

**“Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan
Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam
Surabaya”**

Skripsi



Oleh:

Minan Nur Rochman (13410074)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2018

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP PENGEMBANGAN
ORGANISASI DI YAYASAN PENDIDIKAN NURUL ISLAM SURABAYA**

SKRIPSI:

Diajukan kepada:

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Minan Nur Rochman (13410074)

JURUSAN PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2018

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP PENGEMBANGAN
ORGANISASI DI YAYASAN PENDIDIKAN NURUL ISLAM
SURABAYA**

SKRIPSI

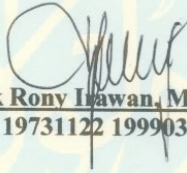
Oleh:

Minan Nur Rochman

NIM. 13410074

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Andik Rony Irawan, M.Si, Psi
NIP. 19731122 199903 1 003

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2 001

SKRIPSI


PERAN *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP PENGEMBANGAN ORGANISASI DI YAYASAN PENDIDIKAN NURUL ISLAM SURABAYA

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

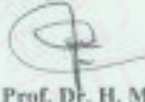
pada tanggal, 28 Mei 2018

Susunan Dewan Penguji

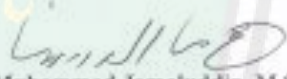
Dosen Pembimbing


Andik Rony Fawan, M.Si
NIP. 19731112 199903 1 003

Anggota Penguji lain
Penguji Utama


Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

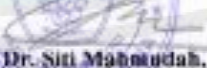
Ketua Penguji


Muhammad Jamaluddin, M.Si
NIP. 19801108 200801 1 007

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal 2018

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Minan Nur Rochman

NIM : 13410074

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya

Menyatakan bahwa penelitian tersebut adalah karya peneliti sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat oleh peneliti dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar peneliti bersedia mendapat sanksi secara akademis.

Malang, 15 Mei 2018

Yang Menyatakan



Minan Nur Rochman

Minan Nur Rochman
NIM. 13410074

MOTTO

“If you have a goal and reach it, you have to set a new one or you will not have any reason to get up in the morning”

-Barbara Jacoby-

“Jangan menunggu bahagia baru bersyukur, tapi bersyukurlah terus niscaya akan bahagia”

-Aa Gym-



PERSEMBAHAN

Untuk Bapak Agus Winardi, Ibu Sulyem dan Ibu Widayati

**Yang telah memberikan semangat, nasihat, serta tak henti-henti nya
mendoakan saya di setiap selesai sholat nya**

**Kemudian adik ku tersayang Moch. Nur Fauzan Widiyanto, yang telah
memberikan motivasi serta semangat untuk terus berusaha dan menjadi
lebih baik lagi.**

**Serta paman dan bibi ku, yang juga terus memberikan semangat melalui
berbagai cara dan juga media**



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Serta Sholawat dan Salam kepada Baginda Nabi besar Rosulullah Muhammad SAW. Karena berkat rahmat, nikmat dan karunia-Nya peneliti telah dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian (skripsi) yang berjudul “Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya”

Selanjutnya ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Andik Rony Irawan, M.Si, Psi selaku pembimbing yang sabar dalam membimbing penyelesaian penulisan penelitian ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan seluruh civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Serta teman seperjuangan dari berbagai komunitas seperti Keluarga Din, Psychoworld, dan Himpunan Alumni PP. Ammanatul Ummah

Akhir kata, semoga karya penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua kalangan bidang pendidikan. Amin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTARCT.....	xiv
ملخص البحث.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
A. Dukungan Sosial	16
a. Definisi Organisasi.....	16
b. Definisi Pengembangan Organisasi	18
c. Asumsi-asumsi dan Nilai Pengembangan Organisasi.....	20
d. Konsep 3T dalam Pengembangan Organisasi.....	25
e. Pengembangan Organisasi dalam Perspektif Islam	26
B. <i>Public Relations</i>	27
a. Definisi <i>Public Relations</i>	28
b. Aspek-aspek dan Indikator <i>Public Relations</i>	31
c. <i>Public Relations</i> dalam Perspektif Islam	33
C. Peran <i>Public Relations</i> Terhadap Pengembangan Organisasi	36
D. Hipotesis	38

BAB III METEDIOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Rancangan Penelitian	39
B. Identifikasi Variabel penelitian	39
C. Definisi Operasional.....	40
D. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
E. Instrumen Penelitian	43
F. Prosedur Penelitian.....	45
1. Tahap Persiapan	45
2. Tahap Pengambilan Data	46
3. Tahap Pengolahan Data	46
G. Validitas dan Reabilitas.....	46
1. Uji validitas	46
2. Uji Reabilitas.....	48
H. Analisis Data	48
BAB IV PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Lokasi Pelaksanaan Penelitian.....	52
1. Sejarah Yayasan Pendidikan Nurul Islam.....	52
2. Visi, Misi, dan Tujuan Yayasan Pendidikan Nurul Islam.....	53
B. Hasil Penelitian	54
1. Pelaksanaan Penelitian	54
2. Jumlah Subyek Penelitian.....	55
3. Prosedur Pengumpulan Data	55
4. Hasil Uji Validitas	55
5. Hasil Uji Reliabilitas	57
C. Hasil Uji Regresi	58
1. Uji Normalitas	58
2. Uji Linieritas.....	59
D. Hasil Uji Deskriptif.....	60
1. Deskripsi Tingkat <i>Public Relations</i>	60
2. Deskripsi Tingkat Pengembangan Organisasi	62
E. Hasil Uji Hipotesis	65
F. Pembahasan.....	66
1. Tingkat <i>Public Relations</i>	66
2. Tingkat Pengembangan Organisasi.....	70
3. Peran <i>Public Relations</i> Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.....	73
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Asumsi-asumsi Pengembangan Organisasi	22
Tabel 2. Keterangan Nilai Favorabel	44
Tabel 3. <i>Blueprint</i> Variabel <i>Public Relations</i>	44
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Variabel Pengembangan Organisasi	45
Tabel 5. Kriteria Jenjang	50
Tabel 6. Susunan Organisasi Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya	53
Tabel 7. Distribusi Aitem Valid Skala <i>Public Relations</i>	56
Tabel 8. Distribusi Aitem Valid Skala Pengembangan Organisasi.....	56
Tabel 9. Reliabilitas <i>Public Relations</i> dan Pengembangan Organisasi	58
Tabel 10. Uji Normalitas <i>Public Relations</i> dan Pengembangan Organisasi	58
Tabel 11. Uji Linieritas Variabel <i>Public Relations</i> dan Pengembangan Organisasi.....	59
Tabel 12. Deskripsi <i>Public Relations</i>	60
Tabel 13. Pembagian Kategorisasi <i>Public Relations</i>	61
Tabel 14. Tingkat Kategorisasi <i>Public Relations</i>	62
Tabel 15. Frekuensi dan Prosentase Tingkat <i>Public Relations</i>	62
Tabel 16. Deskripsi Pengembangan Organisasi.....	63
Tabel 17. Pembagian Kategorisasi Pengembangan Organisasi	63
Tabel 18. Pembagian Kategorisasi Pengembangan Organisasi	64
Tabel 19. Tingkat Kategorisasi Pengembangan Organisasi.....	64
Tabel 20. Tingkat Frekuensi dan Prosentase Pengembangan Organisasi	65
Tabel 21. Hasil Analisis Regresi.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala

Lampiran 2 Blue Print

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas *Public Relations*

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pengembangan Organisasi

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 6 Hasil Uji Linieritas

Lampiran 7 Hasil Uji Regresi

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian

Lampiran 9 Balasan Penelitian

Lampiran 10 Bukti Konsultasi

Lampiran 11 Ringkasan (Naskah Publikasi)

ABSTRAK

Abstrak: Nur Rochman, Minan (2018), Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Andik Rony Irawan, M.Si, Psi

Terdapat banyak faktor yang berperan dalam perkembangan suatu organisasi, sehingga organisasi bisa berjalan dengan efektif dan mampu untuk terus tumbuh dan mencapai tujuannya. Salah satu faktor yang berperan dalam perkembangan organisasi adalah *public relations*. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji peran *public relations* terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yang dilakukan kepada staf akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya yang berjumlah 29 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Sementara pengumpulan data menggunakan skala *public relations* dan pengembangan organisasi. Analisis data yang digunakan untuk menguji peran *public relations* terhadap pengembangan organisasi adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas staff akademik dan non-akademik Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya memiliki tingkat *public relations* yang tinggi dengan prosentase sebesar 39.3% dan tingkat pengembangan organisasi berada pada kategori sedang dengan prosentase sebesar 35.7%. Hasil analisis data menunjukkan nilai $sig = 0.000$ atau $sig < 0.05$. Hal tersebut membuktikan bahwa *public relations* berperan positif dan signifikan terhadap pengembangan organisasi. Artinya semakin bagus penerapan *public relations* maka pengembangan organisasi akan meningkat.

Kata kunci: *Public Relations*, Pengembangan Organisasi

ABSTRACT

Abstract: Nur Rochman, Minan (2018). The Role of Public Relations Against Organization Development at Surabaya Nurul Islam Education Foundation. Thesis, Faculty of Psychology, the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim of Malang.

Supervisor: Andik Rony Irawan, M.Si, Psi

There are many factors that play a role in developing an organization, the organization can run effectively and able to continue to grow and achieve the goals. One of the factors that play a role in developing an organization is public relations. Therefore, the purpose of the research is to examine the role of public relations against organizational development at Surabaya Nurul Islam Education Foundation

The research used quantitative method that was done to academic and non-academic staff at at Surabaya Nurul Islam Education Foundation, which amounted to 28 people. Sampling used saturated sample technique. The data collection used the scale of public relations and organizational development. Data analysis that was used to test the role of public relations against organizational development was a simple regression analysis.

The research results showed that the majority of academic and non-academic staff at Surabaya Nurul Islam Education Foundation had high public relations level with percentage of 39.3% and organization development level was in medium category with percentage of 35.7%. The results of data analysis showed sig value = 0.000 or sig <0.05. It proved that public relations had a positive and significant role against the development of the organization. This meant that the better in the implementation of public relations, it will increase in the organization development.

Keywords: public relations, organization development

ملخص البحث

ملخص البحث: نور رحمن ، ميانان (2018) ، دور العلاقات العامة (*Public Relations*) على تطوير المنظمة في مؤسسة التربية نور الإسلام في سورابايا. البحث الجامعي ، كلية علم النفس ، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج.

المشرف: أنديك راني إيراووان، الماجستير

هناك كثير من من العوامل التي تلعب دوراً في تطوير المنظمة، تمكن المنظمة أن تعمل بفعالية وقادرة على الاستمرار في النمو وتحقيق أهدافها. واحدة من العوامل التي تلعب دوراً في التطوير التنظيمي هي العلاقات العامة. ولذلك، فأم الأهداف من هذا البحث هي لاختبار دور العلاقات العامة على تطوير التنظيمي في مؤسسة التربية نور الإسلام سورابايا.

هذا البحث هو البحث الكمي الذي أجرى للعامل الأكاديمي وغير الأكاديمي في مؤسسة التربية نور الإسلام سورابايا، التي حصلت إلى 28 أشخاص. أخذ العينات هو باستخدام تقنية العينة المشبعة. بينما استخدم جمع البيانات نطاق العلاقات العامة والتطوير التنظيمي. تحليل البيانات الذي استخدم لاختبار دور العلاقات العامة على تطوير التنظيمي هو تحليل الانحدار بسيط.

دلت النتائج البحث أن غالبية للموظف الأكاديمي وغير الأكاديمي في مؤسسة التربية نور الإسلام سورابايا يتمتع بمستوى عالٍ من العلاقات العامة بنسبة 39.3% ومستوى تطوير المؤسسة هو في فئة متوسطة بنسبة 35.7%. ظهرت نتيجة تحليل البيانات من قيمة سيج = 0,000 أو سيج > 0,05. إنه ثبت أن العلاقات العامة هي لها دور إيجابي وهام في تطوير المنظمة. وهذا يعني أنه كلما زاد التحسين في تنفيذ العلاقات العامة فستزيد التطوير المنظمة

الكلمات الرئيسية: العلاقة العامة، تطوير المنظمة

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Organisasi merupakan suatu unit terkoordinasi yang terdiri setidaknya dua orang, berfungsi mencapai satu sasaran tertentu atau serangkaian sasaran (Mulyadi & Rivai, 2013). John D. Millet (Sutarto, 1991) organisasi adalah orang-orang yang bekerjasama dan dengan demikian mengandung ciri-ciri dari hubungan-hubungan manusia yang timbul dalam aktivitas kelompok.

Gitosudarmo, dkk mendefinisikan organisasi adalah suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerjasama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok untuk mencapai suatu tujuan (Sopiah, 2008). Robbins (1994) menyebutkan bahwa organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasi secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Berdasarkan keterangan diatas, organisasi adalah unit atau kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih, dengan batasan-batasan yang jelas dan terkoordinir serta terdapat aktifitas didalamnya yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan yang sama.

Organisasi merupakan suatu sistem yang berproses, artinya sistem tersebut tidaklah statis. Lingkungan dimana organisasi berada tidak lah bersifat statis, tetapi dinamis, berubah-ubah, mengikuti perkembangan

zaman. Apabila organisasi ingin tetap eksis maka organisasi harus fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan tersebut. Dengan mengetahui keadaan lingkungan, organisasi dapat mengantisipasi dan mengambil keputusan yang tepat demi kemajuan organisasi (Hardiansyah, 2010).

Organisasi mengalami perubahan karena organisasi selalu menghadapi berbagai macam tuntutan kebutuhan. Tuntutan itu timbul sebagai akibat pengaruh lingkungan (eksternal dan internal) organisasi yang selalu berubah (Rivai & Mulyadi, 2012). Faktor eksternal meliputi: kompetisi yang semakin tajam antar organisasi, perkembangan IPTEK, perubahan lingkungan (baik lingkungan fisik maupun sosial). Sedangkan faktor internal meliputi: struktur, sistem dan prosedur, perlengkapan dan fasilitas, proses dan sasaran (Naraha, 1999).

Proses perubahan pada umumnya mencakup sikap dan perilaku saat ini yang *unfreezing*, perubahan-perubahannya dan akhirnya kepemilikan sikap dan perilaku yang baru yang *refreezing* (Rivai & Mulyadi, 2012).

Salah satu cara supaya organisasi dapat bertahan adalah dengan terus berkembang hingga mencapai tujuan organisasi dengan bersama-sama, yaitu dengan melakukan pengembangan organisasi. Secara singkat pengembangan organisasi (PO) atau lebih dikenal sebagai *organizational development* (OD) adalah perubahan yang terencana (*planned change*) (Rivai & Mulyadi, 2012).

Perubahan dalam bentuk pembaharuan organisasi yang dilakukan secara berkesinambungan atau secara terus menerus sekarang ini memiliki pengaruh yang dominan dalam kehidupan masyarakat era modern. Organisasi beserta anggota yang terlibat didalamnya dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kondisi arus perubahan yang ada. Perubahan tersebut dinamakan Pengembangan Organisasi (PO), yaitu perubahan terencana dan dalam jangka waktu lama.

Burke & Schmidt (1980) menjelaskan pengembangan organisasi adalah proses yang berusaha meningkatkan keefektifan organisasi dengan memadukan keinginan individu untuk tumbuh dan berkembang dengan tujuan organisasi. Khususnya, proses ini merupakan upaya perubahan terencana yang melibatkan sistem secara menyeluruh dalam periode waktu tertentu, dan upaya perubahan itu terkait dengan misi organisasi (Gibson dkk, 1996).

Sedangkan menurut Christine S. Becker pengembangan organisasi adalah suatu proses dari perubahan berencana terhadap orang-orang yang ada dalam organisasi secara keseluruhan. Pusat perhatiannya adalah perubahan organisasi dengan meneliti orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut, mengenai bagaimana mereka bekerja sama sebagai suatu kesatuan, bagaimana berfungsi dalam unit mereka masing-masing, dan apa yang perlu diubah sehingga mereka dapat bekerja secara efektif (Indrawijaya, 1989).

