

OUTCOMES KUALITAS RELASI INTERNAL LEMBAGA NIRLABA YAYASAN ORBIT SURABAYA

Ires Mariska Biromo, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
ires.mariska@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat *outcomes* kualitas relasi internal pada Yayasan Orbit sebagai Lembaga Nirlaba. Yayasan Orbit sebagai lembaga nirlaba berusaha mendapatkan kinerja yang efektif dari organisasi. Yayasan Orbit juga tidak dapat melepaskan diri dari peran karyawan yang selama ini bekerja sama dengan organisasi. Elemen-elemen dalam outcome kualitas relasi berperan penting dalam menentukan keefektifan organisasi.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei untuk menggambarkan kualitas relasi internal yang terjalin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *outcomes* kualitas internal memiliki nilai yang tinggi. Hanya saja setiap penemuan dalam penelitian ini memiliki kecenderungan pada indikator kepuasan.

Kata Kunci: *Outcomes* Kualitas Relasi Internal, Lembaga Nirlaba, Yayasan Orbit

Pendahuluan

Setiap organisasi berusaha untuk mencapai visi mereka. Sehingga organisasi perlu memiliki komunikasi yang efektif dan simetrikal serta berjangka panjang untuk mencapai keberhasilan dan pencapaian visi perusahaan. Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain yang merupakan satu-satunya cara mengatur aktivitas dalam suatu organisasi (Ruslan,2002,p.92). Visi dan misi organisasi juga dapat dikomunikasikan sehingga publik memiliki pengertian dan dapat bergerak kepada tujuan yang sama dengan yang organisasi miliki .

James Grunig (1992) dalam bukunya "*Excellence in Public Relations and Communications Management*" menyebutkan bahwa keefektifan organisasi didefinisikan dengan seberapa jauh sebuah organisasi mampu mencapai tujuan mereka (p.67). Pentingnya komunikasi sebuah perusahaan tidak lepas dari peran Public Relations (PR) yang dijalankan. Cutlip, Center dan Broom (1999) mendefinisikan PR sebagai manajemen fungsi yang menetapkan dan meningkatkan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya (p.6). Hal ini diperkuat oleh pendapat Lattimore (2002) yang mengatakan bahwa *Public Relations* adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan

manajemen yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi, dan memfasilitasi perubahan yang terjadi dalam organisasi.

Tugas utama dari seorang Public Relations ialah menjalin hubungan dengan publik. Organisasi memiliki relasi dengan karyawannya, pemerintah, konsumen, investor, media atau dengan komunitas tertentu. PR menyebutnya stakeholders. Publik dapat memberikan dampak yang luar biasa bagi organisasi. Mereka dapat mendukung atau menentang organisasi. Publik memiliki kepentingan dengan organisasi, dan mereka berusaha untuk mempengaruhi tujuan dan misi dari organisasi (Grunig, 2001, p.5).

Grunig (1999) berpendapat bahwa penting bagi organisasi mengetahui bagaimana kualitas hubungan jangka panjang mereka dengan public kuncinya. Nilai dari seorang *Public Relations* diukur melalui bagaimana kualitas relasi yang terjalin. Kualitas jangka panjang ini dapat dilihat dari outcome yang muncul mengenai relasi yang terjalin dengan public kunci seperti perubahan kognisi, attitude dan perilaku dari publik. *Outcomes* kualitas hubungan jangka panjang dengan public kunci dapat diukur meliputi *control mutually, trust, satisfaction, commitment*.

Praktisi *Public Relations* (PR) bekerja pada banyak sektor seperti bisnis, agensi pemerintah, dan *Non-Profit Organizations*. Saat ini sangat sedikit perhatian penelitian yang mengacu pada hubungan organisasi dan publiknya dalam konteks *Non-profit organization*. *Public Relations* dalam organisasi non profit secara eksternal bertujuan untuk mendapatkan penerimaan dari misi organisasi, menciptakan saluran komunikasi dengan siapa saja yang berhubungan dengan organisasi, menjaga hubungan dengan para penyumbang dana. Dalam aspek internal, public relations bertujuan untuk menginformasikan dan memotivasi public kunci organisasi (pegawai, *volunteer* dan orang-orang yang dipercaya).

