

PEMAHAMAN KARYAWAN TERHADAP VISI, MISI DAN TUJUAN FIKOM UPDM (B)

Yuni Retna Dewi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta

Abstract

The role of the vision and mission of an organization in both the fields of education, business and government is crucial in an effort to achieve success, relates that every organization must have the vision and mission of the philosophy as a guide for the present and future. Vision is a picture (insight) or a statement of what the organization wants to be realized in the present and the future. While the mission statement is implemented by considering the formulation of the assertion and desire as well as giving a clear direction. This study aims to determine the vision and mission of understanding employee FIKOM UPDM (B) as a basis in carrying out their daily work. The results showed that the research results, it can be described many of the employees who do not understand the meaning of the vision and mission FIKOM UPDM (B), and it showed when they carry out the work, such is not the lack of referrals or direct supervisor to a subordinate to do with vision and mission in accordance with work responsibilities; does not work in accordance with the organization and work or description of existing jobs; outside office during working hours; individual products is not clear; synergy between employees in the morning and afternoon never happened, etc..

Keywords: Organization, Perception

Peran visi dan misi dalam suatu organisasi baik itu bidang pendidikan, bisnis maupun pemerintahan sangat menentukan dalam suatu upaya mencapai keberhasilan, berkaitan bahwa setiap organisasi harus memiliki visi dan misi sebagai panduan.

Visi merupakan gambaran (wawasan) atau pernyataan tentang organisasi apa yang ingin diwujudkan di masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah pernyataan yang diterapkan dengan mempertimbangkan rumusan penegasan dan keinginan dari dalam serta memberi arah yang jelas.

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), yang bergerak dibidang pendidikan memiliki visi : Terwujudnya FIKOM UPDM (B) yang unggul, berdaya saing tinggi dan bercitra positif, serta berwawasan kebangsaan. Sedangkan misinya adalah : a) Menciptakan suasana yang kondusif untuk mengembangkan kajian ilmu komunikasi, sehingga memperoleh keunggulan di bidang akademik. b) Mengembangkan keterampilan teknis bidang komunikasi, sehingga mampu menjawab tantangan dan memiliki daya saing tinggi untuk merebut peluang pasar terutama pada industri komunikasi. c) Mengembangkan FIKOM UPDM (B) sebagai Pusat

Studi Ilmu Komunikasi yang modern dan tangguh, dengan tetap bercirikan wawasan kebangsaan serta jiwa kepahlawanan Prof. Dr. Moestopo.

Perlu adanya pemahaman akan visi dan misi ini. Dalam arti, setiap anggota organisasi wajib mengenal visi dan misi, sehingga kerja mereka mempunyai arah yang jelas dan bisa terkendali mencapai tujuan atau sasaran dengan lebih efektif dan efisien.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : Persepsi Karyawan terhadap visi misi dan tujuan FIKOM UPDM (B) sebagai dasar dalam melaksanakan pekerjaan. Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Kepahaman Karyawan terhadap visi misi FIKOM UPDM (B) sebagai dasar dalam melaksanakan pekerjaan?

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Persepsi

Persepsi secara sistematis berbeda antara individu satu dengan individu yang lain, tergantung pada struktur kepribadiannya. Kepribadian manusia,

diperoleh dari lingkungan sosial yang menyediakan dasar untuk melihat dan menerima peristiwa-peristiwa tertentu dari sudut pandang yang berbeda satu individu dengan individu yang lain. Studi mengenai persepsi manusia menunjukkan bahwa nilai-nilai, kebutuhan, kepercayaan, dan sikap individu memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana individu memilih rangsangan tersebut dengan menggunakan *frame of reference* (kerangka acuan) yang dimiliki.

