

PENGARUH GAYA KOMUNIKASI “*THE EQUALITARIAN STYLE*” PIMPINAN TERHADAP KINERJA PELAKSANA PROGRAM ACARA INSERT TRANS TV

Kusnul Arifin, Permadi Aji Pamungkas

Fakultas Ilmu Komunikasi Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
kusnula@ymail.com

Abstract

The purpose of this study was to be able to explain the influence of the Communication Style “The Equalitarian Style” of the Leader on the performance of the implementers of the Insert Trans TV program. The sampling technique uses saturated sampling or census. The results of the study show that the performance of the Program Implementing Insert Trans TV employees is very good. This employee’s performance is due to the ability to use work equipment so that they rarely make mistakes with little time. Employee performance is also generated from the existence of mutual cooperation between employees in overcoming work problems so that work spirit arises to do work effectively and efficiently; The results of the analysis of the influence of the Communication Style variable “The Equalitarian Style” Leaders on the performance of the implementers of the Insert Trans TV program are indicated by the coefficient of determination (r_{xy}^2) of $0.199 = 19.9\%$. This shows that 19.9% of the variance in the performance variable of the employees of the Insert Trans TV program are determined by the Communication Style variable “The Equalitarian Style” of the Leader, and the rest (= 80.1%) is determined by other variables that cannot be explained in the study this.

Keywords: Communication Style, Leader, Insert Trans TV

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat menjelaskan pengaruh Gaya Komunikasi “*The Equalitarian Style*” Pimpinan terhadap kinerja pelaksana program acara Insert Trans TV. Teknik pengambilan samplingnya menggunakan sampling jenuh atau sensus. Hasil penelitian menunjukkan kinerja karyawan Pelaksana Program Acara Insert Trans TV adalah sangat baik. Kinerja karyawan ini dikarenakan kemampuan dalam menggunakan peralatan kerja sehingga jarang sekali melakukan kesalahan dengan waktu yang sedikit. Kinerja karyawan juga dihasilkan dari adanya saling kerjasama antar karyawan dalam mengatasi masalah pekerjaan sehingga timbul semangat kerja untuk mengerjakan pekerjaan secara efektif dan efisien; Hasil analisis pengaruh variabel Gaya Komunikasi “*The Equalitarian Style*” Pimpinan terhadap kinerja pelaksana program acara Insert Trans TV ditunjukkan oleh koefisien determinasi (r_{xy}^2) sebesar $0,199 = 19,9\%$. Hal ini menunjukkan bahwa 19,9% varian variabel kinerja karyawan pelaksanaan program acara Insert Trans TV ditentukan oleh variabel Gaya Komunikasi “*The Equalitarian Style*” Pimpinan, dan sisanya (=80,1%) ditentukan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Pimpinan, Insert Trans TV

PENDAHULUAN

Televisi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dibanding dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan sistem bercerita (*story-telling*) yang tersentralisasi

dan merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur diatas. Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (*shared images and message*) yang sangat besar dalam sejarah dan

ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat (Syaputra, 2013:41).

Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti, film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya (Morrison, 2009:2).

Trans TV adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang dimiliki oleh Trans Media. Dengan moto Milik Kita Bersama, konsep tayang stasiun ini tidak banyak berbeda dengan stasiun swasta lainnya. Kantor pusat stasiun ini berada di Gedung Trans TV, Jalan Kapten Pierre Tendean, Jakarta Selatan.

Insert atau Informasi Selebriti adalah program berita hiburan yang ditayangkan di Trans TV. Acara ini disiarkan sejak tahun 2003, dengan variasi acara turunan yakni Insert Pagi, Insert Update, Insert Siang, dan Insert Sore/ Investigasi. Pada tahun 2014, Insert memenangi penghargaan Yahoo! *Celebrity Awards* untuk kategori *Best Infotainment Programs*.