Julie O'Neil mengungkapkan bahwa komunikasi adalah salah satu elemen yang sangat penting dalam sebuah organisasi non-profit. Dalam penelitian yang berjudul "*Linking PR tactics to Long Term success : An Investigation of How Communications Contribute to Trust, Satisfaction, and Commitment in a Non-Profit Organization*" dikemukakan bahwa sebuah lembaga nirlaba yang efektif ialah lembaga yang dapat membangun hubungan jangka panjang dengan public-publik kunci, salah satunya adalah pendonor atau penyumbang dana dengan mengukur trust, satisfactions dan commitment (2006, p. 347). Penelitian ini dasar pemikiran penulis mengapa lembaga nirlaba sendiri membutuhkan peran *Public Relations* untuk menjembatani komunikasi dalam organisasi sehingga organisasi dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Komunikasi yang terjalin antar karyawan ini sangat penting. Penelitian dari firma konsultan Watson Wyatt (2002) menemukan bahwa karyawan tidak lagi dilihat sebagai *soft-functions* dari sebuah perusahaan, tapi menjadi fungsi bisnis yang mengendalikan peforma dan berkontribusi dalam kesuksesan organisasi. Belakangan ini pula para karyawan juga menginginkan partisipasi yang aktif dalam perubahan organisasi. Pada saat seperti inilah komunikasi yang terjalin antara perusahaan dan karyawan harus simetrikal.

Yayasan Orbit adalah Organisasi Non Pemerintah yang berdiri pada Juli tahun 2005. Pembentukan organisasi berdasar atas kepedulian dan keprihatinan terhadap permasalahan sosial yang terjadi pada masyarakat Indonesia, terutama di Surabaya. Yayasan Orbit digawangi oleh para aktivis NAPZA dan HIV – AIDS yang berasal dari komunitas Korban Napza di Surabaya – Jawa timur dengan orientasi pada program pemberdayaan masyarakat. Yayasan Orbit dalam menjalankan Visi dan Misi-nya dengan membangun kerjasama dengan semua lintas sektor yaitu Pemerintah Daerah, elemen masyarakat dan LSM lainnya. Sebelum awal 2010, Orbit sempat mengalami kekosongan anggota yang cukup lama. Hal ini juga disebabkan oleh beberapa karyawan yang pindah ke organisasi non governmental lain yang lebih besar. Tetapi pada tahun 2010, Orbit dengan tiga orang pioneernya berhasil bekerja sama dengan *Indonesia Partnership Fund* (IPF) dan menyelenggarakan beberapa program yang mampu menghidupkan orbit kembali bersama anggota-anggota baru lainnya. Saat ini yayasan Orbit sendiri memiliki banyak anggota dan juga tergabung dalam beberapa organisasi nirlaba lain berskala nasional.

Selain itu, Yayasan Orbit saat ini berperan sebagai koordinator delapan LSM yang berfokus pada HIV/AIDS dalam program *Behavior Change Interventions*, yaitu program untuk mengurangi pencegahan penularan populasi rentan di dua kota, yaitu Surabaya dan Sidoarjo. Untuk mendapatkan kinerja yang efektif dari organisasi, Orbit juga tidak dapat melepaskan diri dari peran karyawan yang selama ini bekerja sama dengan organisasi. Keefektifan Orbit tidak hanya bisa dilihat dari seberapa banyak mereka melakukan kegiatan, tetapi lebih dalam untuk melihat kualitas hubungan yang terjadi secara internal sehingga yayasan Orbit dapat tetap kompak dalam menjalankan visi dan misi organisasi. Saat ini, Yayasan Orbit belum mempunyai program resmi khusus internal selain rapat rutin dan outing bersama karyawan. Program internal yang dilakukan hanya berkaitan dengan keuangan, belum merujuk pada konsentrasi untuk mengukur seberapa dalam kualitas hubungan internal dalam organisasi (R. Whedasmara, *personal communication*, April 28, 2013).

