

## Pengaruh Komunikasi Internal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap Sikap Karyawan dalam Mendukung Persib Bandung

Ajeng Daningtyas Widiarizki<sup>1\*</sup>, Muhamad Ramdhani<sup>2</sup>, Fardiah Oktariani Lubis<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang

\*Email: ajeng.daningtyas17026@student.unsika.ac.id

### ABSTRAK

PT Bobotoh Indonesia Gemilang (PT BIG) merupakan salah satu perusahaan yang memiliki identitas kolektif yang jelas yaitu bobotoh. Kunci terbentuknya identitas organisasi adalah keefektifan komunikasi internal di dalam organisasi. Didalam KBBI, bobotoh memiliki arti pendukung sepak bola. ). Namun karena di tanah Sunda sendiri, Persib merupakan salah satu tim besar maka arti bobotoh itu sendiri lebih fokus kepada pendukung Persib Bandung. Bergerak di bidang perdagangan dan media, PT. BIG memiliki media bernama Bobotoh.ID. Kemudian dalam bidang perdagangan tepatnya bidang distribusi barang, anak perusahaan PT BIG bernama Bobotoh Kopi Gajah. Kedua anak perusahaan tersebut menggunakan identitas bobotoh. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi internal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap sikap pegawai dalam mendukung Persib Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey eksplanatory*. Dengan populasi pegawai PT BIG berjumlah 21 orang dan sampel dengan jumlah yang sama karena menggunakan metode sampel jenuh. Hasil yang diperoleh, nilai R (korelasi) antara variabel X dan variabel Y adalah sebesar 0.601 yang memiliki arti hubungan variabel Komunikasi Internal (X) terhadap Sikap (Y) cukup kuat. Kemudian, diperoleh hasil T hitung sebesar 3.274 > T Tabel 2.07961 dan nilai signifikansi 0.004 < 0.05, sehingga Ho ditolak dan Hi diterima. Artinya komunikasi internal PT. Bobotoh Indonesia Gemilang berpengaruh kepada sikap pegawai dalam mendukung Persib Bandung.

**Kata Kunci:** Organisasi; Identitas Organisasi; Bobotoh; Komunikasi Internal; Mendukung Persib Bandung

### *The Influence of PT Bobotoh Indonesia Gemilang's Internal Communication on Employee Attitudes in Supporting Persib Bandung*

### ABSTRACT

PT Bobotoh Indonesia Gemilang (PT BIG) is one of the companies that has a clear collective identity, namely Bobotoh. The key to the formation of organizational identity is the effectiveness of internal communication within the organization. In the KBBI, bobotoh means football supporter. ). However, because in Sundaland itself, Persib is one of the big teams, so the meaning of bobotoh itself is more focused on Persib Bandung supporters. Engaged in trade and media, PT. BIG has a media called Bobotoh.ID. Then in the trade sector, to be precise in the distribution of goods, a subsidiary of PT BIG named Bobotoh Kopi Gajah. The two subsidiaries use the identity of bobotoh. The purpose of this research is to find out how much influence the internal communication of PT Bobotoh Indonesia Gemilang has on the attitude of employees in supporting Persib Bandung. The method used in this study is an explanatory survey method. With a population of employees of PT BIG amounting to 21 people and the same number of samples because it uses the saturated sample method. The results obtained, the value of R (correlation) between variable X and variable Y is 0.601 which means that the relationship between the Internal Communication variable (X) and Attitude (Y) is quite strong. Then, the result of T count is 3.274 > T Table 2.07961 and a significance value of 0.004 < 0.05, so Ho is rejected and Hi is accepted. This means that the internal communication of PT. Bobotoh Indonesia Gemilang has an effect on the attitude of employees in supporting Persib Bandung.

