

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public Relations adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan dari sebuah organisasi, membantu untuk mendefinisikan filosofi serta memfasilitasi perubahan organisasi.¹

Menurut pernyataan resmi PRSA, Public Relations membantu masyarakat yang kompleks dan pluralistic dalam mengambil keputusan dan berfungsi lebih efektif dengan cara berkontribusi pada terciptanya saling pengertian di antara kelompok dan institusi terkait, berusaha untuk mengharmoniskan publik dengan kebijakan publik.²

Public Relations merupakan sebuah usaha untuk menarik hubungan dan pengertian yang sama dengan public. Dengan harapan mendapatkan dukungan dari publik, baik publik internal maupun eksternal. Dilakukan dengan beberapa mekanisme pengelolaan dan tentunya hal ini dikelola sedemikian rupa dengan manajemen yang baik agar apa yang diharapkan atau yang telah menjadi target dapat tercapai secara maksimal.³

¹Dan Lattimore, et al., *Public Relations Profesi dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 4.

²*Ibid.*, h. 4.

³Yusran, H, Skripsi Strata 1: “Peranan Public Relations PT. Industri Kapal Indonesia (Persero) Makassar dalam Mengembangkan Produk sebagai Brand Nasional Milik Negara” (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016), h. 3.

Agar target yang telah direncanakan dapat tercapai secara maksimal, diperlukan peran manusia untuk melaksanakannya. Manusia yang membantu melaksanakan peran tersebut dinamakan *Public Relations Officer* atau Petugas Public Relations. PRO-lah yang akan membantu menjalankan target yang telah dibuat oleh perusahaan agar berjalan sesuai rencana. Untuk menjalankan targetnya, PRO dibatasi oleh beberapa hal yang biasanya tertulis dan atau bahkan tidak tertulis. Kesemuanya dikembalikan ke porsi perusahaannya masing-masing agar sesuai dengan tujuan awal dari perusahaan tersebut.

Porsi perusahaan pastinya tidak akan sama antara satu dengan yang lainnya, antara perusahaan tekstil dan perusahaan alat berat pastilah memiliki tujuannya sendiri. Begitu juga dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang media massa. Memiliki tujuan yang berbeda juga. Walaupun sama-sama bergerak di media massa, antara televisi dan radio pasti juga memiliki tujuan yang berbeda.

Televisi menjadi salah satu media yang dapat memberikan informasi yang cepat kepada penontonnya dimana saja dan kapan saja. Dengan kecanggihan yang dimilikinya, televisi dapat menjangkau ke segala kalangan. Mulai dari yang muda, tua, perempuan, laki-laki, baik yang berada di kota maupun di desa. Semuanya turut andil dalam perkembangan pertelevisian. Tak luput pula UIN Raden Fatah yang ikut mengembangkan media massa seperti televisi ini.

RAFA TELEVISI adalah televisi komunitas UIN Raden Fatah Palembang yang dikelola oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Diperkirakan dibentuk pada 20 September 2017, dengan susunan kepengurusan yang

dipertanggungjawabkan utama kepada Rektor dan Wakil Rektor. Pengarah dari Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Kepala PUSTIPD dan Kabbag. Humas UIN Raden Fatah Palembang. Penanggung jawab pelaksana dari Kepala Lab. Terpadu Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, dikoordinir Produser RAFA TELEVISI dan dibantu oleh ADPRO RAFA TELEVISI serta bagian divisi profesi masing-masing dalam pelaksanaan kegiatan hariannya.

Untuk membantu jalannya kegiatan rutin, maka diperlukanlah public relations officer yang mampu bersama-sama menjaga, menjalin dan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat sesuai dengan target yang telah ditentukan di awalnya.

Pada zaman sekarang, peran dari public relations sangat dibutuhkan. Bukan sekedar dibutuhkan di pekerjaan yang mewajibkan untuk hadir di kantor saja, namun juga dibutuhkan di segala jenis pekerjaan, baik yang indoor maupun outdoor. Public relations sendiri diharuskan untuk menjalin komunikasi. Komunikasi yang dimaksudkan adalah komunikasi yang dapat menjaga dan menjalin hubungan baik dengan pihak internal dan eksternal. Salah satu pihak internal dari public relations officer ialah sesama pekerja di dalam sebuah instansi.

