 http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.27257

Pemahaman Visi, Misi dan Dampaknya terhadap Kinerja Organisasi

Risda Rakhmayanti, Kurnia
Prodi Ilmu Komunikasi
STIOKOM, InterStudi
risdagalia@gmail.com, kurnia.add@gmail.com

***Abstract*—This Research to understand the Vision, Mission that impacts the performance of the organization. Understanding the Vision, Mission in this research is conducted through four aspects, Clarity, Realistic, Appealing and Customer Perspective. This research uses quantitative approach with simple random sampling technique. The population of study was employees of STIKOM InterStudi and obtained 53 employees as a research sample. The data is then processed using Partial Least Square (PLS) with measurement model testing stages through validity and reliability tests as well as structural model testing (Structural Equation Modeling) to assess the statistical significance of hypothesized relationships. The results of this study show that the organizations performance can be strongly explained by employees understanding Vision and Mission of the organization. In this study only three aspects of understanding that affect of the performance organization: Clarity, Realistic, Appealing, while Customer Perspective becomes the only variable that does not significantly affect of the performance organization. The findings in this study have limitations only apply to the object studied, STIKOM InterStudi. Further research can examine the understanding of the Vision, Mission and its impact on the performance of organizations in similar institutions to obtain more implementative benetif findings.**

Keywords*—*Vision and Mission , Performance Organizations, Clarity, Realistic, Appealing, Customer Perspective

***Abstrak*—Penelitian ini bertujuan untuk memahami Visi, Misi yang berdampak terhadap kinerja organisasi. Pemahaman visi, misi dalam penelitian ini dikur melalui empat aspek yaitu Clarity, Realistic, Appealing dan Customer Perspective. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik simple random sampling. Populasi penelitian ini adalah karyawan STIKOM InterStudi dan diperoleh 53 karyawan sebagai sampel penelitian. Data kemudian diolah menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas serta pengujian model struktural (Stuctural Equation Modeling) untuk menilai signifikansi statistik dari hubungan yang dihipotesiskan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja organisasi secara kuat dapat diejelaskanoleh pemahaman karyawan atas Visi dan Misi organisasi. Dalam penelitian ini hanya tiga aspek pemahaman yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi yaitu; Clarity, Realistic, Appealing sedangkan Customer Perspective menjadi satu-satunya variabel yang tidak signifikan mempengaruhi kinerja organisasi. Hasil temuan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan hanya berlaku pada objek yang dikaji yaitu STIKOM InterStudi. Penelitian lebih lanjut dapat meneliti pemahaman visi,misi dan dampaknya terhadap kinerja organisasi pada institusi sejenis guna memperoleh temuan manfaat yang lebih implementatif.**

Kata Kunci*—*Visi dan Misi, Kinerja Organisasi, Clarity, Realistic, Appealing, Customer Perspective

I. PENDAHULUAN

Public Relations berperan sebagai salah satu alat manajemen untuk menyampaikan Visi strategis organisasi kepada para pemangku kepentingan. (Rivero & Theodore, 2014). Strategi penyampaian Visi organisasi melalui aktifitas *Public Relations* di lingkungan internal dikembangkan ke dalam kebijakan dan budaya organisasi (Shamsan & Otieno, 2014)

STIKOM InterStudi merupakan salah satu institusi pendidikan yang memiliki komitmen untuk menjadi Perguruan Tinggi terkemuka serta diakui sebagai pusat unggulan pengembangan ilmu komunikasi yang menghasilkan tenaga profesional, akademik dan riset dalam industri kreatif pada tahun 2030 (InterStudi, 2020) Komitmen tersebut tertuang sebagai Visi organisasi yang ditetapkan dan dijadikan dasar rencana strategis kerja untuk mencapai kinerja mutu pelaksanaan Pendidikan(http://www.interstudi.edu/page/detail/spmi-stikom-interstudi; (InterStudi, 2020).

