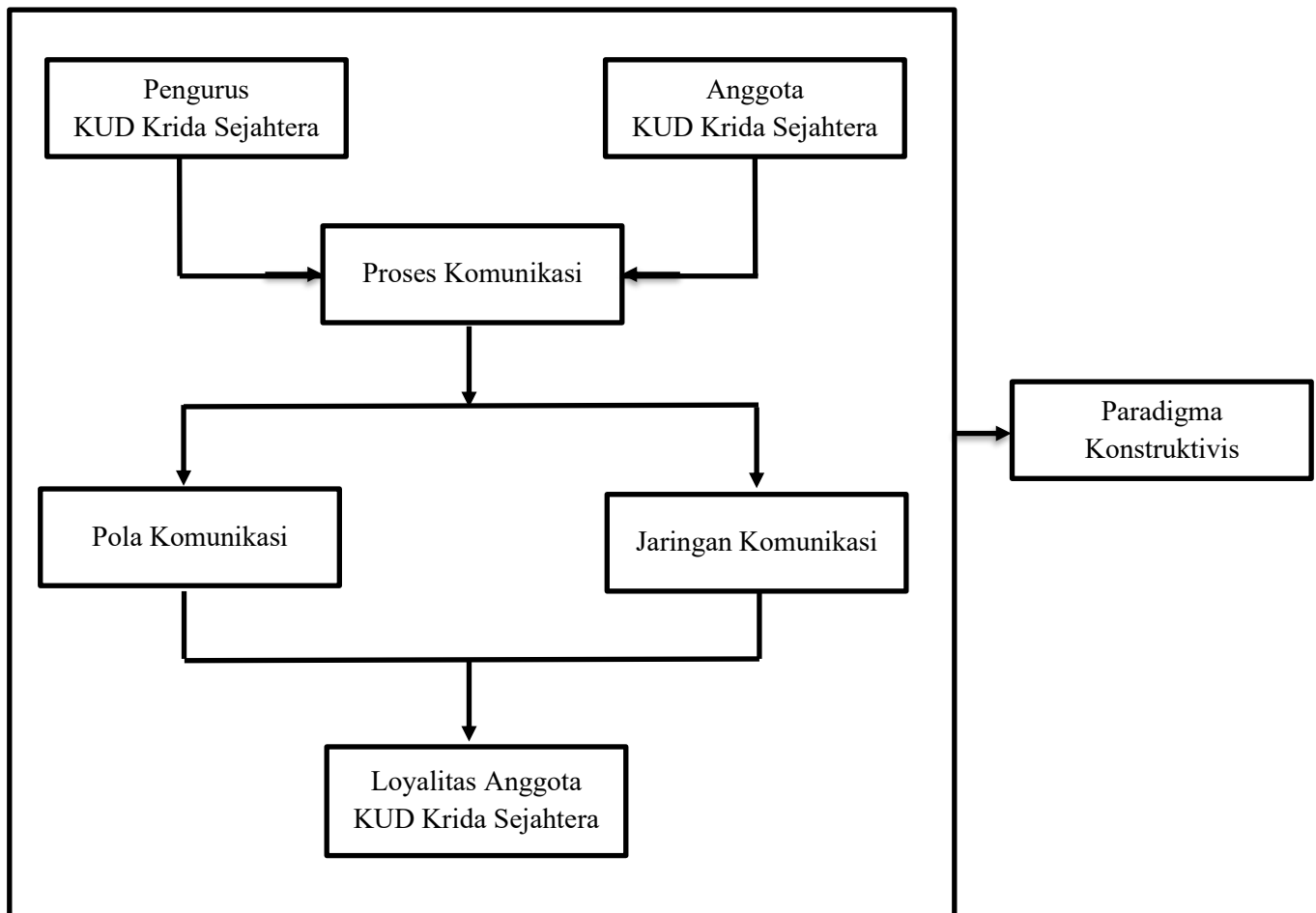
1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alur berpikir peneliti yang digunakan untuk membantu dalam memandu peneliti melakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis bagaimana pola dan jaringan komunikasi yang terbentuk dan diterapkan oleh KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggotanya.

Alur penelitian dimulai dari adanya KUD Krida Sejahtera yang memiliki pengurus dan anggota, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk menggali bagaimana pengalaman komunikasi ditafsirkan oleh anggota koperasi, dalam hal tersebut terjadilah proses komunikasi yang terjadi pada pengurus baik antara pemimpin dan anggota kepengurusan KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam hal menyampaikan informasi berupa seluruh kegiatan, program-program ataupun perkembangan dari KUD, maupun komunikasi pengurus ke anggota KUD yang kemudian proses tersebut dapat terbentuk karena adanya komunikasi organisasi.

Kemudian dalam proses komunikasi tidak hanya terjadi interaksi namun juga adanya pembentukan makna dari setiap interaksi komunikasi yang terjadi. Dengan adanya proses komunikasi dan pemaknaan tersebut dapat terbentuklah pola dan jaringan komunikasi yang digunakan oleh KUD Krida Sejahtera dalam mempertahankan loyalitas anggota. Pola dan jaringan komunikasi mempengaruhi sejauh mana anggota merasa dihargai dan terlibat aktif, sehingga proses komunikasi tersebut membentuk nilai-nilai kolektif dan kepercayaan yang menjadi dasar loyalitas jangka panjang anggota.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti mencoba untuk menggambarkan penelitian melalui bagan yang tertuang pada kerangka pikir, sebagai berikut :



Gambar 4. Kerangka Pikir Peneliti (Oleh Peneliti)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan pada penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 penelitian terdahulu yang membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, yaitu :

Penelitian pertama, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Novie Puturu. Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, dengan topik “*Pola Komunikasi Organisasi Bagi Peningkatan Kinerja Aparatur Dalam Pelayanan Publik (Kasus pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Ambon)*” pada tahun 2018. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengeksplorasi pola komunikasi organisasi yang digunakan dalam sistem koordinasi pemerintah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan sebuah susunan perspektif atau informasi dari sebuah masalah, dengan metode studi kasus. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh petugas pelayanan perizinan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu pemerintah kota Ambon. Teori yang digunakan adalah teori informasi organisasi oleh Carl Weick yang membahas mengenai organisasi dapat memahami, menggunakan dan mengolah berbagai informasi dalam pencapaian tujuan organisasi. Adapun hasil yang didapatkan adalah bahwa setiap komunikasi yang dilakukan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, harus dilakukan secara terpola dan terintegrasi sesuai dengan pola komunikasi dan jaringan komunikasi yang sudah menjadi elemen penting dalam prosedur sistem koordinasi. Sehingga

hal tersebut perlu untuk diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik oleh setiap aparatur penyelenggara perizinan, mengingat ketergantungan informasi yang sangat tinggi antar unit perizinan. Mengabaikan prosedur koordinasi akan berpotensi menimbulkan kerancuan dalam proses pendistribusian informasi dan akan mempengaruhi kinerja aparatur dalam pelayanan perizinan secara keseluruhan.

Penelitian kedua, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar. Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar, dengan topik “*Pola Jaringan Komunikasi Kelompok Dalam Menumbuhkan Solidaritas Aksi Unjuk Rasa Mahasiswa di Kota Makassar*” pada tahun 2013. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh jaringan komunikasi dan pola jaringan komunikasi yang digunakan oleh kelompok dalam menumbuhkan solidaritas aksi unjuk rasa mahasiswa di kota Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan desain penelitian yaitu regresi linier sederhana dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan komunikasi memiliki pengaruh dalam menumbuhkan solidaritas aksi unjuk rasa mahasiswa dengan besaran pengaruh $r=0,432$ atau 43,2% (korelasi sedang), selebihnya yaitu 56,8% solidaritas mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti sebagai variabel mempengaruhi (prediktor). Kemudian pada kelompok organisasi mahasiswa yang diteliti terdapat dua jenis pola jaringan komunikasi yang digunakan dalam menumbuhkan solidaritas mahasiswa yaitu model jaringan rantai (*chin*) dan model jaringan bebas (*all-channel*).