Agar dapat menjaga dan menjalin komunikasi yang baik antar sesama pegawai, diperlukanlah peran dari public relations ini. Agar kinerja yang dihasilkan dari sesama pegawai ini mampu menimbulkan tanggapan positif bagi publiknya. Di salah satu media massa yang sedang berkembang ini adalah RAFA TELEVISI. Peran dari

public relations officer sangatlah diperlukan, mengingat bahwa RAFA TELEVISI adalah televisi komunitas yang sedang berkembang untuk dikenal di publiknya.

Namun, pada awal yang baik ini, RAFA TELEVISI mengalami beberapa permasalahan, diantaranya kerja rutin (pra produksi, produksi dan pasca produksi sebuah program acara) yang masih tersendat, lalu hubungan antar kru yang masih pasif dan juga hubungan ke petinggi (dengan dosen dan civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi) yang masih belum maksimal.

Dari permasalahan yang terjadi di atas, penulis mengambil judul **PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS RAFA TELEVISI TERHADAP PERFORMA TEAM KERJA.**

B. Batasan Masalah

Penulis memilih crew dari generasi 1 sampai dengan 4 yang benar-benar aktif seutuhnya sesuai dengan metodologi yang penulis pakai berkaitan dengan team kerja.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kinerja Public Relations RAFA TELEVISI?
2. Bagaimana pengaruh kinerja Public Relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja?
3. Bagaimana Kinerja Public Relations RAFA TELEVISI yang paling besar mempengaruhi Performa team kerja?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kinerja dari Public Relations RAFA TELEVISI.
- b. Untuk mengetahui sebesar apa pengaruh kinerja yang dihasilkan oleh Public Relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja.
- c. Untuk mengetahui Kinerja Public Relations RAFA TELEVISI yang paling besar mempengaruhi Performa team kerja.

2. Kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis, penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu komunikasi dan public relations, khususnya tentang komunikasi antar-pribadi, organisasi dan pertelevisian.
- b. Secara praktis, penelitian ini berguna bagi; *pertama*, bagi pimpinan organisasi (dalam hal ini *public relations officer* RAFA TELEVISI) agar dapat membangun komunikasi dengan lebih baik lagi. *Kedua*, bagi seluruh crew dapat memahami dan membiasakan untuk berkomunikasi dan juga tentunya membangun komunikasi yang baik agar dapat memberikan kontribusi sesuai dengan deskripsi pekerjaannya masing-masing, serta membantu meningkatkan lingkungan kerja yang kondusif. *Ketiga*, untuk menambah referensi dan sebagai sumber informasi bagi kalangan crew dan mahasiswa yang membutuhkan.

c. Secara akademis, penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah referensi, sumber informasi serta catatan sejarah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Komunikasi Penyiaran Islam dan UIN Raden Fatah Palembang.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berhubungan dengan pengaruh terkait judul diatas belum ada. Meskipun demikian harus diakui. Ada beberapa penelitian yang mirip dengan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Skripsi Strata 1 atas nama Arum Test Wining Handani dengan judul Pengaruh Kinerja Public Relations dan Customer Relations Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Islam di Surakarta Yarsis. Ditulis tahun 2014. Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Persamaan : sama-sama meneliti Pengaruh Kinerja Public Relations yang bekerja pada suatu lembaga.

Perbedaan : lembaga yang dipilih oleh Arum Test Wining Handani adalah lembaga Rumah Sakit Islam di Surakarta, sedangkan yang dipilih oleh penulis adalah media massa televisi.