Kinerja manajemen Pendidikan sangat dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam memahami Visi dan Misinya. Organisasi tidak hanya mengusulkan Visi untuk mewakili perubahan bertahap tetapi juga harus mampu menjelaskan perspektif Visi dan Misinya kepada karyawan agar performa organisasi dapat terwujud (Malingkas et al., 2018).

Organisasi harus memulai proses dialog antara pihak internal dan eksternal untuk memperjelas di mana dan bagaimana batasan dan bentuk dari Visi untuk manajemen pendidikan yang harus dipahami untuk mencapai performa organisasi (Akhtar et al., 2011).

Dalam mengelola manajemen Pendidikan penerapan Visi dan Misi juga harus secara kritis dapat ditinjau dari kesesuaian pelaksanaan manajemen dengan penyelenggaraan pendidikan (Muff, 2013) dan di sini, Kinerja manajemen pendidikan mengambil peran penting untuk mewujudkan Visi dan Misinya melalui pelayanan serta kinerja karyawan guna mencapai performa organisasi (Study et al., 2015).

Kinerja manajemen pendidikan dikembangkan dalam

pelayanan publik sebagai bentuk realisasi Visi dan Misi yang diwujudkan melalui kinerja karyawan untuk meningkatkan performa manajemen yang berkelanjutan. Dengan kata lain, performa organisasi pendidikan dapat dianggap sebagai sebuah proses dalam menerjemahkan pemahaman Visi dan Misi, tujuan serta nilai guna mencapai tujuan organisasi (Forrester, 2011). Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini bertujuan untuk memahami Visi Misi dan dampaknya terhadap performa organisasi melalui studi kasus pada STIKOM InterStudi (InterStudi, 2020).

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Public Relations, Visi dan Misi Organisasi

Pengelolaan manajemen *Public Relations* melibatkan rangkaian kegiatan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan organisasi, mulai dari sosialisasi internal hingga kampanye publik (Nurhanifah & Walisya, 2019)

Public Relations merupakan aktivitas yang juga diimplementasikan guna memenuhi tujuan dan sasaran kelembagaan. Khususnya, dalam merancang rencana strategis organisasi yang melibatkan peran hubungan masyarakat dan para pemangku kepetingan sehingga segala bentuk perencanaan jangka panjang maupun jangka pendek dapat terlaksana secara kondusif dan adanya kesalahpahaman dari pihak internal maupun eksternal masyarakat dapat terminimalisir (Basri & Kalijaga, 2011).

Strategi *Public Relations* dalam lingkungan internal dikembangkan ke dalam konteks Visi, Misi, kebijakan dan budaya perusahaan, dan berfokus untuk menciptakan evaluasi positif atas kinerja dan citra organisasi (Shamsan & Otieno, 2014). Pengelola organisasi memiliki tanggung jawab agar visi organisasi dapat dikomunikasikan dan dipahami oleh lingkungan internal maupun eksternal organisasi (Rivero & Theodore, 2014).

Public Relations berperan penting dalam meningkatkan citra suatu organisasi diantaranya dengan mengkomunikasikan identitas yang tercermin pada Visi strategis organisasi agar dipahami oleh para pemangku kepentingan organisasi tersebut (Alhadid & Qaddomi, 2016). Perusahaan mengembangkan Visi dan Misi organisasi sebagai pedoman dasar dalam mencapai tujuan perusahaan dan diwujudkan melalui perencanaan strategis organisasi (Babu & Chalam, 2016).

Pemahaman Visi dan Misi organisasi sangat terkait dengan potensi kinerja karyawan (Fontanella & Chandra, 2017). Visi dan Misi yang ditetapkan oleh organisasi sangat penting dikomunikasikan agar seluruh karyawan mampu lebih baik memahami elemen apa yang mendorong kinerja organisasi (Poppy Ruliana, 2018).