**Keywords:** Organization; Organizational Identity; Bobotoh; Internal Communications; Support Persib Bandung

---

**Korespondensi:** Ajeng Daningtyas Widiarizki. Unsika. Jl.H.S Ronggowaluyo, Puseurjaya Kec. Teluk Jambe Timur Kab Karawang 41361. **No. HP,Whatsapp: 08815765814** *Email:ajeng.daningtyas17026@student.unsika.ac.id*

---

## PENDAHULUAN

Organisasi merupakan wadah yang berisi sekumpulan individu dengan latar belakang yang berbeda-beda, menjadi satu padu dan bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Neuhauser (dalam Ganiem, Leila., Kurnia, 2019) memaparkan bahwa keberagaman dalam internal organisasi bahkan tidak mengenal tingkatan jabatan. Mulai dari karyawan, manajer hingga pemimpinnya. internal organisasi merupakan sebuah kesatuan dari berbagai suku.

Menurut Victor A Thompson (dalam Kurniawan, 2020) karena terdapat keberagaman di dalam organisasi, maka kolaborasi harus dilakukan. Kolaborasi ini dilakukan untuk memadukan latar belakang individu yang berbeda-beda seperti antara anggota yang memiliki sifat sangat rasional dan impersonal. Keberagaman itu harus dikolaborasikan dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan secara spesifik sebelumnya. Kolaborasi secara tidak langsung dapat dibentuk apabila terdapat interaksi antar pegawai. Menurut Cangara (dalam Fida et al., 2019) Interaksi tidak akan terlepas dari kegiatan komunikasi.

Komunikasi adalah pertukaran informasi yang terjadi diantara dua orang atau lebih. Komunikasi yang efektif sangatlah penting bagi berjalannya suatu organisasi. Sebagai jantung dari organisasi, komunikasi merupakan medium yang digunakan untuk mencapai hal-hal penting yang dibutuhkan organisasi untuk beroperasi. Menurut Van Riel (dalam Sulistyorini, 2015) Komunikasi adalah sumber kehidupan bagi kinerja organisasi.

Komunikasi organisasi yang baik merupakan cara yang dapat dilakukan dalam upaya menjalin sebuah kerja sama yang apik dan membentuk sebuah kolaborasi yang saling menguntungkan. Katz dan Kahn (dalam Ritonga, 2019) memaparkan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Pertukaran informasi yang terjadi pada setiap karyawan, secara tidak langsung memindahkan arti dari masing-masing individu ke individu lainnya. Pemindahan arti inilah yang nantinya akan membuat masing-masing individu dalam organisasi menyatu, dan menumbuhkan sikap saling pengertian.

Komunikasi yang terjadi diantara pegawai dalam organisasi disebut komunikasi internal. Komunikasi internal merupakan salah satu dimensi dalam komunikasi organisasi. Komunikasi dalam internal organisasi secara tidak langsung mempengaruhi cara hidup karyawannya : bagaimana cara mereka berinteraksi dengan karyawan lain, perasaan apa yang dirasakan, karyawan mana yang akan dia ajak bicara, apa yang ingin karyawan capai, dan bagaimana cara pegawai melakukan penyesuaian diri di dalam perusahaan. Selain itu, komunikasi internal yang kuat pun dapat membangun identitas organisasi.

Menurut Van Riel dan Fombrun (dalam Wijaya, 2015) komunikasi internal merupakan kunci dalam membentuk identitas organisasi. Identitas organisasi ini yang akan membentuk *sense of belonging* (rasa memiliki) pada setiap karyawan di dalam perusahaan.

Komunikasi internal adalah pertukaran informasi/pesan yang terjadi dan dilakukan oleh pihak internal organisasi, baik secara formal maupun nonformal. Komunikasi sendiri merupakan hal yang sangat penting dalam organisasi, dengan adanya pertukaran informasi yang baik di bagian internal. Maka setiap anggota dalam organisasi tersebut dapat menyamakan visi dan misinya.

Mitchell (dalam Ganiem, Leila., Kurnia, 2019) menambahkan bahwa karyawan yang terhubung secara emosional dengan perusahaan, baik merek maupun identitas perusahaan itu sendiri, senantiasa bekerja lebih keras dan setia. Perusahaan atau organisasi harus menyadari bahwa komunikasi internal yang baik dalam perusahaan/organisasi dapat memperkuat kontrak psikologis antara karyawan dan organisasi.