2. Skripsi Strata 1 yang ditulis oleh Titik Krismiyati dengan judul Pengaruh Kinerja Public Relations Terhadap Kepuasan Pasien RSUD. Dr. Moewardi di

Surakarta. Ditulis pada tahun 2017. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Persamaan : sama-sama meneliti Pengaruh Kinerja Public Relations yang bekerja pada suatu lembaga dan menggunakan metode penelitian kuantitatif

Perbedaan : penelitian yang ditulis oleh Titik Krismiyati memiliki objek penelitian pada lembaga Rumah Sakit Umum Daerah, sedangkan penelitian yang ditulis oleh penulis, memiliki objek media massa televisi RAFA TELEVISI, yang berada di wilayah perkuliahan penulis sendiri.

3. Jurnal tesis yang ditulis oleh Angga Dewi Anggraeni dan Agus Rahayu dengan judul Pengaruh Kinerja Kegiatan Public Relations dan Uang Kuliah (Tuition Fees) Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2014 di Politeknik Pos Indonesia). Dipublish pada tahun 2015. Universitas Pendidikan Indonesia.

Persamaan : sama-sama meneliti Pengaruh Kinerja Public Relations yang bekerja pada suatu lembaga dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan : penelitian yang ditulis Angga Dewi Anggraeni dan Agus Rahayu memiliki objek penelitian yakni mahasiswa Politeknik Pos Indonesia. Sedangkan yang ditulis penulis sendiri adalah organisasi media massa televisi yang berada di wilayah perkuliahan penulis sendiri.

F. Kerangka Teori

Teori dalam penelitian kuantitatif menjadi faktor yang sangat penting dalam proses penelitian itu sendiri. Separuh dari kegiatan penelitian adalah proses teori atau proses berteori. Pada proses ini, peneliti melakukan analisis-analisis deduktif untuk mencoba menjawab permasalahan yang sedang dihadapi. Pada bagian ini pula, dinamakan dengan berpikir rasional logis.⁴

Pada penelitian kuantitatif, teori atau paradigma teori digunakan untuk menuntun peneliti untuk menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep, menemukan metodologi dan menemukan alat-alat analisis data. Karena itu, amat penting teori dibicarakan dalam setiap pembahasan penelitian kuantitatif. Mengingat bahwa perannya yang dominan. Melihat pentingnya kedudukan teori dalam penelitian kuantitatif, maka merupakan sebuah keharusan setiap peneliti untuk memahami teori dan mengerti kedudukannya dalam penelitiannya.⁵

Untuk memahami pengertian kinerja, perlu terlebih dahulu memahami arti kata kinerja secara harfiah. Kata kinerja jika diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris menggunakan kamus elektronik Google Translate, terjemahannya adalah performance (noun – kata benda). Namun ketika kata performance diterjemahkan kembali kedalam bahasa Indonesia menggunakan kamus yang sama, atau kamus Inggris-Indonesia lain misalnya yang ditulis Echols & Shadily (1988), hasilnya bukan kinerja melainkan: pertunjukan, pekerjaan, perbuatan, pergelaran prestasi, hasil.

⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), h. 25.

⁵*Ibid.*, h. 25.

Berdasarkan terjemahan silang ini tampak bahwa performance mempunyai pengertian yang berbeda. Di satu sisi pengertiannya adalah kinerja, dan di sisi lain pengertiannya adalah pertunjukan, pekerjaan, perbuatan, pergelaran prestasi, hasil. Dengan demikian, secara matematis, bisa disimpulkan bahwa kinerja pengertiannya sama dengan pertunjukan, pekerjaan, perbuatan, pergelaran prestasi, hasil. Namun jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian yang pas untuk kinerja adalah prestasi atau hasil.