Kinerja karyawan akan meningkatkan kesuksesan rencana strategis organisasi (Senge, 2014; (Jonyo et al., 2018). *Public Relations* sebagai seorang komunikator bertanggung jawab memberikan informasi dan edukasi di lingkungan internal dan eksternal sesuai dengan Misi organisasi guna mendukung tercapainya Visi organisasi (Wijaya et al., 2015)

Aktifitas *Public Relations* sangat terkait dengan upaya transformasional dalam menyampaikan Visi organisasi memalui Misi kolektif yang memotivasi karyawan guna mencapai kinerja (Men, 2014). Dalam mewujudkan performa organisasi melalui misi yang ditetapkan, fungsi humas adalah mengatur hubungan antara pemangku kepentingan dengan organisasi (Yildiz, 2014).

B. Visi, Misi dan Kinerja Organisasi

Visi dan Misi organisasi merupakan pernyataan tujuan jangka panjang yang membedakan satu organisasi dengan organisasi sejenis lainnya (Achua dan Lussier, 2016; (Jonyo et al., 2018). Visi dan Misi yang baik harus fokus pada kebutuhan maupun komitmen kerja yang akan dipenuhi oleh organisasi tersebut dan kemampuan memenuhi layanan ini menentukan keunggulan organisasi (Ireland et al., 2016; Jonyo et al., 2018).

Visi juga merupakan pandangan optimistis tentang kepercayaan masa depan yang dapat dilakukan oleh setiap anggota dalam organisasi (Kantabutra & Avery, 2010). Pernyataan Visi organisasi hendaknya mencerminkan nilai dan aspirasi seluruh pemangku kepentingan (Cassar, 2010; Jonyo et al., 2018). Tugas kepemimpinan strategis adalah memastikan bahwa Visi dan Misi organisasi dapat dikomunikasikan secara efektif dan diadaptasi oleh seluruh karyawan (Ireland, et.al 2016; (Jonyo et al., 2018).

Pernyataan Misi Perguruan Tinggi harus dapat dikomunikasikan baik secara internal maupun eksternal sehingga dapat meningkatkan persepsi, harapan, dan tindakan seluruh pemangku kepentingan (Leornard dan Huang, (2014; Jonyo et al., 2018). Arahan strategis akan membuat Visi dan Misi organisasi dapat dipahami oleh pelaksana organisasi (Jonyo et al., 2018). Kepemimpinan yang efektif adalah dengan menetapkan nilai dalam setiap proses pengambilan keputusan anggota, hal ini merupakan kunci yang tidak hanya untuk mencapai Visi, Misi dan tujuan organisasi tetapi juga dalam membangun budaya organisasi (Aithal, 2015). *Public Relations* merekomendasikan setiap organisasi untuk berkomitmen mengimplementasikan penilaian kinerja dengan benar karena penilaian kinerja karyawan dapat berpengaruh positif dengan prestasi kerja (Dhanalakshmi, 2019).

Guna memperkuat penilaian kinerja organisasi, setiap karyawan harus meningkatkan motivasi dalam bekerja seta berkomitmen pada visi, misi organisasi (Fakhimi dan Raisy 2013; (Of & Lanka, 2019). Kinerja organisasi mengacu pada tujuan dan sasaran organisasi Cho dan Dansereau, (2010) (Almatrooshi et al., 2016). Kinerja organisasi merupakan hasil aktual yang diukur atas pencapaian visi, misi yang ditetapkan organisasi (Tomal dan Jones, 2015). Kinerja organisasi juga merupakan hasil yang aktual yang diukur terhadap tujuan dan sasaran sebuah organisasi (Sawaean & Ali, 2020).

Definisi kinerja menurut Armstrong and Baron, (1998) adalah fungsi hasil catatan pekerjaan atau aktivitas yang

dihasilkan selama periode tertentu (Qureshi & Hassan, 2013). Kinerja juga merupakan hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai melalui pelaksanaan tugas dan peran dalam suatu organisasi (Poppy Ruliana, 2014). Pencapaian kinerja instusi dapat terkait pencapaian kinerja dari perspektif finansial maupun proses pencapaian perkembangan keberlanjutan organisasi (Jonyo et al., 2018).

Ketercapaian kinerja organisasi, selain didasarkan pada *Financial prespective* dan *learning and growth* juga dapat dinilai dari *customer prespective* yaitu bagaimana *customer* sebagai pengguna layanan mempersepsikan pelayanan yang diberikan oleh organisasi (Khatoon & Farooq, 2014).