Program siaran yang berkualitas, baik dan benar tidak lepas dari tenaga ahli yang bekerja di bidang penyiaran yang handal dan profesional. Sebuah program siaran berarti juga tergantung pada seorang produser yang bertanggung jawab penuh tentang jalannya sebuah produksi dan keberhasilan sebuah siaran televisi. Produser televisi adalah seseorang yang bekerja di sebuah stasiun televisi siaran yang berfungsi sebagai organisator bagi penyelenggaraan suatu acara yang akan ditayangkan. (Effendy, 2003:79). Untuk membuat sebuah produksi siaran televisi seorang produser dituntut untuk memperhatikan lima hal yang sangat penting didalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan suatu program acara televisi. Lima hal tersebut yaitu : materi produksi, sarana produksi, (*equipment*), biaya produksi (*financial*), Organisasi pelaksanaan produksi dan tahapan pelaksanaan produksi (Wibowo, 2013:23).

Daftar anggota kerabat kerja sangat

diperlukan untuk mengontrol seluruh pekerjaan, sehingga apabila terjadi hambatan dapat segera diketahui siapa yang bertanggung jawab. Kerabat kerja yang merupakan fungsionaris yang sangat dibutuhkan dalam sebuah produksi program – program televisi. Satuan kerja di lapangan meliputi sutradara, kameramen, penata cahaya, penata suara, penanggung jawab teknik, penata artistik (*Art Designer*), penata pakaian (*Costum Director*), perancang kostum, penata rias, VCR operator, pencatat shooting (*script boy girl*), unit manager, pembantu produksi, pekerja perlengkapan (beberapa berdasarkan kebutuhan), sopir dan pelayanan umum (Wibowo, 2013 : 37).

Banyak hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu produksi program. Namun sebagian besar faktor dipengaruhi oleh pemimpin, baik sifat yang melekat pada pemimpin maupun perilaku kepemimpinan yang digunakan oleh pemimpin. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, pemimpin dapat menggunakan berbagai cara atau gaya agar seseorang atau kelompok dengan sukarela bersedia untuk melakukan sesuatu. (Sunyoto, Burhanudin, 2015:84).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik mengangkat judul penelitian Pengaruh Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan Terhadap Kinerja Pelaksana Program Acara Insert Trans TV”.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Gaya Komunikasi Pimpinan

Masing-masing pemimpin memiliki gaya komunikasi sendiri dalam berinteraksi dengan bawahannya. Perbedaan gaya komunikasi yang digunakan oleh masing-masing pemimpin dapat dipengaruhi oleh segi budaya, pendidikan, lingkungan keluarga, pengalaman dan lain sebagainya (Soemirat & Ardianto, 2008:8).

Gaya menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules (2006:92) adalah sesuatu yang menunjukkan perilaku (berbicara, bertindak)

untuk dipergunakan dalam membantu dengan cara yang khusus. Meskipun teori berisi informasi yang berguna untuk yang tertarik dalam penyusunan suatu pendekatan untuk membantu orang lain mencapai tujuan, yang paling menarik perhatian sebenarnya adalah gaya yang dihasilkan dari pengambilan fokus khusus.

Steward L. tubbs dan Sylvia Mos (2012:9) menyatakan “Gaya Komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang – orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one – away communication. Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu sistem tertentu. Masing – masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*) (Sendjaja, 1994:142).

Pace (2006:277) mengemukakan enam gaya komunikasi yang digunakan dalam organisasi, yaitu: 1) *The Controlling Style of communication*, ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula. 2) *The Equalitarian Style*. Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way communication*). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat

dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja; 3) *The Structuring Style* Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut. 4) *The Dynamic style* Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen* atau *saleswomen*). Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah mestimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut. 5) *The Relinquishing Style* Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebankannya. 6) *The Withdrawal Style*. Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi.

Kinerja

Istilah kinerja merupakan terjemahan dari performance yang sering diartikan oleh para cendekiawan sebagai "penampilan", "unjuk kerja", atau "prestasi" (Keban, 2004:191). Berbeda dengan Bernardin dan Russel (1993 : 379) dalam Yeremias T. Keban (2004:192) mengartikan kinerja sebagai *the record of outcomes produced on a specified job function or activity during a specified time period*. Dalam definisi ini, aspek yang ditekankan oleh kedua pengarang tersebut adalah catatan tentang *outcome* atau hasil akhir yang diperoleh setelah suatu pekerjaan atau aktivitas dijalankan selama kurun waktu tertentu. Dengan demikian kinerja hanya mengacu pada serangkaian hasil yang diperoleh seorang pegawai selama periode tertentu dan tidak termasuk karakteristik pribadi pegawai yang dinilai.

Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kinerja merupakan suatu capaian atau hasil kerja dalam kegiatan atau aktivitas atau program yang telah

direncanakan sebelumnya guna mencapai tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu.

Bangun (2012:233), menyatakan bahwa untuk memudahkan penilaian kinerja karyawan, standar pekerjaan harus dapat diukur dan dipahami secara jelas. Suatu pekerjaan dapat diukur melalui 5 dimensi, yaitu : 1) Kuantitas pekerjaan. Hal ini menunjukkan jumlah pekerjaan yang dihasilkan individu atau kelompok sebagai persyaratan yang menjadi standar pekerjaan. Melakukan pekerjaan sesuai dengan target output yang harus dihasilkan perorang per jam kerja; 2) Kualitas pekerjaan. Setiap karyawan dalam perusahaan harus memenuhi persyaratan tertentu untuk dapat menghasilkan pekerjaan sesuai kualitas yang dituntut suatu pekerjaan tertentu; 3) Ketepatan waktu. Setiap pekerjaan memiliki karakteristik yang berbeda, untuk jenis pekerjaan tertentu harus diselesaikan tepat waktu, karena memiliki ketergantungan atas pekerjaan lainnya. Menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan deadline yang telah ditentukan; 4) Kehadiran. Suatu jenis pekerjaan tertentu menuntut kehadiran karyawan dalam mengerjakannya sesuai waktu yang ditentukan; 5) Kemampuan kerja sama. Tidak semua pekerjaan dapat diselesaikan oleh satu karyawan saja, untuk jenis pekerjaan tertentu mungkin harus diselesaikan oleh dua orang karyawan atau lebih. Kinerja karyawan dapat dinilai dari kemampuannya bekerjasama dengan rekan sekerja lainnya.

Metodologi

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip oleh Tahir (2011:59) mendefinisikan paradigma sebagai suatu kerangka berpikir yang mendasar dari suatu kelompok ilmuwan (*saintis*) yang menganut suatu pandangan yang dijadikan landasan untuk mengungkap suatu fenomena dalam rangka mencari fakta.

Penelitian ini menggunakan paradigma Positivisme. Menurut Susman dan Evered

yang dikutip oleh Emzir (2012 : 243), paradigma positivism merupakan paradigma yang didasarkan pada perpaduan atau kombinasi antara angka dan menggunakan logika deduktif serta menggunakan rancangan penelitian kuantitatif dalam mengungkapkan suatu fenomena secara objektif. Paradigma ini berpandangan bahwa suatu ilmu dan penelitian berasal dari data – data yang diukur secara tepat yang dapat diperoleh dari survei, kusioner, serta dapat digabungkan dengan statistik dan pengujian hipotesis.

Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Hamidi (2007 : 4) “penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengutamakan pada pengukuran variabel dengan menggunakan perhitungan (angka-angka) atau uji statistik”. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh dari kuesioner berupa angka-angka yang merupakan jawaban dari responden untuk variable Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan dan kinerja pelaksana program acara.

Jenis/Format Penelitian

Jenis/Format penelitian ini yaitu Eksplanatif. “Format ini dimaksud untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu generalisasi sample terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain” (Bungin, 2009: 38)..

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Ciri atau sifat metode penelitian survei antara lain adalah :

“bahwa biasanya informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner, dan tidak seperti dalam penelitian sensus yang menggunakan seluruh populasi sebagai sumber informasi. Dalam penelitian survei informasi

dikumpulkan dari sampel yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi”. (Soewadji, 2012 : 23)

Untuk memperoleh informasi, dalam penelitian ini kuesioner diberikan kepada Produser dan Pelaksana Program Acara Insert Trans TV.

Survei dilakukan dua kali. Pertama untuk mengetahui gaya komunikasi The Equalitarian Style pimpinan, kedua untuk mengambil data penelitian untuk mengetahui kinerja karyawan.

Populasi

Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan “keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian”. (Bungin, 2005 : 141)

Sedangkan menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaksana Program Acara Insert Trans TV yang berjumlah 30 orang.