Menurut Armstrong & Baron (2005), kinerja merupakan sesuatu yang telah dicapai oleh seseorang atau organisasi. Hanya saja untuk memahami kinerja, proses untuk menghasilkan kinerja juga perlu diperhatikan karena proses tersebut merupakan bagian dari kinerja itu sendiri.⁶

Ketchum dan Trist (1992) mengemukakan bahwa umumnya untuk menanggulangi keterbatasan ruang lingkup dan keanekaragaman, dengan cara memasukkan pekerja kedalam tim-tim. Tim disini sebagai unit dapat diberi ruang lingkup tanggung jawab yang amat luas, sehingga memperluas ruang lingkup dan keanekaragaman setiap orang. Dengan ini, tim menjadi balok pembangun dasar bagi organisasi yang baru.⁷

Kelompok-kelompok yang diciptakan sebagai hasil dari pekerjaan itu sendiri dinamakan “tim kerja”. Sebuah tim kerja adalah kelompok pekerja yang bertanggung

⁶Achmad Sobirin, *Konsep Dasar Kinerja dan Manajemen Kinerja Modul 1*, h. 8-9. Dikutip dari <http://repository.ut.ac.id/3839/1/EKMA5320-M1.pdf>. Diakses pada tanggal 16 Januari 2019, pukul 18.17 WIB.

⁷R. Wayne Pace, Don. F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, terj. Deddy Mulyana, M. A., Ph. D (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), h. 310.

jawab atas pembentukan produk atau menangani suatu proses dalam organisasi. Mulai dari merencanakan pekerjaan, menyelesaikannya, mengatur sejumlah tugas regular kepenyeliaan seperti penjadwalan, penentuan tujuan, penyediaan umpan balik kinerja, bahkan menyewa anggota tim baru dan memberhentikan mereka yang tidak memberi andil yang cukup kepada pekerjaan tim tersebut. Tim ini bertanggung jawab untuk produksi, kualitas, biaya, pengendalian secara statistic dan koordinasi dengan tim dan juga departemen lainnya. Tim kerja diatur oleh pekerjaan itu sendiri. Anggota merupakan suatu tim karena pekerjaan mengharuskan mereka bekerja bersama-sama. Tim kerja dibebani tanggung jawab untuk mengatur dirinya, meningkatkan keahlian anggota tim, dan menyempurnakan proses, produk sendiri. Tim ini dinamakan tim “otonom” (*autonomus*) atau tim yang mengatur dirinya (*self-managed team*).⁸

Untuk menganalisis pengaruh kinerja public relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja dengan studi kasus crew RAFA TELEVISI generasi 1 sampai dengan 4, penelitian ini menggunakan teori komunikasi relasional (*Relational Comunnication Theory*) yaitu salah satu teori komunikasi antar pribadi yang menerapkan teori-teori komunikasi untuk studi hubungan serupa dengan berkembangnya pengakuan mengenai intrinsik, pertalian akrab antara komunikasi dan hubungan, dimana komunikasi dilihat sebagai proses formatif bagaimana sistem-sistem relasional terjadi.⁹

⁸*Ibid.*, h. 310.

⁹Muhammad Budayatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015), h. 346-347.

Perspektif komunikasi relasional memandang hubungan-hubungan sebagai dijadikan dan dibentuk melalui para anggota proses-proses komunikasi relasional dan pada gilirannya memandang sifat hubungan dihasilkan sebagai memengaruhi komunikasi yang berlanjut antara para anggota. Untuk memahami hubungan-hubungan antarpribadi, proses-proses ini menggambarkan sebuah pusat perhatian tentang teori komunikasi relasional.¹⁰

Salah satu kegiatan dari public relations dalam memberikan informasi kepada publik atau masyarakat untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan public adalah dengan melakukan kegiatan *media relations* atau hubungan media yang dengan istilah lain dikenal dengan hubungan pers (*media relations* atau *press relations*). Yakni dengan membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media, baik media cetak, media elektronik dan media massa online. Definisi hubungan pers atau hubungan media ini adalah suatu usaha untuk mencapai pemuatan atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan atau informasi dari public relations untuk membentuk pengetahuan dan pemahaman khalayak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.¹¹ Selain memasok berbagai materi yang layak diterbitkan atau disiarkan, pejabat public relations perlu juga memahami media, seperti bagaimana surat kabar dan majalah diterbitkan, cara memproduksi program-program siaran radio

¹⁰*Ibid.*, h. 346-347.