Soesanto (dalam Hasugian, 2017) memaparkan bahwa komunikasi internal memiliki tiga dimensi, yaitu : (1) Komunikasi vertikal, merupakan komunikasi yang terjadi diantara pimpinan dan pegawai, dapat berupa komunikasi dari pimpinan ke pegawai (*down ward communication*) maupun sebaliknya (*up ward communication*). Husain Umar (Fadhli, 2021) memaparkan bahwa komunikasi vertikal lebih kepada penyampaian informasi atau perintah yang mengharuskan adanya pengaruh yang besar dari hasil komunikasi yang dilaksanakan. Yang harus diperhatikan saat komunikasi adalah adanya *feedback* yang efektif, monitoring serta evaluasi. (2.) Komunikasi horizontal, merupakan komunikasi yang terjadi antar sesama karyawan dan staf lainnya. Dalam komunikasi horizontal tidak mengandung unsur perintah, namun bersifat pertukaran informasi yang berhubungan dengan kebijakan pimpinan mengenai organisasi/perusahaan. Komunikasi ini sifatnya mendatar, karena terjadi pada posisi atau jabatan yang sama. Komunikasi ini dirancang untuk memudahkan jalur koordinasi, untuk mempermudah setiap anggota/pegawai dalam bekerja. (3.) Komunikasi Diagonal, merupakan komunikasi yang terjadi diantara pegawai dengan posisi yang berbeda. Bahkan mereka tidak mempunyai kewenangan langsung satu sama lainnya. Effendy (dalam Fadhli, 2021) juga menyebut komunikasi diagonal sebagai komunikasi silang (*cross communication*).

*Man* atau manusia yang menjadi salah satu unsur pokok dalam perusahaan, bersama-sama menjalankan fungsi dari organisasi/perusahaan itu sendiri untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya adalah saling mempengaruhi dalam perusahaan. Selaras dengan tujuan komunikasi yaitu perubahan sikap, adanya pertukaran informasi dan pesan antar karyawan akan menghasilkan sesuatu yang persuasif.

Sunaryo (dalam Aini et al., 2011) memaparkan bahwa perubahan dan pembentukan sikap seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Sikap terbentuk dan dipelajari dari pengalaman hidup seseorang dan berkembang sesuai dengan pengalaman yang dialami. Pengalaman disini merupakan salah satu contoh faktor eksternal yang merupakan stimulus dalam mempengaruhi pembentukan sikap.

Menurut Notoatmodjo (dalam Prameswari, 2019) menyatakan bahwa sikap utuh dapat terbentuk apabila terdiri dari ketiga komponen ini, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Kognitif merupakan kepercayaan seseorang mengenai apa yang telah berlaku atau apa yang benar bagi obyek sikap. Afektif merupakan emosi atau perasaan konsumen tentang produk tertentu atau merek merupakan komponen afektif dari sikap dan konatif merupakan kecenderungan bertindak.

Tak dipungkiri, perubahan sikap ini pun dapat dialami oleh para karyawan dalam suatu perusahaan. Terlebih perusahaan yang sudah memiliki identitas organisasi yang kuat. Menurut Bakke (dalam Sitepu, 2011) pada tahap tertentu organisasi akan mempengaruhi individu dan begitu pula sebaliknya, pada waktu bersamaan individu pun dapat mempengaruhi organisasi. Organisasi nantinya akan dipersonalkan oleh setiap individu dan individu-individu pun akan disosisialisasikan oleh organisasi, terjadi proses fusi didalamnya (teori fusi). Kemudian Argyris menyempurnakan teori tersebut, terkadang karyawan memiliki tujuan yg berlawanan dengan tujuan organisasi. Hal itu dapat berdampak pada anggota/pegawai yaitu mengalami frustrasi dan pada akhirnya memilih keluar atau tetap tinggal namun dengan sikap yang acuh, bahkan sampai bisa membuat onar.

Saling mempengaruhi dalam organisasi/perusahaan menjadi suatu hal yang lumrah terjadi. Tak hanya berdampak pada kinerja karyawan dan efektivitas perusahaan. Hal ini pun dapat mempengaruhi sikap dan tindakan-tindakan yang akan dilakukan oleh karyawan itu sendiri. Albert dan Whetten menyatakan bahwa stabilitas serta tidakan yang dipilih karyawan bersumber dari identitas organisasi (Hatta & Parahyanti, 2018, p. 88).

