

Hubungan Aktivitas Public Relations dengan Kinerja Financial Consultant

¹Risma Rusmeikawati, ²M. Subur Drajat

¹*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
email: ¹imameika@yahoo.co.id*

Abstrack : This study is based on the phenomenon of communication activities within a corporation Futures, where patterns of communication in public relations activities affect employee performance. The purpose of this study was to determine how "Relationship Between Public Relations Activities Communication With Financial Performance Consultant PT. Indosukses Futures Bandung ".The theory underlying this research is the theory of the relationship or the theory of relational communication .Research methods used in this study is correlational method, a method that aims to examine the extent of variation in the factors related to other factors. Data collection techniques by distributing questionnaires, observations, interviews, and literature. The sample used by 40 employees Financial Consultant with the sampling technique using total sampling. Data analysis technique used is the statistical test Rank spearman, with SPSS version 20.0. Based on the results of statistical tests, it can be concluded if there is a relationship between the activity of Communications Public Relations With Financial Performance Consultant PT. Indosukses Futures Bandung with the calculated correlation of 0.8333. Results of testing the hypothesis, stating that Ho is rejected, so the hypothesis Hi accepted. The results showed a positive correlation between the activity of Communications Public Relations (X) The Financial Performance Consultant PT. Futures Indosukses Bandung (Y). it can be concluded if the better the communication activities as well as good PR it will be the performance of employees.

Keywords: *Pattern of Communication, Public Relations Activities, Financial Consultant*

Abstrak : Penelitian ini didasari oleh fenomena aktivitas komunikasi dalam sebuah perusahaan *Futures*, dimana pola komunikasi dalam aktivitas Public Relations mempengaruhi kinerja karyawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana “ Hubungan Antara Aktivitas Komunikasi Public Relations Dengan Kinerja Financial Consultant PT. Indosukses Futures Bandung. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori hubungan atau teori komunikasi relasional. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional, yaitu metode yang bertujuan untuk meneliti seberapa jauh variasi pada satu faktor berkaitan dengan faktor lainnya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kuisioner, observasi, wawancara dan studi pustaka. Sampel yang digunakan sebanyak 40 karyawan Financia Consultant dengan teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji statistik Rank spearman, dengan program SPSS versi 20.0. Berdasarkan dari hasil uji statistik, maka dapat disimpulkan jika terdapat hubungan antara Aktivitas Komunikasi Public Relations Dengan Kinerja Financial Consultant PT. Indosukses Futures Bandung dengan hasil perhitungan korelasi sebesar 0.8333 . Hasil pengujian hipotesis , menyatakan bahwa Ho di tolak, dengan demikian hipotesis Hi diterima. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara Aktivitas Komunikasi Public Relations (X) Dengan Kinerja Financial Consultant PT. Indosukses Futures Bandung (Y). dapat disimpulkan jika semakin baik aktivitas komunikasi PR maka akan sebaik pula kinerja karyawan.

Kata kunci : *(Pola Komunikasi, Aktivitas Public Relations, Financial Consultant)*

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi seperti sekarang ini perusahaan dapat dikatakan sukses apabila dapat mencapai profit yang menguntungkan atau peningkatan produktifitas kinerja para pegawai yang terlibat di dalamnya. Dengan kata lain perusahaan yang selalu memperhatikan hubungan dengan karyawannya merupakan perusahaan ideal bagi para pekerja. Karena dengan begitu karyawan akan mendapatkan situasi kerja yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas kinerjanya. Dalam hal peningkatan kualitas kinerja karyawannya, banyak perusahaan menggunakan jasa *Public Relations* yang juga memiliki fungsi sebagai penunjang fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu keberadaan PR dalam sebuah perusahaan juga dapat menciptakan saling pengertian dan tujuan bersama antara perusahaan dan karyawannya. *Public Relations* (PR) adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi, badan lembaga (Saputra & Nasrullah, 2011:5).