Penelitian Ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Miranda Pratiwi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan, dengan topik “*Analisis Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan PT Unitex Bogor*” pada tahun 2019. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh PT. Unitex dalam mempertahankan loyalitas karyawannya. Metode yang digunakan adalah deksriptif kualitatif

dengan sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara informan kunci dan informan, observasi, dokumentasi, serta adanya kegiatan kepastakaan sebagai penunjang penelitian. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian teknik keabsahan dilakukan menggunakan triangulasi sumber yaitu kepada *Human Resource* (HR) PT. Citra Abadi Sejati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan di PT. Unitex dalam mempertahankan loyalitas karyawan PT. Unitex dilakukan melalui pola komunikasi formal dan informal. Pola komunikasi formal yang diterapkan meliputi pola komunikasi dari atas ke bawah, pola komunikasi dari bawah ke atas dan pola komunikasi horizontal. Sedangkan pola komunikasi informal dilakukan pada saat *Family Day* atau di luar jam kerja. Melalui pola komunikasi organisasi yang diterapkan dapat membangun lingkungan kerja yang nyaman sehingga dapat mempertahankan loyalitas karyawannya yang dapat terwujud melalui aspek yang meliputi taat peraturan, tanggung jawab, kemauan untuk bekerja sama, hubungan antar individu, rasa memiliki dan rasa suka terhadap pekerjaan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Penulis	Novie Puturuhi. Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret. 2018
	Judul Penelitian	Pola Komunikasi Organisasi Bagi Peningkatan Kinerja Aparatur Dalam Pelayanan Publik (Kasus pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Ambon)
	Metode Penelitian	Kualitatif metode studi kasus

Lanjutan Tabel Penelitian Terdahulu

	Hasil Penelitian	Bahwa setiap komunikasi yang dilakukan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, harus dilakukan secara terpola dan terintegrasi sesuai dengan pola komunikasi dan jaringan komunikasi yang sudah menjadi elemen penting dalam prosedur sistem koordinasi. Sehingga hal tersebut perlu untuk diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik oleh setiap aparatur penyelenggara perizinan, mengingat ketergantungan informasi yang sangat tinggi antar unit perizinan. Mengabaikan prosedur koordinasi akan berpotensi menimbulkan kerancuan dalam proses pendistribusian informasi dan akan mempengaruhi kinerja aparatur dalam pelayanan perizinan secara keseluruhan.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari penelitian ini adalah pada subjek dan objek penelitiannya
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti dalam ranah pola jaringan komunikasi.
2	Penulis	Zulfikar. Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar. 2013
	Judul Penelitian	Pola Jaringan Komunikasi Kelompok Dalam Menumbuhkan Solidaritas Aksi Unjuk Rasa Mahasiswa di Kota Makassar.
	Metode Penelitian	Kualitatif dan Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menyatakan bahwa jaringan komunikasi memiliki pengaruh dalam menumbuhkan solidaritas aksi unjuk rasa mahasiswa, dengan besaran pengaruh $r=0,432$ atau 43,2% (korelasi sedang), selebihnya 56,8% solidaritas mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti sebagai variabel mempengaruhi (prediktor). Pada kelompok organisasi yang digunakan dalam menumbuhkan solidaritas mahasiswa yaitu model jaringan rantai (<i>chain</i>) dan model jaringan bebas (<i>all-channel</i>).

Lanjutan Tabel Penelitian Terdahulu

	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada subjek, objek, dan metode yang digunakan.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi untuk penelitian ini adalah menjadi referensi atau gambaran mengenai pola dan motif komunikasi yang terjadi
	Penulis	Miranda Pratiwi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan. 2019
	Judul Penelitian	Analisis Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan PT Unitex Bogor
	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan di PT. Unitex dalam mempertahankan loyalitas karyawan PT. Unitex dilakukan melalui pola komunikasi formal dan informal. Pola komunikasi formal yang diterapkan meliputi pola komunikasi dari atas ke bawah, pola komunikasi dari bawah ke atas dan pola komunikasi horizontal. Sedangkan pola komunikasi informal dilakukan pada saat <i>Family Day</i> atau di luar jam kerja. Melalui pola komunikasi organisasi yang diterapkan dapat membangun lingkungan kerja yang nyaman sehingga dapat mempertahankan loyalitas karyawannya yang dapat terwujud melalui aspek yang meliputi taat peraturan, tanggung jawab, kemauan untuk bekerja sama, hubungan antar individu, rasa memiliki dan rasa suka terhadap pekerjaan.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada subjek dan objek yang dituju.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi untuk penelitian ini yaitu menjadi gambaran mengenai pola komunikasi yang memberikan dampak loyal kepada karyawan ataupun anggota

2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi tidak akan pernah bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, karena setiap orang akan selalu berkeinginan untuk mendapatkan persetujuan dan tercapainya keinginan melalui berkomunikasi. Karena dengan berkomunikasi kegiatan sosial antar manusia yang lain akan dapat berlangsung, baik antar individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberikan atau merubah sikap, pendapat dan perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media (Effendy, 1992). Komunikasi juga menjadi suatu proses dimana individu dalam hubungannya dengan individu lainnya, dalam kelompok, dalam organisasi, dan dalam masyarakat guna memberikan suatu informasi (Arni, 2001).

Menurut William J.Seller (1988) dalam Arni (2017) komunikasi merupakan proses pengiriman simbol baik secara verbal maupun nonverbal yang kemudian diterima dan diberi arti atau makna. Brent D.Ruben (1988) dalam Arni (2017:3) berpendapat bahwa komunikasi manusia merupakan proses individu dalam hubungan, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat untuk menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dengan orang lain. Sedangkan organisasi adalah sebuah wadah yang mampu menampung orang-orang dan objek-objek, orang-orang yang dalam organisasi yang berusaha untuk mencapai tujuan bersama Mulyana (2010).

Menurut Stogdill 1966, dalam Mulyana (2010), organisasi dianggap sebagai pemrosesan informasi besar melalui *input*, *throughput*, dan *output*. Sistem yang terstruktur atas perilaku ini berhasil mengandung berbagai jabatan atau posisi dan berbagai peran yang dapat dirancang sebelum berbagai peranan tersebut diisi oleh berbagai aktor. Goldhaber (1979) mendefinisikan organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Ditambahkan pada pendapat Weick dalam Littlejohn & Foss (2011)

menyatakan bahwa organisasi sebagai organisme yang hidup yang harus terus beradaptasi dalam perubahan lingkungan agar bisa bertahan hidup. Weick percaya bahwa organisasi bisa bertahan hidup dan berkembang bila anggota organisasi terlibat dalam informasi yang mengalir dan adanya interaksi komunikasi.

Berdasarkan pengertian komunikasi dan organisasi, maka komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi tertentu (Kartini, 2024). Menurut Redding dan Sanborn, dalam Arni (2009) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks seperti komunikasi internal hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, kemudian keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis bahkan adanya komunikasi evaluasi program.

Komunikasi organisasi merupakan arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling berlangsung, bergantung dalam mempengaruhi dan dipengaruhi informasi atau pesan tersebut. Dapat diartikan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses dimana anggota mengumpulkan informasi terkait tentang organisasi dan perubahan yang terjadi di dalamnya. Sehingga dari pendapat-pendapat tersebut dapat disamaartikan pengertiannya bahwa komunikasi organisasi merupakan sebuah proses dimana anggota mengumpulkan, pengiriman, dan penerimaan informasi atau pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung.

Komunikasi organisasi melibatkan proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang terjadi di dalam kelompok formal dan informal suatu organisasi. Selain itu, komunikasi organisasi sebagai ekspresi dan interpretasi pesan di antara unit komunikasi yang merupakan bagian integral

dari suatu organisasi. Komunikasi dalam organisasi menjadi suatu sistem aliran yang mampu menghubungkan dan membangkitkan kerja antar bagian dalam organisasi yang mampu menghasilkan sinergi.

Menurut (Situmeang, 2016:4) bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran pesan yang terjadi pada suatu jaringan kelompok. Menurut Liliweri (2007) komunikasi organisasi merupakan komunikasi interpersonal atau komunikasi kelompok yang bersifat impersonal (komunikasi yang terstruktur) yang dilakukan oleh pribadi atau kelompok/unit kerja dalam suatu organisasi. Terdapat dua macam komunikasi organisasi yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal terjadi hanya pada ruang lingkup organisasi, sedangkan komunikasi eksternal terjadi pada ruang lingkup yang lebih luas antara organisasi dengan masyarakat atau dengan organisasi lainnya yang berada di luar lingkup organisasi.

Adanya komunikasi organisasi tidak hanya turut andil dalam membentuk iklim organisasi, namun juga membentuk budaya organisasi (Masmuh, 2010). Komunikasi organisasi biasanya sering dikaitkan dengan peranan dan status dari setiap anggota yang ada di dalam organisasi tersebut, karena hal ini mampu menghubungkan antara peran status seseorang dalam menentukan cara bagaimana orang tersebut berkomunikasi dengan orang lain, begitupun sebaliknya.

Suatu organisasi baik yang berorientasi komersial, organisasi sosial, komunikasi dalam organisasi, atau lembaga tersebut akan selalu melibatkan 5 fungsi (Hendra, 2020), yaitu :

a) Fungsi Informatif

Organisasi dipandang suatu sistem pemrosesan adanya informasi, artinya bahwa seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu.

Selain itu, fungsi informatif juga mampu mempermudah pengambilan keputusan.

b) Fungsi Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Atasan / pimpinan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen adalah mereka yang mempunyai kewenangan untuk bisa mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Selain itu, mereka juga memiliki kewenangan untuk memberikan instruksi ataupun perintah.

c) Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu memberikan hasil yang sesuai dengan yang dituju atau diharapkan. Komunikasi berfungsi mengendalikan perilaku anggota dengan beberapa cara, dimana setiap anggota memiliki hierarki wewenang dan garis panduan formal yang harus dipatuhi oleh karyawan.

d) Fungsi Integratif

Terdapat dua saluran komunikasi formal seperti adanya penerbitan khusus, contohnya laporan kemajuan organisasi; dan juga saluran komunikasi informal seperti adanya obrolan antarpribadi. Adanya pelaksanaan ini akan mampu menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

e) Fungsi Manajer Subordinasi

Fungsi komunikasi dalam tingkat manajer subordinasi atau disebut “*down the line*” meliputi : pengarahan pelaksanaan tugas; perancangan peran komunikasi atau informasi untuk menghasilkan pemahaman dalam pelaksanaan tugas; memberikan informasi tentang pelaksanaan prosedur organisasi; memberikan umpan balik tentang pelaksanaan tugas; dan pengarahan mengenai misi yang akan dicapai.