Cohen, Fisher yang dikutip oleh Sasa Djuarsa Senjaya mendefinisikan "persepsi sebagai interpretasi terhadap berbagai sensasi sebagai representasi dari objek-objek eksternal, jadi persepsi adalah pengetahuan tentang apa yang dapat ditangkap oleh indera kita". (Sasa Djuarsa Senjaya, 2007 : 213)

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yakni: a. *Attention* Menurut Kenneth E. Andersen yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat (2005 : 52), "perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah". Definisi tersebut mengidentifikasi bahwa perhatian sebagai kesadaran sebagai stimuli adalah langkah awal seseorang memberikan persepsi mengenai suatu objek. b. *Interest*, *Interest* adalah langkah selanjutnya yang akan dialami seseorang setelah memberikan perhatian terhadap stimuli. Hal ini berbeda dengan perhatian karena di dalam *interest* terdapat unsur-unsur yang lebih dalam yang dirasakan seseorang seperti rasa ingin tahu, peduli terhadap stimulus. *Memorability* "Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya". (Rakhmat 2005 : 62), Memori memegang peranan penting dalam memengaruhi persepsi. Karena dengan memori, ia dapat memberikan atau menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan informasi yang diperoleh pada masa lalu yang terekam di memorinya.

Sementara itu menurut Jalaluddin Rakhmat "Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan".

Dalam persepsi meliputi penginderaan (*sensasi*) melalui alat-alat indera kita, *atensi*, dan *interpretasi* (Rakhmat, 2005 : 51). a) *Sensasi* dari segi bahasa, sensasi berasal dari kata *sense* yang artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungan. Dalam psikologi komunikasi, yang dimaksud dengan

sensasi adalah proses menangkap stimuli (rangsang). Ketika dua orang sedang berkomunikasi, maka masing-masing dapat melihat fisiknya dengan penglihatan, mendengar suaranya dengan pendengaran, mencium harum parfum yang dipakai dengan penciumannya dan merasakan kehalusan kulitnya ketika bersalaman. Seluruh yang ditangkap oleh indera tersebut disebut stimuli atau rangsang. Terkadang orang bisa menerima dua stimuli sekaligus, misalnya ketika orang sedang menonton TV (*stimuli eksternal*), datang pula stimuli dari dalam, yaitu ingatannya kepada orang tua di kampung halaman yang sedang sakit dan menunggu kedatangannya. Perbedaan sensasi dapat disebabkan oleh kapasitas alat indera yang berbeda, dan oleh pengalaman atau lingkungan yang berbeda. *Sensasi* adalah "pengalaman elementer yang segera yang tidak memerlukan verbal, simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera". (Rakhmat, 2005 : 51) Sebenarnya sulit untuk membedakan sensasi dengan persepsi, karena sensasi merupakan bagian dari persepsi. Misalnya apa yang terjadi ketika orang mencium bau bunga mawar? Apakah ia terlebih dahulu merasakan sensasi fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar). Pada dasarnya kedua hal tersebut terjadi secara serempak. Melalui penginderaan manusia mengetahui dunia, seorang individu hanya dapat mempersepsikan apa yang ia lihat, dengar, cium, cicipi atau sentuh.. b) *Atensi* atau perhatian adalah proses mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain. Perhatian terjadi karena *stimuli* yang begitu banyak jumlahnya sehingga tidak mungkin dapat diterima semuanya. Individu dalam hal ini memang hanya memusatkan diri pada hal yang mengganggu, menonjol, atau memaksanya memberi perhatian penuh terhadap sesuatu.

Konsentrasi atau *selective attention* melibatkan rasa perhatian pada apa yang sedang terjadi, derajat seberapa besar kita memperhatikan, dan secerapa lama kita dapat terus memperhatikan secara kontinyu hal yang sedang terjadi di sekeliling kita. *Selective attention* memilih memperhatikan pada hal-hal spesifik yang sedang terjadi dan yang mengingkari yang lain, atau kemampuan untuk memusatkan pikiran pada satu hal di satu waktu atau pada semua hal yang berkaitan dengan apa yang terjadi pada waktu itu. Jika tidak fokus terhadap apa yang kita lakukan, maka performa

yang ditampilkan akan tidak maksimal.