Kinerja karyawan pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan. Perusahaan yang baik harus memiliki kinerja karyawan yang baik pula. Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yg dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (mangkunegara : 2005).

B. Landasan Teori

Dalam kaitannya dengan kegiatan perusahaan, maka lingkup komunikasi organisasi dalam aktivitas public relations selalu berkaitan dengan masalah manajemen organisasi suatu perusahaan. Menurut Yulianita (2007: 92) pola transmisi komunikasi organisasi dalam aktivitas public relations dapat berbentuk :

1. Alur komunikasi vertical dari atas ke bawah (*downward komunikasi*).

Downward communication adalah komunikasi yang dilaksanakan dari atas kepada bawahan, dalam arti komunikasi ke bawah mengalir dari tingkat manajemen puncak ke manajemen menengah kemudian ke manajemen yang lebih rendah dan akhirnya sampai pada karyawan operasional.

Fungsi komunikasi dari atas kebawah adalah untuk memberikan pengertian mengenai sesuatu, misalnya dalam bentuk perintah/ intruksi, pengarahan yang ada kaitannya dengan tujuan organisasi, pemberian informasi, penilaian pimpinan terhadap pelaksanaan kerja bawahan, penanaman ideology, dan lain – lain. Komunikasi dari atas ke bawah dapat pula mengekspresikan hal-hal yang sifatnya pemberian penghargaan, melakukan teguran kepada karyawan yang melalaikan tugas.

2. Alur komunikasi vertical dari bawah ke atas (*upward communication*)

Upward communication adalah kebalikan dari *downward communication*, dimulai dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke hirarki wewenang yang lebih tinggi, biasanya mengalir sepanjang garis komando.

Pada prinsipnya fungsi komunikasi dari bawah ke atas adalah untuk

memberikan pengertian mengenai Sesutu, misalnya : permohonan bantuan, kritikan, laporan prestasi kerja, saran, usulan anggaran, keluhan, opini. Untuk diketahui dan dijadikan bahan penentuan kebijakan dalam rangka kepemimpinan pada umumnya. Hal tersebut juga dikasudkan untuk memperoleh informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan karyawan dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi.

3. Alur komunikasi horizontal atau komunikasi ke samping (*horizontal communication*)

Komunikasi horizontal atau komunikasi kesamping adalah komunikasi yang terjadi antara bagian – bagian yang memiliki posisi sejajar/ sederajat dalam suatu organisasi.

Tujuan komunikasi tersebut antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan member informasi kepada bagian atau department yang memiliki kedudukan sejajar.

4. Alur komunikasi diagonal atau komunikasi silang (*diagonal communication*)

Komunikasi diagonal melibatkan komunikasi antara dua kedudukan dalam struktur organisasi yang berbeda dan tidak mempunyai garis komando tapi dapat melakukan kegiatan komunikasi.

Menurut Purwanto dalam yulianita (2007 : 107) bahwa komunikasi diagonal memiliki beberapa keuntungan, antara lain :

1. Penyebaran informasi bias menjadi lebih cepat ketimbang bentuk komunikasi tradisional
2. Memungkinkan individu dari berbagai atau departemen ikut membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Disamping memiliki kebaikan atau keuntungan, komunikasi diagonal juga memiliki kelemahan. Salah satu kelemahan komunikasi diagonal adalah bahwa komunikasi diagonal dapat mengganggu jalur komunikasi rutin dan telah berjalan normal dalam suatu organisasi.

Dalam pelaksanaannya public relations menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya. Hasil yang ingin dicapai dalam kegiatan public relations pada intinya adalah *good image* (citra yang baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), dan *tolerance* (toleransi).