¹¹Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 264.

dan televisive, termasuk media massa online. Seorang pejabat public relations harus mengetahui segala sesuatunya tentang media itu dengan selengkap mungkin.¹²

Menurut Rensis Likert, jika pimpinan atau manajer organisasi memiliki kepedulian dan memberikan dukungan kepada karyawan atau bawahan, maka karyawan akan memiliki motivasi kerja lebih besar sehingga menjadi lebih produktif.¹³

Menurut Martin Buber, komunikasi antarpersonal dapat disimpulkan sebagai semua komunikasi yang terjadi antara orang-orang. Komunikasi ada di sebuah kontinum dari suatu yang impersonal ke antarpersonal. Tingkatan kontinum yakni, Komunikasi *I-It* (cara berkomunikasi seperti menempatkan pihak lain sebagai mereka yang ditempatkan sebagai benda), Komunikasi *I-You* (menganggap orang lain sebagai “you” dalam kepribadian tertentu dengan membedakan kedalaman komunikasi yang digunakan) dan Komunikasi *I-Thou* (seakan berada pada dua pihak yang sudah saling percaya, sehingga ada kecenderungan untuk saling mengungkapkan berbagai informasi lain diluar informasi tentang peran social tersebut).¹⁴

G. Hipotesis

Hipotesis dibentuk dari dua kata, yakni kata *hypo* yang berarti kurang dan kata *thesis* yang berarti pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama

¹²*Ibid.*, h. 265-266.

¹³Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), h. 432.

¹⁴Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015), h. 42-43.

menjadi *hypothesis* dan penyebutan dalam dialek Indonesia menjadi hipotesa yang kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Pengertian ini yang kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui sebuah penelitian. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data di lapangan.¹⁵

Penggunaan hipotesis dalam penelitian karena hipotesis sesungguhnya baru sekedar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain, hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik secara objek pengujian maupun dalam pengumpulan data. Selain sebagai *guide* dalam proses penelitian, hipotesis juga didesain berdasarkan kepentingan suatu penelitian.

Karena itu dalam penelitian kuantitatif, sejak awal peneliti harus sudah tahu untuk apa hipotesis dirancang. Peneliti juga harus tahu apakah suatu penelitian harus menggunakan hipotesis ataukah tidak. Apabila penelitian menghadapi data-data matematik yang dapat diukur secara kuantitatif, maka dalam penelitian harus dibangun hipotesis matematik pula. Yaitu hipotesis secara matematik memberi batasan hubungan apa atau yang bagaimana antara dua variabel atau lebih variabel.¹⁶

¹⁵Burhan Bungin, *op. cit.*, h. 85.

¹⁶*Ibid.*, h. 85.

Pada dasarnya, hipotesis penelitian tidak didesain kalau tidak hanya untuk kebutuhan penelitian atau sebaliknya. Oleh karena itu, rancangan hipotesis dibangun atas kesadaran keilmuan, sehingga hipotesis harus dipertimbangkan validitasnya. Dalam hal ini, perlu dipertimbangkan saran William F. Ogburn, bahwa untuk sampai pada validitas hipotesis yang berkemampuan mencapai keilmuan langgeng, harus melalui langkah-langkah, mencapai ide, merumuskan ke dalam suatu bentuk hingga dapat di demonstrasikan dan verifikasi.¹⁷

Penjelasan mengenai Ogburn tersebut adalah inti dari pembahasan tentang hal-hal yang perlu dijelaskan dalam rancangan hipotesis dan menjadi substansi hipotesis pada umumnya sebagaimana dijelaskan oleh Wirawan, yaitu : a. hipotesis harus muncul dan ada hubungannya dengan teori serta masalah yang diteliti; b. setiap hipotesis adalah kemungkinan jawaban terhadap persoalan yang diteliti; c. hipotesis harus diuji (teruji) atau diukur (terukur) secara khusus untuk menetapkan apakah hipotesis paling besar kemungkinannya didukung oleh data empiris.¹⁸

Dengan adanya hipotesis, membantu peneliti dalam beberapa hal, diantaranya, memberikan arah bagi penelitian yang dilaksanakan, mencegah peneliti melakukan penelitian yang bersifat coba-coba, membantu peneliti untuk menghindari berbagai variabel pengganggu dan variabel yang membingungkan dan juga memungkinkan peneliti untuk melakukan kuantifikasi variabel. Dengan syarat, sesuai dengan

¹⁷*Ibid.*, h. 87.