Komunikasi yang baik dalam organisasi dapat menjadikan ketercapaian tujuan dalam organisasi dengan baik pula. Di dalam organisasi diperlukan pula untuk saling bertanggung jawab satu sama lain, saling membantu untuk kepentingan bersama dengan begitu loyalitas akan terjalin dan mempererat tali persaudaraan yang setiap anggotanya memiliki satu kesamaan visi dan misi. Objek material dari ilmu komunikasi adalah perilaku manusia, yang dapat merangkum perilaku individu, kelompok dan masyarakat. Sedangkan objek secara formalnya adalah situasi komunikasi yang mengarah pada perubahan sosial termasuk pikiran, perasaan, sikap dan perilaku individu, masyarakat dan pengaturan kelembagaan. Pada prinsipnya salah satu ciri dari komunikasi organisasi adalah adanya konsep hubungan.

Menurut Muhammad (dalam Situmeang, 2016:6) bahwa komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal, kemudian komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuannya, arah dan medianya, dan komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya, dan keterampilannya. Komunikasi dapat juga terjadi di dalam organisasi, dalam kenyataan walaupun alat dan cara berkomunikasi dan teknologi informasi telah mengalami kemajuan pesat, namun komunikasi antar orang di dalam sebuah organisasi tetap diperlukan serta memiliki peran penting dalam upaya organisasi mencapai tujuan. Komunikasi di dalam organisasi mampu menciptakan sebuah iklim, iklim komunikasi organisasi mempengaruhi cara berkomunikasi dalam organisasi.

Menurut Falcione, dkk (1987 : 198-203), iklim berkembang dari adanya interaksi antara sifat-sifat suatu organisasi dan persepsi individu atas sifat-sifat itu, iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi. Pace, dkk (2000) menjelaskan bahwa

komunikasi formal adalah komunikasi yang menurut struktur organisasi, yaitu :

- a. Komunikasi ke bawah (*downward communication*) yang merupakan komunikasi dapat mengalir dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat bawah organisasi, termasuk di dalamnya terdapat kebijakan manajemen, instruksi dan memo resmi. Komunikasi yang berlangsung dari pimpinan ke bawahan, dari tingkat manajemen puncak ke manajemen menengah, ke manajemen tingkat bawah terus mengalir kepada para pekerja melalui saluran yang hierarki dan mengalir melalui saluran rantai komando. Bentuk yang paling umum adalah seperti adanya instruksi, memo resmi, pernyataan tentang kebijakan perusahaan, prosedur, pedoman kerja dan pengumuman perusahaan.
- b. Komunikasi ke atas (*upward communication*) yang merupakan komunikasi yang mengalir dari tingkat lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi dalam suatu organisasi yang mengalir melalui saluran rantai komando. Organisasi yang efektif memerlukan komunikasi ke atas yang sama banyaknya dengan kebutuhannya akan komunikasi ke bawah. Dalam hal ini bentuk dari komunikasi ke atas seperti kotak saran, pertemuan kelompok dan prosedur mengemukakan keluhan-keluhan.
- c. Komunikasi horizontal (*horizontal communication*) adalah komunikasi yang mengalir antara fungsi dalam suatu organisasi, diperlukan adanya koordinasi dan integrasi fungsi-fungsi organisasi yang berbeda. Komunikasi yang dilakukan antara pimpinan atau pejabat yang setingkat dalam suatu organisasi. Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama.

Komunikasi organisasi sangat penting dalam mengaplikasikan kehidupan sehari-hari, terutama pada organisasi yang memiliki arus komunikasi berupa penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan, dan dari bawahan kepada atasan atas sebuah peraturan-peraturan dalam sebuah organisasi yang telah

dibuat dan dijalani serta ditaati. Serta memiliki peranan komunikasi yang merupakan bagian dari pola-pola komunikasi.

2.3 Pola Komunikasi

Pola merupakan suatu bentuk atau model yang biasa digunakan untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu bagian dari suatu yang ditimbulkan. Dalam KBBI pola memiliki arti sebagai sistem atau cara kerja, bentuk atau struktur yang tetap dimana pola bisa dikatakan sebagai sebuah contoh atau cetakan (Alhakim, 2014). Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, untuk memberitahu atau merubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung secara lisan ataupun tidak langsung melalui media (Effendy, 1992).

Setiap individu dalam sistem akan saling bergantung dan saling menentukan. Djamarah (2004) bahwa pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sunarto (2006) dimensi pola komunikasi terdiri dari dua macam yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial yang memiliki arah hubungan yang berlainan. Menurut Effendy (1986) bahwa pola komunikasi merupakan sebuah proses yang dibuat untuk menggambarkan kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya untuk memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.

Pola komunikasi biasanya disebut juga sebagai model, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk bertujuan pendidikan keadaan masyarakat. Pola merupakan bentuk atau model yang biasa digunakan untuk menghasilkan suatu bagian dari sesuatu, khususnya jika yang ditimbulkan cukup mencapai suatu sejenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat. Pola komunikasi menjadi model

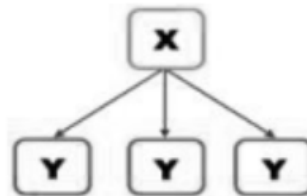
dari proses komunikasi dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi merupakan suatu cara kerja dalam berkomunikasi yang mencari cara terbaik dalam proses penyampaian pesan dari pemilik pesan kepada penerima pesan, sehingga akan muncul feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan. Penyampaian pesan dilakukan dari seseorang terhadap orang lain guna mengubah tingkah laku di dalam sebuah organisasi, di dalam organisasi terdapat arus komunikasi antara satu anggota dengan anggota lainnya agar tetap berkesinambungan, arus pesan yang dipakai dengan satu organisasi dengan organisasi lainnya yang bervariasi, jika organisasi tersebut berskala kecil maka pengaturan dalam berkomunikasi tidak akan terlalu sulit jika dibandingkan dengan organisasi yang berskala besar.

Menurut Effendy (1989) bahwa pola komunikasi terdiri dari 3 jenis yaitu :

a. Pola Komunikasi Satu Arah

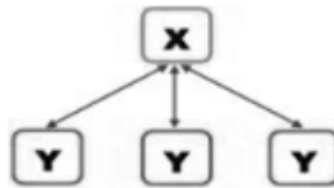
Pola komunikasi satu arah merupakan proses penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan tertentu tanpa adanya kepedulian atau harapan respon sehingga komunikasi bersifat linier. Pada pola ini tergambar bahwa penyampaian pesan yang efektif dan menyatakan bahwa semua proses komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.



Gambar 5. Pola Komunikasi Satu Arah

b. Pola Komunikasi Dua Arah

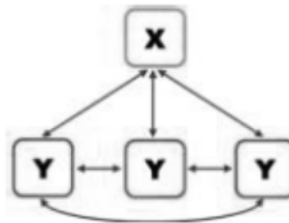
Pola komunikasi ini adalah pola komunikasi yang proses terjadinya pertukaran pesan yang berlangsung dari seseorang pengirim pesan kepada penerima pesan dalam menjalani tugas nya selama proses komunikasi berlangsung. Artinya komunikator tidak hanya menjadi pengirim pesan saja, namun juga berperan menjadi penerima pesan pada saat kondisi tertentu, hal tersebut dikarenakan adanya peran komunikator yang berubah menjadi komunikan. Pola komunikasi ini menganggap bahwa komunikan tidak pasif hanya menerima pesan saja, namun juga berperan secara aktif sebagai komunikator atau pemberi pesan.



Gambar 6. Pola Komunikasi Dua Arah

c. Pola Komunikasi Multi Arah

Pola komunikasi ini berlangsung kesegala arah namun tetap dalam satu rangkaian komunikasi. Komunikator tidak hanya menyampaikan pesan kepada komunikan namun juga meneruskan pesan kepada komunikan lainnya.



Gambar 7. Pola Komunikasi Multi Arah

Tantangan dalam menentukan pola komunikasi pada organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi kepada seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Untuk menjalankan dan mencapai tujuan tersebut maka diperlukannya dalam

organisasi adanya beberapa arah formal dan informal jaringan komunikasi dalam organisasi.

2.4 Jaringan Komunikasi

Ketika manusia berkomunikasi dalam suatu organisasi, mereka akan membutuhkan suatu sistem untuk mengatur alur informasi. Dengan adanya sistem pengatur alur informasi, setiap anggota organisasi dapat mengetahui “siapa berbicara kepada siapa”. Sistem tersebut disebut dengan *communication networks* oleh Ronald Adler dkk, bahwa jaringan komunikasi menjadi sebuah pola hubungan regular antara individu dengan individu lainnya dimana alur informasi berjalan dalam sebuah organisasi.