Atensi adalah konsep yang digunakan dalam psikologi untuk menggambarkan proses dimana individu menangkap dunia luar. *Atensi* memiliki beberapa dimensi, salah satu aspeknya adalah seberapa besar konsentrasi pada *atensi* seseorang. *Atensi* seseorang dapat tersebar di beberapa stimulus atau dapat disebar pada beberapa stimulus atau dapat dikonsentrasikan pada satu bagian saja. Aspek lain dari konsentrasi atau proses *atensi* adalah berfokus pada derajat kesadaran atau *alertness*. *Cues* yang diseleksi untuk mendapatkan perhatian merupakan aspek lain dari proses *atensi*. Seseorang harus mengisolasi beberapa *cues* untuk proses yang lebih lanjut. Ketegangan yang diindikasikan dengan detak jantung yang meningkat, nafas yang cepat, otot bergetar, akan menimbulkan kecemasan terhadap performa seseorang.

Kenneth E. Andersen dikutip oleh Jalaludin Rakhmat (2005:44-45) menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi: 1) Perhatian itu merupakan proses yang aktif dan dinamis, bukan pasif dan refleksif. Kita secara sengaja mencari stimuli tertentu dan mengarahkan perhatian kepadanya. Sekali-kali kita mengalihkan perhatian dari stimuli yang satu dan memindahkannya pada stimuli yang lain. 2) Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol atau melibatkan diri kita. 3) Kita menaruh perhatian pada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan, dan kepentingan kita. Kita cenderung memperkokoh kepercayaan, sikap, nilai, dan kepentingan yang ada dalam mengarahkan perhatian kita, baik sebagai komunikator atau komunikan. 4) Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetapi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita. Kita cenderung berinteraksi dengan kawan-kawan tertentu, membaca majalah tertentu, dan menonton acara TV tertentu. Hal-hal seperti ini akan menentukan rentangan hal-hal yang memungkinkan kita untuk menaruh perhatian. 5) Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan stimuli tertentu yang ingin kita abaikan. 6) Walaupun perhatian kepada stimuli berarti stimuli tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tidaklah berarti bahwa persepsi kita akan betul-betul cermat. Kadang-kadang konsentrasi yang sangat kuat mendistorsi persepsi kita. 7) Perhatian tergantung pada kesiapan mental kita, kita cenderung mempersepsi apa yang memang ingin kita persepsi. 8) Tenaga-tenaga motivasional sangat penting dalam menentukan perhatian dan

persepsi. Tidak jarang efek motivasi ini menimbulkan distraksi atau distorsi (meloloskan apa yang patut diperhatikan, atau melihat apa yang sebenarnya tidak ada). 9) Intensitas perhatian tidak konstan. 10) Dalam hal stimuli yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan. Kita mungkin memfokuskan perhatian pada objek sebagai keseluruhan, kemudian pada aspek-aspek objek itu, dan kembali lagi pada objek secara keseluruhan. 11) Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian. Pada akhirnya, perhatian terhadap stimuli mungkin akan berhenti. 12) Kita mampu menaruh perhatian pada berbagai stimuli secara serentak. Makin besar keragaman stimuli yang mendapat perhatian, makin kurang paham persepsi kita pada stimuli tertentu. 13) Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian.

Atensi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal: faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya), faktor fisiologis (tinggi, pendek, gendut, kurus, sehat, sakit, lelah, penglihatan atau pendengaran tidak sempurna, cacat tubuh, dan sebagainya), dan faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, peranan, status sosial, pengalaman masa lalu, kebiasaan, dan faktor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan, dan sebagainya. Semakin besar perbedaan aspek-aspek tersebut, semakin besar perbedaan persepsi mereka mengenai realitas.