Teknik Sampling

Menurut Rakhmat (2001:78) Sampel adalah bagian dari populasi yang diamati. Sedangkan menurut Sugiyono (2009:116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh atau sering disebut total sampling. Menurut Sugiyono (2013: 124) sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel dengan cara mengambil

seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel. Sedangkan menurut Riduwan (2008:64) Sampling jenuh adalah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus.

Berdasarkan pengertian di atas maka sampel diambil seluruh Pelaksana Program Acara Insert yang sebanyak 30 orang.

Validitas dan Reliabilitas Instrument

Reliabilitas

Menurut Rakhmat, (2003:139) reliabilitas adalah, “Keterandalan indikator. Maksud dari keterandalan tersebut yaitu “ketika indikator atau pengukuran yang digunakan reliable atau reliabilitasnya tinggi, berarti indikator ini apabila diulang kembali penelitiannya akan memberi hasil akhir yang sama.”

Instrumen yang baik tidak dapat mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Bila datanya benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun data diambil akan diperoleh hasil yang sama. Instrumen yang reliabel mempunyai arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya. Bila peneliti sudah mengerti maksud dari pengertian ini, maka menentukan teknik mencari reliabilitas instrumen ini tidaklah sulit.

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach’s alpha > 0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach’s alpha < 0,6. (Ghozali, 2012: 47).

Hasil uji reliabilitas untuk instrument variable Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan(X) dan variable kinerja karyawan (Y) adalah sebagai berikut :

Tabel. 1
Hasil uji reliabilitas instrument variable Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan(X)

Reliability Statistics	
Cronbach’s Alpha	N of Items
.920	20

Hasil uji reliabilitas untuk instrument variable Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan (X) nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,920. Menunjukkan instrument pada variabel ini memiliki kekonsistenan yang tinggi.

Hasil uji reliabilitas instrument variable Y

Tabel. 2
Hasil uji reliabilitas instrument variable Kinerja Karyawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach’s Alpha	N of Items
.661	10

Hasil uji reliabilitas untuk instrument variable Y (Kinerja Karyawan) nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,661. Menunjukkan instrument pada variabel ini memiliki kekonsistenan yang tinggi.

Validitas

Arikunto (2005: 56), menyatakan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesalahan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.”

Menurut Sugiyono (2013:121) “Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk mendapatkan instrumen yang valid maka diperlukan pengujian validitas.

Analisis item dilakukan dengan menghitung

korelasi antara skor butir instrumen dengan skor total. Data yang sudah didapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas isi dilakukan dengan analisis korelasi dari Karl Pearson yang terkenal dengan Korelasi Product Moment.

Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk mengetahui butir yang valid dan tidak valid dengan jumlah subyek 30 dengan taraf signifikan 5%. Apabila r hitung lebih besar atau sama dengan tabel pada taraf signifikan 5%, maka butir pernyataan tersebut valid. Namun, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir pernyataan tidak valid.

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden sehingga nilai r tabel adalah 0,361. Sehingga instrumen atau alat ukur dikatakan valid apabila diperoleh nilai korelasi antar butir terhadap keseluruhan nilai butir pada variable lebih besar dari 0,361.

Hasil uji validitas untuk instrument variabel Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan The Controlling Style dari 20 instrumen diperoleh nilai di atas 0,361 ($n=30$; $\alpha=0,05$), menunjukkan seluruh instrumen dalam variable ini adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya kepada sampel.

Hasil uji validitas untuk instrument variabel kinerja karyawan dari 10 instrumen diperoleh nilai di atas 0,361 ($n=30$; $\alpha=0,05$), menunjukkan seluruh instrumen dalam variable ini adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya kepada sampel.

Teknik Analisa Data

Menurut Subagyo (2006:106), “pada dasarnya analisa data adalah kegiatan untuk memanfaatkan data sehingga dapat diperoleh kebenaran atau ketidakbenaran dari suatu hipotesa.” Teknik analisis data melalui tahap-tahap sebagai berikut : 1) *Editing*. Tahap ini untuk memeriksa membetulkan jawaban – jawaban terhadap kuesioner oleh responden yang salah, tetapi tidak menyalahi obyektifitas