Jaringan atau *networks* didefinisikan sebagai *social structures created by communication among individual and groups* (struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi diantara sejumlah individu dan kelompok). Ketika manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya, maka terciptalah hubungan (*link*) yang merupakan garis-garis dari komunikasi dalam organisasi. Rogers (1981) mengartikan jaringan komunikasi sebagai sekelompok orang yang berhubungan satu sama lain melalui pola komunikasi yang sama atau semacam hubungan unik yang mampu menyatukan orang, objek, dan peristiwa. Menurut Berger, dkk (1987) bahwa jaringan komunikasi merupakan suatu pola yang teratur dari hubungan antar individu yang dapat diidentifikasi sebagai pertukaran informasi yang dialami seseorang di dalam sistem sosialnya. Sebuah jaringan komunikasi identik dengan keterhubungan di antara dua aktor atau lebih.

Studi jaringan komunikasi memberi penekanan pada relasi antara satu aktor dengan aktor yang lain dalam struktur sosial tertentu. Wasserman dan Faust (1994: 2) lebih detail menjelaskan bahwa jaringan komunikasi terdiri dari seperangkat aktor (*node*) dan hubungan (*ties*) di antara aktor. Aktor (*node*) dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau masyarakat. Sedangkan hubungan (*ties*) mungkin terjadi di antara individu dengan individu atau terjadi di antara individu dengan kelompok tertentu dan seterusnya.

Dalam perspektif komunikasi, hubungan di antara aktor merupakan dimensi yang sangat penting dan prinsip. Katz, dkk (2004) menjelaskan bahwa melalui hubungan yang terjadi di antara aktor akan menggambarkan jenis-jenis ikatan yang muncul. Berbagai jenis ikatan yang mungkin muncul, antara lain; ikatan hubungan komunikasi (siapa berbicara kepada siapa atau siapa yang memberi informasi atau saran kepada siapa), ikatan formal (siapa yang melapor kepada siapa), ikatan afektif (siapa yang menyukai siapa atau siapa yang mempercayai siapa), ikatan kedekatan (dekat secara spasial atau secara elektronik) dan hubungan kognitif (siapa yang tahu siapa yang mengenalnya).

Menurut Muhammad (1995) bahwa jaringan komunikasi yang terdapat dalam suatu organisasi meliputi jaringan komunikasi formal, yaitu pesan komunikasi yang mengalir melalui jalan resmi yang telah ditentukan oleh hirarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan. Gagasan dasar yang sangat penting mengenai jaringan adalah “keterhubungan” atau “keterkaitan” (*connectedness*) yaitu ide bahwa terdapat jalur komunikasi yang relatif stabil di antara individu-individu anggota organisasi. Para individu yang saling berkomunikasi satu sama lain akan terhubung bersama-sama ke dalam kelompok-kelompok yang pada gilirannya kelompok-kelompok itu akan saling berhubungan membentuk jaringan keseluruhan.

Setiap orang memiliki seperangkat hubungan yang unik dengan orang lain yang disebut “jaringan personal (*personal network*)”. Jaringan dalam kelompok (*group network*) terbentuk karena individu cenderung berkomunikasi lebih sering dengan anggota organisasi tertentu lainnya. Organisasi pada dasarnya terbentuk dari kelompok-kelompok yang lebih kecil yang terhubung bersama-sama dalam kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (*organizational network*).

Pada analisis jaringan, proses komunikasi melibatkan relasi bukan atribut. Hal inilah yang membedakan analisis jaringan komunikasi dengan penelitian pada bidang sosial lainnya. Scott (2003) secara lebih detail

menjelaskan bahwa dalam penelitian-penelitian sosial umumnya menghasilkan data atributif yaitu data mengenai pengetahuan, sikap, opini atau perilaku dari aktor, sedangkan dalam analisis jaringan komunikasi yang menjadi perhatian adalah data relasional. Menurut Eriyanto (2014: 13) analisis jaringan menggambarkan pola dan menggunakan deskripsi jaringan untuk mempelajari bagaimana struktur jaringan membatasi perilaku komunikasi dan perubahan sosial. Jaringan disini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang yang lain. Jaringan komunikasi atau struktur komunikasi dalam suatu organisasi dapat dirancang dalam berbagai bentuk dan cara.

Jaringan jika dianalisis maka akan terlihat beberapa hal, seperti:

1. Dapat terlihat cara-cara setiap dua orang saling berinteraksi atau berhubungan, ini disebut analisis dyad.
2. Dapat diperhatikan bagaimana setiap tiga orang saling berhubungan, ini disebut analisis triad.
3. Dapat dilakukan analisis kelompok dan bagaimana kelompok itu saling berhubungan terbagi-bagi ke dalam beberapa sub kelompok.
4. Dan akhirnya dapat terlihat pada cara-cara bagaimana berbagai kelompok itu saling berhubungan satu sama lain dalam suatu jaringan global (global network).

Terdapat cukup banyak pemikiran yang membahas cara-cara jaringan berfungsi dalam organisasi, antara lain :

1. Jaringan dapat mengontrol aliran informasi.
2. Jaringan dapat menyatukan orang-orang dengan kepentingan yang sama.
3. Jaringan membangun interpretasi yang sama.
4. Jaringan mendorong pengaruh sosial. Jaringan memungkinkan terjadinya tukar menukar sumber daya.

2.4.1 Elemen-Elemen Jaringan Komunikasi

Dalam jaringan komunikasi, elemen-elemen sangat dibutuhkan untuk dapat menggambarkan pola komunikasi. Orang-orang yang menyampaikan dan menerima pesan dilambangkan dengan *node*. *Node* sering digambarkan dalam bentuk titik atau lingkaran. Sedangkan untuk menggambarkan orang-orang yang menyampaikan kepada siapa dan menerima pesan dari siapa dilambangkan dengan *link* yang disimbolkan dengan garis. Kemudian, untuk menggambarkan siapa yang menyampaikan dan menerima digambarkan dengan anak panah. Seseorang yang menghubungi akan digambarkan oleh *link* dengan anak panah mengarah kepada penerima pesan.

Menurut Eriyanto (2014) dalam jaringan komunikasi terdapat beberapa elemen ataupun istilah dasar dari jaringan komunikasi, yaitu :

2.4.1.1 *Node* atau Edge

Jaringan dapat didefinisikan sebagai seperangkat hubungan diantara aktor-aktor sosial. Dari definisi tersebut bahwa terdapat dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan antar aktor. Aktor (*node*) tidak selalu berupa individu, namun juga bisa organisasi, negara, institusi dan lain sebagainya. Sementara *link* (*edge*) merupakan relasi yang ada di antara aktor tersebut. Adanya garis diantara aktor menunjukkan adanya relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak terdapat garis, maka dibaca tidak ada relasi.

2.4.1.2 Tipe Relasi

Dalam jaringan komunikasi terdapat jenis relasi yang terjadi antar aktor yaitu :

a. *One Mode Vs Two Mode*

Jaringan satu tipe adalah jaringan dimana aktor memiliki tipe yang sama, seperti antar orang, antar lembaga, antar

perusahaan, dsb. Sedangkan jaringan dua tipe adalah jaringan dimana aktor memiliki tipe yang berbeda, seperti orang dengan perusahaan atau lembaga.

b. *Directed vs Undirected*

Pada relasi yang memiliki arah (*Directed*) ada pengirim dan penerima pesan, ada subjek dan objek yang ditandai oleh garis dengan tanda panah. Sedangkan relasi yang tidak memiliki arah (*Undirected*) tidak ada pengirim dan penerima pesan, kedua aktor tersebut sama-sama memiliki peran yang sama, relasi ini ditandai dengan garis tanpa anak panah.

2.4.1.3 Komponen

Komponen adalah pengelompokkan aktor (*node*) yang sekurangnya memiliki satu *link* dalam jaringan. Ketika aktor (*node*) memiliki *link*, meskipun hanya satu maka akan dilihat sebagai bagian dari komponen.

2.4.1.4 Klik

Klik merupakan pengelompokkan aktor yang lebih ketat dari komponen yang ditandai dengan adanya relasi antar aktor secara lengkap, artinya adalah jika anggota dari aktor saling memiliki *link* satu sama lain.

2.4.1.5 *Star*

Star merupakan individu yang menjadi pusat dari jalur komunikasi beberapa anggota jaringan dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi individu-individu lainnya dalam sistem tersebut, dapat melewati sikap dan perilaku salah satunya. Seorang *star* dapat disebut *opinion leader* karena menjadi tempat untuk bertanya dan meminta nasehat mengenai topik-topik yang ada atau tertentu, dan memiliki hubungan sosial yang lebih luas dari individu-individu lainnya. Syarat seseorang dikatakan *star* adalah apabila individu tersebut mendapat jumlah pilihan terbanyak dari anggota lain.