¹⁸*Ibid.*, h. 87.

pengetahuan yang berkembang, konsisten dengan logika, dinyatakan dengan ringkas dan harus dapat diuji.¹⁹

Adapun hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah :

H_A : Hipotesis alternatif, dimana hipotesis ini menyatakan ada hubungan yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)²⁰. Ada hubungan yang signifikan antara kinerja public relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja.

H_0 : Hipotesis statistik, dimana hipotesis ini menyatakan tidak ada hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang akan diteliti²¹. Tidak ada hubungan antara kinerja public relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja.

H. Metodologi Penelitian

Agar terwujudnya suatu kerangka ilmiah, penelitian disusun dengan menggunakan metodologi penelitian sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian historis. Dimana penelitian historis bertujuan untuk mendeskripsikan hal-hal yang telah terjadi di masa lalu. Proses penelitian ini menggunakan kaidah dan prosedur penelusuran,

¹⁹Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2012), h. 18-21.

²⁰Burhan Bungin, *Op.Cit.*, h. 90.

²¹*Ibid.*, h. 89.

pencatatan, analisis dan menginterpretasikan kejadian-kejadian masa lalu itu sendiri juga masa kini dan secara terbatas berguna untuk mengantisipasi hal-hal yang akan datang berdasarkan pada tren-tren historis yang pernah terjadi pada masalah yang akan diteliti.²²

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka-angka dan di analisis menggunakan keilmuan statistik.

3. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah crew RAFA TELEVISI generasi 1 sampai dengan 4 dengan focus penelitian adalah pada pengaruh kinerja public relations RAFA TELEVISI.

4. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Laboratorium Terpadu Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bagian Televisi, lantai 4 Gedung A Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang. Berlangsung pada setiap hari kerja.

5. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif atau analisis dengan menggunakan keilmuan statistik. Data kuantitatif tersebut diperoleh

²². *Ibid.*, h. 58.

dari sumber data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yakni :

a) Data Primer

Pada data ini, peneliti mengambil data yang telah dikumpulkan dan didapat secara langsung dari para crew RAFA TELEVISI generasi 1 sampai dengan 4.

b) Data Sekunder

Pada pengambilan data sekunder ini, peneliti mendapatkan sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, seperti melalui buku fisik, internet maupun dokumen. Termasuk juga melakukan sedikit wawancara kepada yang berwenang untuk mendapatkan data tambahan bersifat sekunder untuk melengkapi penelitian ini yang tentu saja berkaitan dengan penelitian yang penulis teliti.

6. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²³ Sampel adalah suatu pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang

²³Madona Ayu Saputri, *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antara Orang Tua dan Anak Dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah* (Skripsi Sarjana Strata I Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018), h. 24.

diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah crew RAFA TELEVISI generasi 1 sampai dengan generasi 4. Jumlah populasi yang didapat berdasarkan dari wawancara dengan ADPRO RAFA TELEVISI. Menurut Suharsimi Arikunto “Jika populasinya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua, sedangkan jika populasi lebih besar maka dapat diambil 10-15% datau 20-25%”.²⁴

Robbins dan Judge mengungkapkan tim kerja adalah kelompok yang usaha-usaha individualnya menghasilkan kinerja lebih tinggi daripada jumlah masukan individual. Hal ini memiliki pengertian bahwa kinerja yang dicapai oleh sebuah tim lebih baik daripada kinerja perindividu disuatu organisasi ataupun suatu perusahaan. Lalu, Menurut Allen pekerja tim atau tim kerja adalah orang yang sportif, sensitif dan senang bergaul, serta mampu mengenali aliran emosi yang terpendam dalam tim sangat jelas.²⁵

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai populasi dan sampel yang berhubungan dengan makna tim kerja, maka dalam penelitian ini penulis

²⁴*Ibid.*, h. 25.