Faktor eksternal dari a) *atensi*: gerakan, suatu objek yang bergerak akan lebih menarik perhatian. Intensitas, yaitu rangsangan yang intensitas lebih menonjol juga akan lebih menarik perhatian. Kontras, suatu objek yang berpenampilan lain dari pada yang lain juga dapat menarik perhatian. Kebauran, merupakan suatu unsur objek yang menimbulkan perhatian. Perulangan, suatu peristiwa yang berulang lebih berpotensi untuk diperhatikan. *Atensi* tidak terelakan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan dirinya sendiri b) *Interpretasi*

Yang terpenting dalam persepsi adalah *interpretasi* atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu indra kita. Namun kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai mewakili objek tersebut. Jadi, pengetahuan yang

diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. “*Interpretasi* didefinisikan sebagai meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna”. (Mulyana, 2003 : 169) 1) **Visi Misi** Dalam suatu organisasi perlu adanya pemahaman tentang visi dan misi, baik itu pimpinan sebagai manajemen puncak maupun pegawai sebagai karyawan. Hal ini sangat penting dan perlu terutama untuk menentukan bagaimana susunan organisasi informal berjalan, untuk memastikan iklim dan budaya organisasi dan untuk mendapatkan pandangan–pandangan mengenai gaya manajemen yang paling baik.2) **Visi dan misi** sebuah organisasi tidak berdiri sendiri, akan tetapi merupakan produk orang–orang dalam organisasi. Oleh karena itu penting sekali bahwa visi dan misi organisasi yang dinyatakan secara resmi merupakan sasaran yang mudah dilaksanakan dan memperhitungkan tentang hal–hal yang dapat dicapai.

Seperti yang dikemukakan oleh Suwarsono-Muhamad (1999:50) manfaat dari adanya visi dan misi adalah:a) Terjaminnya kesatuan dan kebulatan tujuan perusahaan.b) Tersedianya dasar alokasi sumber daya dan dana.c) Tersedianya dasar pengembangan iklim organisasi dan motivasi kerja.d) Tersedianya dasar identifikasi dan evaluasi bagi karyawan.f) Terfasilitasinya proses penterjemah tujuan ke dalam struktur organisasi.g) Tersedianya dasar evaluasi kinerja karyawan.

Pembahasan visi dan misi kadang rancu, mana yang lebih dahulu misi ataukah visi, misi menentukan visi atau sebaliknya. Hal tersebut sangat tergantung pada konteks.Yang penting disepakati di sini adalah cara berfikir perencanaan strategis, di mana pembahasan visi dan misi ini menduduki tempat sentral. Misi dan visi organisasi berkaitan dengan harapan (keinginan) pihak–pihak yang berkepentingan.

Pengertian visi ada hubungannya dengan waktu. Ingin menjadi seperti apa (dalam kurun waktu tertentu) berhadapan dengan perubahan yang dihadapi. Visi menjawab pertanyaan “apa yang sebaiknya dihasilkan organisasi” terhadap macam–macam kebutuhan yang dihadapi. Sedangkan misi berkaitan dengan hasil analisis kecenderungan perubahan makro yang berpengaruh pada masyarakat yang pada intinya dapat terjadi dalam dunia bisnis ataunon bisnis. Ketajaman perumusan visi ditentukan oleh kualitas / kemampuan analisis tersebut.

Menurut Warren Bennis dan Michael Mische yang

dikutip oleh Trigono, (1999:133) pada abad XXI melalui program penemuan dan rekayasa kembali organisasi, visi merupakan artikulasi dari citra, nilai, arah dan tujuan aman yang memandu masa depan organisasi.Fakri Gaffar yang dikutip oleh Dinding Nurdin (1998:16) mendefinisikan: “Visi sebagai daya pandang jauh ke depan,mendalam dan luas yang merupakan daya pikir abstrak yang memiliki kekuatan amat dasyat dan dapat menerobos segala batas-batas fisik, waktu dan tempat.”