2.4.1.6 *Opinion Leader*

Seorang *opinion leader* belum tentu menjadi *star* karena *opinion leader* diterima karena kepercayaan individu disekitarnya bahwa individu itu pantas untuk dimintai konfirmasi atau pendapat mengenai informasi tertentu. *Opinion leader* ini merupakan seorang pemimpin informal dalam kelompok yang membimbing pendapat dan mempengaruhi anggota kelompok. Syarat untuk dikatakan sebagai *opinion leader* adalah dilihat dari pilihan sosiometri minimum sepuluh persen dari seluruh responden

2.4.1.7 *Bridges*

Jembatan (*bridge*) adalah link yang menghubungkan dua kelompok terpisah dalam suatu jaringan. Ciri *bridge* yaitu tanpa link ini maka dua kelompok akan terpisah menjadi komponen tersendiri

2.4.1.8 *Liaison*

Liaison adalah sama peranannya dengan *bridge* tetapi individu itu sendiri bukanlah anggota dari satu kelompok tetapi dia merupakan penghubung di antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan di antara kelompok-kelompok dalam organisasi.

2.4.1.9 *Gate Keepers*

Gate keepers adalah individu yang mengendalikan arus informasi di antara anggota organisasi. Mereka berada di tengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain atau tidak memberikan informasi.

2.4.1.10 *Cosmopolites*

Cosmopolites adalah individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mereka mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan dan memberikan informasi mengenai organisasi kepada orang-orang tertentu pada lingkungannya

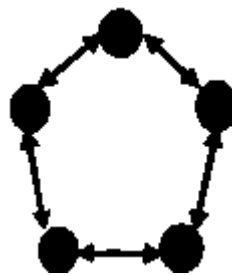
2.4.1.11 *Isolated*

Pemencil (*isolated*) adalah aktor yang tidak memiliki satu pun link dengan aktor lain dalam jaringan

2.4.2 Struktur Jaringan Komunikasi

Menurut De Vito (2011) ada lima struktur jaringan komunikasi, kelima struktur tersebut adalah:

- a. Struktur Lingkaran (*circular network*)



Gambar 8. Jaringan Struktur Lingkaran

Dalam struktur lingkaran, sebuah organisasi tidak memiliki pemimpin, semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuatan yang sama untuk mempengaruhi kelompok. Setiap anggota bisa terjadi interaksi pada setiap tiga tingkatan hirarkinya tanpa ada kelanjutan pada tingkat yang lebih tinggi dan hanya terbatas pada setiap level. Dengan kata lain, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisi kiri dan kanan mereka secara langsung.

- b. Struktur Rantai (*Chained network*)

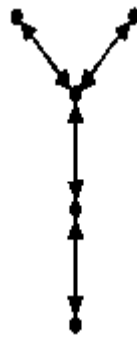


Gambar 9. Jaringan Struktur Rantai

Dalam struktur rantai terdapat keadaan terpusat. Dalam hal ini hanya dikenal komunikasi arus ke atas (*upward*) atau

komunikasi arus ke bawah (*downward*). Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin daripada mereka yang berada di posisi lain. Dalam struktur ini, sejumlah saluran terbuka dibatasi, orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja. Model ini memungkinkan adanya komando tanpa ada suatu penyimpangan dan bersifat kaku.

c. Struktur Y (*Y network*)

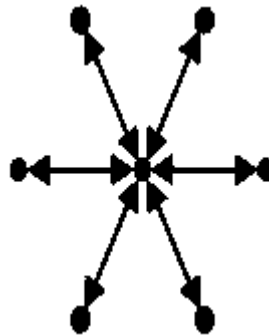


Gambar 10. Jaringan Struktur Y

Dalam struktur “Y” juga terdapat pemimpin yang jelas tetapi semua anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua. Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya sedangkan ketiga anggota lain terdapat batasan komunikasi yaitu hanya dengan satu orang lainnya. Struktur “Y” memasukkan dua orang sentral yang menyampaikan informasi kepada yang lainnya pada batas luar suatu kelompok.

Pada jaringan ini, seperti pada jaringan rantai, sejumlah saluran terbuka dibatasi, dan komunikasi bersifat desentralisasi atau dipusatkan. Orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja.

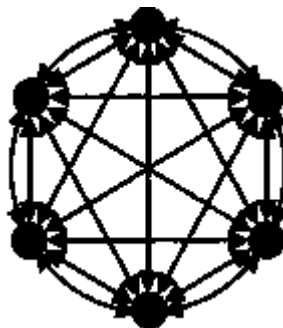
d. Struktur Roda (*wheel network*)



Gambar 11. Jaringan Struktur Roda

Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Disini semua laporan, instruksi perintah kerja dan pengawasan terpusat pada satu orang yang memimpin. Orang yang berada di tengah (pemimpin) mempunyai wewenang dan kekuasaan penuh untuk mempengaruhi anggotanya. Penyelesaian masalah dalam struktur roda bisa dibilang cukup efektif tapi keefektifan itu hanya mencakup masalah yang sederhana saja.

d. Struktur Bebas / Semua Saluran (*all-channel*) / Pola Bintang



Gambar 12. Jaringan Struktur Bebas

Struktur bebas/semua saluran merupakan pengembangan dari struktur lingkaran. Dalam arti semua anggota adalah sama dan

semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Dalam struktur bebas/semua saluran, setiap anggota dapat melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya.

2.5 Koperasi Unit Desa (KUD)

Koperasi berasal dari Bahasa Latin *coopere* atau *corporation* dalam Bahasa Inggris. Pengertian koperasi secara etimologi berasal dari kata *cooperation*, *co* artinya bersama dan *operation* artinya bekerja atau berusaha, sehingga *cooperation* adalah bekerja secara bersama-sama atau usaha bersama-sama untuk kepentingan bersama. Koperasi Unit Desa (KUD) dibentuk, diselenggarakan dan dibuat untuk masyarakat desa, tujuannya adalah untuk menjamin kebutuhan dan kesejahteraan masyarakat agar tetap terpenuhi yang berbasis kerakyatan dan kekeluargaan.

Pada dasarnya koperasi bertujuan untuk meningkatkan anggota dan masyarakat secara keseluruhan. Meskipun koperasi tidak memiliki orientasi utama pada kebutuhan finansial, namun usaha koperasi tetap dapat dipertahankan dan ditingkatkan kelangsungannya untuk memastikan kelangsungan operasionalnya. Tujuan utama dari didirikannya koperasi adalah menjadi penggerak perekonomian nasional untuk menjamin kesejahteraan para pekerja, dan hal inilah yang menyebabkan berkembangnya pembentukan koperasi hingga saat ini. (Shaffer, 1999)

Koperasi merupakan suatu bentuk organisasi ekonomi yang dipilih oleh sebagian anggota masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Legi dan Nilla (2023) bahwa sebuah koperasi akan dikatakan berhasil jika mampu menyatukan anggotanya dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi meningkatkan pendapatan para anggota dan memberikan kesempatan kerja kepada mereka yang bersedia untuk bergabung dalam koperasi.

Dengan meningkatnya pendapatan berarti mereka mampu memenuhi kebutuhan hidupnya yang lebih besar. Semakin besar terpuaskannya kebutuhan hidup, berarti taraf hidup anggota akan semakin meningkat (Cummings, 1999). Seperti halnya bentuk dari badan usaha yang lain, bahwa untuk menjalankan kegiatan usahanya koperasi memerlukan modal. Adapun modal koperasi terdiri dari :

1. Simpanan Pokok (sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi. Simpanan pokok jumlahnya sama untuk setiap anggota)
2. Simpanan Wajib (jumlah simpanan yang harus dibayarkan oleh anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu, misalnya setiap bulan dengan jumlah simpanan yang sama untuk setiap bulannya. Simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi)
3. Simpanan Khusus./Lain lain (adanya simpanan sukarela yang dapat diambil kapan saja, simpanan qurban, deposito berjangka)
4. Dana Cadangan (sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan Sisa Hasil Usaha (SHU), dalam hal ini yaitu mengenai pemupukan modal sendiri, pembagian kepada anggota yang keluar dari keanggotaan koperasi, dan untuk menutup kerugian koperasi bila diperlukan)
5. Hibah (sejumlah uang atau barang modal yang dapat dinilai dengan uang yang diterima dari pihak lain yang bersifat hibah atau pemberian dan tidak mengikat)

Menurut UU Republik Indonesia No 25 Tahun 1992, modal pinjaman koperasi berasal dari berbagai pihak, misal :

1. Anggota dan calon anggota
2. Koperasi lainnya yang anggotanya didasari dengan perjanjian kerjasama antar koperasi

3. Bank dan Lembaga keuangan bukan bank lembaga keuangan lainnya yang dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku
4. Penerbitan obligasi dan surat utang lainnya yang dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
5. Sumber lain yang sah

Jenis-jenis koperasi menurut UU Republik Indonesia no 25 tahun 1992 mengenai perkoperasian didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Berdasarkan kondisi dan kepentingan inilah muncul jenis-jenis koperasi, yaitu :

1. Koperasi Berdasarkan Keanggotaanya

- a. Koperasi Unit Desa (KUD) :

Koperasi yang beranggotakan masyarakat pedesaan yang melakukan kegiatan usaha ekonomi pedesaan, terutama pertanian. Kegiatan yang dilakukan oleh KUD antara lain menyediakan pupuk, obat pemberantas hama tanaman, benih, alat pertanian, dan memberi penyuluhan teknis pertanian.