²⁵Dina Rolanna Simanungkalit & Lucy Anna, *Analisis Hubungan Kerjasama Tim Untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja Pada PT. Mitha Samudera Wijaya Medan* h. 4. (Tesis dari Alumni Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara tahun 2008, dalam bentuk lembaran jurnal PDF Download). Dikutip dari <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjtqgv2tfhAhVJuI8KHQo6C9sQFjABegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fjurnal.usu.ac.id%2Findex.php%2Fjmi%2Farticle%2Fdownload%2F2340%2Fpdf&usg=AOvVaw2dtJ-VS6M1Sso-1J6-AMoN>. Diakses pada tanggal 18 April 2019, pukul 01.11 WIB.

mengambil seluruh populasi crew yang benar-benar aktif berkegiatan di RAFA TELEVISI sebagai sampel yang akan diteliti. Crew yang benar-benar aktif berkegiatan di RAFA TELEVISI diketahui sebanyak 27 crew.²⁶

7. Variabel dan Operasional Variabel

Variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Suatu variabel adalah konsep tingkat rendah yang acuan-acuannya secara relatif mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah di klasifikasi, diurut atau diukur. Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk. Dengan fungsinya sebagai penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris. Proses untuk mengubah konsep atau konstruk menjadi variabel ada pada tahap operasionalisasi konsep (definisi operasional). Variabel merupakan fenomena dan peristiwa yang dapat diukur atau dimanipulasi dalam proses riset. Variabel dapat mempunyai lebih dari satu nilai dalam kontinum tertentu (bervariasi).²⁷

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pengaruh atau bebas (*independent variable* atau variabel X) dan variabel terikat (*dependent*

²⁶Berdasarkan data kehadiran dan juga daftar kegiatan yang diperoleh dari ADPRO RAFA TELEVISI.

²⁷Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), h. 20.

variable atau variabel Y). Variabel bebas atau pengaruh adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Variabel ini yang secara sistematis divariasikan oleh periset. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini adalah diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel bebas atau pengaruh. Dengan kata lain, variabel terikat adalah apa yang periset inginkan untuk dijelaskan.²⁸

Identifikasi variabel dalam penelitian ini, yakni kinerja public relations RAFA TELEVISI sebagai variabel bebas atau pengaruh (*independent variable* atau variabel X) dan performa team kerja sebagai variabel terikat (*dependent variable* atau variabel Y).

Operasional variabel dari penelitian ini, yakni :

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel		Aspek	Indikator
Kinerja Public Relations RAFA TELEVISI (Variabel X)	Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif dan kualitatif, sesuai kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing,	1. Kewenangan an (Prawirosentono)	1. Efektifitas dan efisiensi tugas 2. Otoritas 3. Kedisiplinan 4. Daya pikir, kreatifitas dan motivasi

²⁸*Ibid.*, h. 21.

	tidak melanggar hukum, sesuai moral dan etika (Prof. Dr. Moeherion, M. Si)	2. Tanggung Jawab 3. Moral dan Etika	1. Sikap 2. Perilaku 1. Aturan yang berlaku 2. Kejujuran
Performa Team Kerja (Variabel Y)	Performa adalah hal melakukan, hal menyelenggarakan, hal memainkan dalam sebuah seni drama, musih dan tari atau penampilan.	1. Penampilan	1. Kesesuaian prosedur dengan pekerjaan 2. Perkembangan individu pekerja 3. Perkembangan kelompok pekerja

8. Uji Validitas Data

Uji validitas data adalah uji tingkatan dimana peneliti mengukur apa yang harus di ukurnya.²⁹ yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan perhitungan validitas data dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25.