Berdasarkan pendapat ketiga tokoh tersebut pengembangan organisasi adalah proses perubahan berencana terhadap orang-orang yang ada di dalam organisasi secara keseluruhan dan berusaha meningkatkan keefektifan organisasi dengan memadukan keinginan individu untuk tumbuh dan berkembang dengan tujuan organisasi.

Ada dua alasan mengapa pengembangan organisasi sangat diperlukan dalam suatu organisasi. Pertama yaitu struktur imbalan dalam pekerjaan tidak cukup memperkuat pelatihan konvensional, sehingga seringkali gagal mengalihkan hasil belajar dalam pekerjaan. Terlalu banyak program yang dirancang dengan baik akan tetapi mengalami kegagalan karena faktor lingkungan kerja yang tidak mendukung

Kedua yaitu laju perubahan yang berlangsung dengan cepat, yang mengharuskan organisasi untuk benar-benar luwes dalam rangka melangsungkan hidupnya dan untuk memperoleh keuntungan. Pengembangan organisasi berupaya untuk mengembangkan organisasi secara keseluruhan agar dapat menanggapi perubahan secara lebih seragam dan berkemampuan (David & Newstrom, 1994).

Berdasarkan paparan diatas, dapat dipahami bahwa pengembangan organisasi sangatlah diperlukan dalam suatu organisasi. Karena, di zaman modern ini organisasi harus mampu mempertahankan eksistensinya dan mampu bersaing dengan organisasi-organisasi lain. Sebuah organisasi disebut berhasil ketika organisasi tersebut mampu

mengikuti perkembangan saat ini dan tujuan organisasi tersebut dapat tercapai (David & Newstrom, 1994).

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferlan (2016) tentang Pengaruh Perubahan dan Pengembangan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. SINAR GALESONG PRIMA Manado, yang menunjukkan bahwa pengembangan organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien sebesar 0.379

Selanjutnya pemberitaan pada tanggal 23 maret 2017 mengatakan (Koran Jakarta.com) Dislitbangad sedang melakukan pengembangan teknologi yaitu alutsista berupa senjata mesin multi laras (SMML) kaliber 7,62 mm dan senjata otomatis kaliber 5,56 mm. Pengembangan senjata tersebut dilakukan di Dinas Penelitian dan Pengembangan TNI AD (Dislitbangad).

Dinas Penelitian dan Pengembangan TNI AD (Dislitbangad) memiliki tugas pokok membina dan menyelenggarakan fungsi penelitian dan pengembangan dalam rangka mendukung tugas pokok TNI AD, Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Dislitbangad menyelenggarakan fungsi-fungsi pengkajian, penelitian, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu ada juga penelitian dan pengembangan insani meliputi aspek kesehatan, psikologi, mental, dan jasmani serta pengembangan organisasi dan sistem metode (Koran Jakarta.com).

Timbulnya persaingan-persaingan yang bersifat kompetitif menuntut lembaga atau organisasi pemerintah maupun swasta untuk mampu bersaing ketat mempertahankan serta memajukan lembaganya atau organisasi tersebut. Salah satunya adalah dalam menjalin hubungan baik antar lembaga atau organisasi, masyarakat, serta pihak-pihak luar yang bersangkutan tidak bisa begitu saja diabaikan. Karena tanpa adanya hubungan baik antar lembaga atau organisasi, masyarakat, serta pihak-pihak luar yang bersangkutan, maka tidak akan tercipta suasana yang kondusif. Oleh karena itu lembaga atau organisasi baik milik pemerintah ataupun swasta membutuhkan peran *public relations*.

Public Relations adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian (Jefkins, 2003).

Ruslan (2005) menyatakan peranan Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relations* sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, bersifat komersial maupun tidak komersial, dari perusahaan industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar Humas merupakan salah satu ujung tombak dari suatu organisasi. Bagi sebuah organisasi, Humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan *stakeholder* ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan, dan program organisasi kepada publik.

Sedangkan menurut Harlow (Firsan, 2011) mengatakan *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dan masyarakatnya yang melibatkan dalam manajemen problem atau masalah, membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi dan merespon pendapat umum, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu antisipasi kecenderungan dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sasaran utamanya.

Program pengembangan *public relations* harus proaktif dan mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat, baik di bidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik internasional dan nasional.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vira Adriani (2014) dengan judul Pengaruh Tujuan *Public Relations* Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkomsel (studi pada mahasiswa semester 8 jurusan marketing komunikasi universitas bina nusantara) yang menyatakan tujuan *public relations* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan citra perusahaan dan memiliki pengaruh sebesar 83,7%.

Selanjutnya kegiatan *public relations* yang dilakukan oleh Pemkot Semarang yang mendapatkan penghargaan dari *Public Relations Indonesia Award (PRIA)* pada tanggal 24 maret 2017 lalu, dengan mencanangkan program “mewujudkan kredibilitas dan kepercayaan pemerintah, kementerian, lembaga, korporasi, atau organisasi di mata *stakeholder*”, dimana berkat program tersebut seluruh informasi terkait program dan kebijakan Pemkot Semarang bisa sampai kepada masyarakat (news.detik.com).

Kemudian penghargaan yang didapatkan PT. XL Axiata Tbk dalam ajang bidang kehumasan The 2nd PR Indonesia Award (PRIA) pada 30 maret 2017, yang memenangkan 2 penghargaan yaitu kategori *Media Relations* subkategori Perusahaan Swasta Nasional Tbk dan kategori Departemen PR Perusahaan Swasta. Tri Wahyuningsih selaku GM CR & CM XL Axiata menyatakan melalui *media relation* yang efektif, kami (Departemen *Public Relation*) berusaha menyesuaikan konten pesan perusahaan dengan standar jurnalistik.

Sehingga pesan-pesan yang disampaikan ke publik melalui media memang merupakan pesan yang dibutuhkan oleh public, kalangan industri terkait, dan pengambil kebijakan lingkup Industri Telekomunikasi dimana dalam menjalankan usaha (waspada.co.id).

Selanjutnya Konvensi Nasional Humas (KHN) 2017 dengan mengusung tema #IndonesiaBicaraBaik, yang akan diadakan pada 27-28 November 2017 mendatang. Ketua Umum BPP Perhumas Indonesia,

Agung Laksamana, menyatakan, "Latar belakang serta tujuan kami menggelar KNH adalah agar masyarakat memahami peran fungsi humas sebenarnya. Kami berharap masyarakat akan menyadari bahwa dirinya adalah humas bagi Indonesia."

Agung menambahkan, "Sebagai humas, kita semua harus mensosialisasikan pesan positif kepada publik agar timbul trust serta reputasi atas organisasi dan negaranya. Oleh karena itu, mulai sekarang waktunya kita berbicara baik tentang Indonesia!" dan Masyarakat harus berpartisipasi dalam menyebarkan semangat #IndonesiaBicaraBaik dengan menyebarkan semangat nasionalisme dan optimisme, termasuk ikut membantu menyebarkan berita positif tentang bangsa ini seperti budaya, kreativitas serta kebhinekatunggalikaan Indonesia yang merupakan aset bangsa ini" (Merdeka.com).

Islam merupakan komponen terpenting untuk membentuk dan mewarnai corak hidup masyarakat. Pendidikan Islam sudah dikenal sejak zaman Nabi sampai sekarang. Indonesia mengenal pendidikan Islam sejak Islam datang ke Indonesia. Pendidikan ini menggunakan sistem perorangan dan berlangsung secara sangat sederhana serta tidak mengenal strata atau tingkatan seperti pada pesantren dan kemudian berkembang dengan sistem kelas seperti pada pendidikan madrasah saat ini.

Jika kita berbicara tentang pendidikan Islam di Indonesia, sangatlah erat hubungannya dengan lembaga-lembaga pendidikan karena suatu pendidikan pasti ada lembaga atau yayasan yang menaunginya.

Lembaga pendidikan Islam adalah suatu wadah atau tempat berlangsungnya proses pendidikan Islam dan bersamaan dengan proses pembudayaan. Salah satu contoh Lembaga atau Yayasan Pendidikan Islam yang ada saat ini adalah Yayasan Pendidikan Nurul Islam.

Yayasan Pendidikan Nurul Islam adalah salah satu lembaga atau yayasan pendidikan islam yang menaungi tiga jenjang pendidikan, diantaranya: Taman Kanak-Kanak (TK), Madrasah Ibtidaiyah atau setara dengan Sekolah Dasar (MI), dan Madrasah Tsanawiyah atau setara dengan Sekolah Menengah Pertama (MTs). Berawal dari MTs yang berdiri pada tahun 1994 hingga sekarang, Yayasan Pendidikan Nurul Islam terus berkembang hingga mendirikan TK dan juga MI dalam beberapa tahun. Begitu pula dengan jumlah siswa serta tenaga pengajar juga mengalami peningkatan.

Letak gedung sekolah Yayasan Pendidikan Nurul Islam baik itu TK, MI, maupun MTs berada di lingkungan padat penduduk, sehingga banyak dari penduduk sekitar yang kemudian menyekolahkan putra dan putri mereka disana.

Setelah peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan beberapa fenomena dan salah satu diantaranya adalah kurangnya relasi untuk mendukung operasional yayasan yang meliputi sarana dan prasana.

Kemudian adanya perasaan kurang percaya diri, ketidakpuasan terhadap yayasan, perasaan tidak nyaman di tempat kerja, dan munculnya persepsi negatif terhadap yayasan.

Penyebab kurangnya relasi di yayasan ini adalah pemanfaatan humas yang kurang maksimal, dalam artian Humas hanya berperan sebagai pembawa pesan dan menyebarkan pamflet-pamflet ke publik, menyebabkan citra dari organisasi tidak tersampaikan secara maksimal.

Sedangkan akibat dari perasaan-perasaan negatif dalam diri individu tersebut, dapat menghambat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Apabila *public relations* atau humas tidak dimanfaatkan secara maksimal, dapat memberikan dampak kepada organisasi yang dinaunginya. Karena *public relations* adalah komponen penyempurna dari suatu organisasi, dan juga tanpa adanya komponen tersebut suatu organisasi sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Seperti yang dikemukakan oleh Cutlip (2005) Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya.

Harol Burson berpendapat (Ardhoyo, 2013) Humas atau *Public Relations* sebagai alat manajemen secara struktural merupakan bagian integral dari suatu organisasi atau perusahaan itu untuk mencapai visi, misi dan tujuan bersama. *Public relations* memiliki peran membantu organisasi menentukan bukan hanya apa yang akan dikatakan tetapi apa yang dilakukan.

Anggoro (2000) berpendapat *public relations* atau humas adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding, confidence, dan image* yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahadhini (2010) tentang peran *public relations* dalam membangun citra perusahaan melalui program *corporate social responsibility* (CSR) menyebutkan dalam implementasi CSR ini *public relation* (PR) mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Jadi membicarakan CSR berarti juga membicarakan PR sebuah perusahaan, di mana CSR merupakan bagian dari *Community Relations*. Karena CSR pada dasarnya adalah kegiatan PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Zafar Gul (2015) tentang dampak komitmen karyawan terhadap pengembangan organisasi (*impact of employee commitment on organizational development*) menyebutkan bahwa meningkatkan komitmen karyawan sangat penting untuk berfungsinya sebuah organisasi secara efektif, dan membuat organisasi tumbuh dan berkembang dengan cepat. Organisasi diwajibkan untuk mengintegrasikan semua faktor penentu komitmen karyawan dengan cara yang seharusnya menghasilkan produktivitas dan profitabilitas tinggi. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor *personality* seorang individu dalam

sebuah organisasi menjadi salah satu faktor pendorong adanya pengembangan organisasi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mias De Klerk (2007) tentang menyembuhkan trauma emosional dalam organisasi: sebuah kerangka kerja OD dan studi kasus (*healing emotional trauma in organization: an O.D. framework and case study*) menyebutkan salah satu tantangan OD adalah memfasilitasi orang-orang dalam sebuah organisasi yang mengalami trauma, seperti kehilangan aset, menyeimbangkan pengeluaran, dan mengembelikan kerugian yang ada, yaitu dengan cara memberikan dukungan berupa penerimaan akan masalah yang terjadi dan menemukan makna dari trauma masa lalu yang telah menimpa mereka dan kemudian memberikan pandangan-pandangan positif tentang trauma mereka sehingga mereka bisa menemukan penyelesaiannya sendiri dan terus maju.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berasumsi terdapat pengaruh antara *public relations* terhadap pengembangan organisasi. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik “**Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana tingkat *public relations* staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya?
2. Bagaimana tingkat pengembangan organisasi staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya?
3. Bagaimana peran *public relations* terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat *public relations* staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.
2. Untuk mengetahui tingkat pengembangan organisasi staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.
3. Untuk mengetahui adanya peran antara *public relations* terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan baik dari aspek teoritis maupun praktik, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan ilmu psikologi khususnya psikologi industri dan

organisasi tentang *public relations* dan pengembangan organisasi yang dapat diterapkan dalam dunia industri dan organisasi.

2. Manfaat praktis

Informasi yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menjadi masukan bagi:

- a. Peneliti sebagai media proses pengembangan belajar.
- b. Menambah wacana yang menguatkan terkait peran *public relations* terhadap pengembangan organisasi, sehingga semua pembacanya baik masyarakat umum, civitas akademika ataupun peneliti selanjutnya dapat memperkaya pengetahuannya.



BAB II

KAJIAN TEORI

Dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya manusia memerlukan manusia lain. Usaha untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan tersebut dengan membentuk hubungan kerja sama dan selanjutnya membentuk kelompok-kelompok. Tujuan dari usaha manusia akan lebih mudah diperoleh dengan cara bersama-sama daripada dengan sendiri saja.

A. Pengembangan Organisasi (*Organizational Development*)

1. Definisi Organisasi

Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis dalam memanfaatkan sumber daya, sarana dan prasarana yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat.

Chester I. Bernard (1938) mendefinisikan “*Organization as a system of cooperatives of two or more persons*” (Organisasi adalah sistem kerjasama dua orang atau lebih).

Edwin B Flippo mendefinisikan organisasi adalah sistem hubungan antara sumber daya (*among resources*) yang memungkinkan pencapaian sasaran (Tahir, 2014).

James D. Mooney mendefinisikan “*Organization is the form of every human association for the attainment of common purpose*” (Organisasi adalah setiap bentuk kerjasama untuk pencapaian tujuan bersama) (Djarmiko, 2008).

Berdasarkan beberapa definisi tokoh diatas organisasi adalah sistem kerjasama yang terdiri dari dua orang atau lebih dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan bersama.

Sedangkan Louis mendefinisikan organisasi dapat diartikan sebagai proses penentuan dan pengelompokan pekerjaan yang akan dikerjakan, menetapkan dan melimpahkan wewenang dan tanggung jawab, dengan maksud untuk memungkinkan orang-orang bekerjasama secara efektif dalam mencapai tujuan (Malayu, 2003). Sejalan dengan pendapat sebelumnya Malayu mendefinisikan organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu. Organisasi hanya merupakan alat dan wadah saja (Malayu, 2003).

Berdasarkan pendapat dua tokoh lainnya, organisasi adalah sebuah wadah dan alat dimana sekelompok orang yang

bekerjasama dalam sistem perserikatan formal ataupun non-formal membentuk kelompok-kelompok yang sudah ditentukan dan memberikan wewenang serta tanggung jawab untuk secara efektif dalam mencapai tujuan bersama.

2. Definisi Pengembangan Organisasi

Pada tahun 1950-an dan 1960-an, timbul sejenis pelatihan baru dan terpadu yang dikenal sebagai pengembangan organisasi (*organizational development*), disingkat PO. Pengembangan organisasi adalah strategi intervensi yang memanfaatkan proses kelompok untuk berfokus pada budaya suatu organisasi secara menyeluruh dalam rangka melaksanakan perubahan yang diinginkan (David & Newstrom, 1994).

Marguelis dan Raia (1978) pengembangan organisasi adalah suatu proses penilaian sendiri dan perubahan berencana atas dasar sistem nilai tertentu, yang mencakup strategi dan teknologi tertentu, yang bertujuan untuk meningkatkan efektifitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan (Indrawijaya, 1989).