Bobotoh Indonesia Gemilang merupakan salah satu Perseroan Terbatas yang dilihat dari namanya memiliki identitas kolektif yang jelas yaitu bobotoh. Didalam KBBI, bobotoh memiliki arti pendukung sepak bola.

Bergerak di bidang perdagangan dan media, PT. Bobotoh Indonesia Gemilang (PT BIG) memiliki media bernama Bobotoh.ID. Media ini merupakan media *online* yang menyajikan berita seputar bobotoh (pendukung sepak bola). Namun karena di tanah Sunda sendiri, Persib merupakan salah satu tim besar, maka pemberitaan yang disampaikan Bobotoh.id bahkan arti bobotoh itu sendiri fokus kepada Persib Bandung. PT. Bobotoh Indonesia Gemilang pun melebarkan sayapnya ke bidang perdagangan dengan menjadi distributor Kopi Gajah, produk kopi milik PT Sumber Kopi Prima yang terafiliasi dengan Grup Djarum (Husaini, Azis., Julian, 2021). Penjaringan karyawan pun dilakukan melalui media yang dimiliki yaitu Bobotoh.ID. Sehingga PT BIG menjadi induk dari dua anak perusahaan, yaitu BobotohID dan Distributor Bobotoh Kopi Gajah.

Komunikasi internal yang baik menjadi kunci terbentuknya identitas organisasi/perusahaan yang kuat (Wijaya, 2015). Dilihat dari nama perusahaan hingga penjaringan karyawan, PT Bobotoh Indonesia Gemilang merupakan salah satu perusahaan yang memiliki identitas yang kuat itu. Maka, selain identitas organisasi peneliti ingin meneliti sejauh mana pengaruh komunikasi internal yang terjadi dalam PT BIG. Karena identitas

yang dibentuk adalah pendukung Persib Bandung (Bobotoh), maka sebesar apakah pengaruh komunikasi internal dalam PT BIG dalam memengaruhi sikap pegawai dalam mendukung Persib Bandung.

Peneliti memiliki tujuan sebagai berikut (1) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi vertikal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap sikap karyawan dalam mendukung Persib Bandung. (2) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi horizontal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap sikap karyawan dalam mendukung Persib Bandung. (3) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi diagonal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap sikap karyawan dalam mendukung Persib Bandung.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey eksplanatory. Menurut Darmawan (dalam Meinawati, 2014) menyatakan bahwa “Survey bersifat eksplanatori yaitu penelitian yang harus dilakukan penjelasan atas hubungan, pengaruh, atau adanya hubungan kausalitas dan sebab akibat.” Penelitian dengan metode ini mengumpulkan data utama dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner.

Sehingga metode survey eksplanatory ini merupakan metode yang menjelaskan kausalitas antar variable yang diteliti dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi menggunakan kuesioner. Peneliti ingin mengetahui adakah kausalitas antara identitas PT Bobotoh Indonesia Gemilang dengan sikap karyawannya dalam mendukung Persib Bandung. Dikarenakan perusahaan tersebut sudah memiliki identitas yang kuat. Identitas yang kuat ini, biasanya dapat menciptakan rasa kepemilikan yang tinggi dari para karyawan terhadap perusahaannya.

Populasi yang hendak diteliti adalah karyawan PT Bobotoh Indonesia Gemilang (BIG). Pegawai PT BIG berjumlah 21 orang sehingga pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh atau sensus. Menurut Sugiono, 2019 (dalam Saleh, 2014) metode sampling jenuh atau sensus yaitu keseluruhan populasi dijadikan sampel.

### **Teknik Analisis Data**

Uji Validitas merupakan cara untuk mengukur ketepatan alat ukur. Menurut Nazir (dalam Vicenovie & Situmeang, 2020). Suatu alat ukur mempunyai reabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur stabil, dapat diandalkan dan dapat diramalkan

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali (dalam Nurjaya et al., 2021)klasifikasikan nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ , maka dinyatakan reliabel,
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$ , maka dinyatakan tidak

Menurut Hamdi & Bahrudin (dalam Safitri et al., 2019) uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah data penelitian yang hendak diteliti memiliki distribusi normal yang baik.