James Whittaker yang dikutip oleh Triguno (1999:32) dinyatakan bahwa : “Visi memberi arah yang harus ditempuh oleh organisasi dan mempunyai peran penting yang menunjukkan perubahan sepanjang waktu. Selanjutnya misi merupakan tujuan organisasi yang terukur, obyektif dan spesifik, yang memberikan arah jangka panjang dan stabilitas dalam manajemen dan kepemimpinan organisasi.”Menurut Triguno, (1999:137) terdapat empat kunci keberhasilan visi, yaitu:1) Keterlibatan total setiap level organisasi.2) Komunikasi yang efektif.3) Menghilangkan hambatan yang ada,4) Secara terus menerus melakukan evaluasi dan perbaikan.

Untuk mendukung upaya keberhasilan tersebut diperlukan kepemimpinan yang transformasional yaitu yang mempunyai sifat memiliki visi yang kuat, memiliki pandangan untuk bertindak, memiliki kerangka kerja visi, percaya diri, berani mengambil resiko, gaya pribadi yang inspirasional, mendorong upaya individual, dan kenal akan manfaat.

Amin Widjaja Tunggal (1994:27) mengemukakan bahwa: “Misi perusahaan atau organisasi secara luas merupakan pernyataan yang berkerangka luas, akan tetapi berdaya tahan dari maksud suatu perusahaan, singkatnya misi perusahaan mengembangkan produk perusahaan, pasar dan ruang lingkup teknologinya yang ditekankan, dan misi perusahaan melakukan sedemikian rupa, sehingga merefleksikan nilai prioritas–prioritas pengambil keputusan strategi perusahaan.”

Menurut Sondang Misi (1995:43) yang dikutip oleh Dinding Nurdin (1998:25) adalah “Maksud kegiatan utama yang membuat organisasi memiliki jati diri yang khas dan sekaligus membedakannya dari organisasi lain yang bergerak dalam bidang usaha yang sejenis.”

Visi dan misi organisasi sangat penting diketahui dan dipahami oleh seluruh lapisan pegawai, oleh karena itu dalam merumuskan visi dan misi ini setidaknya memiliki ciri–ciri yang sesuai dengan keadaan dalam organisasi agar visi dan misi yang akan disampaikan terealisasi dengan baik.

Adapun ciri-ciri visi dan misi sebagai berikut :**Ciri-ciri rumusan visi:** Mudah dipahami., Bahasa sederhana, Bersifat menantang dan dapat dicapai., Ideal, tapi dapat dihayati., Menimbulkan motivasi dan kegairahan untuk melaksanakannya., Bersifat mempersatukan., Tidak menyebut dan tidak terikat pada angka definitive, Memberikan nuansa kinerja bermutu bagi karyawan.

Ciri-ciri rumusan misi , Mudah dihafal., Mudah dikomunikasikan., Sifat bidang garapan jelas., Ada komitmen pada mutu, Fokus pada pelanggan, Mengandung maksud jangka panjang., Fleksibel.

Strategi dan Tujuan

Tujuan lebih banyak menggambarkan secara khusus bagaimana misi dan sasaran organisasi akan tercapai. Tujuan menandai maksud tertentu bagi organisasi. Seperti yang dikutip oleh Barry Cushway dan Derek Lodge pendapat dari Peter Drucker yang telah dialihbahasakan oleh Sularno Tjiptowardojo (1999:55) yang menyatakan, "Tujuan diperlukan dalam setiap kawasan apabila kinerja dan hasil secara langsung dan vital mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan bisnis."

Di dalam mengembangkan strategi ada yang disebut Proses Perencanaan Strategi yaitu suatu cara menjelaskan tujuan organisasi, menentukan bagaimana tujuan-tujuan itu akan dicapai, dan mengamati kemajuan ke arah pencapaian tujuan bagi organisasi secara keseluruhan.