Melihat latar belakang Yayasan Orbit diatas, kondisi kualitas internal dalam Yayasan Orbit sangatlah penting untuk dilihat dengan *outcomes* dari komunikasi sebagai indikator untuk mengukur seberapa baik kualitas relasi yang terjalin saat ini. Kualitas relasi internal ini menjadi salah satu elemen untuk membentuk organisasi yang efektif, mengingat karyawan dan sukarelawan harus dapat menjadi perwakilan Yayasan Orbit dalam menjalankan visi dan misi Organisasi dalam melayani kebutuhan masyarakat. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif. Penelitian yang menggunakan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian tersebut (Bungin, 2001,p.48).

Berdasarkan latar belakang yang peneliti buat, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana tingkat outcome dari kualitas hubungan internal dari Lembaga nirlaba Yayasan Orbit Surabaya?

Tinjauan Pustaka

Sub Tinjauan Pustaka

The Excellence Theory

The Excellence Theory ialah teori umum yang dimulai dengan premis umum mengenai nilai dari seorang *Public Relations* kepada organisasi dan lingkungan beserta kegunaan dari premis tersebut dalam mengaplikasikannya kedalam fungsi *Public Relations* (PR), program PR beserta konteks lingkungan dan sosial dalam organisasi. Studi keunggulan ini menunjukkan bahwa public relations ialah fungsi manajemen yang unik yang membantu organisasi berinteraksi dengan komponen sosial dan politik dalam lingkungannya. Lingkungan dalam institusi ini meliputi publik yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan mereka dan mengharapkan organisasi tersebut dapat membantu mereka mencapai tujuan yang mereka tuju (Grunig dalam Botan dan Hazelton, 2006,p.55)

Penelitian dalam *The Excellence Theory* mengemukakan bahwa komunikator dapat membangun hubungan dengan lebih efektif saat mereka berkomunikasi dengan publiknya secara simetrikal. Komunikasi yang simetrikal menjadi sangat penting dalam sebuah organisasi, dimana komunikasi ini mampu membangun sifat partisipatif, dimana hal tersebut juga dapat menciptakan kepuasan dari karyawan. Komunikasi organisasi juga sangat berpengaruh terhadap hubungan jangka panjang dengan publiknya (Grunig dalam Botan dan Hazelton,2006,p47)

The Excellence theory juga berbicara tentang nilai seorang *Public Relations* dalam membina hubungan yang efektif. Tujuan fundamental dari seorang *public relations* ialah membangun dan menjaga hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan public kunci. J. Grunig dalam *The Excellence theory* mengemukakan bagaimana *Public Relations* membantu organisasi untuk mengidentifikasi publik kunci dengan menggunakan komunikasi simetrikal untuk menciptakan dan mempertahankan kualitas dari hubungan jangka panjang dengan publik. Nilai dari *Public Relations* ini dapat diukur dari melihat bagaimana kualitas relasi dengan publiknya dengan mengukur *outcomes* dari kualitas relasi itu sendiri. Dalam tahap ini praktisi public relations harus memberikan *outcomes* yang positif terhadap organisasi mereka. *Public Relations* yang efektif mengikutsertakan baik proses maupun *outcomes* dari sebuah relasi. *Outcome* yang diambil harus berkontribusi pada fungsi dasar dari *public relations*. Organisasi yang dapat berkomunikasi dengan efektif dapat menjalin hubungan dengan lebih baik dikarenakan manajemen dan publiknya dapat saling mengerti dan mengurangi efek negative dari perilaku yang ditunjukkan masing-masing pihak.

Hal yang sangat terpenting dari evaluasi sebuah hubungan ialah mengukur *outcomes* dari relasi tersebut. James Grunig dalam *Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations* (1999) mengemukakan beberapa *outcomes* yang dapat diukur sebagai indikator dari kualitas sebuah hubungan yang berhasil dibangun :