Kriteria untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak adalah sebagai berikut :

1. Jika angka signifikansi uji kolmogorovsmirnov Sig. < 0,05 maka distribusi data tidak normal.
2. Jika angka signifikansi uji kolmogorovsmirnov Sig > 0,05 maka distribusi data normal.

Pengujian koefisien korelasi adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel X (Komunikasi Internal PT Bobotoh Indonesia Gemilang) terhadap variabel Y (Sikap Pegawai dalam mendukung Persib Bandung), untuk memudahkan hal tersebut, penulis menggunakan perhitungan *Pearson Correlation*.

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel X terhadap variabel Y. Jika persamaan regresi hanya terdapat satu variabel terkait, maka disebut dengan analisis regresi sederhana.

Model persamaan regresi linear sederhana adalah :

$$Y=a+bX$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1 Uji Validitas Varabel X**

No.	<i>Corrected item =Total Correlation</i>	r <sub>tabel</sub>	<i>Keterangan</i>
1.	.883**	0.4227	VALID
2.	.839**	0.4227	VALID
3.	.684**	0.4227	VALID
4.	.897**	0.4227	VALID
5.	.948**	0.4227	VALID
6.	.866**	0.4227	VALID
7.	.660**	0.4227	VALID
8.	.807**	0.4227	VALID
9.	.859**	0.4227	VALID

### Sumber: Data Kuisiner Diolah SPSS Versi 24.0

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat *corrected item- total correlation* atau r<sub>hitung</sub> setelah membandingkan dengan r<sub>tabel</sub> yaitu sebesar 0,4227 maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada variabel X atau komunikasi internal dinyatakan valid.

**Tabel 2 Uji Validitas Varabel Y**

No.	<i>Corrected item =Total Correlation</i>	r <sub>tabel</sub>	<i>Keterangan</i>
1	.607**	0.4227	VALID
2	.705**	0.4227	VALID
3	.848**	0.4227	VALID

4	.728**	0.4227	VALID
5	.875**	0.4227	VALID
6	.875**	0.4227	VALID
7	.694**	0.4227	VALID
8	.818**	0.4227	VALID
9	.685**	0.4227	VALID

**Sumber: Data Kuisiener Diolah SPSS Versi 24.0**

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat *correted item- total correlation* atau  $r_{hitung}$  setelah membandingkan dengan  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,4227 maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada variabel Y atau sikap dalam mendukung Persib Bandung dinyatakan valid.

**Uji Reliabel**

**Tabel 3 Keterangan Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1 Komunikasi Vertikal	0,690	Reliabel
X2 Komunikasi Horizontal	0,876	Reliabel
X3 Komunikasi Diagonal	0,677	Reliabel
(Y) Sikap	0,908	Reliabel

**Sumber: Data Kuisiener Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari tabel 3 dijelaskan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel reliabel, itu artinya jawaban responden dari waktu ke waktu konsisten, sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

**ANALISIS DATA**

**Uji Normalitas Data**

**Tabel 4 Keterangan Uji Normalitas**

**Sumber: Data  
Versi 24.0**

Berdasarkan hasil terlihat bahwa nilai signifikansi pada kolom Asymp. Sig (2-tailed) melebihi angka 0,05 kesimpulan bahwa data ini berdistribusi normal dan statistik parametrik.

**Analisis Regresi Linier  
Tabel 6 Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Error Std.			
1 (Constant)	4,210	11,108		0,379	0,709
Komunikasi Internal	0,864	0,264	0,601	3,274	0,004

a. Dependent Variable: Sikap

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.17115998
Most Extreme Differences	Absolute	0.175
	Positive	0.175
	Negative	-0.160
Test Statistic		0.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Kuisiener Diolah SPSS**

uji normalitas data pada tabel diatas pada (2-tailed) sebesar 0,092 sehingga dapat ditarik sampel pada penelitian menggunakan

dihitung menggunakan

**Sederhana**

**Sumber: Data Kuisiener Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari hasil pada tabel 6 didapatkan nilai constant (a) sebesar 4.210, sedangkan Komunikasi Internal (b/koefisien regresi) sebesar 0.864, sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y=a+bX$$