Sedangkan menurut Mondy (2008) pengembangan organisasi (*Organizational development*) adalah proses perbaikan organisasi yang terencana dengan mengembangkan struktur-struktur, sistem-sistem, dan proses-prosenya untuk memperbaiki efektivitas organisasi dan mencapai tujuan yang telah diinginkan.

Bennis (1969) pengembangan organisasi adalah respon untuk berubah, strategi pendidikan yang kompleks dengan maksud untuk mengubah kepercayaan, sikap, nilai, dan struktur organisasi agar semua itu dapat beradaptasi baik dengan teknologi, pasar, dan tantangan-tantangan baru, dan dengan kecepatan luar biasa dari perubahan itu sendiri (Indrawijaya, 1989).

Sependapat dengan definis sebelumnya, Chrudden dan Sherman Jr (1976) menyatakan pengembangan organisasi di bidang ini berarti hal yang berbeda untuk kekhususan yang berbeda (contoh: gaya, nilai, dan kemampuan), dalam teknologi (contoh: kesederhanaan yang lebih besar, kompleksitas), dan dalam proses dan struktur organisasi (contoh: dalam hubungan, peran).

Sementara menurut Harold Koonzt, Cyril O'Donnell, dan Heinz Weirich (1980) *Organization development, typically shortened "OD", is a systemic, integrated, and planned approach to improve the effectiveness of an enterprise.* Pengembangan organisasi, yang kemudian disingkat menjadi OD adalah pendekatan yang sistematis, terintegrasi, dan terencana untuk meningkatkan keefektifan perusahaan.

McGill (1982) menyatakan bahwa pengembangan organisasi adalah suatu proses sadar dan terencana untuk mengembangkan kemampuan suatu organisasi, sehingga mencapai

dan mempertahankan suatu tingkat optimum prestasi yang diukur berdasarkan efisiensi, efektifitas, dan kesehatan.

Berdasarkan pendapat beberapa tokoh diatas pengembangan organisasi tidak hanya sebagai proses upaya untuk melakukan berbagai perubahan secara berencana didalam organisasi, dengan menerapkan teknik-teknik tertentu, tetapi merupakan proses menyeluruh bagi peningkatan kemampuan pemecahan persoalan organisasi secara lebih efektif dan efisien, dengan memperhatikan sistem nilai, serta berbagai penerapan teknik intervensi (Sutanto, 2011).

3. Asumsi-asumsi dan Nilai Pengembangan Organisasi

Asumsi-asumsi dan nilai ini bertalian dengan anggapan pengembangan organisasi terhadap orang-orang ini sebagai individu, sebagai anggota kelompok, sebagai pemimpin, dan sebagai anggota keluarga besar dari suatu organisasi (Toha, 2002).

Berikut asumsi-asumsi penting yang mendasari OD (Rivai & Mulyadi, 2013):

- a. Manusia sebagai individu, dua asumsi penting yang mendasari OD adalah bahwa manusia memiliki hasrat berkembang dan kebanyakan orang tidak hanya berpotensi, dan berkeinginan untuk berkontribusi sebanyak mungkin pada organisasi. OD bertujuan untuk menghilangkan faktor-faktor dalam organisasi yang

menghambat perkembangan dan menghalangi orang untuk berkontribusi demi tercapainya sasaran organisasi.

b. Manusia sebagai anggota dan pemimpin kelompok.

Organisasi yang menerapkan OD harus berasumsi bahwa setiap orang dapat diterima dan diakui perannya oleh kelompok kerjanya. Dalam organisasi perlu ditumbuhkan keterbukaan agar para anggotanya dapat dengan leluasa mengungkapkan perasaannya dan pikirannya. Dalam keterbukaan, orang akan mendapatkan kepuasan kerja yang lebih tinggi, sehingga dengan demikian performansi kelompok akan lebih efektif.

c. Manusia sebagai wadah organisasi. Hubungan antarkelompok-kelompok dalam organisasi menentukan efektivitas masing-masing kelompok tersebut. Misalnya, bila komunikasi antarkelompok hanya terjadi pada tingkat manajernya, koordinasi dan kerja sama akan kurang efektif daripada bila segenap anggota kelompok terlibat dalam interaksi.

Asumsi	Indikator
1. Individual	a. Orang ingin tumbuh dan matang.
	b. Karyawan memiliki banyak hal untuk ditawarkan yang saat ini belum terpakai dalam pekerjaan (seperti energi dan kreativitas).
	c. Sebagian besar karyawan menginginkan kesempatan untuk menyumbangkan kemampuannya.
2. Kelompok	a. Kelompok dan tim adalah amat penting dalam keberhasilan organisasi.
	b. Kelompok memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu.
	c. Peran yang kompleks yang dimainkan dalam kelompok memerlukan pengembangan keterampilan.
3. Organisasi	a. Kontrol, kebijakan, dan aturan yang berlebihan bisa merusak organisasi.
	b. Konflik dapat dimanfaatkan asalkan disalurkan secara tepat.
	c. Tujuan individu dan organisasi dapat disesuaikan/dicocokkan.

Tabel 1. Asumsi-asumsi Pengembangan Organisasi

OD adalah sekumpulan intervensi perubahan terencana yang dibangun di atas nilai-nilai humanistik dan demokratik yang berupaya memperbaiki keefektifan organisasi dan kesejahteraan karyawan atau dapat pula dikatakan sebagai usaha jangka panjang yang didukung oleh manajemen puncak untuk meningkatkan proses pemecahan masalah dan pembaruan organisasi (Rivai & Mulyadi, 2013).

Oleh sebab itu pandangan yang melihat pengembangan organisasi sebagai suatu pendekatan, proses, dan teknologi yang bebas nilai

merupakan pandangan yang kurang tepat. Jadi pengembangan organisasi bukanlah suatu proses dan teknologi yang bebas nilai (Indrawijaya, 1989).

Nilai-nilai yang mendasar dalam upaya OD adalah (Mulyadi & Rivai, 2013):

- a. *Penghargaan pada orang lain/individu.* Individu dipersepsikan untuk bertanggung jawab, teliti, dan punya perhatian. Hendaknya mereka diperlakukan secara layak dan hormat.
- b. *Percaya dana mendukung.* Organisasi yang efektif dan sehat dicirikan oleh kepercayaan, otentisitas, keterbukaan, dan adanya iklim yang mendukung.
- c. *Kenyamanan kekuasaan.* Organisasi yang efektif mengurangi tekanan pada wewenang dan control hierarkies.
- d. *Konfrontasi.* Seharusnya masalah-masalah tidak disembunyikan. Hendaknya masalah dihadapi secara terbuka.
- e. *Partisipasi.* Makin orang yang akan terkena suatu perubahan terlibat dalam keputusan sekitar perubahan tersebut sehingga mereka makin setia kepada pelaksana keputusan tersebut.

Sedangkan menurut Margulies dan Raia (1978) mengemukakan sebagai berikut (Indrawijaya, 1989):

- a. Memberikan kesempatan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi untuk berfungsi sebagai manusia bukan semata-mata sebagai salah satu unsur produksi.
- b. Memberikan kesempatan kepada setiap orang dan juga kepada organisasi secara keseluruhan untuk mengembangkan potensinya secara penuh.
- c. Berusaha untuk meningkatkan efektifitas organisasi secara keseluruhan dalam arti tercapainya semua tujuan organisasi.
- d. Memberikan kesempatan kepada orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut untuk turut menentukan bagaimana kaitan/hubungan mereka dengan pekerjaan, organisasi, dan lingkungan mereka.
- e. Berusaha menciptakan suatu suasana yang memungkinkan timbulnya perasaan bahwa pekerjaan mereka adalah pekerjaan yang menarik dan menantang kemampuan mereka.
- f. Memperlakukan setiap manusia sebagai seorang yang mempunyai berbagai macam kebutuhan dan semua kebutuhan tersebut adalah penting bagi pekerjaan dan kehidupan mereka.

4. Konsep 3T dalam Pengembangan Organisasi

Organisasi adalah kumpulan jiwa yang berbeda rasa, cipta, dan karya yang tentu akan menghasilkan berbagai macam pemikiran dan persepsi tentang memandang sebuah permasalahan. Namun, terkadang banyak di antara kita yang tidak menerima perbedaan itu. Padahal kita tak akan mampu untuk menyelesaikan masalah jika hanya dengan satu cara saja, artinya untuk menghasilkan sebuah ide, solusi secara maksimal, maka diperlukan banyak pemikiran.

Lantas apa yang harus kita lakukan ketika ingin mengembangkan organisasi, diantaranya dengan konsep 3T bisa membuat organisasi itu lebih besar dan berkembang, adalah (Rivai & Mulyadi, 2013):

a. *Ta'rif* (Saling Mengenal Satu Sama Lain)

Ketika kita tidak mengenal orang lain secara mendalam maka orang lain terkadang akan tersinggung dengan tingkah laku kita atau perkataan kita dan lainnya, akan tetapi ketika kita sudah mengenal secara dekat dari berbagai sudut maka ketika dia tidak datang rapat misalnya, kita seketika segera memahaminya, oh diakan sedang survey, artinya akan terjadi saling memahami.

b. *Tafahum* (Saling Memahami)

Dengan saling memahami antara yang satu dengan yang lainnya akan terbina rasa kekeluargaan, keakraban, misalnya: ketika menjalankan

tugas mendatangi nasabah serta merta mereka mengatakan bahwa beliau saat ini sedang bertugas, ternyata ketika kawan kita tidak datang maka kita akan memahami kondisinya dengan serta merta menggantikan tugasnya dan yakin saja bahwa dunia terus berputar dan kita pun juga suatu saat nanti bias saja sama halnya dengan teman kita tersebut.

c. *Tafakul* (Saling Mengemban Beban)

Dengan demikian, maka akan muncul sikap saling bekerja sama atau saling mengemban amanah, sehingga akan tersingkirkan adanya perasaan saling curiga, saling benci, fitnah, hujat, cemburu dan lainnya.

5. Pengembangan Organisasi dalam Perspektif Islam

Al-Qur'an surat As-Shaff ayat 4 berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَانٌ
مَّرْصُورًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah mencintai orang yang berperang di jalan Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti bangunan yang tersusun kokoh”.

Dalam surat ini, terdapat lima konsep besar yang harus ada untuk mewujudkan organisasi yang kokoh, yaitu:

- 1) Kesesuaian konsep dan pelaksanaan dalam organisasi.
- 2) Soliditas tim.
- 3) Ketepatan mengukur dan mengetahui kekuatan dan tantangan.

- 4) Konsep kesungguhan dalam bekerja dan berjuang.
- 5) Memiliki kader yang militant atau yang solid.

Dalam organisasi juga diperlukan adanya *ruh* atau semangat organisasi. Dan *ruh* organisasi ditentukan oleh sistem yang ada di dalam organisasi, kualitas sang pemimpin, sejauh mana organisasi mempunyai semangat kompetitif dengan yang lain, serta sejauh mana dalam memadukan semangat dan ilmu yang dimiliki khususnya dalam pengembangan organisasi (*organizational development*), sehingga organisasi dapat berkembang sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan dapat bersaing di dunia yang modern ini.

Ajaran Islam adalah ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir dengan rapi. Hal ini dinyatakan dalam *atsar* atau ucapan Sayyidina Ali bin Abi Thalib yang berbunyi:

الحقُّ بالأنظام يغلبه الباطل بنظام

Artinya: “Kebenaran yang tidak terorganisir dengan rapi, pasti terkalahkan oleh kebathilan yang terorganisir dengan rapi” (Hafidhuddin, 2003).

B. *Public Relations*

Komunikasi dilakukan dimana-mana baik di jalan, di rumah, di sekolah, di kantor dan sebagainya. Artinya komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan kita, bahkan lebih dari 70% waktu bangun, kita gunakan untuk berkomunikasi. Kurt Lewin (Rakhmat, 2009) mendefinisikan komunikasi sebagai pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain

sehingga perubahan dalam suatu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan dengan wilayah lain.

Salah satu cara manusia untuk bisa beradaptasi dengan lingkungannya adalah dengan komunikasi, yaitu berkomunikasi dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya, sehingga mereka akan mendapat informasi dan pembelajaran dari orang-orang disekitarnya. Itulah tujuan dari *public relations* yaitu untuk mendapatkan informasi dari lingkungannya baik dari dalam organisasi maupun dari luar organisasi.

1. Definisi *Public Relations*

Public relations atau dalam istilah lain lazim disebut sebagai hubungan masyarakat adalah salah satu bagian dari manajemen yang merupakan komponen penyempurna dari suatu organisasi pendidikan atau pendidikan Islam. Karena tanpa adanya komponen tersebut suatu organisasi sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik. Menurut Jefkins (Munandar, 1992) *public relations* berarti suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial maupun yang non-komersial, di sector publik (pemerintah) maupun *privat* (pihak swasta).

Public relations menyangkut kepentingan organisasi setiap organisasi, baik itu organisasi komersial maupun non-komersial. Kehadiran *public relations* tidak bisa dicegah, baik yang menyukainya atau tidak. *Public relations* terdiri dari semua bentuk

komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan orang-orang yang menjalin kontak dengannya.

Kegiatan *public relations* bertujuan untuk menciptakan suatu pengertian, sikap, dan tanggapan yang lebih baik dari khalayak terhadap produk organisasi, tindakan organisasi, atau proses pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

Hugo A. de Roode (1976) mengatakan *public relations* secara teratur mempraktikkan komunikasi yang baik dan tepat dengan kelompok orang dalam organisasi yang mempunyai kepentingan untuk melakukan perubahan dalam kerja sama menyangkut fungsi dari organisasi mendatang.

E.L. Berneys (1956) mengatakan *public relations* merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan public atas suatu kegiatan atau suatu sebab (Juwito, 2008).

berdasarkan pendapat kedua tokoh diatas *public relations* ialah komunikasi yang bersifat persuasif berdasarkan informasi yang ada, kemudian disampaikan kepada sekelompok orang dalam organisasi atau luar organisasi untuk bekerja sama dalam melakukan perubahan yang menyangkut fungsi organisasi, seperti melakukan suatu kegiatan atau ada suatu sebab tertentu.

International Public Relations Association (IPRA) mendefinisikan *public relations* merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi, dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketataksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan yang terencana dan tersebar luas (Juwito, 2008).

Sedangkan Cutlip (Effendy, 1993) mendefinisikan *public relations* sebagai fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Keberhasilan atau kegagalan *public relations* ini tergantung bagaimana membentuk dan memelihara relasi yang menguntungkan ini.

Kemudian menurut J.C. Seidel (Abdurrahman, 1995) mendefinisikan *public relations* sebagai proses yang terus-menerus dari usaha manajemen untuk memperoleh nama baik dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya, dan publik pada

umumnya, dengan melakukan analisa mendalam dan memperbaiki diri, dikeluarkan dengan berbagai macam pernyataan.

Sehingga bisa disimpulkan *public relations* adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan cara menjalin hubungan-hubungan dalam bentuk komunikasi antara organisasi dengan keseluruhan publik, baik eksternal maupun internal yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, niat baik (*goodwill*), dan kerjasama antar publik dengan jalan komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan bersama.

2. Aspek-aspek dan Indikator *public relations*

Menurut Effendy (1993), dalam *public relations* harus ada dua aspek, yaitu: pertama, sasaran *public relations* adalah *public internal* dan *public external*. *Internal public* adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh organisasi, sedangkan *external public* adalah orang-orang yang ada hubungannya dan yang diharapkan ada hubungannya. Kedua, kegiatan *public relations* adalah komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two way traffic communication*), ini berarti bahwa dalam penyampaian informasi, baik yang mengarah ke *internal public* maupun yang mengarah ke *external public* terjadi umpan balik.

Sejalan dengan tokoh sebelumnya Soemirat & Ardianto (2008) ruang lingkup tugas *public relations* adalah ke dalam, pertama, membina sikap mental karyawan agar dalam diri mereka

tumbuh ketaatan, kepatuhan dan dedikasi terhadap lembaga/perusahaan dimana mereka bekerja, ke dua menumbuhkan semangat kelompok yang sehat dan dinamis serta mendorong tumbuhnya kesadaran lembaga/perusahaan, ke luar mengusahakan tumbuhnya sikap dan citra *image public* yang positif terhadap segala kebijakan dan langkah tindakan organisasi/perusahaan.