- a. *Control Mutuality* – ialah derajat dimana kedua belah pihak setuju kepada siapa yang memiliki kekuasaan yang sah untuk mempengaruhi satu sama lain. *Control Mutuality* juga dapat didefinisikan sebagai konsep tentang “kekuatan yang seimbang” (Bortee & Waters,2007). Dimensi dalam indikator ini adalah pembagian peran yang seimbang dan pengikutsertaan.
- b. *Trust* (Kepercayaan) – ialah tingkatan kepercayaan diri dan kemauan dari salah satu pihak untuk membuka diri terhadap pihak lainnya. Kepercayaan memiliki beberapa dimensi. Pertama ialah integritas, tingkat kepercayaan bahwa organisasi tersebut adil dan berjalan dengan benar. Integritas berbicara tentang bagaimana organisasi dapat berkata dengan jujur dan sesuai dengan kebenaran. Yang kedua ialah dapat diandalkan, yaitu tingkatan dimana organisasi dapat melakukan apa yang dijanjikan. Dimensi yang ketiga ialah kompetensi, ialah tingkat kepercayaan dimana organisasi memiliki kemampuan untuk melakukan hal yang serahusnya dilakukan. Kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan teknikal dan interpersonal dalam menjalankan pekerjaan.
- c. *Satisfaction* (Kepuasan) – ialah seberapa banyak salah satu pihak rasakan tentang pihak lainnya karena adanya ekspektasi positif yang melatarbelakanginya. Kepuasan juga dapat dilihat saat salah satu pihak percaya bahwa bahwa hubungan yang terjaga dengan pihak lainnya ialah hubungan yang positif dan juga membawa keuntungan dalam bergabung dengan organisasi. Dimensi dalam indikator ini adalah ekspektasi positif.
- d. *Commitment* (Komitmen) – ialah seberapa banyak salah satu pihak percaya bahwa hubungan yang terjalin ialah hubungan yang pantas untuk dipertahankan. Dua dimensi dari komitmen ialah komitmen berkelanjutan, yang berkaitan dengan batasan perilaku tertentu dan komitmen afektif, yang berkaitan dengan emosi dan perasaan. (Grunig,1999,p.19-20). Komitmen berkelanjutan berkaitan dengan adanya keterikatan yang membuat seseorang dapat berkomitmen untuk terus melaksanakan kegiatan bersama-sama dengan organisasi secara berkelanjutan. Sedangkan komitmen afektif berbicara tentang bagaimana emosi mengambil bagian untuk menentukan komitmen karyawan.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

The Excellence Theory juga berbicara tentang nilai seorang *Public Relations* dalam membina hubungan yang efektif. Tujuan fundamental dari seorang *Public Relations* ialah membangun dan menjaga hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan publik kunci. Hal inilah yang mempengaruhi kualitas hubungan dengan publik. Nilai dari *Public Relations* ini dapat diukur dari melihat bagaimana kualitas relasi dengan publiknya dengan mengukur *outcomes* dari

kualitas relasi itu sendiri. Indikator yang saya pakai untuk mengukur outcomes kualitas relasi dalam penelitian ini adalah *control mutuality*, *trust*, *satisfactions*, dan *commitment*.

Kualitas hubungan internal dengan karyawan ini akan diukur menggunakan skala Likert. Pertanyaan yang diajukan bersifat tertutup dan dibuat berjenjang dari intensitas yang paling rendah hingga yang paling tinggi yaitu dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Secara teknis data yang diperoleh dari kuesioner yang akan disebar akan dihitung skor yang didapatkan oleh masing-masing kuesioner akan dibagi menjadi tinggi, dan rendah dengan menggunakan rumus interval. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei ialah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2006,p.3).

Metode ini digunakan untuk menggambarkan sebuah kejadian yang terjadi di lapangan. Metode survei memungkinkan peneliti melakukan generalisasi suatu gejala sosial atau variable sosial tertentu kepada gejala sosial atau variable sosial dengan populasi yang lebih besar (Bungin,2005,p.36). Survey menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang jumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono,2006,p.60-61)

Subjek Penelitian

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirri-cirinya akan diduga (Singarimbun,2006,p.153). Selain itu menurut Bungin (2004) populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya sehingga obyek-obyek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin,2004,p.99). Populasi yang akan dipakai dalam penelitian ini ialah seluruh karyawan yang bekerja di Yayasan Orbit Surabaya.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sensus sampling, yaitu penelitian dilakukan pada seluruh populasi (Rakhmat, 2004,p.78). Dalam penelitian ini digunakan seluruh populasi sebagai sampel penelitian karena pengukuran dalam penelitian ini dilakukan kepada publik internal dari organisasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah 36 orang, yaitu karyawan Yayasan Orbit.

Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan dalam bentuk statistic. Pengolahan dalam bentuk statistik ialah proses pemberian makna terhadap data penelitian kuantitatif melalui angka-angka. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Keseluruhan data yang telah diperoleh dan dikumpulkan akan dianalisis berdasarkan teori yang terkait. Akhirnya data tersebut akan dideskripsikan untuk menghasilkan sebuah pembahasan yang bersifat deskriptif dengan tahapan:

1. Menyusun indikator dari kualitas hubungan yang dituangkan dalam kuestioner
2. Melaksanakan penelitian dengan menyebarkan kuestioner
3. Menganalisis data yang terkumpul
4. Membuat kesimpulan dari perhitungan statistic yang telah dianalisis

Analisis data juga akan dilakukan dalam bentuk tabel tabulasi silang (*crosstab*). Tabel ini digunakan untuk menampilkan data dalam bentuk kolom dan baris. *Crosstab* merupakan tabel silang yang berisi jawaban dari dua item pertanyaan atau lebih. Tabulasi silang ini akan menyilangkan jawaban dari dua pertanyaan sehingga mudah dipahami (Santoso, 2001,p.76). Dalam penelitian ini, analisis tabulasi silang akan dilakukan menggunakan software SPSS 13.0.

Temuan Data

Dalam penelitian ini, jumlah responden pria sebanyak 77,8 % yang tersebar di berbagai departemen program dan jumlah responden wanita sebanyak 22,2 %. Tingkat pendidikan responden pun beragam. Responden dengan tingkat pendidikan SMA dan sederajat sebanyak 66,7 % dari jumlah total responden, responden dengan tingkat pendidikan Diploma sederajat sebanyak 2,8% dari total jumlah responden, sedangkan responden dengan tingkat pendidikan strata 1 sebanyak 30,6%. Sedangkan responden memiliki rentang lama kerja yang dapat dijabarkan sebagai berikut : sebanyak 55,6% bergabung dengan Yayasan Orbit selama 1- 12 bulan. Sebanyak 16,7% karyawan telah bergabung selama 13-24 bulan, begitu pula dengan karyawan yang telah bekerja selama 25 – 36 bulan memiliki prosentase 16,7%. Sedangkan karyawan yang telah bekerja selama 37 - 48 bulan memiliki prosentase sebanyak 11,1%.

Berikut ini ialah temuan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk tabel indikator-indikator dan *outcomes* kualitas relasi internal secara keseluruhan.

Tabel 1. Indikator-Indikator *Outcomes* Kualitas Relasi

Indikator	Score
Kepuasan	3.97
Kepercayaan	3.94
<i>Control Mutuality</i>	3.72
Komitmen	3.93
Average	3.86

Tabel 2. *Outcomes* Kualitas Relasi

Variabel	Score
Outcomes Kualitas Relasi	3.86

Analisis dan Interpretasi

Tabel 1 merupakan rekapitan dari semua indikator dalam variabel *outcome* kualitas relasi dengan perincian sebagai berikut : Indikator kepuasan memiliki nilai rata-rata yang tertinggi yaitu sebesar 3,97, sedangkan komitmen memiliki nilai rata-rata 3,93. Selanjutnya kepercayaan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,74 dan *control mutuality* memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,72. Beberapa indikator diatas sebenarnya memiliki nilai yang cukup tinggi dan semuanya memiliki pola yang hampir sejajar dengan nilai rata-rata yang hampir sama.

Indikator kepuasan memiliki nilai rata-rata yang tinggi karena nilai kepuasan paling dipengaruhi oleh adanya ekspektasi positif yang membuat karyawan merasa nyaman berada di dalam organisasi. Latar belakang responden yang sesuai dengan passion yang dibawa oleh organisasi membuat responden memiliki rasa nyaman dalam melakukan pekerjaan yang sesuai dengan hasrat dan nilai yang ingin dicapai. Adanya ekspektasi positif pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan responden dalam bekerja. Hal ini dipengaruhi oleh kesamaan latar belakang responden yang merupakan sama-sama pecandu narkoba dan memiliki keinginan yang sama untuk melakukan recovery. Hal ini juga selaras dengan visi misi organisasi yang berusaha untuk memberikan fasilitas dan pelayanan terjangkau bagi siapapun yang ingin melakukan penyembuhan adiksi. Saat organisasi menyatakan kesediaannya untuk menyediakan pelayanan penyembuhan adiksi, maka ekspektasi yang positif akan datang dari karyawan karena mereka menemukan tempat yang tepat sesuai dengan kepentingan penyembuhannya.