- b. Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) :

Koperasi ini beranggotakan para pegawai negeri yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pegawai negeri.

- c. Koperasi Sekolah :

Koperasi yang memiliki anggota dari warga sekolah seperti guru, karyawan dan siswa. Koperasi sekolah memiliki kegiatan usaha menyediakan kebutuhan warga sekolah, seperti buku pelajaran, alat tulis, makanan dan lain-lain. Keberadaan koperasi ini bukan hanya semata-mata sebagai kegiatan ekonomi saja, namun sebagai media pendidikan bagi siswa seperti berorganisasi, kepemimpinan tanggung jawab dan kejujuran.

2. Koperasi Berdasarkan Tingkat dan Luas Daerah Kerja

a. Koperasi Primer :

Koperasi yang minimal memiliki anggota sebanyak 20 orang perseorangan.

b. Koperasi Sekunder :

Koperasi yang terdiri dari gabungan badan-badan koperasi yang memiliki cakupan daerah kerja yang luas dibandingkan dengan koperasi primer.

3. Koperasi Berdasarkan Fungsinya

a. Koperasi Konsumsi :

Koperasi yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan umum sehari-hari para anggotanya.

b. Koperasi Jasa :

Koperasi yang berfungsi untuk memberikan jasa keuangan dalam bentuk pinjaman kepada para anggotanya.

c. Koperasi Produksi :

Koperasi yang membantu dalam penyediaan bahan baku, penyediaan peralatan produksi, membantu memproduksi jenis barang tertentu serta menjual dan memasarkan hasil produksi tersebut.

4. Koperasi Berdasarkan Jenis Usahanya

a. Koperasi Serba Usaha (KSU) :

Koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam, seperti simpan pinjam, unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota juga masyarakat, unit produksi, unit wartel.

b. Koperasi Konsumsi :

Koperasi yang bidang usahanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota, seperti bahan makanan, pakaian, perabot rumah tangga.

c. Koperasi Produksi :

Koperasi yang bidang usahanya membuat barang dan menjual secara bersama-sama, anggota koperasi ini pada umumnya sudah memiliki usaha dan melalui koperasi para anggota mendapatkan bantuan modal dan pemasaran.

d. Koperasi Simpan Pinjam :

Koperasi yang meningkatkan kesejahteraan anggotanya dengan kegiatan kredit berbunga rendah.

Koperasi Unit Desa dapat membangkitkan swadaya masyarakat desa untuk berpartisipasi dalam membangun ekonomi pedesaan yang berperan membantu meningkatkan hasil-hasil usaha anggota, mendorong perkembangan kewirausahaan, dan mendorong kesempatan berusaha. Ketangguhan koperasi dapat diukur dari kemampuannya dalam mengembangkan dan menguasai pasar. Koperasi harus mampu memberikan alternatif rasional bagi anggotanya melalui berbagai kebijakan insentif usaha maupun perbaikan dalam teknis pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan anggota.

2.6 Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang memiliki arti setia. Loyalitas pada dasarnya adalah sebuah kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan dan ditunjukkan kepada seseorang atau lembaga yang di dalamnya ada rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik (Husni, dkk : 2018). Menurut Kamus Bahasa Indonesia pengertian dari loyalitas adalah sebuah kepatuhan dan kesetiaan. Loyalitas juga dapat dikatakan setia pada sesuatu hal dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi, seseorang tersebut merasa untuk tidak perlu mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu organisasi atau orang lain dari sikap loyalitasnya.

Menurut Fletcher, loyalitas adalah kesetiaan kepada organisasi dan tidak meninggalkan serta tidak berkhianat individu lain pada waktu yang dibutuhkan (Malik, 2014). Selanjutnya menurut Siswanto bahwa loyalitas

adalah suatu tekad dan kesnaggupan individu untuk menaati, melaksanakan, mengamalkan adanya peraturan-peraturan dengan penuh kesadaran dan sikap tanggung jawab (Nitisemito, 2000). Loyalitas dalam organisasi dapat dikatakan sebagai kesetiakawanan atau kecintaan terhadap sesuatu yang terjalin di dalam kelompok sosial atau organisasi yang memiliki satu tujuan yang sama.

Loyalitas tumbuh di antara setiap anggota-anggota di dalam sebuah organisasi, dengan maksud dan tujuan yang sama, para anggota akan saling berkomunikasi dan menjalankan tugasnya masing-masing serta adanya kerjasama yang baik guna tercapainya satu tujuan tersebut. Setiap anggota pun harus kompak dan saling mengingatkan satu sama lain, agar kebersamaan selalu terjaga sehingga organisasi dapat bertahan lama. Berdasarkan definisi loyalitas tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah kesetiaan seseorang terhadap organisasinya yang tercermin pada perilaku berbakti, tidak mengkhianati, melindungi, menyelamatkan, menjaga dan membela kelompok, tugas-tugas, dan pemimpin suatu organisasi. Dalam meningkatkan loyalitas anggota koperasi maka diperlukannya perhatian yang lebih terutama dalam kualitas pelayanan yang diberikan dan kemampuan koperasi menumbuhkan kepercayaan pada anggotanya, dengan begitu akan terciptanya kepuasan yang akhirnya akan mampu mendorong loyalitas anggota.

Pada saat ini, loyalitas anggota yang dalam perkembangan awalnya lebih menitikberatkan pada perilaku, dan dikembangkan lebih luas dengan melibatkan sikap para anggota. Loyalitas memiliki hubungan erat dengan sikap relatif dan perilaku pembelian ulang. Dari berbagai definisi mengenai loyalitas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah kesetiaan pelanggan yang ditunjukkan dengan sikap positif seperti melakukan peningkatan pembelian ulang dan teratur, kemauan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain serta keyakinan untuk tidak berpindah ke produk pesaing.

Menurut Zikmund terdapat beberapa faktor yang mampu mempengaruhi loyalitas, yaitu :

1. Kepuasan :

Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan apa yang diterimanya dengan harapannya. Jika puas dengan nilai yang diberikan maka sangat memungkinkan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

2. Ikatan Emosional :

Memiliki daya tarik sendiri, dapat mencari informasi dalam suatu merek, melalui merek dapat mencerminkan karakteristik dari konsumen tersebut.

3. Kepercayaan :

Pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya, atau kesediaan seseorang untuk mempercayakan suatu merek untuk melakukan atau menjalankan suatu fungsi.

4. Kemudahan :

Konsumen akan merasa nyaman dengan suatu merek ketika situasi transaksinya memberikan kemudahan.

5. Pengalaman dengan perusahaan :

Adanya pengalaman dari sebelumnya yang membuat konsumen akan melakukan pembelian ulang karena merasa nyaman. Loyalitas pelanggan terbentuk karena keinginan pelanggan untuk menjaga hubungan kerjasama dengan cara menggunakan produk perusahaan secara berulang-ulang. Sesuai dengan pernyataan Griffin bahwa loyalitas merupakan perilaku yang dalam pengambilan keputusannya melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk atau jasa suatu perusahaan atau organisasi yang terpilih salah satu faktornya adalah adanya kepercayaan.

Menurut Reichheld (2000) bahwa semakin tinggi loyalitas para anggota di suatu organisasi, maka akan semakin mudah bagi organisasi itu mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilih organisasi.

Selain yang telah disebutkan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang membuat seseorang memiliki loyalitas, menurut Steers dan Porter bahwa tingkat loyalitas seseorang terhadap organisasi dipengaruhi juga oleh beberapa faktor, yaitu karakteristik pribadi, karakteristik pekerjaan, karakteristik desain organisasi, dan pengalaman yang diperoleh dalam pekerjaan (Soegandhi, 2013).

Menurut Saydam (2000) bahwa terdapat beberapa aspek loyalitas anggota yaitu ketaatan atau kepatuhan berupa kesanggupan seseorang untuk mentaati segala peraturan yang berlaku dan mentaati perintah yang ditentukan; bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas yang diserahkan kepadanya baik, tepat waktu, serta berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan; pengabdian berupa sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas kepada organisasi.

