

## ABSTRAK

**Adnina Shabariah:** Penerapan Komunikasi Internal dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan CV Bi-Ensi Fesyenindo

Komunikasi internal menjadi aspek dasar yang penting dalam perusahaan guna membentuk *good relations* dan menjadi tolak ukur berjalannya kegiatan di perusahaan. CV Bi-Ensi Fesyenindo sebagai perusahaan di bidang *fashion* dengan jumlah cabang perusahaan yang sudah menyebar di seluruh Indonesia membutuhkan komunikasi internal untuk mengkoordinasikan seluruh karyawannya. Komunikasi internal juga digunakan untuk mempertahankan kesetiaan dan kepercayaan karyawannya pada perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan dari komunikasi internal yang dilakukan oleh perusahaan yang meliputi bentuk komunikasi internal, faktor pendukung dan faktor hambatan komunikasi internal, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan komunikasi internal yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas karyawan CV Bi-Ensi Fesyenindo.

Dasar yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah konsep komunikasi internal dan konsep loyalitas, karena kedua konsep ini berkaitan dengan objek penelitian ini. Paradigma yang digunakan peneliti adalah paradigma konstruktivisme dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung oleh data primer dan sekunder, dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dan observasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penerapan komunikasi internal yang dilakukan oleh CV Bi-Ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawannya menggunakan konsep komunikasi internal dan loyalitas sendiri. Terdiri dari (1) bentuk komunikasi internal: konsultasi, *meeting*, sosialisasi; (2) faktor pendukung komunikasi internal: budaya kerja, gaya komunikasi persamaan dan faktor hambatan: sikap individu karyawan, gangguan sinyal pada media komunikasi; dan (3) tahapan evaluasi: tahap penelitian, tahap pengembangan.

Kata kunci: *Komunikasi Internal, Loyalitas, Bi-Ensi Fesyenindo*

## **ABSTRACT**

**Adnina Shabariah:** *Implementation of Internal Communication in an Effort to Increase Employee Loyalty at CV Bi-Ensi Fesyenindo*

*Internal communication is an important basic aspect in the company in order to form good relations and become a benchmark for the running of activities in the company. CV Bi-Ensi Fesyenindo as a company in the fashion sector with a number of branch companies that have spread throughout Indonesia requires internal communication to coordinate all employees. Internal communication is also used to maintain employee loyalty and trust in the company.*

*This research was conducted with the aim of knowing the application of internal communication carried out by the company to seek to increase employee loyalty which includes forms of communication, supporting factors and barriers to communication activities, and evaluating the implementation of internal communication activities carried out in increasing employee loyalty of CV Bi-Ensi Fashionindo.*

*The basis for reference in this research is the concept of internal communication, because this concept is related to the object of this research. In addition, another concept that is used as a reference by researchers is the concept of loyalty. This is because loyalty is also directly related to this research. The paradigm used by the researcher is the constructivism paradigm with a qualitative descriptive approach supported by primary and secondary data, using two data collection techniques, namely interviews and observation.*

*The results of this study explain that the application of internal communication carried out by CV Bi-Ensi Fesyenindo in increasing employee loyalty uses the concept of internal communication and loyalty itself. Consists of 1) forms of internal communication: consultation, meeting, socialization; 2) internal communication supporting factors: work culture, communication style equations and obstacle factors: individual employee attitudes, signal interference on communication media; and finally the evaluation stage: the research stage, the development stage.*

**Keywords:** *Internal Communication, Loyalty, Bi-Ensi Fesyenindo*