Interaksi dengan orang lain juga dapat dipengaruhi dari kesamaan latar belakang sehingga timbul rasa kebersamaan yang cukup erat antara karyawan satu dan yang lainnya sehingga antara satu dan lain karyawan timbul rasa senang terhadap relasi yang terjalin. Relasi yang terjalin ini sangat penting. Organisasi dalam tahap ini sudah cukup berhasil dalam menjalin relasi dengan salah satu stakeholder kunci, yaitu karyawan. Rasa kebersamaan, kerjasama yang baik, kedekatan beberapa karyawan menjadi jawaban bahwa relasi jangka pendek seperti ini akan memberikan dampak pada relasi jangka panjang. Kedekatan ini timbul dari kegiatan informal sehari-hari yang dilakukan dan kesamaan karakter kuat dan santai, membuat karyawan sangat menikmati relasinya dengan karyawan lainnya. Cara berkomunikasi yang sama ini membuat timbul rasa saling pengertian. Mereka berbicara dengan bahasa Jawa, membicarakan hal-hal seputar pengalaman hidup mereka dengan santai.

Penemuan pada indikator pertama didukung pada adanya nilai rata-rata komitmen yang tinggi dalam organisasi yang berada dibawah kepuasan. Dapat dilihat bahwa ada hubungan antara kepuasan dimana responden cenderung merasa senang dengan relasi yang terjalin dan komitmen mereka dalam bekerja, dapat dilihat pada tabel komitmen bahwa aspek yang paling mempengaruhi komitmen mereka dalam bekerja ialah aspek emosional dimana responden merasa peduli dengan organisasi. Rasa peduli ini timbul karena responden merasa bahwa organisasi sudah memberikan fasilitas penyembuhan yang mereka butuhkan, dan mereka ingin berusaha agar organisasi ini dapat mencapai tujuan yang sama, yaitu benar-benar

pulih dari adiksi dan dapat berbuat sesuatu yang baik bagi pemulihan para pecandu yang lainnya. Kepedulian ini rata-rata timbul dari rasa saling terikat secara emosional mengingat responden rata-rata memiliki latar belakang dan pengalaman hidup yang sama sebagai seorang pecandu Narkoba yang beberapa telah terinfeksi HIV/AIDS. Kedua indikator ini saling berhubungan antara satu dengan yang lain dan kedua memiliki nilai rata-rata yang hampir sama yaitu 3,97 untuk indikator kepuasan dan 3,93 untuk indikator komitmen.

Hal menarik yang ditemukan berikutnya dalam penelitian ini ialah indikator *control mutuality* yang memiliki nilai rata-rata paling rendah dibanding tiga indikator lainnya, yaitu sebesar 3,72. Hal ini disebabkan karena pembagian kontrol dalam organisasi lebih cenderung bergerak secara teknis dimana organisasi mengikutsertakan dan membagi peran dengan seimbang. Terlihat bahwa responden juga melihat bahwa “organisasi yang mau mendengarkan” dianggap cukup penting dalam pembagian kontrol selain menyangkut pembagian kontrol secara teknis.