Tahapan loyalitas menurut Oliver (1999) terbagi atas empat tahapan yaitu :

1. Fase Kognitif (fase ini adalah fase dimana seluruh informasi mengenai produk atau jasa diterima oleh pelanggan yang menunjukkan bahwa organisasi atau perusahaan tersebut lebih baik atau lebih diinginkan dibandingkan lainnya. Sehingga pada tahap ini, pelanggan akan lebih rentan berpindah ke perusahaan lain dengan adanya rangsangan dari kegiatan pemasaran)
2. Fase Afektif (loyalitas sebagai akumulasi dari kepuasan merek, produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas afektif yang didasari oleh kepuasan masih rentan berpindah merek, produk atau jasa yang disebabkan oleh upaya adanya persuasif dari pesaing, keinginan untuk mencoba merek lain dan penurunan kualitas produk)
3. Fase Konatif (tahapan dalam membentuk loyalitas sebagai akibat dari pengulangan secara positif atas pembelian merek, produk atau jasa tertentu. Loyalitas konatif merupakan loyalitas yang mengandung komitmen dari pembelian atau penggunaan kembali, komitmen inilah yang menjadi niat untuk membeli kembali dan lebih mirip dengan motivasi. Pelanggan tetap rentan dan berpindah ke perusahaan)

4. Fase Action (pada fase ini terdapat niat yang diikuti oleh motivasi yang mampu mengubah menjadi kesiapan untuk bertindak dan berkeinginan untuk mengatasi hambatan dalam melakukan tindakan).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berkaitan dengan judul yang dikemukakan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menganalisis dan menyajikan data secara riil dan relevan sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Dalam penelitian ini membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat objek tertentu. Selain itu, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan lain-lain. Selain itu, paradigma yang berlaku dalam penelitian adalah paradigma konstruktivis yang berfokus pada pemahaman individu atau kelompok dalam membangun makna melalui interaksi sosial yang terjadi. Peneliti akan berusaha memahami perspektif subjektif anggota koperasi dan pengurus terkait pola dan jaringan komunikasi yang terjadi.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjelaskan mengenai hal-hal yang menjadi pokok dalam permasalahan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Fokus penelitian bertujuan untuk membantu peneliti agar dapat fokus melakukan penelitiannya sehingga peneliti akan terarah sesuai dengan tema yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada pola dan jaringan komunikasi yang terbentuk dan terjadi pada Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera Tulang Bawang dalam mempertahankan loyalitas anggotanya.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dijadikan oleh peneliti untuk melakukan penelitiannya. Penentuan dari lokasi penelitian dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu sesuai dengan teori substantif, penjajakan lapangan, keterbatasan geografi, waktu, biaya, dan tenaga. Pada penelitian ini dilakukan di Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera yang terletak di Jl Raya Rawajitu Desa Bogatama Kecamatan Penawartama Kabupaten Tulang Bawang Lampung.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang menjadi informan dalam suatu penelitian (Alwasilah, 2002), adapun subjek dalam penelitian ini adalah pengurus dan para anggota dari KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung. Peneliti berupaya untuk melakukan penelitian ini dengan menggunakan sudut pandang orang-orang yang menjadi sumber data primer penelitian, melalui interaksi dengan subjek penelitian secara alamiah dan tidak memaksa, sehingga tindakan dan cara pandang subjek tidak berubah.

Dalam menentukan informan yang akan digunakan dalam penelitian ini maka dilakukan teknik *snowball* yaitu informan yang menjadi narasumber dipilih melalui pertimbangan tertentu yang kemudian narasumber satu memilih narasumber lainnya. Pada penelitian ini, informan tersebut yaitu :

- a. Para pengurus inti KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung yaitu sejumlah 4 Orang (ketua 1, ketua 2, sekretaris, dan bendahara)
- b. Koordinator Wilayah
- c. Koordinator Ketua Kelompok Tani (K3T)
- d. Anggota KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang

3.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini yaitu pola dan jaringan komunikasi KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung.

3.5 Sumber Data Penelitian

Sumber Data penelitian merupakan dari mana sumber subjek didapatkan.

Pada penelitian ini data yang terdapat 2 sumber data yaitu :

3.5.1 Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara, dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan pengurus KUD dan anggota.

3.5.2 Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang didapatkan dari dokumentasi yang peneliti lakukan sewaktu masa penelitian sebagai bahan pelengkap penelitian, berupa dokumentasi ataupun jurnal-jurnal pendukung.

3.6 Definisi Konsep

3.6.1 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam suatu kelompok, baik secara kelompok formal ataupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal merupakan komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan memiliki sifat berorientasi terhadap kepentingan organisasi baik dalam hal cara kerja, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi tersebut (Romlu, 2011).

3.6.2 Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan cara atau struktur interaksi yang terjadi di dalam suatu organisasi atau kelompok dalam proses pertukaran informasi. Dalam konteks KUD Krida Sejahtera, pola komunikasi merujuk pada bentuk atau mekanisme bagaimana

informasi mengalir antara pengurus dan anggota koperasi. Pola ini dapat mencakup komunikasi secara vertikal (antara pengurus dan anggota) dan komunikasi secara horizontal (antar anggota), serta dapat juga terjadi secara formal melalui rapat atau pertemuan resmi, maupun informasi melalui interaksi sehari-hari. Dalam konteks KUD, pola komunikasi dapat berupa pertemuan formal, diskusi kelompok, dan penyampaian informasi melalui berbagai media seperti rapat, pengumuman, atau teknologi komunikasi.

3.6.3 Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi merupakan struktur hubungan komunikasi yang terbentuk diantara anggota koperasi, yang mencakup siapa yang berbicara dengan siapa dan melalui saluran komunikasi apa. Jaringan komunikasi ini menggambarkan hubungan interaksi yang terjadi di dalam KUD Krida Sejahtera, baik secara formal (alur komunikasi dalam rapat atau kebijakan) maupun informal (interaksi sosial diluar struktur organisasi). Jaringan komunikasi yang terjadi di KUD memungkinkan adanya pengiriman informasi, koordinasi kegiatan, dan pengambilan keputusan bersama antara pengurus dan anggota.

3.6.4 Koperasi Unit Desa (KUD)

Koperasi Unit Desa (KUD) merupakan organisasi ekonomi yang berbasis masyarakat yang bergerak dibidang usaha untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui berbagai layanan, termasuk pada bidang pertanian. Koperasi Unit Desa (KUD) berfungsi sebagai wadah kolaborasi ekonomi antar warga desa dengan pengelolaan usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip dari koperasi.

3.6.5 Loyalitas Anggota

Loyalitas anggota dalam konteks koperasi merujuk pada kesetiaan dan keterlibatan aktif anggota terhadap koperasi, termasuk didalamnya terdapat partisipasi dalam kegiatan, kesetiaan terhadap kebijakan, dan komitmen jangka panjang untuk mendukung dan memanfaatkan layanan koperasi. Loyalitas ini muncul dari adanya rasa puas, kepercayaan, dan keterlibatan yang didorong oleh komunikasi yang efektif antara anggota dan pengurus. Dalam mempertahankan loyalitas anggota merujuk pada strategi dan tindakan yang dilakukan oleh koperasi untuk menjaga agar anggotanya tetap setia, terlibat dan puas dengan koperasi. Hal ini meliputi adanya peningkatan keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan, penyampaian informasi yang terbuka dan transparan, serta pengelolaan komunikasi yang baik antara pengurus dan anggota.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam studi deskriptif dimana peneliti sebagai tokoh utama dalam mengumpulkan serta menginterpretasikan data yang telah diperoleh. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui :

3.7.1 Observasi

Observasi (observasi dilakukan untuk mengamati dan mencatat secara sistematis gejala yang tampak pada objek penelitian).

3.7.2 Wawancara

Wawancara (suatu cara dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada para pengurus inti KUD, koordinator wilayah, koordinator kelompok tani, dan anggota)

3.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi (dengan cara menyelidiki buku-buku, majalah, jurnal, gambar-gambar, dsb yang bersifat teks dan mampu

menjelaskan serta menguraikan mengenai hubungannya dengan penelitian yang dilakukan).

3.8 Teknik Analisis Data

Proses dari analisis data dimulai dengan menganalisis semua data yang telah di dapat dari berbagai sumber, baik hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan begitu akan memudahkan peneliti dalam meneliti dan mendeskripsikan permasalahan dan pengalaman yang diteliti dari diri sendiri dan orang sekitar. Pada penelitian kualitatif data akan diolah menjadi data kualitatif dengan proses interpretasi data. Moloeng (2007), proses analisis kualitatif akan melalui beberapa proses sebagai berikut :

3.8.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, menggolongkan data, mengarahkan, menyingkirkan data yang tak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan. Data yang telah diperoleh dituangkan ke dalam bentuk laporan selanjutnya direduksi, dirangkum, dan difokuskan pada hal-hal yang penting yang menjadi fokus penelitian.

3.8.2 Penyajian Data

Penyajian data adalah seluruh data yang didapatkan di lapangan baik berupa wawancara, dokumentasi dan observasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan kesimpulan mengenai pola dan jaringan komunikasi yang terjadi pada KUD Krida Sejahtera Tulang Bawang Lampung dalam mempertahankan loyalitas anggotanya.

3.8.3 Verifikasi Data

Peneliti berusaha mencari arti, tema, pola, dan penjelasan alur sebab akibat, dsb. Kesimpulan harus selalu diuji selama penelitian berlangsung, dalam hal ini dengan cara penambahan data baru. Kegiatan yang peneliti lakukan pada tahap verifikasi data adalah

membuat kesimpulan berdasarkan dari hasil data penelitian yang diperoleh dari hasil pengumpulan data.