Berdasarkan disertasinya Huang (2001) mengembangkan skala multi item untuk mengukur *organization public relationship* berdasarkan perspektif lintas budaya. Dia mengkombinasikan empat kunci utama (*control mutuality*, kepercayaan, kepuasan, dan komitmen) dari literatur barat dan satu ciri relasional yang spesifik dari timur (*face and favor*) (Samsup Jo, 2003).

Hon dan Grunig (1999) juga mengajukan empat hasil yang merupakan indikator dari hubungan Interpersonal yang sukses namun keberhasilannya juga dapat diterapkan dalam hubungan antara organisasi dan public mereka. Berikut empat indikator tersebut ialah (Watson & Noble 2007, Hon & Grunig 1999):

1. Mutualitas kendali: sejauh mana pihak-pihak dalam suatu hubungan merasa puas dengan sejumlah kontrol yang mereka miliki selama dalam hubungan. Beberapa tingkat ketidakseimbangan kekuatan itu alami, tapi hubungan positif yang

paling stabil ada dimana para pihak memiliki beberapa tingkat kontrol. Tidak harus 50:50. Pengambilan kendali sebagian didasarkan pada kepercayaan.

2. Kepercayaan: tingkat kepercayaan diri bahwa kedua belah pihak saling membuka diri terhadap pihak lain. Tiga faktor penting: integritas yaitu sebuah organisasi dipandang adil dan jelas, keteguhan yaitu ia akan melakukan apa yang dikatakannya untuk dilakukan, terakhir kompetensi yaitu memiliki kemampuan apa yang dikatakannya akan dilakukan.

3. Komitmen: sejauh mana kedua belah pihak percaya dan merasakan hubungan itu layak menghabiskan energy untuk dipertahankan dan dikembangkan.

4. Kepuasan: sejauh mana kedua belah pihak merasa baik satu sama lain karena harapan positif akan hubungan yang diperkuat. Masing-masing pihak yakin pihak lainnya terlibat dalam langkah positif untuk tetap menjaga hubungan.

3. *Public Relations* dalam Perspektif Islam

Di dalam khazanah Islam kata “humas” memang jarang terpakai baik dalam Bahasa tulisan maupun lisan. Namun ada dua kata yang memiliki makna yang sama yaitu *habl* yang artinya “tali silaturahmi” atau “*silaturrahmi*” yang artinya “menyambung persaudaraan” sering digunakan dalam Bahasa khazanah

keislaman. Penggunaan kata *habl* ini sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 112:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذِّلَّةُ أَيْنَ مَا تَفَقَّوْا إِلَّا بِحَبْلٍ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ وَبِأُورَا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ
وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ
بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ ۝

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu, karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.”

Menurut Mulyono (2007) dalam konsep Islam, kerjasama antar individu maupun lembaga yang dapat membentuk *Ukhuwah Islamiyah* (QS.49:10, 8:1) dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) *Ta'aruf* (saling mengenal).

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran, dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2) *Tafahum* (saling memahami)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling memahami dengan menyatukan hati (QS: 8:60), menyatukan pemikiran dan menyatukan amal.

3) *Tarahum* (saling mengasihi)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran (QS. 1:1-3, 2:112).

4) *Ta'awun* (saling kerjasama)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling menolong (QS. 5:2), secara perasaan (saling mendoakan), secara pemikiran (berembung, berdiskusi dan menasehati) serta berwujud dalam bentuk amal shaleh (bantu membantu).

5) *Tafakul* (saling menanggung)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling menanggung setelah terjadinya proses *ta'awun* dengan bentuk: hati saling menyatu dan saling percaya.

Dari kelima proses tersebut sehingga muncul kerjasama yang saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan dan juga kesatuan umat (Baharuddin, 2012).

C. Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi

Seperti yang kita ketahui bahwa pengembangan organisasi adalah perubahan terencana (*planned change*), tujuan dari adanya pengembangan organisasi adalah untuk meningkatkan efektivitas organisasi secara keseluruhan. Pengembangan organisasi adalah salah satu upaya sebuah organisasi agar dapat bertahan menghadapi perubahan disekitarnya baik secara internal maupun eksternal.

Karena menyangkut perubahan sikap, persepsi, perilaku, dan harapan semua anggota organisasi, OD didefinisikan sebagai upaya pimpinan yang terencana dalam meningkatkan efektivitas organisasi, dengan menggunakan cara intervensi (oleh pihak ketiga) yang didasarkan pada pendekatan perilaku manusia (Rivai & Mulyadi, 2012). Terdapat banyak hal menarik dalam pengembangan organisasi yang terkait dengan konsep diri seorang individu, seperti persepsi, perubahan sikap, dan juga perilaku.

Robbins dan Judge (1998) mengatakan pengembangan organisasi adalah rencana pengembangan yang dipikirkan dengan baik yang didasarkan pada peningkatan kesejahteraan karyawan dan efektivitas organisasi (Gul, 2015). Sejalan dengan pendapat sebelumnya George R. Terry (Moekijat, 2005) mengatakan pengembangan organisasi mencakup usaha-usaha untuk meningkatkan hasil dengan memperoleh yang paling baik dari para pegawai, baik secara individual maupun sebagai anggota kelompok kerja. Sehingga bisa disimpulkan bahwa organisasi bisa

berkembang apabila para anggotanya dapat memberikan kontribusi secara maksimal kepada organisasi yang menaunginya.

Muntahar (1985) mengatakan salah satu fungsi manajemen adalah hubungan masyarakat, yang akronimnya: “humas” atau “*Public Relations*”. Masyarakat biasa melafalkannya dengan istilah “PR”. Humas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang berencana yang menyangkut i'tikad baik, rasa simpati, saling mengerti untuk memperoleh pengakuan, penerimaan, dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama. Oleh sebab itu, humas merupakan pusat kegiatan yang meliputi banyak bidang dan upaya di berbagai masyarakat: hubungan antar manusia, hubungan antar kerja, hubungan manusia dengan alat dan media massa, keahlian menggunakan dan memilih alat komunikasi dan media massa.

Seni mengajak berembug dan musyawarah, seni mengajak untuk secara sadar mendekati dan menyelesaikan masalah, seni mengajak untuk secara sadar tertarik dan terpicat, untuk membeli, menggunakan, periklanan, publisitas, keahlian menduga, dan memperhitungkan situasi dan kondisi sosial, ekonomi, politik, budaya, keahlian melindungi lingkungan dan pelestarian alam, keahlian membicarakan dan menciptakan pandangan masyarakat serta pendapat umum dan lain sebagainya.

Terdapat beberapa penelitian yang terkait *public relations* berperan secara signifikan terhadap pengembangan organisasi. Seperti

penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2013) tentang peranan *public relations* dalam organisasi, yang menyatakan *public relations* sangat berperan dalam mengembangkan kinerja organisasi dan juga dapat memberikan saran-saran dalam menyelesaikan masalah. Dengan demikian apabila suatu organisasi mampu memaksimalkan *public relations*-nya maka pengembangan organisasi akan berjalan lancar, dan bisa mencapai tujuan yang dikehendaki.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Deitiana (2011) tentang manajemen humas (*public relations*) di lembaga pendidikan, menyatakan peran humas dalam perguruan tinggi di era kompetisi bukan suatu yang bisa ditawar-tawar lagi atau ditunda, tetapi sudah masuk kepada skala prioritas utama dari berbagai program perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan, sehingga pembentukan, pemeliharaan citra dan reputasi positif menjadi prioritas pula.

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori diatas dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan, maka peneliti mengajukan hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut, terdapat Pengaruh Positif *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Arikunto (2006) penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data berupa *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan analisis regresi sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah regresi yang memiliki satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2008).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian, peneliti perlu memahami variabel-variabel dan jenis-jenis yang akan digunakan. Variabel merujuk pada karakteristik atau atribut seorang individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi (Creswell, 2013). Variabel dapat diukur atau dinilai berdasarkan satu skala. Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian biasanya meliputi gender, umur, status sosial ekonomi, dan sikap-sikap atau perilaku tertentu, seperti rasisme, kontrol sosial, kekuatan politis, atau kepemimpinan.

Menurut Azwar (2013) identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel diantaranya:

1. Variabel bebas (*Independent variable*) merupakan variabel yang (mungkin) menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada *outcome*.
2. Variabel terikat (*Dependent variable*) merupakan variabel yang bergantung pada variabel bebas. Variabel terikat ini merupakan *outcome* atau hasil dari variabel bebas (Creswell, 2013).

Identifikasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas atau *Independent variable* (X): *public relations*.
2. Variabel terikat atau *Dependent variable* (Y): pengembangan organisasi (*organizational development*).

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2013). Adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. *Public Relations*

Public relations adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan cara menjalin hubungan-hubungan dalam bentuk komunikasi antara organisasi dengan keseluruhan publik, baik eksternal maupun internal yang bertujuan

untuk menumbuhkan saling pengertian, niat baik (*goodwill*), dan kerjasama antar publik dengan jalan komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan bersama, yang meliputi empat indikator yaitu *control mutuality* (mutualitas kendali), *trust* (kepercayaan), *commitment* (komitmen), *satisfactions* (kepuasans).

2. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah proses perubahan berencana terhadap orang-orang yang ada di dalam organisasi secara keseluruhan dan berusaha meningkatkan keefektifan organisasi dengan memadukan keinginan individu untuk tumbuh dan berkembang dengan tujuan organisasi, yang meliputi tiga asumsi yaitu manusia sebagai individu, manusia sebagai anggota kelompok, dan manusia sebagai anggota organisasi.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian sosial, populasi didefinisikan sebagai kelompok subyek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2013).

Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas (Usman & Akbar, 2008).

Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat, yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang dicakup. Tujuannya diadakan populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam berjumlah 30 orang yang terbagi dalam tiga kategori, yaitu pengajar di TK Nurul Islam, MI Nurul Islam dan MTs Nurul Islam.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. (Azwar, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan populasi.

Adapun teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Sugiyono (2011) Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

Sampel menurut Arikunto (2006) adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik di ambil semua sehingga penelitiannya disebut penelitian populasi.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument-instrumen penelitian yang sudah baku sulit ditemukan, terutama dalam bidang sosial. Sehingga peneliti harus mampu menangkap fenomena dan menyajikannya secara detail dan mudah difahami. Sesuai dengan pernyataan Creswell (2016) bahwa sangat penting untuk menyajikan informasi secara detail berkenaan dengan instrumen-instrumen yang akan digunakan dalam penelitian.

Instrumen pada penelitian ini menggunakan skala. Menurut Arikunto (2006) skala adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

Penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala ini dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Bentuk jawaban dari skala *likert* yang digunakan peneliti adalah “sangat sesuai”, “sesuai”, “tidak sesuai”, dan “sangat tidak sesuai”. Secara jelas nilai jawaban dari skala *likert* adalah:

Keterangan Nilai:

1. Sangat sesuai = empat (4) point
2. Sesuai = tiga (3) point
3. Tidak sesuai = dua (2) point
4. Sangat tidak sesuai = satu (1) point

Bentuk jawaban	Sangat sesuai	Sesuai	Tidak sesuai	Sangat tidak sesuai
Favorable	4	3	2	1

Tabel 2. Keterangan Nilai Favorabel

Skala pada variabel *Public Relations* disusun berdasarkan empat indikator dari hubungan interpersonal yang dikemukakan oleh Hon dan Grunig (Watson & Noble, 2007), empat indikator tersebut ialah *control mutuality* (kontrol mutualitas), *Trust* (kepercayaan), *Commitment* (komitmen), dan *Satisfaction* (kepuasan). Berikut tabel *blueprint* variabel *Public Relations*.

Indikator	No. Sebaran Item	Jumlah item
Mutualitas kontrol (<i>Control Mutuality</i>)	1, 5, 9, 13	4
Kepercayaan (<i>Trust</i>)	2, 6, 10, 14	4
Komitment (<i>Commitment</i>)	3, 7, 11, 15	4
Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	4, 8, 12, 16	4
Jumlah	16	16

Tabel 3. *Blueprint* Variabel *Public Relations*

Skala pada variabel Pengembangan Organisasi (PO) disusun berdasarkan tiga asumsi-asumsi dasar yang dikemukakan oleh Thoha (2002) dan dijabarkan lagi oleh Rivai dan Mulyadi (2013). Ketiga asumsi dasar tersebut ialah manusia sebagai individu, manusia sebagai anggota dan pemimpin kelompok, dan manusia sebagai wadah organisasi.

Asumsi	Indikator	No. Sebaran Item	Jumlah Item
Individual	Orang ingin tumbuh dan matang	17, 20, 23	3
	Karyawan memiliki banyak hal untuk ditawarkan yang saat ini belum terpakai dalam pekerjaan (seperti energi dan kreativitas)	18, 21, 24	3
	Sebagian besar karyawan menginginkan kesempatan untuk menyumbangkan kemampuannya	19, 22, 25	3
Kelompok	Kelompok dan tim adalah amat penting dalam keberhasilan organisasi	26, 29, 32	3
	kelompok memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu	27, 30, 33	3
	Peran yang kompleks yang dimainkan dalam kelompok memerlukan pengembangan keterampilan	28, 31, 34	3
Organisasi	Kontrol, kebijakan, dan aturan yang berlebihan bisa merusak organisasi	35, 38, 41	3
	Konflik dapat dimanfaatkan asalkan disalurkan secara tepat	36, 39, 42	3
	Tujuan individu dan organisasi dapat disesuaikan atau dicocokkan	37, 40, 43	3
Jumlah		27	27

Tabel 4. *Blueprint* Variabel Pengembangan Organisasi

F. Prosedur Penelitian

Prosedur pada penelitian ini terbagi menjadi dalam tiga tahap, yaitu:

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini, peneliti mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu dengan menentukan dan menyusun instrumen yang akan digunakan, skala *public relations* dan pengembangan organisasi berdasarkan indikator dan asumsi dasar pada variabel tersebut.

2. Tahap pengambilan data

Pada tahap ini, peneliti menyebar instrumen-instrumen yang sudah disiapkan dan sekaligus mengambil data pada bulan Desember 2017 di Yayasan Pendidikan Nurul Islam dengan menggunakan instrumen *public relations* dan pengembangan organisasi. Penelitian ini menggunakan uji coba terpakai, karena situasi dan kondisi serta waktu yang terbatas tidak dimungkinkan untuk melakukan uji coba instrumen.

3. Tahap pengolahan data

Pengolahan data yang dilakukan pada tahap ini berupa *skoring* terhadap skala yang telah di isi oleh subjek penelitian. Setelah itu, dilakukan proses menghitung dan membuat tabulasi data dengan bantuan *Ms. Excel*. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis data untuk uji hipotesis yang diajukan melalui metode statistic dengan bantuan perangkat lunak (*software*) *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Selanjutnya dirumuskan hasil penelitian.

G. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Dalam teori skor murni klasik, pengertian validitas dinyatakan sebagai sejauhmana skor-tampak X dapat mendekati besarnya skor-murni T. Skor-tampak X tidak akan sama dengan skor-murni T kecuali apabila alat ukur yang bersangkutan memiliki validitas yang sempurna atau melakukan pengukuran tanpa eror.

Pengukuran terhadap variabel psikologis dan sosial mengandung lebih banyak sumber eror dari pada pengukuran terhadap aspek fisik. Sehingga yang dapat diperoleh prosedur validitas adalah semacam estimasi terhadap validitas tes dengan perhitungan tertentu (Azwar, 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka fungsi adanya validitas dalam penelitian adalah untuk mengetahui kemampuan sebuah skala untuk mengukur angket.

Dari cara estimasinya yang disesuaikan dengan sifat dan fungsi setiap tes, tipe validitas pada umumnya digolongkan dalam tiga kategori, yaitu *content validity* (validitas isi), *construct validity* (validitas konstruk), dan *criterion-related validity* (validitas berdasar kriteria) (Creswell, 2016).

Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi tes dengan analisa rasional atau lewat *professional judgement*.

Allen & Yen (dalam Azwar, 2013) validitas konstruk adalah tipe validitas yang menunjukkan sejauhmana tes mengungkapkan suatu *trait* atau konstruk teoritik yang hendak diukurnya.