Hal ini juga ditunjukkan dengan pendapat para responden yang sebagian besar mengatakan bahwa bentuk *control mutuality* yang dilakukan dalam perusahaan lebih cenderung ke arah pembagian tugas kerja secara teknis seperti pembagian PIC (*person in charge*) dalam pelaksanaan program, pembagian wilayah kerja, serta keikutsertaan dalam pengambilan keputusan dalam rapat yang menyangkut kepentingan program. Pembagian peran ini dijalankan dengan baik oleh karyawan yang telah ditunjuk oleh organisasi dalam program –program pencegahan HIV/AIDS. Mereka melaksanakan tugas dan membuat laporan sesuai dengan job description yang diberikan oleh organisasi. Responden menganggap bahwa organisasi ini belum cukup mendengarkan apa yang dikatakan – yaitu yang berkaitan dengan hubungan yang simetrikal. Organisasi telah menjalankan fungsinya untuk pembagian peran di dalam pelaksanaan program. Di dalam Yayasan Orbit, pembagian peran dalam bentuk jabatan program ditunjuk oleh organisasi . ini mengakibatkan beberapa karyawan berpikir bahwa organisasi tidak mendengarkan mereka. Bisa jadi saat itu mereka ingin berada di divisi yang berbeda, bisa jadi juga mereka sudah tidak nyaman dan ingin pindah ke divisi program lainnya. Hal ini lah yang tidak tertangkap oleh organisasi .

Hubungan yang simetrikal menjadi jawaban bagi keefektifan relasi yang terjadi. Organisasi dapat dikatakan efektif jika ia mampu membina hubungan simetris dua arah yang berjangka panjang. Data lapangan menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara karyawan dengan organisasi masih bersifat asimetris. Organisasi dalam model ini masih lebih tertarik mengenai penyesuaian diri publik dengan organisasi, bukan penyesuaian diri organisasi dengan publiknya (Lattimore et.al, 2010,p.23). Hal ini dapat membuat responden berpendapat bahwa organisasi ini cenderung lebih bergerak ke arah teknis dibanding mendengarkan apa yang mereka katakan mengenai kepentingan yang bersangkutan. Dapat disimpulkan bahwa dalam pembagian kontrol, organisasi masih bergerak dengan komunikasi yang asimetris dua arah dimana organisasi memberikan stimulus berupa instruksi pembagian peran, pembagian wilayah kerja tetapi masih belum

cukup banyak berbicara dalam ranah *mutual understanding* yang berkaitan erat dengan hubungan simetris dua arah.

Penemuan dalam indikator ini diperkuat dengan pola yang serupa pada indikator kepercayaan. Indikator kepercayaan memiliki nilai rata-rata yang hampir sama dengan indikator *control mutuality* yaitu 3,94. Kecenderungan yang dapat dilihat dari indikator ini adalah rasa percaya timbul pada karyawan karena organisasi memiliki kemampuan yang baik untuk melaksanakan tujuannya. Grunig (1999) menyatakan bahwa organisasi dapat membuat keputusan dengan baik apabila mereka mendengarkan dan bekerja sama dengan stakeholder. Hal ini akan jauh lebih baik dibandingkan mencoba untuk mempengaruhi stakeholder – dalam hal ini karyawan – untuk menyetujui rencana organisasi. Grunig (1999) mengutip hubungan antara relasi simetrikal dengan keefektifan organisasi bahwa strategi utamanya ialah komunikasi terbuka melalui pengertian akan apa yang public butuhkan, bagaimana cara terbaik untuk menjawab kebutuhan publiknya dan bagaimana organisasi dan publiknya bisa saling bekerja sama mencapai tujuan. Disinilah kepercayaan itu akan timbul, yang akan menumbuhkan relasi yang baik dan relasi yang baik itulah yang membantu organisasi untuk mencapai tujuannya (p.11).

Penemuan yang terlihat adalah responden merasa integritas dan sifat organisasi yang mampu diandalkan lebih kecil dibanding dengan kompetensinya.. Yayasan Orbit memiliki tujuan utama memberikan fasilitas yang memadai dan pengupayaan pengembangan masyarakat melalui pengetahuan, pemulihan dan pencegahan terhadap narkoba dan HIV/ AIDS di Surabaya melalui konsultasi dengan dokter, pengecekan dan pemeriksaan gratis, pemulihan adiksi dan kegiatan pencegahan tertularnya HIV/AIDS. Karyawan juga cukup yakin bahwa organisasi mampu menjawab kebutuhan ini karena organisasi telah bekerja sama dengan beberapa lembaga HIV/AIDS seperti Komisi Penanggulangan AIDS atau KPA dan Lembaga Nirlaba serta dokter-dokter ahli. Yayasan Orbit dianggap terpercaya dalam menangani kasus-kasus narkoba sehingga kompetensi organisasi ini dapat dipercaya.