3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

3.9.1 Model Triangulasi

Model triangulasi data merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk memantapkan konsistensi metode yang digunakan, seperti pengamatan, wawancara, dan penggunaan metode yang sama dengan wawancara ke beberapa informan. Selain itu, triangulasi digunakan untuk mengecek keabsahan data atau memeriksa keabsahan temuan penelitian. Triangulasi sumber data adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya dengan membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan secara umum dengan secara pribadi.

3.9.2 Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan Pengamatan dapat dimaknai sebagai istilah perpanjangan keikutsertaan yang dilakukan jika ditemukan data yang masih kurang atau belum lengkap. Perpanjangan pengamatan juga dilakukan untuk melihat kembali keakuratan data yang didapatkan sebelumnya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan yaitu :

- 5.1.1 Pola komunikasi yang terbentuk pada koperasi unit desa (KUD) Krida Sejahtera dalam mempertahankan loyalitasnya adalah pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah dan pola komunikasi multi arah. Kemudian pola komunikasi yang terbuka, berimbang antara formal dan informal, serta adaptif terhadap kebutuhan anggota, akan memperkuat dimensi loyalitas baik dari sisi afektif (emosi) maupun kognitif (logika dan kepuasan). Dengan demikian, pengelolaan komunikasi yang baik menjadi kunci penting dalam menjaga keberlanjutan keanggotaan dan stabilitas koperasi. Selain itu hal tersebut menunjukkan bahwa koperasi tidak hanya menjalankan komunikasi berdasarkan struktur hierarkis saja namun juga menciptakan ruang partisipatif antaranggota. Kombinasi berbagai pola komunikasi ini memberikan akses informasi yang luas dan terbuka, sehingga mampu menciptakan rasa kepercayaan, kenyamanan dan keterikatan dalam diri anggota koperasi.

Koperasi Unit Desa (KUD) Krida Sejahtera juga berhasil membentuk pola baru yaitu Pola Kombinasi Vertikal – Horizontal yang fleksibel.

5.1.2 Jaringan komunikasi pada koperasi membentuk pola jaringan bintang dan membentuk beberapa klik. Hal tersebut memungkinkan adanya setiap anggota melakukan komunikasi atau bertukar informasi secara bebas dengan anggota lainnya. Selain itu, jaringan komunikasi yang padat membuat kepuasan anggota meningkat karena kemudahan akses informasi, ikatan emosional terbentuk melalui interaksi informal dan horizontal, kepercayaan terbangun karena komunikasi dua arah yang transparan, serta pengalaman anggota menjadi lebih positif karena merasa dilibatkan dalam dinamika organisasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang inklusif dan partisipatif menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan loyalitas anggota di Koperasi Unit Desa.

Selain adanya pola komunikasi baru yang terbentuk dalam KUD Krida Sejahtera, KUD ternyata mampu membentuk jaringan komunikasi baru yaitu adanya pergeseran dari pola tradisional yang hirarkis menjadi pola komunikasi yang fleksibel, kolaboratif dan multipusat (*decentralized network*) yang terlihat dari munculnya banyak simpul aktif atau hubungan para aktor yang tidak hanya satu aktor saja yang menjadi pusat namun terdapat beberapa simpul sentral seperti Karno, Sujoko, Triono dan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi tidak hanya sekedar proses pertukaran informasi namun juga menjadi alat strategis membangun keterikatan, loyalitas, dan ketahanan organisasi koperasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan yaitu :

- 5.2.1 Bagi pengurus koperasi, disarankan untuk terus mampu mempertahankan dan meningkatkan komunikasi dua arah dengan anggota. Penggunaan media digital, forum informal, serta adanya pertemuan rutin dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat hubungan komunikasi yang sudah terbentuk.
- 5.2.2 Bagi anggota koperasi, diharapkan untuk lebih proaktif dalam berkomunikasi, baik dengan sesama anggota maupun dengan pengurus, sehingga dapat menjaga transparansi, keterbukaan, dan kolaborasi yang sehat.
- 5.2.3 Bagi koperasi lain, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bahwa pola dan jaringan komunikasi yang terbuka dan menyeluruh merupakan kunci penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas anggota, terutama di era informasi saat ini.
- 5.2.4 Bagi penelitian selanjutnya, penelitian terkait dengan pola dan jaringan komunikasi dapat dikembangkan dengan metode analisis jaringan lainnya sehingga penelitian serupa dapat digunakan sebagai sumber referensi terkait pola dan jaringan komunikasi. Selain itu, penelitian ini jauh dari sempurna, oleh karena itu harapannya penelitian selanjutnya dapat melengkapi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita trisiah, 2015. *Dampak Tayangan Televisi Pada Pola Komunikasi Anak*. Palembang : Noer Fikri Offset hal 9
- Balqis, R.L. 2021. *Pola Komunikasi Organisasi Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung Dalam Proses Kaderisasi Anggota*.
- Cummings, S.L. 1999. *Developing Cooperatives as a Job Creation Strategy for Low-Income Workers*. NYU Rev.L.& Soc.Change, 25,181.
- Damayanti, Sari. 2018. *Peran Koperasi BMT El-MU Dalam Menjaga Loyalitas Anggota di Desa Purwodadi Simpang Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan*. Skripsi.
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta
- Eriyanto. 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru Dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fajri, Hendra. 2020. *Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Di Kabupaten Kampar*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Gibson, dkk. 1985. *Organisasi : perilaku, Struktur, Proses*. Jakarta: Erlangga edisi ke-5.
- Goldhaber, Gerald M. 1986. *Organizational Communication*. Dubque, Iowa: Wm. C. Brown.
- Husni, Said Musnadi dan faisal, *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 2018: 89 (ISSN: 2302-0199)

- Katz, N.,dkk. 2004. *Network Theory and Small Groups. Small Group Research. doi:10.1177/1046496404264941.*
- Kotler,Philip. 2003. *Marketing Insight From A To Z.* Jakarta: Erlangga, hal 111-112.
- Legi, H & A.S.Nilla. 2023. *Analysis of Cooperative Management In Improving Member Welfare in Civil Servant Cooperatives.* Economics and Digital Business Review, hal 291-301.
- M. Imanuddin Al Hakim, 2014. *Pola Komunikasi Penanaman Doktrin Perjuangan Organisasi*,Skripsi. Jurusan Komunikasi Penyiaran islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.UIN Raden Fatah Palembang hal-15
- Malayu S.P. Hasibuan, Loc. Cit., hlm. 179-182
- Malik, A. (2014). Pengaruh budaya organisasi dan loyalitas kerja dengan intensi turnover pada karyawan PT. Cipaganti heavy equipment Samarandi. *Jurnal Psikologi*, 2, 65-75.
- Marin, A.,&Wellman,B. 2011. *Social Network Analysis-An Introduction.* Thousand Oaks. California: Sage Publication.
- Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek.* Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 4.
- Monge,P.R.,dkk. 2003. *Theories of Communication Networks.* New York : Oxford University Press
- Muhammad, Arni. 2002. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara
- Nitisemito, A.S. 2000. *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia*, Ed.3. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur Azizah, Wafiq. 2023. *Strategi Peningkatan Loyalitas Anggota KUD: Perspektif Harga, Keragaman Produk, dan Faktor Budaya.* CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, Vol 3 No 4 hal 357-371
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Onong U Effendy. 2008. *Dinamika Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya hal 33
- Pace dan Faules. 2010. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan.* Bandung: Remaja Rosdakarya

- Pitasari, Dwi Nuurina. 2015. *Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Peningkatan Kinerja pegawai di Perpustakaan Institut Teknologi Bandung*. Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan, vol 3 no.2
- Prasanti,Dina. 2017. *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Komunitas (MOTTUL) Motor Tua Lawas Sragen)*. Skripsi.Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Prasetijowati,T.,Sudona,C.D.,& Nurany, F. 2023. *Pola Komunikasi Dalam Rangka Menjaga Solidaritas Antar Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya*. Governance.Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik. hal 17-25
- Ratih Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, hal 128.
- Romlu, Khomsahrial. Komunikasi Organisasi (Jakarta: PT. Grasindo, 2011), 2.
- Ruben,Brent D. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Scoot, J. 2000. *Social Network Analysis: A Handbook*. Contamporary Sociology. doi:10.1370/afm.344.
- Selviani, Irene. 2020.*Public Relation Sebagai Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, hal 32
- Shaffer, J. 1999. *Historical Dictionary of The Cooperative Movement*. Scarecrow Press
- Sunarto. 2006. *Keluargaku Permata Hatiku*. Jakarta: Jagadnita Publishing
- Syaiful Bahri Djamarah. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*. Jakarta : Rineka Cipta hal-1
- Vanessa Gaffar, CRM dan MPR Hotel Customer Relationship Management and Marketing Public Relations, (Bandung: ALFABETA, 2007), 72
- Wasserman, S.&Faust, K. 1994.*Social Network Analysis: Methods and Application*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Yasmin, A.dkk. 2019. *Strategi Pengembangan Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Agrobisnis (LKM-A) Gapoktan Sari Makmur Kecamatan Metro Timur Kota Metro*. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, Vol 7(1) hal 83-90.

Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2015). *Essentials of Marketing Research*. Boston: Nelson Education.