Validitas berdasar kriteria, yaitu prosedur pendekatan validitas berdasar kriteria menghendaki tersedianya kriteria eksternal yang dapat dijadikan dasar pengujian skor tes (Azwar, 2013).

b. Reliabilitas

Tes reliabilitas adalah proporsi variabilitas skor tes yang disebabkan oleh perbedaan yang sebenarnya diantara individu, sedangkan ketidakreliabelan adalah proporsi variabilitas skor tes yang disebabkan oleh eror pengukuran (Azwar, 2013).

Berdasarkan keterangan di atas, reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat digunakan dan dipercaya.

H. Analisis Data

Analisis data adalah langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Data mentah yang diperoleh, kemudian dianalisis dengan mencari beberapa tahapan, yaitu:

1. Mencari Mean

Merupakan rata-rata matematik yang perlu dihitung dengan cara tertentu. Yakni dengan jumlah keseluruhan angka dibagi oleh banyaknya angka yang dijumlahkan.

$$M = \frac{\sum FX}{N}$$

Keterangan:

M = Mean

N = Jumlah Total

X = Banyaknya nomor pada variabel X

2. Mencari Deviasi Standar

Setelah rata-rata diketahui, maka langkah selanjutnya mencari deviasi standar sebagai berikut:

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N-1}}$$

Keterangan:

SD = Standar Deviasi

x = Skor x

N = Jumlah responden

3. Menentukan Kategorisasi

Menentukan kategorisasi bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam suatu kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Dimulai dari kategorisasi tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi ini dengan menggunakan rumus dibawah ini:

KRITERIA JENJANG	KATEGORI
$X > M + 1 \text{ SD}$	Tinggi
$M - 1 \text{ SD} \leq X \leq M + 1 \text{ SD}$	Sedang
$X < M - 1 \text{ SD}$	Rendah

Tabel 5. Kriteria Jenjang

4. Analisis Prosentasi

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Prosentase

f = Frekuensi

N = Jumlah Subjek

5. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebenarnya normal atau tidak (Winarsunu, 2009). Pedoman yang digunakan untuk normal tidaknya sebaran adalah jika $p > 0.05$, maka dapat dikatakan linier. Uji linieritas diuji dengan menggunakan *compare mean test for linearity* dengan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

6. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan dua variabel. Satu variabel terikat (Y) dan satu variabel bebas (X) yang mana kedua variabel ini menggunakan data skala. Sehingga penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Pelaksanaan Penelitian

1. Sejarah Yayasan Pendidikan Nurul Islam

Berangkat dari pemikiran dan kemauan keras untuk memajukan mutu pendidikan terutama di wilayah kecamatan Tambaksari, kelurahan Kapas Madya Baru. Dimana terdapat keinginan untuk mengembangkan sikap dan kompetensi keagamaan, budaya serta teknologi dan informasi maka didirikanlah Yayasan pendidikan Nurul Islam. Jenjang pendidikan pertama yang didirikan adalah Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau setara dengan sekolah dasar yaitu pada tahun 1974.

Kemudian pada tahun 1994 Yayasan Pendidikan Nurul Islam mendirikan Madrasah Tsanawiyah (MTs) atau setara dengan sekolah menengah pertama, berdasarkan Surat Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya Nomor: Kd.15.29/2/PP.00/SK/1485/2015. Dan kemudian pada tahun 2011 Yayasan Pendidikan Nurul Islam mendirikan Taman Kanak-kanak (TK) berdasarkan Surat Keputusan Dinas Pendidikan Kota Surabaya Nomor: 421.1/152/7/436.6.4/2011.

NAMA	NO KTP/PASSPORT	ORGAN YAYASAN	JABATAN
H.Achmad Moelyono	3578101412370002	PEMBINA	KETUA
Imam Sukardjo, SH.	3578101003440004	PEMBINA	ANGGOTA
Agus Winardi	3578101708580014	PENGURUS	KETUA 1
NY Anisa Amini	3578106810700002	PENGURUS	SEKRETARIS UMUM
Ariq Arsyanda Nanda	3578100301930002	PENGURUS	SEKRETARIS
NY Sri Rahayu, S.SOS	3578106904640001	PENGURUS	BENDAHARA UMUM
Andri Putra Fratama	3578102510890002	PENGURUS	BENDAHARA
Muchlisiniyati Safeyah, IR. MT.	3578106606670001	PENGAWAS	KETUA
Moch.Afifuddin, S.HUM	3578182601800000	PENGAWAS	ANGGOTA

Tabel 6. Susunan Organisasi Yayasan Pendidikan Nurul
Islam Surabaya

2. Visi, Misi, dan Tujuan Yayasan Pendidikan Nurul Islam

Visi: “Mencetak anak didik yang cerdas dan terampil dengan berbekal iman, taqwa, ilmu pengetahuan dan teknologi”

Misi:

- 1) Menanamkan dasar-dasar perilaku, budi pekerti, dan akhlak yang mulia sesuai dengan ajaran Islam AhlulSunnah wal Jama'ah an-Nahdliyyah.
- 2) Menumbuhkan dasar-dasar kemahiran membaca, menulis, dan berhitung.
- 3) Mengembangkan kemampuan memecahkan masalah dan berfikir secara logis, kritis, dan kreatif.
- 4) Memberikan dasar-dasar keterampilan.
- 5) Menyiapkan siswa untuk bisa melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Tujuan:

- 1) Mewujudkan siswa bisa baca Al-Qur'an dengan baik dan lancar.
- 2) Mewujudkan siswa bisa sholat dengan baik dan benar.
- 3) Mewujudkan pendidikan yang berkesinambungan mulai TK, MI, MTs, dan MA.
- 4) Mewujudkan generasi muda yang dibekali iman dan takwa serta terampil.
- 5) Mewujudkan generasi muda yang semangat kerja yang dilandasi akhlaqul karimah sehingga dapat memecahkan segala persoalan dan tidak gampang putus asa.
- 6) Menyiapkan alumni yang bisa meneruskan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi.
- 7) Menyiapkan alumni yang siap pakai, terampil, dan penuh tanggung jawab.

B. Hasil Penelitian**1. Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya dilaksanakan dari tanggal 11 desember 2017 hingga tanggal 16 desember 2017, dengan menyebarkan skala *public relations* dan pengembangan organisasi kepada seluruh staf akademik dan non-akademik.

2. Jumlah Subyek Penelitian

Subyek penelitian pada penelitian ini berjumlah 30 responden, dikarenakan jumlah responden kurang dari 100 sehingga peneliti mengambil keseluruhan populasi untuk dijadikan sample pada penelitian ini. Subyek penelitian merupakan staf yang masih aktif dan bekerja di Yayasan Pendidikan Nurul Islam.

3. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan skala dalam bentuk *print out*. Hasil *print out* tersebut kemudian disebar secara bersamaan kepada seluruh staf pendidik dan kependidikan di Yayasan Pendidikan Nurul Islam. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan menggunakan skala *public relations* dan pengembangan organisasi. Didapatkan 28 eksemplar yang terisi dari 30 eksemplar yang dibagikan.

4. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien korelasi item total sebagai penentu item tersebut valid dan juga memuaskan. Kriteria pemilihan item total menggunakan batasan $r_x \geq 0,30$ semua item yang mencapai korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Peneliti menggunakan daya diskriminasi 0,30.

Pada hasil penelitian skala *public relations* yang digunakan menunjukkan bahwa 16 item yang digunakan valid. Berikut distribusi item valid di tabel dibawah ini

Indikator	Favorable	Jumlah item
Mutualitas kontrol (<i>Control Mutuality</i>)	1, 5, 9, 13	4
Kepercayaan (<i>Trust</i>)	2, 6, 10, 14	4
Komitment (<i>Commitment</i>)	3, 7, 11, 15	4
Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	4, 8, 12, 16	4
Jumlah	16	16

Tabel 7. Distribusi Aitem Valid Skala *Public Relations*

Begitu juga untuk skala pengembangan organisasi, peneliti menggunakan koefisien korelasi item total sebagai penentu item tersebut valid dan juga memuaskan. Kriteria pemilihan item total menggunakan batasan $r_x \geq 0,30$ semua item yang mencapai korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Peneliti menggunakan daya diskriminasi 0,30.

Hasil skala penelitian pengembangan organisasi menunjukkan bahwa dari 27 item yang digunakan terdapat 2 item yang dinyatakan gugur dan item yang dinyatakan valid berjumlah 25 item. Berikut distribusi item valid di tabel dibawah ini.

Asumsi	Indikator	No. Sebaran Item	Item gugur	Jumlah Item
Individual	Orang ingin tumbuh dan matang	17, 20, 23		3
	Karyawan memiliki banyak hal untuk ditawarkan yang saat ini belum terpakai dalam pekerjaan (seperti energi dan kreativitas)	18, 21, 24		3
	Sebagian besar karyawan menginginkan kesempatan untuk menyumbangkan kemampuannya	19, 25	22	3

Kelompok	Kelompok dan tim adalah amat penting dalam keberhasilan organisasi	29, 32	26	3
	kelompok memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu	27, 30, 33		3
	Peran yang kompleks yang dimainkan dalam kelompok memerlukan pengembangan keterampilan	28, 31, 34		3
Organisasi	Kontrol, kebijakan, dan aturan yang berlebihan bisa merusak organisasi	35, 38, 41		3
	Konflik dapat dimanfaatkan asalkan disalurkan secara tepat	36, 39, 42		3
	Tujuan individu dan organisasi dapat disesuaikan atau dicocokkan	37, 40, 43		3
Jumlah		25	2	27

Tabel 8. Distribusi Aitem Valid Skala Pengembangan Organisasi

5. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas alat ukur ini adalah distribusi nilai perbandingan *alpha cronbach* dengan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Berdasarkan teknik uji statistik tersebut didapatkan nilai *alpha cronbach* untuk variabel *public relations* sebesar 0.982 dan nilai *alpha cronbach* untuk variabel pengembangan organisasi sebesar 0.980.

Pada dasarnya dalam penelitian, semakin angka koefisien *alpha cronbach* (α) mendekati angka 1.00 maka akan semakin tinggi tingkat reliabilitasnya (Azwar, 2014). Sementara dalam penelitian ini nilai *alpha cronbach* sebesar 0.982 dan 0.980 untuk masing-masing variabel maka skala dari keduanya dinyatakan reliabel.

Variabel	Alpha	Keterangan
<i>Public Relations</i>	0.982	Reliabel
Pengembangan Organisasi	0.980	Reliabel

Tabel 9. Reliabilitas *Public Relations* dan Pengembangan Organisasi

C. Hasil Uji Regresi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebenarnya variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini dilakukan dengan *Kolmogorov Smirnov Z* dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Berikut hasil uji normalitas untuk variabel *public relations* dan pengembangan organisasi.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		PR_X	PO_Y
N		28	28
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53,6071	82,2857
	Std. Deviation	8,07529	12,57528
	Absolute	,244	,193
Most Extreme Differences	Positive	,216	,193
	Negative	-,244	-,184
Kolmogorov-Smirnov Z		1,289	1,024
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072	,245

Tabel 10. Uji Normalitas *Public Relations* dan Pengembangan Organisasi

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Pada kolom *Kolmogorov Smirnov Z* didapatkan *Asymp. Sig. (2 tailed)* untuk variabel *public relations* didapatkan nilai signifikansi sebanyak 0.072 dan untuk *Asymp. Sig. (2 tailed)* untuk variabel pengembangan organisasi didapatkan nilai signifikansi sebanyak 0.245. Nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0.05, sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Hasil uji linieritas antara variabel X yakni *public relations* dan variabel Y yakni pengembangan organisasi. Berikut hasil uji linearitas.

Hasil Uji Linieritas	Sig
Linearity	0.000
Deviation from Linearity	0.072

Tabel 11. Uji Linearitas Variabel *Public Relations* dan Pengembangan Organisasi

Pada kolom *Sig* baris *Deviation from Linearity*, nilai yang didapatkan adalah 0.072 menunjukkan lebih besar dari nilai signifikan 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel X yakni *public relations* dan variabel Y yakni pengembangan organisasi.

D. Hasil Uji Deskriptif

1. Deskripsi Tingkat *Public Relations*

Hal yang perlu diketahui terlebih dahulu sebelum mendeskripsikan data penelitian adalah mengetahui nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) hipotetik dari masing-masing variabel. Adapun nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) hipotetik pada variabel *public relations* dapat dilihat di tabel di bawah ini.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Public Relations	28	45	63	53.61	8.075
Valid N (listwise)	28				

Tabel 12. Deskripsi *Public Relations*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Mean* (M) hipotetik adalah 53.61 dan nilai *Standart Deviation* (SD) hipotetik adalah 8.075, setelah mengetahui nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) hipotetik, kemudian selanjutnya nilai-nilai tersebut akan digunakan untuk melakukan kategorisasi tingkat *public relations* pada staff akademik dan non-akademik Yayasan Pendidikan Nurul Islam, yang dibagi dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Adapun rumus kategorisasi berdasarkan norma yang sudah ditentukan seperti di bawah ini.

Kategorisasi	Kriteria
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

Tabel 13. Pembagian Kategorisasi *Public Relations*

Melalui tabel kriteria diatas, maka dapat dijabarkan sehingga memperoleh skor masing-masing kategori tingkat *public relations* sebagai berikut:

a. Tinggi = $X \geq (M + 1SD)$

$$= X \geq 53.61 + 8.075$$

$$= X \geq 61.685$$

b. Sedang = $(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$

$$= 53.61 - 8.075 \leq X < 53.61 + 8.075$$

$$= 45.535 \leq X < 61.685$$

c. Rendah = $X < (M - 1SD)$

$$= X < 53.61 - 8.075$$

$$= 45.535$$

Berdasarkan perhitungan di atas, berikut tabel tingkat kategorisasi *Public Relations* staff akademik dan non-akademik Yayasan Pendidikan Nurul Islam.

Kategorisasi	Kriteria
Tinggi	$X \geq 61.685$
Sedang	$45.535 \leq X < 61.685$
Rendah	45.535

Tabel 14. Tingkat Kategorisasi *Public Relations*

Public Relations					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	11	39.3	39.3	39.3
	Sedang	9	32.1	32.1	71.4
	Rendah	8	28.6	28.6	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Tabel 15. Frekuensi dan Prosentase Tingkat *Public Relations*

Berdasarkan Tabel Frekuensi dan Prosentase di atas, dapat diketahui bahwa tingkat *Public Relations* staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya sebagian besar berada pada kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 39.3% dengan jumlah frekuensi sebanyak sebelas orang. Sementara kategori sedang sebesar 32.1% dengan jumlah sembilan orang dan kategori rendah sebesar 28.6% dengan jumlah delapan orang.

2. Deskripsi Tingkat Pengembangan Organisasi

Tingkat Pengembangan Organisasi pada staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam dibagi menjadi tiga kategori, yaitu

tinggi, sedang, dan rendah. Penentuan kategori tersebut dilakukan dengan cara mengetahui nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) hipotetik. Adapun nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) dari variabel Pengembangan Organisasi, berikut tabel dibawah ini.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengembangan Organisasi	28	74	106	88.29	12.569
Valid N (listwise)	28				

Tabel 16. Deskripsi Pengembangan Organisasi

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai *Mean* (M) hipotetik sebesar 88.29 dan nilai *Standart Deviation* (SD) hipotetik sebesar 12.569. Setelah diketahui nilai *Mean* (M) hipotetik dan *Standart Deviation* (SD) hipotetik, selanjutnya nilai-nilai tersebut akan digunakan untuk memberikan kategori tingkat Pengembangan Organisasi pada staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, pengkategorian akan dibedakan menjadi tiga tingkat, yaitu tinggi, sedang, dan rendah, berikut rumus kategorisasi dapat dilihat di tabel berikut.

Kategorisasi	Kriteria
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

Tabel 17. Pembagian Kategorisasi Pengembangan Organisasi

Berdasarkan tabel kriteria di atas, selanjutnya akan dijabarkan skor masing-masing dari tiga kategori di atas dari variabel Pengembangan Organisasi, berikut penjabarannya.