$$Y=4.210+0.864X$$

**Tabel 7 Hasil R dan R square**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 <sup>a</sup>	0,361	0,327	4,58649

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Internal

**Sumber: Data Kuisisioner Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari hasil tabel di atas, didapat nilai R (korelasi) sebesar 0.601 yang artinya hubungan variabel Komunikasi Internal (X) terhadap Sikap (Y) cukup kuat. Dapat dilihat juga hasil R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.361 yang artinya pengaruh variabel Komunikasi Internal (X) terhadap Sikap (Y) sebesar 35.1%, sisanya sebesar 64.9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kemudian peneliti menganalisis data dari masing-masing sub variabel untuk melihat seberapa besar pengaruh dari setiap masing-masing sub variabel dari variabel independent terhadap variabel dependent.

**Tabel 8 Hasil R Square Sub Variabel Komunikasi Vertikal**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 <sup>a</sup>	0.263	0.224	4.92544

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Vertikal

**Sumber: Data Kuisisioner Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari hasil tabel diatas, didapatkan hasil nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.263 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi vertikal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 26.3%.

**Tabel 9 Hasil R Square Sub Variabel Komunikasi Horizontal**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 <sup>a</sup>	0.324	0.289	4.71493

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Horizontal

**Sumber: Data Kuisisioner Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari hasil tabel diatas, didapatkan hasil nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.324 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi horizontal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 32.4%.

**Tabel 10 Hasil R Square Sub Variabel Komunikasi Diagonal**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 <sup>a</sup>	0.280	0.242	4.86711

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Diagonal

**Sumber: Data Kuisisioner Diolah SPSS Versi 24.0**

Dari hasil tabel diatas, didapatkan hasil nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.280 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi diagonal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 28%.

**Tabel 11 Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,210	11,108		0,379	0,709
Komunikasi Internal	0,864	0,264	0,601	3,274	0,004

a. Dependent Variable: Sikap

**Sumber: Data Kuisisioner Diolah SPSS Versi 24.0**

Diketahui T hitung 3.274 > T Tabel 2.07961 dan nilai signifikansi 0.004 < 0.05, sehingga Ho ditolak dan Hi diterima. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa Komunikasi Internal (X) PT. Bobotoh Indonesia Gemilang berpengaruh kepada Sikap (Y) Pegawai dalam mendukung Persib Bandung.

Hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Bakke (dalam Sitepu, 2011), pada tahap tertentu organisasi mempengaruhi anggotanya, begitu pula sebaliknya. Organisasi terdiri dari individu dengan membawa latar belakang yang tidak sama. Keberagaman inilah yang membuat Bakke merasa perlu adanya proses fusi. Dengan personalisasi dan sosialisasi individu, fusi kebutuhan pegawai dan perusahaan pun dilahirkan sehingga setiap individu dalam perusahaan/organisasi tetap menuju kearah yang sama walaupun setiap individunya memiliki kepentingannya masing-masing (Romli, 2014).

**SIMPULAN**

Terdapat pengaruh antara komunikasi internal PT Bobotoh Indonesia Gemilang dengan sikap pegawai dalam mendukung Persib Bandung. Hal tersebut terlihat dari nilai R (korelasi) sebesar 0.601 yang memiliki arti hubungan variabel Komunikasi Internal (X) terhadap Sikap (Y) cukup kuat. Kemudian, dengan hasil R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.361, artinya pengaruh variabel Komunikasi Internal (X) terhadap Sikap (Y) sebesar 35.1%, dan sisanya sebesar 64.9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil regresi sederhana pada masing-masing sub variabel independent yaitu komunikasi vertical, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal didapati hasil koefisien determinasi sub variabel komunikasi

vertikal sebesar 0.263 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi vertikal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 26.3%. Untuk hasil koefisien determinasi sub variabel komunikasi horizontal adalah sebesar 0.324 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi horizontal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 32.4%. Kemudian hasil koefisien determinasi sub variabel komunikasi diagonal adalah sebesar 0.280 yang artinya pengaruh sub variabel komunikasi diagonal terhadap sikap (Y) pegawai sebesar 28%.