Adanya pendapat setuju bahwa organisasi ini tidak memperlakukan karyawan dengan adil dan benar juga dapat dilihat dari belum adanya standar tertentu yang mengatur hak dan kewajiban karyawan, *job description* dan komunikasi yang terjalin dalam *Standart Operational Procedure* karyawan. Akhirnya beberapa responden tidak memahami apa yang dijanjikan organisasi untuk mereka dan responden menganggap bahwa selama ini organisasi tidak menjanjikan apapun kepada mereka. Sehingga responden sulit untuk menentukan apakah organisasi cukup adil dalam pembagian kewajiban dan hal mereka.

Tabel 2 membahas *outcomes* kualitas relasi secara keseluruhan. Data diatas pada tabel 4.12 adalah data rata-rata dari variabel *Outcome* kualitas relasi. Dapat dilihat bahwa *outcomes* kualitas relasi memiliki nilai yang cukup tinggi, yaitu sebesar 3,86. Hal ini berarti bahwa yayasan Orbit Surabaya cukup efektif dalam menjalankan relasi dengan salah satu public kuncinya, yaitu karyawan, *Outcome* dari relasi ini berkontribusi pada fungsi dasar dari public relations yaitu menjalin

relasi yang efektif. Relasi yang efektif ini terlihat dari kecenderungan adanya relasi yang positif antara publik kunci – dalam hal ini karyawan – dengan organisasi.

Hal yang paling berpengaruh dalam rata-rata outcome kualitas relasi adalah adanya rasa kepuasan dari karyawan, termasuk rasa nyaman yang timbul akibat relasi yang terjalin didalam organisasi. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya akan banyak berbicara hal yang positif mengenai organisasi dan memiliki ekspektasi yang positif. Hal ini selanjutnya, berpengaruh terhadap relasi positif yang terjalin antar karyawan dengan menunjukkan sifat yang saling mendukung dan keakraban yang terlihat dalam kegiatan rapat, perencanaan program dan kegiatan kantor sehari-hari. Dari sini terlihat bahwa organisasi dapat memiliki hubungan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif ini menjadi outcome kualitas dari relasi yang terjalin antara organisasi dan karyawannya.

Simpulan

Secara keseluruhan, *outcomes* kualitas relasi di Lembaga Nirlaba Yayasan Orbit tinggi. Data rata-rata pada setiap indikator menunjukkan adanya kecenderungan ke sisi tertentu. Indikator kepuasan memiliki nilai rata-rata tertinggi dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa Yayasan Orbit Surabaya cukup efektif dalam menjalankan relasi dengan salah satu publik kuncinya, yaitu karyawan. Relasi positif yang terjalin antar karyawan ditunjukkan dengan sifat yang saling mendukung sehingga organisasi dapat memiliki hubungan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif ini menjadi *outcome* kualitas dari relasi yang terjalin antara organisasi dan karyawannya.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi tinggi rendahnya outcome kualitas relasi, dan dipengaruhi oleh *outcomes* kualitas relasi sehingga akan didapat informasi lebih banyak dan bervariasi akan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan sebuah relasi di Lembaga Nirlaba Yayasan Orbit.

Daftar Referensi

- Botan, Carl H. & Hazleton, Vincent . 2006. *Public relations theory II*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, Inc
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi penelitian sosial*. Surabaya : Airlangga University Press
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H & Broom, Glen M . 1999. *Effective public relations* . New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Grunig, James. 1992. *Excellence in public relations and communications management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, Inc
- _____. 1999. *Guidelines for measuring relationships in public relations*. Florida :The Institute of Public Relations



_____. 2001. *The role of public relations in management and its contributions to organizational and societal effectiveness*. Maryland :University of Maryland

Grunig, Larissa A., Grunig, James & Dozier, David M. 1995. *Guide to excellence in public relations and communication management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, Inc

O'Neil, Julie. 2006. *Roles and scope of public relations*; 10th International Public Relations Research Conference. Florida : Pennsylvania State University

Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. 2006. *Metode penelitian survai*. Jakarta : LP3ES Indonesia