Kategorisasi	Kriteria
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

Tabel 18. Pembagian Kategorisasi Pengembangan Organisasi

a. Tinggi = $X \geq (M + 1SD)$

$$= X \geq 88.29 + 12.569$$

$$= X \geq 100.859$$

b. Sedang = $(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$

$$= 88.29 - 12.569 \leq X < 88.29 + 12.569$$

$$= 75.721 \leq X < 100.859$$

c. Rendah = $X < (M - 1SD)$

$$= X < 88.29 - 12.569$$

$$= X < 75.721$$

Berdasarkan perhitungan di atas, berikut kategorisasi tingkat Pengembangan Organisasi pada staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam

Kategorisasi	Kriteria
Tinggi	$X \geq 100.859$
Sedang	$75.721 \leq X < 100.859$
Rendah	$X < 75.721$

Tabel 19. Tingkat Kategorisasi Pengembangan Organisasi

Pengembangan Organisasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	9	32.1	32.1	32.1
	Sedang	10	35.7	35.7	67.9
	Rendah	9	32.1	32.1	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Tabel 20. Tingkat Frekuensi dan Prosentase Pengembangan Organisasi

Berdasarkan Tabel Frekuensi dan Prosentase di atas, dapat diketahui bahwa tingkat Pengembangan Organisasi staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya sebagian besar berada pada kategori Sedang. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 35.7% dengan jumlah frekuensi sebanyak sepuluh orang. Sementara kategori Tinggi sebesar 32.1% dengan jumlah sembilan orang dan kategori Rendah sebesar 32.1% dengan jumlah Sembilan orang.

E. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan peran *public relations* terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Berikut hasil uji hipotesis dapat dilihat di tabel dibawah ini.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,981 ^a	,962	,960	2,49998

a. Predictors: (Constant), PR_X

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4107,217	1	4107,217	657,167	,000 ^b
	Residual	162,497	26	6,250		
	Total	4269,714	27			

Tabel 21. Hasil Analisis Regresi

a. Dependent Variable: PO_Y

b. Predictors: (Constant), PR_X

Berdasarkan tabel analisis regresi diatas dapat diketahui bahwa nilai *sig.* = 0.000 dengan nilai $F = 657.167$, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X yaitu *public relations* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu pengembangan organisasi. Berdasarkan hasil tersebut, semakin tinggi tingkat *public relations* maka akan semakin tinggi pula tingkat pengembangan oragnisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Sedangkan untuk sumbangan efektif atau daya prediksi dari *public relations* terhadap pengembangan organisasi, dapat dilihat dari nilai koefisien determinan *R Square* sebesar 0.962 yang berarti sebanyak 96.2% pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya dipengaruhi oleh *public relations*. Untuk sisanya sebesar 3.8% dipengaruhi oleh faktor lain.

F. Pembahasan

1. Tingkat *Public Relations*

Hugo A. de Roode (1976) mengatakan *public relations* secara teratur mempraktikkan komunikasi yang baik dan tepat dengan kelompok orang dalam organisasi yang mempunyai kepentingan untuk melakukan perubahan dalam kerja sama menyangkut fungsi dari organisasi mendatang (Juwito, 2008). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagian besar staff akademik dan non-akademik menilai bahwa tingkat *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya berada pada kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 39.3% dengan frekuensi sebelas orang, sementara untuk kategori sedang sebesar 32.1% dengan frekuensi sebesar sembilan orang dan untuk kategori rendah sebesar 28.6% dengan frekuensi sebesar delapan orang.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa mayoritas staff akademik dan non-akademik menilai tingkat *public*

relations di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya berada pada kategori tinggi. Penilaian tersebut berdasarkan pada pengamatan staff akademik dan non-akademik terkait *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Berdasarkan disertasinya Huang (2001) mengembangkan skala multi item untuk mengukur *organization public relationship* berdasarkan perspektif lintas budaya. Dia mengkombinasikan empat kunci utama (*control mutuality*, kepercayaan, kepuasan, dan komitmen) dari literatur barat dan satu ciri relasional yang spesifik dari timur (*face and favor*) (Samsup Jo, 2003). Hon dan Grunig (1999) juga mengajukan empat hasil yang merupakan indikator dari hubungan Interpersonal yang sukses namun keberhasilannya juga dapat diterapkan dalam hubungan antara organisasi dan public mereka. Berikut empat indikator tersebut ialah (Watson & Noble 2007). *Public Relations* dalam penelitian ini menggunakan empat indikator berdasarkan ketiga tokoh di atas yaitu *control mutuality*, kepercayaan, kepuasan, dan komitmen.

Berdasarkan keempat indikator tersebut, yang menjadikan staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya menganggap tingkat *public relations* disana cukup tinggi.

Sedangkan untuk staff yang menilai variabel *public relations* berada pada kategori sedang sebesar 32.1 % dengan frekuensi sebanyak sembilan orang. Penilaian sedang dari sembilan staff tersebut kemungkinan dikarenakan kondisi tempat bekerja, mereka merasa tidak puas, kurangnya diberi kesempatan dalam beberapa kegiatan, dan kurangnya rasa kepercayaan terhadap yayasan atau pun pihak terkait. Sehingga mereka menilai tingkat *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam kurang maksimal.

Sementara staff yang memberikan penilaian rendah pada *public relations* sebesar 28.6% dengan frekuensi sebanyak 8 orang staff akademik dan non-akademik. Hal ini mungkin dikarenakan adanya ketidakpuasan dari para staff, tidak dilibatkan dalam beberapa kegiatan yayasan serta munculnya rasa tidak percaya dengan yayasan atau pihak terkait.

Menurut Mulyono (2007) dalam konsep Islam, kerjasama antar individu maupun lembaga yang dapat membentuk *Ukhuwah Islamiyah* (QS.49:10, 8:1) dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut:

6) *Ta'aruf* (saling mengenal).

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran, dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

7) *Tafahum* (saling memahami)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling memahami dengan menyatukan hati (QS: 8:60), menyatukan pemikiran dan menyatukan amal.

8) *Tarahum* (saling mengasihi)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran (QS. 1:1-3, 2:112).

9) *Ta'awun* (saling kerjasama)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling menolong (QS. 5:2), secara perasaan (saling mendoakan), secara pemikiran (berembug, berdiskusi dan menasehati) serta berwujud dalam bentuk amal shaleh (bantu-membantu).

10) *Tafakul* (saling menanggung)

Kegiatannya berupa pelaksanaan proses saling menanggung setelah terjadinya proses *ta'awun* dengan bentuk: hati saling menyatu dan saling percaya.

Dari kelima proses tersebut sehingga muncul kerjasama yang saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan dan juga kesatuan umat (Baharuddin, 2012).

2. Tingkat Pengembangan Organisasi

Bennis (1969) pengembangan organisasi adalah respon untuk berubah, strategi pendidikan yang kompleks dengan maksud untuk

mengubah kepercayaan, sikap, nilai, dan struktur organisasi agar semua itu dapat beradaptasi baik dengan teknologi, pasar, dan tantangan-tantangan baru, dan dengan kecepatan luar biasa dari perubahan itu sendiri (Indrawijaya, 1989).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, frekuensi dan prosentase menunjukkan bahwa tingkat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya sebagian besar terdapat pada kategori sedang. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil nilai skor yang diperoleh sebesar 35.7% sebanyak sepuluh orang staff akademik dan non-akademik, untuk kategori tinggi dan rendah memiliki frekuensi dan prosentase dengan skor yang sama besar yaitu masing-masing kategori sebesar 32.1 % dan masing-masing kategori sebanyak sembilan staff akademik dan non-akademik.

Hal ini menunjukkan mayoritas staff akademik dan non-akademik Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya memiliki tingkat pengembangan organisasi pada kategori sedang. Kemungkinan hal tersebut terjadi dikarenakan para staff baik akademik maupun non-akademik memiliki keinginan untuk mengembangkan diri baik secara individu maupun kelompok, mampu menjalin komunikasi antar individu dalam organisasi, dan mampu beradaptasi dengan lingkungan di dalam dan luar organisasi.

Untuk kategori tinggi memiliki frekuensi dan prosentase sebesar sembilan staff akademik dan non-akademik dengan prosentase sebesar 32.1%. Hal ini menunjukkan sebagian karyawan memiliki tingkat pengembangan organisasi tinggi, dan hal ini menunjukkan bahwa para staff tersebut memiliki keinginan untuk terus berkembang baik secara individu maupun kelompok, memiliki inisiatif untuk keberlanjutan organisasi, mampu menjalin komunikasi dengan baik antar sesama rekan kerja, mampu beradaptasi dengan lingkungan di dalam dan luar organisasi serta mampu mengembangkan kreatifitas diri. Staff yang demikian mampu menghindari konflik dan juga mampu menyelesaikan konflik dengan baik dan memiliki kepedulian terhadap perkembangan organisasi.

Adapun untuk kategori rendah memiliki frekuensi dan prosentase sebanyak sembilan orang dengan prosentase 32.1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya memiliki tingkat pengembangan organisasi yang rendah. Kemungkinan hal ini dikarenakan adanya persepsi negatif dari para staff terhadap organisasi, sehingga memengaruhi kinerja para staff, lingkungan kerja yang tidak nyaman, dan memiliki sifat apatis sehingga individu kurang bisa membuka diri terhadap sesama rekan kerja.

Al-Qur'an surat As-Shaff ayat 4 berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْصُومٌ ۝

Artinya: “Sesungguhnya Allah mencintai orang yang berperang di jalan Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti bangunan yang tersusun kokoh”.

Dalam surat ini, terdapat lima konsep besar yang harus ada untuk mewujudkan organisasi yang kokoh, yaitu:

- 6) Kesesuaian konsep dan pelaksanaan dalam organisasi.
- 7) Soliditas tim.
- 8) Ketepatan mengukur dan mengetahui kekuatan dan tantangan.
- 9) Konsep kesungguhan dalam bekerja dan berjuang.
- 10) Memiliki kader yang militant atau yang solid.

Dalam organisasi juga diperlukan adanya *ruh* atau semangat organisasi. Dan *ruh* organisasi ditentukan oleh sistem yang ada di dalam organisasi, kualitas sang pemimpin, sejauh mana organisasi mempunyai semangat kompetitif dengan yang lain, serta sejauh mana dalam memadukan semangat dan ilmu yang dimiliki khususnya dalam pengembangan organisasi (*organizational development*), sehingga organisasi dapat berkembang sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan dapat bersaing di dunia yang modern ini.

Ajaran Islam adalah ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir dengan rapi. Hal ini dinyatakan dalam *atsar* atau ucapan Sayyidina Ali bin Abi Thalib yang berbunyi:

الحقُّ بلأنظام يغلبه الباطل بنظام

Artinya: “Kebenaran yang tidak terorganisir dengan rapi, pasti terkalahkan oleh kebathilan yang terorganisir dengan rapi” (Hafidhuddin, 2003).

3. Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Menurut Jefkins (Munandar, 1992) *public relations* berarti suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor publik (pemerintahan) maupun *privat* (pihak swasta). Sependapat dengan pernyataan sebelumnya Ruslan (2005) menyatakan peranan Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relations* sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, bersifat komersial maupun tidak komersial, dari perusahaan industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar Humas merupakan salah satu ujung tombak dari suatu organisasi. Bagi sebuah organisasi, Humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan *stakeholder* ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan, dan program organisasi kepada publik.

Public Relations atau Humas adalah fungsi yang melekat dan tidak terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk *goodwil* (i'tikad baik), *tolerance* (toleransi), *mutual simbiosis* (saling berkerjasama), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual appreciation* (saling menghargai), serta untuk memperoleh

opini publik yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan harmonis, baik hubungan ke dalam maupun ke luar (Zulkarnaen,2008).

Perubahan dalam bentuk pembaharuan organisasi yang dilakukan secara berkesinambungan atau secara terus menerus sekarang ini memiliki pengaruh yang dominan dalam kehidupan masyarakat era modern. Organisasi beserta anggota yang terlibat didalamnya dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kondisi arus perubahan yang ada. Perubahan tersebut dinamakan Pengembangan Organisasi (PO), yaitu perubahan terencana dan dalam jangka waktu lama.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi dengan skor nilai signifikan 0.000 dengan nilai $F = 657.167$ dimana angka tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau 5%, dengan nilai $R Square$ sebesar 0.962 yang berarti sebanyak 96.2% prosentase signifikansinya. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, pengujian hipotesis membuktikan bahwa *public relations* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penerapan *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah intensitas penerapan *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, maka semakin rendah pula pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *public relations* berpengaruh terhadap pengembangan organisasi (Safitri, 2013: Deitiana, 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2013) menyatakan bahwa *public relations* sangat berperan dalam mengembangkan kinerja organisasi dan juga dapat memberikan saran-saran dalam menyelesaikan masalah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Deitiana (2011) menyatakan peran Humas (*public relations*) dalam perguruan tinggi di era kompetisi bukan suatu hal yang bisa ditawar-tawar lagi atau ditunda, tetapi sudah masuk skala prioritas utama dari berbagai program perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan, sehingga pembentukan, pemeliharaan citra positif dan reputasi positif menjadi reputasi pula.

Seperti pendapat Morrison (2010) mempelajari kinerja dalam sebuah organisasi salah satunya membahas bagaimana sebuah organisasi menjalankan fungsi dan mengaktualisasikan visi dan misi pada organisasi tersebut. Organisasi itu akan terbentuk ketika adanya interaksi satu sama lain dalam mencapai tujuan bersama. Sehingga dapat disimpulkan apabila organisasi mampu memaksimalkan *public relations* nya maka organisasi bisa berkembang.

Meskipun *public relations* bukan menjadi satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi pengembangan organisasi, namun *public relations* dapat menjadi salah satu cara dalam rangka mensukseskan pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Berdasarkan hasil penjabaran penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *public relations* memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Kesungguhan peneliti dalam penelitian pengaruh *public relations* terhadap pengembangan organisasi saat melakukan pendalaman analisa antara hasil penelitian dan teori yang dipaparkan berada di luar jangkauan peneliti dalam pembahasannya, sehingga analisa yang dilakukan kurang mendalam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penjelasan dari penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *public relations* yang dimiliki oleh para staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya sebagian besar berada pada kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 39.3% dengan jumlah frekuensi sebanyak sebelas orang. Sementara kategori sedang sebesar 32.1% dengan jumlah sembilan orang dan kategori rendah sebesar 28.6% dengan jumlah delapan orang.
2. Tingkat pengembangan organisasi staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya sebagian besar berada pada kategori Sedang. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 35.7% dengan jumlah frekuensi sebanyak sepuluh orang. Sementara kategori Tinggi sebesar 32.1% dengan jumlah sembilan orang dan kategori Rendah sebesar 32.1% dengan jumlah Sembilan orang.
3. Berdasarkan nilai *sig.* = 0.000 dengan nilai $F = 657.167$, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X yaitu *public relations* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu pengembangan organisasi. Sedangkan untuk nilai koefisien determinan *R Square* sebesar 0.962 yang berarti sebanyak 96.2% pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan

Nurul Islam Surabaya dipengaruhi oleh *public relations*. Untuk sisanya sebesar 3.8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dapat disimpulkan bahwa *public relations* berpengaruh terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Sehingga hipotesis dari penelitian ini dapat diterima yaitu *public relations* berpengaruh terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

B. Saran

1. Saran untuk Yayasan

- a. Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk kemajuan yayasan, terutama untuk memaksimalkan *public relations*-nya yaitu mampu mencari, menerima, dan mengolah informasi yang di dapat baik dari dalam yayasan maupun luar yayasan sehingga pengembangan organisasi di yayasan ini dapat menemukan permasalahan dan penyelesaiannya, sehingga Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan.
- b. Para staff akademik dan non-akademik Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, diharapkan untuk ikut andil dalam menyukseskan pengembangan organisasi Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, dengan menjaga citra positif yayasan, sehingga opini publik terhadap yayasan juga positif.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan rujukan dan evaluasi apabila peneliti ingin melanjutkan penelitian terkait variabel yang sama dengan permasalahan yang lebih kompleks
- b. Peneliti diharapkan bisa mengembangkan kajian teori khususnya terkait *public relations* dan pengembangan organisasi. Sehingga penelitian selanjutnya bisa menghasilkan karya yang lebih sempurna dan lebih baik lagi dari hasil penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, O. (1995). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Adriani, V. (2014, Desember 3). *Pengaruh Tujuan Public Relations Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkomsel (studi pada mahasiswa semester 8 jurusan marketing komunikasi universitas bina nusantara)*. Diambil kembali dari BINUS University Faculty of Economic and Comunication: <http://marcomm.binus.ac.id> (diakses tanggal 21/04/2018)
- Ardhoyo, T. (Mei-Juni 2013). Peran Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, Volume 1 No. 1.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik: Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Baharuddin. (2012). *Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam: Menuju Pengelolaan Profesional dan Kompetitif*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Chruden, H. J., & Sherman Jr, A. W. (1976). *Personel Management*. Ohio: South-Western Publishing Co.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cummings, T. G., & G, W. C. (2009). *Organization Development & Change, 9th Edition*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2005). *Effective Public Relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Humas dengan Sukses*. Jakarta: Indeks.