penelitian dan membuang jawaban-jawaban yang tidak bisa di pakai; 2) *Coding*. Setelah data di edit lalu diberi tanda-tanda atau kode. Pengkodean berupa pemberian simbol yaitu angka pada masing-masing jawaban yang di peroleh dari responden, dengan maksud agar data tersebut mudah di baca; 3) *Tabulating* atau *Classifieng*. Data yang jelas dibaca kemudian diinput kedalam komputer lalu ditabulasikan dalam bentuk tabel tunggal, dijelaskan secara rinci sesuai jenis dan sifatnya; 4) *Interpreting*. Kesimpulan dari keseluruhan hasil data yang telah dianalisis (Sarwono, 2006:21)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat penulis jabarkan bahwa, pada tahap *editing* peneliti akan memeriksa membetulkan jawaban responden pada lembar kuesioner yang telah di isi, tetapi tidak menyalahi obyektifitas penelitian dan membuang jawaban-jawaban yang tidak bisa di pakai. Hal ini dilakukan peneliti untuk mengontrol jawaban responden, agar data yang dihasilkan dari kuesioner dapat langsung di input kedalam komputer dan dianalisa lebih lanjut.

Coding, artinya penulis memberikan kode pada setiap jawaban responden. Pengkodean berupa pemberian simbol yaitu angka pada masing-masing jawaban yang di peroleh dari responden, dengan maksud agar data tersebut mudah dibaca dan dapat diaplikasikan pada program SPSS serta dapat dianalisa lebih lanjut.

Setelah melakukan *editing* pada jawaban responden pada lembar kuesioner dan pemberian kode (*coding*) pada hasil jawabannya maka langkah selanjutnya adalah melakukan *tabulating* atau *classifieng* dalam bentuk tabel tunggal yang menjelaskan secara rinci keseluruhan hasil jawaban responden. Terakhir adalah melakukan *interpreting*. Pada tahap ini peneliti menganalisa setiap tabel dan memberikan kesimpulan dari hasil yang di dapatkan.

Teknik yang digunakan analisa kuantitatif berdasarkan presentase menurut skor kumulatif. Sedangkan rumus yang digunakan untuk menganalisa data-data mengenai hubungan

antara variabel-variabel dalam bentuk fungsi atau persamaan, memakai *Rumus Regresi Linear Sederhana* sebagai “Rencana analisis yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data dari dua variabel atau lebih.”

Regresi Linear Sederhana Menurut Kriyantono (2008: 181) Korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang erat. Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya. Tetapi, belum tentu korelasi dilanjutkan dengan regresi. Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni (2002) yang dikutip oleh Kriyantono (2008: 181) regresi ditunjukkan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan, sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.

Faktor-faktor yang harus diinterpretasikan pada *output* Regresi Linear Sederhana, Menurut Field (2009: 206), sebagai berikut:

Langkah Pertama: Koefisien Determinasi (Model Summary)

Hal pertama yang perlu diperhatikan pada *table model summary* yakni nilai R dan R^2 yakni untuk mengetahui apakah model yang telah dirumuskan tersebut cocok atau sesuai untuk dijadikan penelitian.

$$KD = (\beta_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi (untuk mengetahui besarnya nilai variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas).

$$\beta_{xy} = \text{Pengaruh X terhadap Y}$$

Langkah Kedua: Uji Parsial (uji t) atau Uji Signifikansi

Uji parsial (Uji t) ini dipergunakan untuk

mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh yang terjadi di dalam penelitian ini termasuk kategori yang signifikan atau tidak. Uji t test ini digunakan untuk menjawab hipotesis statistik, maksudnya hipotesis H_0 atau H_a yang didapat, diterima dalam penelitian.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Uji signifikansi hubungan

β_{xy} = Pengaruh X terhadap Y

n = Besarnya sampel dalam penelitian

Langkah Ketiga: Coefficient Beta (β)

Statistik inferensial ini menggunakan data interval, maka jenis rumus statistik yang digunakan regresi linear sederhana. Simbol regresi linear sederhana ditulis dengan huruf ‘ β ’, berikut rumusnya:

$$\beta = \frac{n \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{[(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)]}$$

Keterangan:

β_{xy} = Regresi Linear

(Untuk mengetahui nilai pengaruh yang terjadi dalam penelitian)

n = Besarnya sampel dalam penelitian

$\sum X$ = Jumlah Variabel bebas

$(\sum X)^2$ = Jumlah variabel Bebas yang telah di kuadratkan

$\sum X^2$ = Jumlah dari masing-masing tiap jawaban responden yang dikuadratkan

$\sum Y$ = Jumlah Variabel Terikat

$(\sum Y)^2$ = Jumlah Variabel terikat yang telah di kuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari masing-masing tiap jawaban responden yang dikuadratkan

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel bebas dan terikat

Setelah melakukan penghitungan statistic dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana maka keluar output SPSS di kolom **Coefficient Beta (β)**. Hasil output **Beta (β)** yang termuat dalam tabel **Coefficient** tersebut diinterpretasikan dengan mengacu pada table pedoman interpretasi, yang terlihat di bawah ini:

Hipotesis Statistik

Ho : $r_{xy} = 0$ Tidak adanya pengaruh dari penerapan Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan terhadap kinerja karyawan pelaksana program acara Insert Trans TV.

Ha : $r_{xy} \neq 0$ Adanya pengaruh dari penerapan Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan terhadap kinerja karyawan pelaksana program acara Insert Trans TV.

TEMUAN DAN DISKUSI

Hasil analisis tanggapan responden mengenai gaya komunikasi *The Equalitarian Style* Pimpinan diperoleh total nilai 2918. Jika diinterpretasikan ke dalam garis kontinum maka nilai 2918 berada pada interval nilai 2448 – 3024. Jadi dapat disimpulkan Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan Program Acara Insert Trans TV adalah baik dengan

menggunakan gaya komunikasi Equalitarian Style. Artinya pimpinan dalam berkomunikasi dengan karyawan dapat memberikan keyakinan baik secara lisan maupun secara tertulis. Komunikasi pimpinan juga memberikan kesempatan karyawan untuk menyampaikan pendapat secara bebas dan terbuka. Adanya keterbukaan antara pimpinan dan karyawan ini membuat karyawan untuk melaksanakan setiap tugas yang menjadi tanggungjawab sebagaimana yang diharapkan pimpinan.

Hasil analisis tanggapan responden mengenai kinerja Pelaksana Program Acara Insert Trans TV diperoleh total nilai 1279. Jika diinterpretasikan ke dalam garis kontinum maka nilai 1279 berada pada interval nilai 1260 - 1500. Jadi dapat disimpulkan kinerja karyawan Pelaksana Program Acara Insert Trans TV adalah sangat baik. Kinerja karyawan ini dikarenakan kemampuan dalam menggunakan peralatan kerja sehingga jarang sekali melakukan kesalahan dengan waktu yang sedikit. Kinerja karyawan juga dihasilkan dari adanya saling kerjasama antar karyawan dalam mengatasi masalah pekerjaan sehingga timbul semangat kerja untuk mengerjakan pekerjaan secara efektif dan efisien,

Uji Regresi

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel X (gaya komunikasi *The Equalitarian Style* Pimpinan) terhadap variabel Y (Kinerja Karyawan), dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 3.
 Hasil Uji Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,446 ^a	,199	,171	3,89415

a. Predictors: (Constant), Gaya komunikasi pimpinan The Equalitarian Style

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai Koefisien Determinasi (KD), dimana nilainya di dapat dari rumus ($KD = R^2 \times 100\%$)

$0.199 \times 100\% = 19,9\%$, artinya bahwa kinerja karyawan di tentukan sebesar 19,9% oleh gaya komunikasi The Equalitarian Style pimpinan,

sedangkan sisanya yakni 80,1% kinerja karyawan ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak penulis teliti seperti motivasi kerja, pendapatan dan lain-lain.

Selain itu untuk menganalisa perhitungan regresi linier maka penulis menggunakan bantuan program SPSS yang secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,827	7,561		3,019	,005
	Gaya komunikasi The Equalitarian Style Pimpinan	,227	,086	,446	2,640	,013

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel diatas dapat juga diketahui diperoleh *coefficient beta* sebesar 0,446 yang diinterpretasikan dengan pedoman koefisien korelasi berada pada interval antara 0,400 – 0,599 yang artinya termasuk kategori **hubungan sedang**.