Efektivitas kinerja suatu organisasi bergantung pada efisiensi masing-masing karyawan dalam menjalankan fungsi dan komitmen kerja (Almatrooshi et al., 2016). Kinerja organisasi menjadi indikator penting bagi organisasi dalam mencapai visi yang ditetapkan dan menjadi faktor yang menentukan seberapa baik suatu organisasi dalam mencapai tujuannya objektifnya (Rehman et al., 2019).

Untuk Bersaing dan sukses di lingkungan organisasi secara berkala karyawan perlu meningkatkan kinerjanya Caliskan, (2010) (Malik, 2014). Pemahaman karyawan terhadap visi, misi organisasi merupakan komponen penting dalam setiap upaya peningkatan kinerja organisasi (Hartono et al., 2017). Pada institusi pendidikan visi dan misi organisasi harus dirumuskan secara realistis (*Realistic*), jelas (*Clarity*) dan menarik (*Appealing*) sehingga mendorong tercapainya kinerja institusi (Jonyo et al., 2018).

Berdasarkan uraian tersebut maka dihipotesiskan bahwa :

H1:Visi dan Misi yang menarik akan berpengaruh positif terhadap Kinerja Organisasi

H2:Kejelasan Visi dan Misi berpengaruh positif terhadap Kinerja Organisasi

H3:Visi dan Misi yang realistis berpengaruh positif terhadap Kinerja Organisasi

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *simple random sampling*. Populasi penelitian ini adalah karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) InterStudi.

Sampel penelitian ditetapkan berdasarkan rumus Slovin, sehingga peroleh 53 karyawan sebagai responden penelitian. Untuk mengukur pemahaman Visi dan Misi diadopsi dari skala item (Jonyo et al., 2018) terdiri atas 2 item indikator variabel *Appealing*, 3 item indikator variabel *Clarity*, dan 2 item indikator variabel *Realistic*, Sedangkan untuk mengukur *Organization Performance* (*Learning and Growth* 2 item dan *Financial Performance* 3 item (Jonyo et al., 2018), *Cutomer Perspective* 2 item (Khatoon & Farooq, 2014) indikator.

Kuesioner penelitian didistribusikan secara *online* menggunakan *google form* dengan skala pengukuran likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data kemudian dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas serta pengujian model struktural (*Stuctural Equation Modeling*) untuk menilai signifikansi statistik dari hubungan yang dihipotesiskan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil data responden menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berstatus tenaga kependidikan (70,4%), dengan gender responden paling banyak adalah pria (57,4%). Usia responden mayoritas ada pada kisaran diatas 40 tahun (48,1%), dan telah bergabung dengan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Interstudi selama lebih dari sepuluh Tahun (50%), seperti ditampilkan pada Tabel Data Profil Responden (Tabel 1) berikut :

TABEL 1. DATA PROFIL RESPONDEN

Deskripsi	Jumlah	Persentase %
Status		
Tenaga Kependidikan	38	29,6%
Tenaga Struktural	15	70,4%
Usia		
20 – 24 Tahun	16	31,5%
25 – 34 Tahun	10	18,5%
35 – 40 Tahun	9	18,5%
>40 Tahun	26	48,1%
Gender		
Pria	31	57,4%
Wanita	22	42,6%
Masa Kerja		
<2 Tahun	5	11
2 – 5 Tahun	6	11,1
6 – 10 Tahun	15	27,8%
>10 Tahun	27	50%
Mengetahui Visi Misi		
Ya	51	96,3%
Tidak	2	3,7%
Informasi Visi Misi		
Publikasi beruba banner, xbanner, dll	35	67,8%