Nilai T hitung pengaruh komunikasi internal PT Bobotoh Indonesia Gemilang terhadap sikap pegawai dalam mendukung Persib Bandung adalah sebesar  $3.274 > T$  Tabel 2.07961 dan nilai signifikansi  $0.004 < 0.05$ , artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa Komunikasi Internal (X) PT. Bobotoh Indonesia Gemilang berpengaruh kepada Sikap (Y) Pegawai dalam mendukung Persib Bandung.

Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan serta menjadi bahan pembanding untuk penelitian serupa tentang pengaruh komunikasi internal organisasi terhadap sikap pegawai. Sehingga, penelitian selanjutnya akan menghasilkan interpretasi yang berbeda dan dapat memperluas wawasan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal online

- Aini, N., Fatmaningrum, W., & Yusuf, A. (2011). Upaya Meningkatkan Perilaku Pasien Dalam Tatalaksana Diabetes Mellitus Dengan Pendekatan Teori Model Behavioral System Dorothy E. Johnson. *Jurnal Ners*, 6(1), 1–10. <http://210.57.222.46/index.php/JN/article/view/579/579>
- Fadhli, M. N. (2021). *Strategi komunikasi organisasi di mis azzaky medan*. 2(2), 8–21.
- Fida, W. N., Unde, A. A., & Arianto, A. (2019). Strategi Komunikasi Interpersonal Orang Tua Terhadap Anak Remaja Dalam Menghadapi Pergaulan Bebas Di Negeri Tulehu Kabupaten Maluku Tengah. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, II(1), 22–30.
- Hasugian, M. (2017). Upaya Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakit Jiwa Daerah Atma Husada Mahakam. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 13–25.
- Hatta, H. M., & Parahyanti, E. (2018). Hubungan Antara Identitas Organisasi Dan Perilaku Kerja Inovatif Di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan X. *Journal Psikogenesis*, 4(1), 85. <https://doi.org/10.24854/jps.v4i1.520>
- Meinawati, N. (2014). *Pengaruh Komunikasi Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik pada Standar Kompetensi Memahami Prinsip-Prinsip Administrasi Perkantoran Di SMK PGRI 2 Cimahi*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nurjaya, N., Sunarsi, D., Effendy, A. A., Teriyan, A., & Gunartin, G. (2021). Pengaruh Etos Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kehutanan Dan Perkebunan Kota Bogor. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(2), 172. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v4i2.9086>
- Prameswari, D. (2019). *Hubungan Antara Kredibilitas Komunikator dengan Sikap Siswa SMAN 1 Karawang dalam Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi*. Singaperbangsa Karawang.
- Ritonga, E. (2019). *Komunikasi Organisasi*. 1–135.
- Safitri, R. A., Risaldi, B. T., & Oktaviani, M. (2019). Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 15(1), 19. <https://doi.org/10.29406/jmm.v15i1.1412>
- Saleh, Y. (2014). *Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo'a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango*. 1(4).
- Sitepu, Y. S. (2011). Paradigma dalam Teori Organisasi dan Implikasinya pada Komunikasi Organisasi. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, 1(2).

- Sulistiyorini, D. (2015). *Komunikasi Korporat dan Manajemen Pengetahuan* (Suraya (ed.)). Perum LKBN ANTARA.
- Vicenovie, I., & Situmeang, O. (2020). Pengaruh Program Acara Konser Tombo Kangen In Memoriam Didi Kempot dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Melaksanakan Donasi. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi, III*(Ii), 13–23.
- Wijaya, F. (2015). Strategi Komunikasi Internal PT X Dalam Membina Employee Engagement. *Journal E-Komunikasi, 3*(1), 1–10.

**Book**

- Ganiem, Leila., Kurnia, E. (2019). *Komunikasi Korporat Konteks Teoritis dan Praktis* (D. Feirus (ed.); Pertama). Prenadamedia group.

**Surat Kabar Online**

- Husaini, Azis., Julian, M. (2021). *Grup Djarum Meramaikan Persaingan Bisnis Kopi Kemasan*.  
<https://insight.kontan.co.id/news/grup-djarum-meramaikan-persaingan-bisnis-kopi-kemasan>
- Kurniawan, K. (2020). *Pengertian Organisasi Menurut Para Ahli (2020)*.  
<https://projasaweb.com/pengertian-organisasi/>