- Davis, K., & Newstrom, J. W. (Desember 1994). *Perilaku dalam Organisasi, edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Deitiana, T. (2011). Manajemen Humas (Public Relations) di Lembaga Pendidikan. *Media Bisnis*.
- Djarmiko, Y. H. (2008). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Effendy, O. U. (1993). *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Gubson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. J. (1996). *Organisasi Perilaku Struktur Proses, Jilid 2, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Gufron, M., & Rini, R. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz media.
- Gul, Z. (Winter 2015). Impact of Employee Commitment on Organizational Development. *FWU Journal of Social Sciences*, Vol. 9, No.2, 117-124.
- Hafidhuddin, D. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hardiansyah. (Januari 2010). Analisis Pengembangan Organisasi Pendidikan Tinggi Swasta dengan Model Weisbord (Kasus Universitas Bina Darma Palembang). *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Volume 10, Nomor 1, 25-36.
- Hasibuan, M. S. (2003). *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (November 1999). *Guidlines for Measuring Relationship in Public Relations*. The Institute fo Public Relations.
- Indrawijaya, A. I. (1989). *Perubahan dan Pengembangan Organisasi*. Bandung: Sinar Baru Bandung.
- Jakarta, K. (2017, Maret 23). *Kemandirian Alutsista: TNI AD Kembangkan Senjata Otomatis*. Diambil kembali dari Koran Jakarta: Kebenaran itu

Tidak Pernah Memihak: <http://www.koran-jakarta.com/tni-ad-kembangkan-senjata-otomatis> (diakses tanggal 1/12/2017)

Jefkins, F. (2003). *Public Relations, Alih bahasa Daniel Yadin, edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.

Jo, S. (2003). *Measurement of Organization Public Relationship: validation of measurement using a manufacturer retailer relationship*. Florida: University of Florida, The Institute of Public Relations.

Juwito. (2008). *Public Relations*. Surabaya: UPN PRESS.

Keliat, B. A. (2005). *Proses Keperawatan Kesehatan Jiwa edisi 2*. Jakarta: EGC.

Klerk, M. D. (Summer 2007). Healing Emotional Trauma in Organizations: An O.D. Framework and Case Study. *Organization Development Journal*, Volume 25: Number 2, 35-41.

Konzt, H., Cyril, O., & Weihrich, H. (1980). *Management*. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, Ltd.

Kurniawan, H. (2017, Oktober 16). *Konvensi Nasional Humas 2017 usung tema #IndonesiaBicaraBaik*. Diambil kembali dari Merdeka>Peristiwa: <https://www.merdeka.com/peristiwa/konvensi-nasional-humas-2017-usung-tema-indonesiabicarabaik.html> (diakses tanggal 1/12/2017)

Linggar, A. (2000). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lunenburg, F. C. (2010). Organizational Development: Implementing Change. *International Journal of Management, Business, and Administration*, Vol. 13, No. 1.

Moekijat. (2005). *Pengembangan Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.

Mondy, R. W. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

Morisson. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Mukhtar. (2003). *Konsep Diri Remaja Menuju Remaja Pribadi*. Jakarta: PT. Rakasta Samasta.
- Munandar, A. S. (1992). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Muntahar, S. (1985). *Hubungan Masyarakat, Fungsi dan Penerangan dalam Manajemen*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Naraha, T. (1999). *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nasution, Z. (2008). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan, Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press, Cetakan 1, Februari.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Poluakan, F. A. (September 2016). Pengaruh Perubahan dan Pengembangan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sinar Galesong Prima Manado. *Jurnal EMBA*, Vol \$ No. 3, Hal 1057-1067.
- Purbaya, A. A. (2017, Maret 24). *Keterbukaan Pemkot Semarang terhadap Publik Diganjar Penghargaan*. Diambil kembali dari Detik News: <https://news.detik.com> (diakses tanggal 1/12/2017)
- Rahadhini, M. (April 2010). Peran Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 10 No. 1, 11-21.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rivai, V., & Mulyadi, d. (2013). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Robbins, S. P. (1994). *Teori Organisasi, edisi ketiga*. Jakarta: Penerbit Arcana.

- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Safitri, A. (2013). *Peranan Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Program Studi Skretari D III, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta .
- Salafidb. (version 4.0 kitab digital).
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2008). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Stuart, G., & Sundeen, S. (2005). *Buku Ajar Keperawatan Jiwa*. Jakarta: EGC.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Wiratna. (2008). *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi, & Umum, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Susanto, D. P. (2011). *Pengembangan Organisasi Pemerintah Kecamatan Hasil Pemekaran dalam Pelaksanaan otonomi Daerah di Kota Depok*. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Skripsi.
- Sutarto. (1991). *Dasar-dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Thahir, A. (Agusuts 2014). *Buku Ajar: Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.

- Thoha, M. (2007). *Pembinaan Organisasi Proses Diagnosa dan Intervensi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (Maret 2008). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utami, F. N. (2013). *Peran Public Relations Pada Organisasi Non-Profit Program Konservasi Kelautan WWF Indonesia*. Bogor: Fakultas Ekologi Manusia, IPB, Bogor. Skripsi.
- waspada.co.id. (2017, Maret 30). *XL Axiata Raih Media Relation Terbaik di PRIA 2017*. Diambil kembali dari Waspada.co.id: your digital edutainment news: <http://waspada.co.id/warta/xl-axiata-raih-media-relation-terbaik-di-pria-2017/> (diakses tanggal 1/12/2017)
- Watson, T., & Noble, P. (2007). *Evaluating Public Relations: a best practice guide to public relations planning, research and evaluation. second edition*. Philadelphia: Kogan Page.



LAMPIRAN

Lampiran 1

IDENTITAS DIRI :

Silahkan diisi dengan identitas yang sebenar-benarnya, data yang saudara berikan akan dirahasiakan sepenuhnya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata.

Nama	:	
Umur	:	

PETUNJUK PENGISIAN :

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan cermat.
2. Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan yang akan anda pilih sesuai dengan keadaan yang saudara alami saat ini, tidak ada benar ataupun salah dalam jawaban yang saudara berikan.
3. Berilah tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia diantaranya:

 SS = Bila pernyataan **Sangat Sesuai** dengan keadaan diri anda
 S = Bila pernyataan **Sesuai** dengan keadaan diri anda
 TS = Bila pernyataan **Tidak Sesuai** dengan keadaan diri anda
 STS = Bila pernyataan **Sangat Tidak Sesuai** dengan keadaan diri anda
4. Jika terjadi kesalahan pengisian, maka coretlah jawaban yang salah dan beri tanda pada pilihan jawaban yang benar.

		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
--	--	-------------------------------------	--	--------------------------	--

5. Jawablah setiap pernyataan dan jangan sampai ada yang terlewat, jika menurut saudara ada dua jawaban yang sesuai dengan diri saudara, maka pilihlah satu saja yang paling sesuai dengan diri saudara

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Menurut saya di yayasan ini tidak ada kendala				

	dalam menyampaikan pendapat				
2	Saya merasa yakin dengan kemampuan yayasan ini				
3	Saya merasa senang bekerja di yayasan ini				
4	Menurut saya terdapat banyak keuntungan bekerja di yayasan ini				
5	Menurut saya karyawan di yayasan ini menghargai setiap pendapat yang ada				
6	Saya merasa yayasan ini mampu mewujudkan ide-idenya				
7	Saya merasa memiliki ikatan dengan yayasan ini				
8	Saya merasa orang-orang menyukai hasil dari kinerja yayasan ini				
9	Menurut saya tidak ada kendala dalam menyampaikan pendapat terkait dengan kesuksesan yayasan ini				
10	Menurut saya di yayasan ini setiap orang mampu bersikap adil				
11	Saya merasa menjadi bagian keluarga dari yayasan ini				
12	Saya merasa nyaman bekerja di yayasan ini				
13	Menurut saya yayasan dapat menerima semua masukan dari setiap anggotanya				

14	Saya merasa yayasan ini mampu memegang janji-janjinya				
15	Saya ingin terus berkontribusi pada yayasan ini				
16	Saya puas dengan tunjangan-tunjangan diluar gaji pokok yang diberikan oleh yayasan				
17	Menurut saya bertanya kepada rekan kerja dapat memberikan solusi alternatif dalam memecahkan masalah.				
18	Saya bekerja menggunakan metode yang efektif dan efisien untuk mempersingkat waktu				
19	Saya bekerja sesuai dengan prosedur di yayasan ini				
20	Saya merasa mendapat banyak pengalaman kerja di yayasan ini				
21	Saya memberikan gagasan-gagasan untuk kemajuan yayasan ini				
22	Saya aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh yayasan				
23	Saya menemukan hal-hal baru selama bekerja di yayasan ini				
24	Saya dapat berinisiatif tanpa menunggu perintah				
25	Saya bertanggung jawab melalui keterlibatan secara aktif dalam kegiatan di yayasan				
26	Saya lebih mengutamakan kepentingan tim dari				

	pada kepentingan pribadi				
27	Saya pergi menjenguk rekan kerja, ketika ada yang sakit				
28	Saya menyusun dokumen sesuai dengan abjad supaya mudah ditemukan jika dibutuhkan.				
29	Saya mengumpulkan anggota tim untuk mengadakan rapat singkat sebelum melakukan tugas				
30	Saya berangkat kerja lebih awal				
31	Saya mampu beradaptasi dengan baik di luar lingkungan yayasan				
32	Saya merasa setiap permasalahan yang muncul dapat diselesaikan dengan bekerjasama				
33	Saya membantu rekan kerja yang mengalami kesulitan				
34	Saya mampu menyampaikan informasi yang ada secara jelas				
35	Menurut saya di yayasan ini para karyawan mendapat jatah cuti				
36	Kreatifitas saya bertambah seiring munculnya permasalahan baru				
37	Saya mendukung langkah-langkah pembaharuan di yayasan ini				
38	Saya mendapat sanksi ketika terlambat masuk kantor				
39	Saya semakin bersemangat untuk menjadi lebih				

	baik lagi				
40	Saya ingin bekerja di yayasan ini sepanjang karir saya				
41	Saya merasa di yayasan ini tidak ada kendala untuk mendapatkan izin ketika ada musibah				
42	Saya memiliki gagasan-gagasan untuk memecahkan permasalahan baru				
43	Visi dan misi saya sesuai dengan visi dan misi organisasi				



Lampiran 2

Blueprint Public Relations

Indikator	No. Sebaran Item	Jumlah item
Mutualitas kontrol (<i>Control Mutuality</i>)	1, 5, 9, 13	4
Kepercayaan (<i>Trust</i>)	2, 6, 10, 14	4
Komitment (<i>Commitment</i>)	3, 7, 11, 15	4
Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	4, 8, 12, 16	4
Jumlah	16	16

Blueprint Pengembangan Organisasi

Asumsi	Indikator	No. Sebaran Item	Jumlah Item
Individual	Orang ingin tumbuh dan matang	17, 20, 23	3
	Karyawan memiliki banyak hal untuk ditawarkan yang saat ini belum terpakai dalam pekerjaan (seperti energi dan kreativitas)	18, 21, 24	3
	Sebagian besar karyawan menginginkan kesempatan untuk menyumbangkan kemampuannya	19, 22, 25	3
Kelompok	Kelompok dan tim adalah amat penting dalam keberhasilan organisasi	26, 29, 32	3
	kelompok memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu	27, 30, 33	3
	Peran yang kompleks yang dimainkan dalam kelompok memerlukan pengembangan keterampilan	28, 31, 34	3
Organisasi	Kontrol, kebijakan, dan aturan yang berlebihan bisa merusak organisasi	35, 38, 41	3
	Konflik dapat dimanfaatkan asalkan disalurkan secara tepat	36, 39, 42	3
	Tujuan individu dan organisasi dapat disesuaikan atau dicocokkan	37, 40, 43	3
Jumlah		27	27

Lampiran 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

VARIABEL *Public Relations*

PUTARAN 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,982	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PR1	50,1786	57,708	,947	,981
PR2	50,2143	57,878	,936	,981
PR3	50,0357	59,221	,739	,983
PR4	50,1786	57,708	,947	,981
PR5	50,1786	58,078	,895	,981
PR6	50,1786	57,708	,947	,981
PR7	50,1786	57,856	,926	,981
PR8	50,1786	57,708	,947	,981
PR9	50,9286	59,698	,719	,983
PR10	50,1429	57,905	,912	,981
PR11	50,1786	57,856	,926	,981
PR12	50,1429	58,053	,891	,981
PR13	50,5000	52,481	,943	,982
PR14	50,2143	57,286	,886	,981
PR15	50,2143	58,471	,854	,982
PR16	50,4643	52,480	,925	,983

Lampiran 4**UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

VARIABEL Y

PUTARAN 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,976	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PO1	84,9643	149,443	,898	,975
PO2	85,6786	151,337	,637	,976
PO3	85,1071	154,173	,546	,977
PO4	85,0000	149,481	,902	,975
PO5	85,0714	149,032	,843	,975
PO6	85,2857	140,360	,933	,975
PO7	85,2500	157,528	,323	,978
PO8	85,3571	158,460	,351	,977
PO9	85,3929	141,284	,947	,974
PO10	84,9643	149,369	,904	,975
PO11	84,9643	149,517	,891	,975
PO12	85,2857	140,434	,929	,975
PO13	85,3571	140,534	,963	,974
PO14	85,3571	140,534	,963	,974
PO15	85,1429	150,794	,658	,976
PO16	85,0000	150,296	,833	,975
PO17	85,0000	150,296	,833	,975
PO18	85,2857	140,286	,937	,975
PO19	84,9286	149,328	,905	,975
PO20	85,0000	149,481	,902	,975
PO21	85,0000	149,481	,902	,975
PO22	85,3571	158,905	,189	,978

PO23	85,0000	150,074	,852	,975
PO24	85,0000	150,074	,744	,976
PO25	85,0000	150,074	,852	,975
PO26	85,3571	159,942	,126	,978
PO27	85,0357	150,258	,848	,975

PUTARAN 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,980	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PO1	78,8214	146,967	,886	,979
PO2	79,5357	148,628	,642	,980
PO3	78,9643	151,665	,533	,980
PO4	78,8571	146,794	,908	,978
PO5	78,9286	146,439	,842	,979
PO6	79,1429	137,757	,937	,978
PO7	79,1071	154,914	,316	,981
PO8	79,2143	155,804	,346	,981
PO9	79,2500	138,639	,952	,978
PO10	78,8214	146,671	,911	,978
PO11	78,8214	146,893	,892	,979
PO12	79,1429	137,905	,929	,978
PO13	79,2143	138,026	,962	,978
PO14	79,2143	138,026	,962	,978
PO15	79,0000	148,222	,654	,980
PO16	78,8571	147,534	,845	,979
PO17	78,8571	147,534	,845	,979
PO18	79,1429	137,683	,940	,978
PO19	78,7857	146,619	,913	,978
PO20	78,8571	147,016	,889	,979

PO21	78,8571	147,016	,889	,979
PO23	78,8571	147,386	,858	,979
PO24	78,8571	147,386	,750	,979
PO25	78,8571	147,386	,858	,979
PO27	78,8929	147,655	,847	,979



Lampiran 5

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PR_X	PO_Y
N		28	28
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53,6071	82,2857
	Std. Deviation	8,07529	12,57528
Most Extreme Differences	Absolute	,244	,193
	Positive	,216	,193
	Negative	-,244	-,184
Kolmogorov-Smirnov Z		1,289	1,024
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072	,245

a. Test distribution is Normal.