Laman www.interstudi.edu	12	23,3%
Media Sosial	1	1,9%
Pemberitahuan dari pimpinan	3	5,4%
Orientasi karyawan baru	0	0%
Akreditasi dan AIPT	2	3,9%
Cerminan Visi Misi		
Kurikulum	33	61,1%
Penelitian dan PKM Dosen	15	27,8%
Kompetensi Dosen	17	31,5%
Proses Pembelajaran	19	35,2%
Penelitian Mahasiswa	13	24,1%
Job Deskripsi Kerja pada Unit	27	50%
Program Kerja Struktural	17	31,5%
Pedoman Kurikulum	1	1,9%

Keterangan : Total responden adalah 53 orang (n=53)

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2021)

Dari data Profil Responden diatas juga dapat diketahui secara deskriptif bahwa mayoritas karyawan STIKOM InterStudi telah mengetahui tentang Visi, Misi, Tujuan, dan Strategi STIKOM InterStudi (96,3%). Karyawan yang memperoleh informasi tentang Visi, Misi STIKOM InterStudi lebih banyak karena melihat dari publikasi berupa banner (67,8%) dan laman *website* (23,3%). Sedangkan informasi terkait visi, misi, yang disosialisasikan melalui media sosial, pemberitahuan dari pimpinan maupun pelaksanaan akreditasi sangat minim didapatkan. Bahkan, secara keseluruhan karyawan tidak memperolah informasi dan gambaran terkait visi, misi pada saat orientasi karyawan baru.

Karyawan sebagai responden penelitian memiliki pandangan bahwa idealnya Visi, Misi STIKOM InterStudi tidak hanya tercermin pada kurikulum (61,1%) namun juga dapat dicerminkan pada Job Deskripsi Unit Kerja (50%), Program Kerja Struktural (31,5%), serta Proses Pembelajaran (35,2%). Aspek lainnya yang juga diharapkan turut mencerminkan visi misi adalah Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen (27,8%) serta penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa (24,1%).

Berdasarkan hasil model pengukuran diketahui bahwa nilai *outer loading* seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0.7. *Average Variance Extracted* (AVE) juga menunjukkan nilai lebih tinggi dari 0.5 sehingga dapat dipastikan bahwa seluruh indikator valid. Hasil *Composite Reliability* (CR) juga terkonfirmasi reliabilitasnya dengan nilai melebihi 0,60 sebagaimana ditunjukkan pada Table 2 berikut ini :

TABEL 2. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Construct	Mean	AVE	CR
		(>0,50)	(>0,60)
REA	4,236	0,884	0,939
CLA	4,320	0,754	0,902
APP	4,209	0,642	0,780

Note : REA (Realistic), CLA (Clarity), APP (Appealing)

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2021)

Nilai Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini diketahui sebesar 0.758 menunjukkan hubungan yang kuat pada persentase 75% sehingga dapat dinyatakan bahwa Kinerja Organisasi secara kuat dapat dijelaskan oleh variabel *Appealing*, *Clarity*, dan *Realistic* sedangkan 25% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil data *mean* (3,875) pada indikator kinerja organisasi juga menunjukkan bahwa ketiga aspek kinerja (*Learning and Growth*, *Financial Perspective*, *Customer Perspective*) dianggap responden sebagai ukuran ketercapaian kinerja organisasi. Secara rinci dari tiga aspek tersebut, aspek *Customer Perspective* ditemukan sebagai indikator paling lemah dalam membangun kinerja STIKOM InterStudi (3.013) yang menunjukkan bahwa rata-rata penilaian yang diperoleh dari perspektif customer (dlam hal ini mahasiswa) masih relatif netral (3,013) dan belum mengarah pada penilaian pelayanan yang baik atau sangat baik seperti yang diharapkan dalam misi institusi yang ingin menyediakan pelayanan unggul di bidang pendidikan bidang komunikasi.