Kerangka Teori

Teori S-O-R

Stimulus (pesan), organisme (komunikasikan), respon (efek). S-O-R dari Melvin De Fleur yang menjelaskan bahwa efek merupakan reaksi khusus terhadap stimuli khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan

memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi, dan kemudian diteruskan pada proses berikutnya, dimana komunikasi menjadi mengerti. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

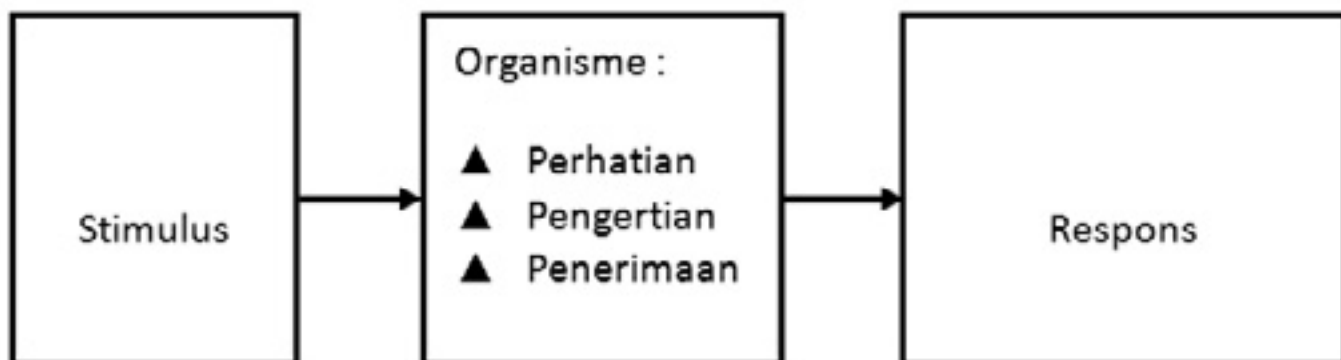
Jadi ketika stimulus atau pesan sampai ke organisme atau komunikasi sebelum menjadi efek, pesan tersebut diolah terlebih dahulu oleh komunikasi. Proses pengolahan pesan yang terjadi terhadap individu yaitu: 1) "Stimulus yang diberikan pada organisme dapat diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak, maka proses selanjutnya terhenti, ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme, maka tidak ada perhatian (*attention*), dari organisme. Dalam hal ini, stimulus adalah efektif dan ada reaksi. 2) Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus (*correctly comprehended*). Kemampuan dari organisme inilah yang dapat melanjutkan proses berikutnya. 3) Langkah berikutnya adalah organisme dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk merubah sikap".

Dari penjelasan di atas, teori S-O-R bisa dilihat dari gambar 1.

Prinsip stimulus - organisme - respon merupakan prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap suatu stimuli tertentu.

Ketika stimuli masuk ke dalam diri organisme melalui panca indera maka terjadilah proses yang dinamakan proses sensory stimuly yang merupakan suatu proses yang dialami oleh seseorang ketika menerima stimuli lewat seluruh inderanya.

Gambar 1. Teori S-O-R



“Sensory stimuli itu sendiri merupakan bagian dari proses persepsi. Menurut Josep A. Devito (1996 : 75) lihat gambar 2 sensory stimuly .

Keterangan :1) Terjadinya stimulasi alat indera (*sensory stimulation*) pada tahap pertama alat-alat indera stimuli (dirangsang). Seperti : melihat suatu tayangan di televisi atau media cetak.2) Stimulasi terhadap alat indera diatur menurut beberapa prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimit (*proximity*) atau kedekatan atau kemiripan. Prinsip yang lain adalah kelengkapan, kita memandang atau mempersepsikan suatu gambar atau pesan yang dalam kenyataannya tidak lengkap. Sebagai contoh, ketika kita mempersepsikan orang yang selalu bersama, maka kita lihat sebagai suatu kesatuan yang utuh.3) Stimuli alat indera ditafsirkan - dievaluasi. Tahap ini merupakan proses subyektif yang melibatkan evaluasi, di pihak penerima. Penafsiran evaluasi tidak didasarkan kepada rangsangan dari luar, melainkan juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, sistem nilai, keyakinan, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan lain sebagainya pada kita.