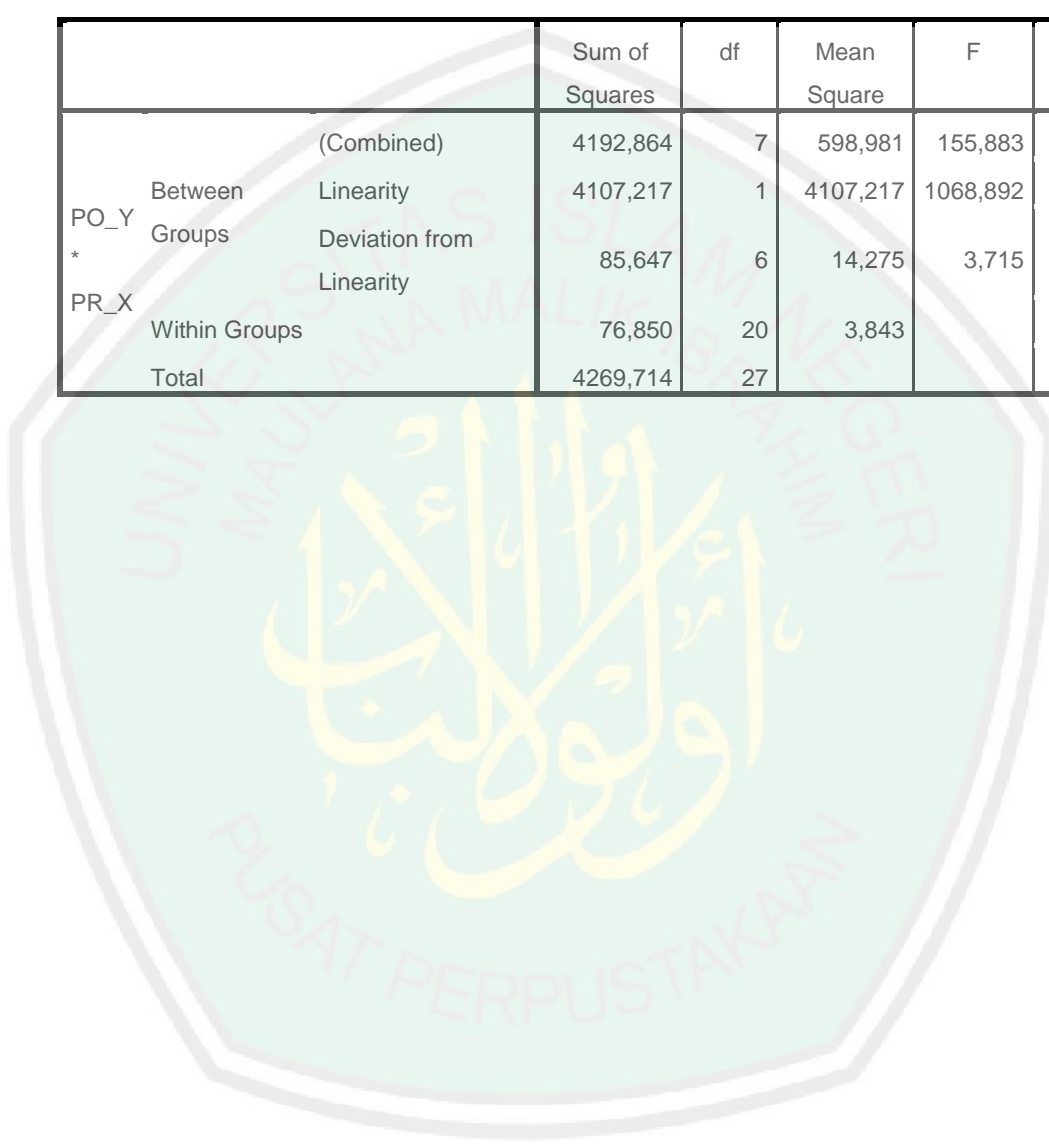
b. Calculated from data.

Lampiran 6

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PO_Y *	Between Groups	(Combined)	4192,864	7	598,981	155,883	,000
		Linearity	4107,217	1	4107,217	1068,892	,000
		Deviation from Linearity	85,647	6	14,275	3,715	,072
PR_X	Within Groups		76,850	20	3,843		
Total			4269,714	27			



Lampiran 7

UJI REGRESI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,981 ^a	,962	,960	2,49998

a. Predictors: (Constant), PR_X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4107,217	1	4107,217	657,167	,000 ^b
	Residual	162,497	26	6,250		
	Total	4269,714	27			

a. Dependent Variable: PO_Y

b. Predictors: (Constant), PR_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,410	3,229		,127	,900			
	PR_X	1,527	,060	,981	25,635	,000	,981	,981	,981

a. Dependent Variable: PO_Y

Lampiran 8. Surat Izin Penelitian



KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI

Jalan. Gajayana 50 Telepon / Faksimile +62341 - 558916 Malang 65144
Website : www.uin-malang.ac.id/ <http://psikologi.uin-malang.ac.id>

Nomor : Un.3.4/TL.03/1355/2017 07 Desember 2017
Hal : IZIN UJI COBA PENELITIAN SKRIPSI

Kepada Yth : **Ketua Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya**
Di
Surabaya

Dengan hormat

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bpk/Ibu untuk memberikan kesempatan melakukan penelitian skripsi kepada :

Nama/NIM : Minan Nur Rochman (13410074)
Tempat Penelitian : Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya
Judul : Peran Public Relation Terhadap Pengembangan Organisasi Di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya
Dosen Pembimbing : Andik Rony Irawan, M.Si

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Ketua Jurusan


Muhammad Jamaluddin, M. Si
NIP. 19801108 200801 1 007

Tembusan :
1. Dekan
2. Wakil Dekan
3. Arsip

Lampiran 9. Surat Balasan

**YAYASAN PENDIDIKAN
“ NURUL ISLAM SURABAYA ”**

Sekretariat : KAPAS LOR WETAN III NO.14 SURABAYA
Telp: 081233748414 – 085101225910

**AKTE NOTARIS : MOHAMMAD,S.H.,M.Kn.
NOMOR : 121**

SURAT KETERANGAN
Nomor : 42 / YP.NURIS / XII / 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Winardi, S.Pd.I
Jabatan : Ketua Yayasan
Alamat : Kapas Lor Wetan III/14 Surabaya

Menerangkan bahwa :
Nama : Minan Nurrochman
Program Studi : Psikologi
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Malang

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan penelitian di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya mulai tanggal 11 Desember 2017 sampai tanggal 16 Desember 2017 dalam rangka penelitian skripsi berjudul “Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Desember 2017
Ketua Yayasan


AGUS WINARDI, S.Pd.I.

Lampiran 10. Bukti Konsultasi

Nama : Minan Nur Rochman

NIM/Jurusan : 13410074

Judul : Peran *Public Relations* Terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya

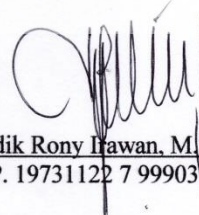
Dosen Pembimbing : Andik Rony Irawan, M.Si, Psi

No	Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing	
1	24 Oktober 2016	Konsultasi Materi Bab I, II dan III	1.	
2	8 Januari 2017	Persiapan Seminar Proposal		2.
3	31 Oktober 2017	Pembenahan Judul	3.	
4	15 November 2017	Judul dan Bab I		4.
5	29 November 2017	Konsultasi Bab I-III dan Skala	5.	
6	7 Desember 2017	Acc Skala		6.
7	12 April 2018	Konsultasi Bab I-V	7.	
8	17 Mei 2018	Konsultasi Abstrak		8.
9	17 Mei 2018	Persetujuan	9.	

Malang, 17 Mei 2018

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Andik Rony Irawan, M.Si, Psi
NIP. 19731122 7 999031 003

Lampiran 11. Naskah Publikasi

PUBLIC RELATIONS TERHADAP PENGEMBANGAN ORGANISASI

Minan Nur Rochman

Andik Rony Irawan, M.Si. Psi

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Email: minann6@gmail.com (082238235519)

Abstrak

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan organisasi, diantara faktor-faktor itu adalah public relations. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh public relations terhadap pengembangan organisasi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Tehnik pengumpulan data menggunakan dua skala, yaitu skala public relations dan skala pengembangan organisasi. Sampel penelitian terdiri dari 29 staff akademik dan non-akademik di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa public relations memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan organisasi dengan nilai sig = 0.000 atau sig < 0.05.

Kata kunci: public relations, pengembangan organisasi

Perubahan dalam bentuk pembaharuan organisasi yang dilakukan secara berkesinambungan atau secara terus menerus sekarang ini memiliki pengaruh yang dominan dalam kehidupan masyarakat era modern. Organisasi beserta anggota yang terlibat didalamnya dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kondisi arus perubahan yang ada. Salah satu cara supaya organisasi dapat bertahan adalah dengan terus berkembang hingga mencapai tujuan organisasi dengan bersama-sama, yaitu dengan melakukan pengembangan organisasi. Secara singkat pengembangan organisasi (PO) atau lebih dikenal sebagai *organizational development* (OD) adalah perubahan yang terencana (*planned change*) (Rivai & Mulyadi, 2012).

Beragam faktor dapat memengaruhi pengembangan organisasi, salah satunya adalah *public relations*. Ruslan (2005) menyatakan peranan Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relations* sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, bersifat komersial maupun tidak komersial, dari perusahaan industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Karena *public relations* adalah komponen penyempurna dari suatu organisasi, dan juga tanpa adanya komponen tersebut suatu organisasi sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Setelah peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan beberapa fenomena dan salah satu diantaranya adalah kurangnya relasi untuk mendukung operasional yayasan yang meliputi sarana dan prasarana.

Kemudian adanya perasaan kurang percaya diri, ketidakpuasan terhadap yayasan, perasaan tidak nyaman di tempat kerja, dan munculnya persepsi negatif terhadap yayasan.

Penyebab kurangnya relasi di yayasan ini adalah pemanfaatan humas yang kurang maksimal, dalam artian Humas hanya berperan sebagai pembawa pesan dan menyebarkan pamflet-pamflet ke publik, menyebabkan citra dari organisasi tidak tersampaikan secara maksimal.

Sedangkan akibat dari perasaan-perasaan negatif dalam diri individu tersebut, dapat menghambat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Hal tersebut didukung oleh penelitian terkait dengan *public relations* dan pengembangan organisasi Penelitian yang dilakukan oleh Rahadhini (2010) tentang peran *public relations* dalam membangun citra perusahaan melalui program *corporate social responsibility* (CSR) menyebutkan dalam implementasi CSR ini *public relation* (PR) mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Jadi membicarakan CSR berarti juga membicarakan PR sebuah perusahaan, di mana CSR merupakan bagian dari *Community Relations*.

Karena CSR pada dasarnya adalah kegiatan PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Zafar Gul (2015) tentang dampak komitmen karyawan terhadap pengembangan organisasi (*impact of employee commitment on organizational development*) menyebutkan bahwa meningkatkan komitmen karyawan sangat penting untuk berfungsinya sebuah organisasi secara efektif, dan membuat organisasi tumbuh dan berkembang dengan cepat. Organisasi diwajibkan untuk mengintegrasikan semua faktor penentu komitmen karyawan dengan cara yang seharusnya menghasilkan produktivitas dan profitabilitas tinggi. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor *personality* seorang individu dalam sebuah organisasi menjadi salah satu faktor pendorong adanya pengembangan organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berasumsi terdapat pengaruh antara *public relations* terhadap pengembangan organisasi.

Metode

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tehnik analisis regresi sederhana. Variabel dependen penelitian ini adalah pengembangan organisasi dan variabel independennya adalah *public relations*.

Sampel penelitian yang diambil sebanyak 28 orang dari jumlah keseluruhan populasi sebanyak 30 orang. tehnik sampling yang digunakan adalah tehnik sampel jenuh, Sugiyono (2011) menjelaskan Sampling jenuh adalah tehnik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Tehnik pengumpulan datanya menggunakan dua skala, yaitu skala *public relations* dan skala pengembangan organisasi.

Aitem valid dalam skala *public relations* sebanyak 16 aitem valid, dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.982. Sedangkan untuk skala pengembangan organisasi sebanyak 25 aitem valid dari 27 aitem, dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.980, aitem yang terpilih adalah aitem dengan daya diskriminasi sebesar 0.3.

Hasil

Pengolahan data menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan hasil bahwa *public relations* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan organisasi dengan nilai $sig = 0.000$ atau $sig < 0.05$, artinya semakin tinggi tingkat *public relations* yang diterapkan maka pengembangan organisasi akan meningkat, berikut tabel hasil uji regresi sederhana:

Tabel. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,981 ^a	,962	,960	2,49998

a. Predictors: (Constant), PR_X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4107,217	1	4107,217	657,167	,000 ^b
	Residual	162,497	26	6,250		
	Total	4269,714	27			

Tabel 20. Hasil Analisis Regresi

a. Dependent Variable: PO_Y

b. Predictors: (Constant), PR_X

Berdasarkan tabel analisis regresi diatas dapat diketahui bahwa nilai $sig. = 0.000$ dengan nilai $F = 657.167$, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X yaitu *public relations* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel

Y yaitu pengembangan organisasi. Berdasarkan hasil tersebut, semakin tinggi tingkat *public relations* maka akan semakin tinggi pula tingkat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Diskusi

Berdasarkan hasil dari analisis regresi dengan skor nilai signifikan 0.000 dengan nilai $F = 657.167$ dimana angka tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau 5%, pengujian hipotesis membuktikan bahwa *public relations* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penerapan *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah intensitas penerapan *public relations* di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya, maka semakin rendah pula pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *public relations* berpengaruh terhadap pengembangan organisasi (Safitri, 2013; Deitiana, 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2013) menyatakan bahwa *public relations* sangat berperan dalam mengembangkan kinerja organisasi dan juga dapat memberikan saran-saran dalam menyelesaikan masalah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Deitiana (2011) menyatakan peran Humas (*public relations*) dalam perguruan tinggi di era kompetisi bukan suatu hal yang bisa ditawar-tawar lagi atau ditunda, tetapi sudah masuk skala prioritas utama dari berbagai program perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan, sehingga pembentukan, pemeliharaan citra positif dan reputasi positif menjadi reputasi pula. Sehingga dapat disimpulkan apabila organisasi mampu memaksimalkan *public relations* nya maka organisasi bisa berkembang

Meskipun *public relations* bukan menjadi satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi pengembangan organisasi, namun *public relations* dapat menjadi salah satu cara dalam rangka mensukseskan pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Berdasarkan hasil penjabaran penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *public relations* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Kesungguhan peneliti dalam penelitian pengaruh *public relations* terhadap pengembangan organisasi saat melakukan pendalaman analisa antara hasil penelitian dan teori yang dipaparkan berada di luar jangkauan peneliti dalam pembahasannya, sehingga analisa yang dilakukan kurang mendalam.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *public relations* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai analisis regresi yang menunjukkan nilai $sig = 0.000$ dengan nilai $F = 657.167$. Sehingga hipotesis dari penelitian ini dapat diterima yaitu *public relations* berpengaruh terhadap pengembangan organisasi di Yayasan Pendidikan Nurul Islam Surabaya.

Saran

Peneliti diharapkan bisa mengembangkan kajian teori khususnya terkait *public relations* dan pengembangan organisasi. Sehingga penelitian selanjutnya bisa menghasilkan karya yang lebih sempurna dan lebih baik lagi dari hasil penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Deitiana, T. (2011). Manajemen Humas (Public Relations) di Lembaga Pendidikan. *Media Bisnis*.
- Gul, Z. (Winter 2015). Impact of Employee Commitment on Organizational Development. *FWU Journal of Social Sciences*, Vol. 9, No.2, 117-124.
- Rahadhini, M. (April 2010). Peran Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 10 No. 1, 11-21.
- Rivai, V., & Mulyadi, d. (2013). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Safitri, A. (2013). *Peranan Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Program Studi Skretari D III, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta .
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.