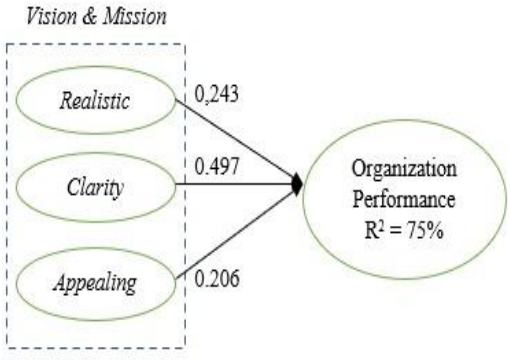
TABEL 3. HASIL UJI HIPOTESIS

Hypotesis	Coeffient	T Statistics	P Values	Result
REA -> PO	0,243	2,188	0,014	Supported
CLA -> PO	0,497	3,081	0,001	Supported
APP -> PO	0,206	1,803	0,036	Supported

Note : REA (Realtistic), CLA (Clarity), APP (Appealing), PO (Performance Organizations).

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2021)

Hasil pengujian hipotesis (Tabel 3) menunjukkan bahwa *Realistic* (T Stat = 2.188, β = 0.243, p = 0.014), *Clarity* (T Stat = 3.081, β = 0.497, p = 0.001), dan *Appealing* (T Stat = 1.803, β = 0.206, p = 0.036) terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap *Performance Organizations*.



Gambar 1. Model Hasil Penelitian

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2021)

Model hasil penelitian (Gambar 1) menunjukkan bahwa *Clarity* (CLA) merupakan variable yang lebih dominan (β=0.497) dalam mempengaruhi *Performance Organization.* Hal ini berarti bahwa kejelasan visi, misi institusi merupakan aspek utama yang menentukan keberhasilan kinerja organisasi. Kinerja organisasi yang merupakan pencapaian dari visi institusi akan tercapai secara aktual dan terukur apabila visi, misi tersebut dapat dipahami oleh karyawan sebagai tenaga akademik yang menjalankan misi institusi.

Hasil data deskriptif juga menunjukkan bahwa (mean = 4,320) visi, misi yang jelas adalah visi, misi yang mampu mendefinisikan tujuan institusi dan mencerminkan strategi yang jelas. Temuan tersebut juga sejalan dengan data deskriptif yang menyatakan bahwa karyawan menganggap visi, misi yang jelas adalah visi misi yang idealnya juga dapat tercermin pada kejelasan Job Deskripsi Unit Kerja (50%) dan Program Kerja Strukturalnya (31,5%).

Selain kejelasan visi, misi, kerealistisan visi, misi (β = 0.243) juga sangat mempengaruhi kinerja organisasi. Visi dan misi yang dibuat oleh STIKOM InterStudi harus dibuat realistis untuk tujuan jangka panjang dan memastikan bahwa karyawan bisa dengan konsisten dan disiplin beradaptasi dengan kebijakan dan peraturan yang ada. Hal ini dikuatkan dengan data deskriptif (mean = 4,236) yang menunjukkan bahwa ukuran ketercapaian visi, misi harus terlihat nyata dan dapat digunakan sebagai indikator penilaian kinerja karyawan sesuai dengan target yang ditetapkan.

Daya Tarik visi, misi (*Appealing)* (β=0.206) juga menjadi faktor yang mempengaruhi tercapainya kinerja organisasi. Karena di dalam suatu organisasi, daya tarik untuk membangun organisasi menjadi besar adalah menciptakan Visi Misi sebagaimana dapat ditunjukkan pada data deskriptif mean variabel (4,209) bahwa program, layanan, dan seluruh kegiatan di STIKOM InterStudi harus dapat secara konsisten dilaksanakan untuk menunjang daya tarik Visi, Misi institusi.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kinerja organisasi secara signifikan dapat tercapai melalui pemahaman karyawan terhadap visi, misi institusi. Pemahaman atas kejelasan visi , misi menjadi faktor utama penentu keberhasilan kinerja diikuti dengan dua variabel lainnya yaitu krealistisan dan daya Tarik visi, misi itu sendiri.

Visi, misi yang jelas harus mampu mendefinisikan tujuan institusi dan mencerminkan strategi yang jelas. SIKOM InterStudi harus memiliki kejelasan Job Deskripsi Unit Kerja dan memiliki kejelasan Program Kerja. Semakin jelas visi, misi institusi dipahami dan dicerminkan dalam rencana operasional kerja pada tiap unit maka semakin mudah bagi karyawan untuk dapat optimal meningkatkan kinerja organisasi.