9. Uji Realiabilitas Data

Uji realiabilitas data digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena

²⁹Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* atau *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), h. 33.

instrument tersebut sudah baik. Realiabilitas adalah hal yang penting. Untuk dapat menggambarkan kesimpulan yang berguna dari penelitian, harus memenuhi validitas dan realiabilitas.³⁰ Dalam penelitian ini, uji realiabilitas data menggunakan program aplikasi SPSS.

10. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, melalui wawancara interview) singkat kepada para sampel, kemudian pengedaran angket (kuisisioner) kepada sampel yang telah ada, lalu melakukan sedikit wawancara (*interview*) untuk menambah data (menjadi data sekunder) kemudian di analisis. Adapun penjelasan dari ketiga teknik tersebut :

- A. Wawancara singkat, digunakan untuk melakukan pendahuluan yang bertujuan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, mengetahui beberapa hal yang berguna untuk melakukan penelitian dari para responden dan untuk mengetahui berapa jumlah responden sebenarnya. Dalam teknik ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan mewawancarai beberapa petinggi RAFA TELEVISI dengan tujuan mengetahui keadaan permasalahan secara menyeluruh.

³⁰Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* atau *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terj. Maria Natalia Damayanti Maer, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 73.

- B. Angket (kuisisioner), digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan (berbentuk tulisan maupun via online) kepada responden untuk dijawab dengan jujur. Dalam teknik ini, variabel yang digunakan untuk pengumpulan data yakni kinerja public relations RAFA TELEVISI dan performa team kerja. Instrument angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dalam bentuk ceklis yang disebar kepada 25 sampel. Bentuk dari angket yang dibuat adalah pertanyaan dan alternatif jawaban terdiri dari, sangat setuju (SS) dengan skor = 5, setuju (S) dengan skor = 4, kurang setuju (KS) dengan skor = 3, tidak setuju (TS) dengan skor = 2, sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 1.
- C. Wawancara (*interview*) kedua, untuk menambah data yang dianggap perlu (data sekunder) dengan tidak mempengaruhi data primer.
- D. Analisis isi, digunakan untuk menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif, mulai dari penentuan isi komunikasi yang dianalisis, cara menganalisisnya maupun kategori yang dipakai untuk menganalisis.³¹

11. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk

³¹*Ibid.*, h. 60.

menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.³²

Pada penelitian ini, menggunakan table, tendensi sentral (mean, median dan modus), variasi melalui range dan standard deviasi yang dihitung dengan menggunakan program aplikasi SPSS.

12. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis “terdapat pengaruh kinerja public relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja” adalah analisis Regresi Linier Sederhana. Untuk mengetahui pengaruh variabel X (variabel bebas atau pengaruh) terhadap variabel Y (variabel terikat), maka diperlukan analisis regresi. Perhitungan analisis regresi ini menggunakan program aplikasi SPSS.³³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diteliti

a = Harga Y ketika harga X = 0

³²Madona Ayu Saputri *Op.Cit.*, h. 33.

³³*Ibid.*, h. 34.

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.³⁴

Setelah data terkumpul, maka seluruh data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian, diuraikan berdasarkan apa adanya seperti yang diperoleh dan diolah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, dalam uji hipotesis yang membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan probabilitas atau dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan dari isi penelitian ini, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan, dengan pembahasan sebagai berikut :

Bab I, adalah pendahuluan yang berisikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, adalah landasan teori yang berisikan tinjauan umum mengenai kinerja, public relations, performa dan team kerja.

Bab III, adalah gambaran umum mengenai RAFA TELEVISI, sejarah berdiri, struktur organisasi, makna yang terkandung di dalam logo, jumlah crew dari generasi ke generasi, dan pola kerja yang dilaksanakan secara rutin.

³⁴*Ibid.*, h. 34.

Bab IV, adalah hasil penelitian yang berisikan tentang analisis data pengaruh kinerja public relations RAFA TELEVISI terhadap performa team kerja.

Bab V, adalah penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.