C. Hasil Penelitian

Di bawah ini merupakan hasil penelitian yang diakumulasikan dalam bentuk tabel dari setiap variabel penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Nilai koefisien korelasi rs untuk hubungan antara variabel X1 dan Y

Keterangan	Rs	Interpretasi
Hubungan antara alur komunikasi vertical (downward communication) (X1) dengan Kinerja	Rs = 0,725	Terdapat hubungan positif antara alur komunikasi vertical (downward communication) (X1) dengan Kinerja Karyawan

Karyawan (Y).		(Y).
---------------	--	------

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS For Windows versi 20.0 , maka koefisien korelasi rank Spearman antara alur komunikasi *Downward communication* (X1) dengan kinerja karyawan (FC) PT. Indosukses Futures Bandung (Y) diperoleh sebesar 0,725. Dengan melihat table Guilford (Rakhmat,2007:29) koefisien korelasi sebesar 0,725 termasuk dalam katagori yang tinggi.

Hal ini membuktikan jika alur komunikasi dari atasan – kebawahan dalam menyapaian kebijakan dan memberian informasi berjalan dengan lancAr sehingga dapat dipahami oleh karyawan

2. Nilai koefisien korelasi rs untuk hubungan antara variabel X2 dan Y

Keterangan	rs	Interpretasi
Hubungan antara alur komunikasi vertikal (upward communication) (X2) dengan Kinerja (Y).	$R_s = 0,795$	Terdapatg hubungan positif antara alur komunikasi vertikal (upward communication) (X2) dengan Kinerja (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS For Windows versi 20.0 , maka koefisien korelasi rank Spearman antara alur komunikasi *upward communication* (X2) dengan kinerja karyawan (FC) PT. Indosukses Futures Bandung (Y) diperoleh sebesar 0,795. Dengan melihat table Guilford (Rakhmat,2007:29) koefisien korelasi sebesar 0,725 termasuk dalam katagori yang tinggi.

Dari hasil korelasi diatas dapat di lihat jika proses komunikasi dari bawahan kepada atasan juga berjalan dengan baik, terbukti dari hasil yang diperoleh yaitu sangat tinggi. Ini berarti para pimpinan dengan senang hati menerima saran atau informasi yang di berikan karyawan kepadanya.hal ini tentu akan mempengaruhi kinerja karyawan karena mereka merasa di akui.

1. Nilai koefisien korelasi rs untuk hubungan antara variabel X3 dan Y

Keterangan	rs	Interpretasi
Hubungan antara alur komunikasi kesamping (horizontal communication) (X3) dengan	$R_s = 0,682$	Terdapat hubungan positif antara alur komunikasi kesamping (horizontal communication)

Kinerja (Y).		(X3) dengan Kinerja (Y).
--------------	--	--------------------------

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS For Windows versi 20.0 , maka koefisien korelasi rank Spearman antara alur komunikasi *Horizontal communication* (X3) dengan kinerja karyawan (FC) PT. Indosukses Futures Bandung (Y) diperoleh sebesar 0,682. Dengan melihat table Guilford (Rakhmat,2007:29) koefisien korelasi sebesar 0,682 termasuk dalam katagori hubungan yang cukup berarti. Hal ini menunjukkan jika PR dan MM dapat bekerjasama dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan tidak lupa memperhatikan kinerja dari semua karyawan.

3. Nilai koefisien korelasi rs untuk hubungan antara variabel X4 dan Y

Keterangan	Rs	Interpretasi
Hubungan antara alur komunikasi diagonal (diagonal communication) (X4) dengan Kinerja (Y).	Rs = 0,632	Terdapatg hubungan positif antara alur komunikasi diagonal (diagonal communication) (X4) dengan Kinerja (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS For Windows versi 20.0 , maka koefisien korelasi rank Spearman antara alur komunikasi *Diagonal communication* (X4) dengan kinerja karyawan (FC) PT. Indosukses Futures Bandung (Y) diperoleh sebesar 0,632. Dengan melihat tabel Guilford (Rakhmat,2007:29) koefisien korelasi sebesar 0,632 termasuk dalam katagori hubungan yang cukup berarti. Walaupun hasil yang di dapat cukup berarti , ini dapat menunjukkan jika komunikasi antara bagianpun berjalan dengan baik, sehingga dapat menunjang kinerja dari karyawan itu sendiri.

D. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden (40 karyawan *Financial Consultant* PT. Indosukses Futures Bandung) serta pengujian hipotesis, maka hasil kesimpulan yang di dapat sebagai berikut :

“Terdapat hubungan antara aktivitas *public relations* dengan kinerja *financial consultant* PT. Indosukses Futures Bandung”

Berikut merupakan hasil kesimpulan utama yang penulis kemukakan berdasarkan hasil pengujian hipotesis :

1. Alur komunikasi vertical (*downward communication*) dalam aktivitas *Public Relations* mempunyai hubungan yang tinggi dengan kinerja karyawan bagian *Financial Consultant* PT.Indosukses Bandung. Seperti hasil analisis yang di dapatkan , hal ini menunjukkan jika komunikasi yang dilaksanakan dari atas ke bawah sudah mengalir dengan baik sehingga karyawan dapat memahaminya, dan dapat membuat karyawan bekerj lebih baik.

2. Alur komunikasi vertical (*upward communication*) dalam aktivitas *Public Relations* mempunyai hubungan yang tinggi dengan kinerja karyawan bagian *Financial Consultant* PT.Indosukses Bandung. Hal ini menunjukkan jika informasi yang disampaikan dari karyawan dapat diterima baik oleh atasan, baik itu berupa laporan pekerjaan maupun saran.
3. Alur komunikasi horisontal (*horizontal communication*) dalam aktivitas *Public Relations* mempunyai hubungan yang cukup berarti dengan kinerja karyawan bagian *Financial Consultant* PT.Indosukses Bandung. Hal tersebut menunjukkan jika komunikasi yang terjadi antara bagian – bagian yang memiliki posisi sejajar yaitu dalam pemberian informasi dan melakukan persuasi sudah berjaan dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi horizontal .
4. Alur komunikasi diagonal (*diagonal communication*) dalam aktivitas *Public Relations* mempunyai hubungan yang cukup berarti dengan kinerja karyawan bagian *Financial Consultant* PT.Indosukses Bandung. Seperti hasil analisis yang di dapatkan , hal ini menunjukkan jika komunikasi yang terjadi di antara bagian- bagian yang berbeda divisi terjalin dengan baik sehingga dapat mempengaruhi hasil kerja yang di dapatkan.

Daftar Pustaka

- Ardianto , Elvinaro. 2010. Metodologi penelitian untuk Public Relations kuantitatif dan kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- . 1993. Human Relations dan Public Relations. Bandung : CV. Mandar Maju
- Effendy, Onong Uchjana .2010. Dasar-dasar Public Relations. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Kriyanto, rachmat. 2007. Teknik praktis : riset komunikasi.kencana preda media group .Jakarta
- Morrison, 2006. Manajemen Public Relations. Jakarta : Prenada Media Group.
- Muhammad, Arni . 2007. KOMunikasi Organisasi. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. Evaluasi kerja SDM . Bandung : Refika Aditama
- Miftah, Erwin. 2001. Arti kinerja. AKN BPK RI. Jakarta
- Ruslan, Rosady. 2006 . Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta :PT. RajaGrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Thoha, Miftah. 2008.Perilaku Organisasi : Konsep dasar dan Aplikasinya. Depok : PT. RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2003. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Yulianita, Neni.2007. Dasar – dasar Public Relations. Bandung : Pusat Penerbitan Universitas, Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat univeristas islam bandung
- Widjaja.2008.Komunikasi. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sumber lain:
- Sumber Internet :
- “Gadget”, www.Indosuksesfutures.com Tanggal akses 28 Juli 2015, pkl 20.00

WIB.

“Komunikasi.Persuasif”, <http://ilmukomunikasi.blogspot.com/2008/11/komunikasi-persuasif.html>. Tanggal akses 12 September 2015, pkl 17.30 WIB.