Kinerja organisasi juga ditunjang dengan adanya kerealistisan visi, misi. Visi yang realistis harus dapat terukur dan secara nyata dapat digunakan sebagai indikator penilaian kinerja (*Key Performance Indikator)* karyawan sesuai dengan target yang ditetapkan.

Daya Tarik visi, misi (*Appealing)* juga menentukan tercapainya kinerja organisasi. Pernyataan vis, misi tidak hanya harus memiliki daya Tarik, namun yang paling utama adalah adanya konsistensi program, layanan, dan kegiatan yang menjadi wujud daya tarik Visi, Misi STIKOM InterStudi.

Dalam penelitian ini, *Customer Perspective* sebagai aspek penilaian kinerja organisasi dalam penelitian ini masih belum optimal mencerminkan visi, misi institusi. Temuan ini sekaligus menjadi perhatian khusus, mengingat penilaian mahasiswa sebagai *customer* pengguna layanan istitusi sangat penting dalam meningkatkan kinerja organisasi.

Pemahaman karyawan terhadap visi misi institusi selayaknya dapat dioptimalkan melalui strategi penyampaian visi, misi organisasi melalui aktifitas *public relations* dilingkungan internal melalui kebijakan, strategi, SOP & *Key Performance Indikator* disetiap unit. Hal ini penting dilakukan karena peran *public relations* sebagai alat manjemen harus dapat diwujudkan sekalipun tidak ada divisi tersendiri yang menangani namun aktifitas sosialisasi visi misi sebagai bentuk komunikasi *public relations* dapat dilekatkan pada kebijakan SOP maupun KPI tersebut.

Penelitian ini memiliki keterbatasan temuan yaitu hanya pada objek kajian studi yaitu STIKOM InterStudi. Penelitian lebih lanjut dapat meneliti pemahaman visi,misi dan dampaknya terhadap kinerja organisasi pada institusi sejenis guna memperoleh temuan manfaat yang lebih implementatif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Aithal, P. S. (2015). How an effective leadership and governance supports to achieve institutional vision , mission and objectives. May, 154–161.

[2] Akhtar, S., Arif, A., Rubi, E., & Naveed, S. (2011). Impact of Organizational Learning on Organizational Performance: Study of Higher Education Institutes. International Journal of Academic Research, 3(5), 327–331. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=69735486&site=ehost-live

[3] Alhadid, A. Y., & Qaddomi, B. A. (2016). The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 6(4), 310–317. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v6-i4/2109

[4] Almatrooshi, B., Singh, S. K., & Farouk, S. (2016). Determinants of organizational performance: a proposed framework. International Journal of Productivity and Performance Management, 65(6), 844–859. https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2016-0038

[5] Babu, C. S., & Chalam, G. V. (2016). Impact of Organizational Mission and Vision and their Potential on the Performance of Employees. International Journal of Engineering and Management Research Page Number, 66(6), 203–206. http://www.ijemr.net/DOC/ImpactofOrganizationalMissionandVisionandtheirPotential on thePerfomanceOfEmployees.pdf

[6] Basri, A. S. H., & Kalijaga, S. (2011). Abstrak. XI(1), 137–158.

[7] Dhanalakshmi, S. (2019). The Effect of Knitting Employees Perception of Performance Appraisal on their Work Outcomes. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology, 7(4), 3092–3115. https://doi.org/10.22214/ijraset.2019.4519

[8] Fontanella, A., & Chandra, N. (2017). The Effect of Vision and Mission Statement on Performance of Accounting Program of State Polytechnics in Indonesia. International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences, 4(4).

[9] Forrester, G. (2011). Performance management in education: Milestone or millstone? Management in Education, 25(1), 5–9. https://doi.org/10.1177/0892020610383902

[10] Hartono, E., Wahyudi, S., & Harahap, P. (2017). Does Organizational Learning Affect the Performance of Higher Education Lecturers in Indonesia ? The Mediating Role of Teaching Competence. 12(4), 865–878.