Pada kolom *Unstandardized Coefficients* dipergunakan untuk membuat persamaan regresi linear sederhana. Rumus persamaan regresi linear sederhana yakni :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Jadi, Persamaan regresi linear yang dapat digunakan untuk memprediksi adalah

$$(\hat{Y} = 22,827 + 0,227 X)$$

yang dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Nilai (Constant) sebesar 22,827 yang artinya tanpa adanya variable Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan, diperoleh nilai Kinerja Karyawan, sebesar 22,827; 2) Besarnya Koefisien regresi adalah 0,221 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin pada variabel bebas atau Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan akan meningkatkan Kinerja Karyawan, sebesar 0,321.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan hasil pengujian hipotesis yang telah diuraikan

pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut : 1) Hasil analisa tanggapan responden mengenai Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan Program Acara Insert Trans TV adalah menggunakan gaya komunikasi *The Equalitarian Style*, hal ini terlihat dari jawaban responden atas kuesioner yang telah di ajukan adalah cukup kuat dengan skala 0,446, artinya tingkat pengaruh pada Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan adalah baik.; 2) Hasil analisis tanggapan responden mengenai kinerja Pelaksana Program Acara Insert Trans TV diperoleh total nilai 1279. Jika diinterpretasikan ke dalam garis kontinum maka nilai 1279 berada pada interval nilai 1260 - 1500. Jadi dapat disimpulkan kinerja karyawan Pelaksana Program Acara Insert Trans TV adalah sangat baik. Kinerja karyawan ini dikarenakan kemampuan dalam menggunakan peralatan kerja sehingga jarang sekali melakukan kesalahan dengan waktu yang sedikit. Kinerja karyawan juga dihasilkan dari adanya saling kerjasama antar karyawan dalam mengatasi masalah pekerjaan sehingga timbul semangat kerja untuk mengerjakan pekerjaan secara efektif dan efisien; 3) Hasil analisis pengaruh variabel Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan terhadap

kinerja pelaksana program acara Insert Trans TV ditunjukkan oleh koefisien determinasi (r_{xy}^2) sebesar 0,199 = 19,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 19,9% varian variabel kinerja karyawan pelaksanaan program acara Insert Trans TV ditentukan oleh variabel Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style” Pimpinan, dan sisanya (=80,1%) di tentukan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

penulis sarankan kepada para karyawan program acara Insert Trans TV agar proses interaksi dengan atasan harus selalu didasari dengan sikap saling pengertian dan saling memahami keberadaan para bawahannya sebagai komunitas yang juga ingin dihargai. Karena hal ini mampu menciptakan kedekatan yang interaktif yang pada akhirnya dapat menunjang aktivitas kerja setiap harinya.

penulis sarankan untuk tetap meningkatkan kualitas komunikasi atasan dengan para karyawan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara atasan dengan bawahan yang pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aceng, Muslih. 2009. *Hortikultura*. Jakarta: Gramedia. Aditya Bakti.
- Agee, Warren K, Philip H. Ault, dan Edwin Emery. 2001. *Introduction To Mass Communications*. New York: Longman.
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro, Soemirat Soleh. 2008. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Effendy, O,U. 2003. *Ilmu,Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian dan Laporan*. Malang: UMM Press.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Husein, Umar. 2000. *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Jalaluddin Rakhmat. 2001. *psikologi komunikasi edisi revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- James, Stomer dan R. Edward Freeman. 1994. *Manajemen*. Jakarta : Intermedia.
- Joko Subagyo, P. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu.

- Keban, T. Yeremias. 2004. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori dan Isu*. Gava Media. Yogyakarta.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, Khaerul. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Prawirosentono, Suyadi. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : BPFE.
- Rachmadi. 1996. *Public Relations*. Jakarta: Gramedia.
- Riduwan. 2008. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfa Beta.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2002. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto dan Burhanudin. 2015. *Teori Perilaku Keorganisasian*. Penerbit CAPS(Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Syahputra, R. 2013. *A Neuro-Fuzzy Approach For the Fault Location Estimation of Unsynchronized Two-Terminal Transmission Lines*. UNESA, Surabaya.
- Tahir, Muh. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss. 2005. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Editor Deddy Mulyana, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Wayne Pace R, Don F. Faulos. 2006. *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wibowo. 2013. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widjaja. H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Rineka Cipta.
- Widjaja. H.A.W. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa. 3rd edition*. Jakarta : PT Grasindo.
- Yadin, D. 2002. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.