[11] InterStudi, W. S. (2020). No Title. http://www.interstudi.edu/page/detail/spmi-stikom-interstudi

[12] Jonyo, B. O., Ouma, C., & Mosoti, Z. (2018). The Effect of Mission and Vision on Organizational Performance within Private Universities in Kenya. European Journal of Educational Sciences, 05(02). https://doi.org/10.19044/ejes.v5no2a2

[13] Kantabutra, S., & Avery, G. C. (2010). The power of vision: Statements that resonate. Journal of Business Strategy, 31(1), 37–45. https://doi.org/10.1108/02756661011012769

[14] Khatoon, S., & Farooq, A. (2014). Balanced Scorecard to Measure Organizational Performance: A Case Based Study. The International Journal Of Business & Management, 2(9), 106–113. www.theijbm.com

[15] Malik, S. S. (2014). The impact of human resource practices on employee perceived performance in pharmaceutical sector of Pakistan. African Journal of Business Management, 8(15), 626–632. https://doi.org/10.5897/ajbm2013.7295

[16] Malingkas, M., Senduk, J. F., Simandjuntak, S., & Binilang, B. B. (2018). The Effects of Servant Leader and Integrity of Principal Performance in Catholic Senior High Schools in North Sulawesi, Indonesia. Journal of International Education and Leadership, 8(1).

[17] Men, L. R. (2014). Why Leadership Matters to Internal Communication: Linking Transformational Leadership, Symmetrical Communication, and Employee Outcomes. Journal of Public Relations Research, 26(3), 256–279. https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.908719

[18] Muff, K. (2013). Developing globally responsible leaders in business schools: A vision and transformational practice for the journey ahead. Journal of Management Development, 32(5), 487–507. https://doi.org/10.1108/02621711311328273

[19] Nurhanifah, & Walisya, T. (2019). The Management Of Public Relation Of Islamic Higher Education In The Organizational Imaging (A Comparative Study of UIN of North Sumatra Medan and UIN of Syarif Hidayatullah Jakarta). IJLRES - International Journal on Language, Research and Education Studies, 8(2), 2019. https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178

[20] Of, O., & Lanka, S. R. I. (2019). Impact of performance appraisal satisfaction through intrinsic motivation on employee outcomes in insurance sector organizations of sri lanka. June.

[21] Qureshi, A., & Hassan, M. (2013). Impact of performance management on the organisational performance: An analytical investigation of the business model of McDonalds. International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, 2(5). https://doi.org/10.6007/ijarems/v2-i5/299

[22] Rehman, S., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The mediating role of organizational capabilities between organizational performance and its determinants. Journal of Global Entrepreneurship Research, 9(1). https://doi.org/10.1186/s40497-019-0155-5

[23] Rivero, O., & Theodore, J. (2014). The Importance of Public Relations in Corporate Sustainability. Global Journal of Management and Business Research, 14(4), 1–5. https://globaljournals.org/GJMBR_Volume14/4-The-Importance-of-Public-Relations.pdf

[24] Sawaean, F. A. A., & Ali, K. A. M. (2020). The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity. Management Science Letters, 10(2), 369–380. https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.033

[25] Shamsan, R. M., & Otieno, M. (2014). Effects of Strategic Public Relations on Organization Performance: A Case Study of Kenya Red Cross Society. International Journal of Scientific and Research Publications, 5(1), 2250–3153. www.ijsrp.org

[26] Study, P. A., Civil, S., System, S., Gabriel, C., Stella, I., & Daniel, C. (2015). THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT Impact of Effective Employee Performance Management on Organizational. 3(11), 183–196.

[27] Wijaya, F. R., Kriyantono, R., & Wisadirana, D. (2015). Perception of Public Relations Function of The Goverment Institution That Implement Bureaucratic Reforms. International Journal of Development Research, 5(4), 4184–4192.

[28] Yildiz, E. (2014). A Study on the Relationship between Organizational Culture and Organizational Performance and a Model Suggestion. International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478), 3(4), 52–67. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v3i4.117