Perubahan perubahan yang terjadi pada diri khalayak meliputi : a) Kognitif Terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak, efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan akan informasi.b) Afektif Terjadi bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai.c) Konatif Merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi polapola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

Kerangka Konsep

Konsep merupakan definisi dari apa yang perlu diamati, konsep disini adalah ide, gagasan, rencana, pengertian dan bila dikaitkan dengan penelitian maka konsep merupakan unsw pokok dari suatu penelitian. Konsep adalah “abstraksi mengenai suatu fenomena

yang dirumuskan atas dasar generalisasi sejumlah karekteristik kejadian, keadaan kelompok atau individu tertentu” (Masri Singarimbun, dkk, 1989:74). Kerlinger mendefinisikan konsep adalah “abstraksi yang dibentuk dengan menganalisis hal-hal khusus” (Jalaluddin Rachmat, 2000 : 12). Kerangka konsep berguna untuk menggambarkan hubungan konsep yang diteliti. Kerangka konsep juga mendukung atau menjelaskan latar belakang gambaran singkat dari penelitian, hal ini agar konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dan diubah menjadi variabel.

Imbauan Moestopo kepada Karyawan

Imbauan Moestopo sangat penting untuk pedoman bagi karyawan bagi generasi penerus, karena intinya memberikan pesan moral untuk diteladani. Selengkapnya dipetik dari Buku Fikosofi Perjuangan Hidup Prof. Dr. Moestopo sebagai berikut: 1) Bekerjalah dengan tekun menurut jadwal yang telah ditetapkan.2) Rawatlah disiplin saudara dan ketaatan saudara kepada atasan saudara.3) Kerjakanlah tugas saudara dari atasan dengan ikhlas, senang dan gembira agar supaya atasan saudara dapat menghargai prestasi saudara.4) Petugas-petugas yang memegang keuangan jangan korupsi, sebab lambat laun akan ketahuan hingga saudara dipecat, yang berarti saudara menelantarkan anak isteri saudara sendiri.5) Yang mendapat tugas rahasia dari atasan, jagalah rahasia itu jangan sampai bocor yang berarti selain merugikan saudara sendiri, atasan saudara dan dinas bahkan mungkin dapat mengkhianati negara kita Republik Indonesia.6) Yang dapat dinas kurier menyampaikan surat-surat, sampaikanlah surat-surat dengan cepat dan mintalah tanda terimanya.7) Petugas jaga kantor, jagalah yang baik jangan sampai ada subversif masuk yang berbentuk macam-macam untuk keselamatan Kantor Dinas dan Negara.

Imbauan saya yang singkat ini kepada para mahasiswa generasi muda harapan bangsa, dosen/asisten pendidik harapan bangsa dan karaywan yang dapat berjasa, mudah-mudahan dengan ini saya dapat membantu

Gambar 2. Sensory Stimuly



saudara yang tidak langsung.

Saya sebagai Mahaputra Utama dapat membantu Nusa, Bangsa dan Rakyat Negara dan Pemerintah RI melalui Departemen P & K RI dan Departemen-departemen lainnya.

-Dominum Vobis Cum

-Maranatha Immanuel

-Latachof Wala Tachsan Innaloha Ma Ana

-Aum Swasty Astu

-Namo Sang Hyang Adi Budhaya

-Tuhan beserta kita.

Bandung, 2 Desember 1981, Jend. (Purn) Prof. Dr. Moestopo

Os-Orth-Opdent-Prosth-Oedo/DHE-Biol-Panc

Di akhir tulisan pesan Moestopo terdapat ungkapan salam keagamaan, meliputi lima agama dan aliran Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Ungkapan demikian tidak dimiliki oleh agen keagamaan manapun di dunia, sehingga menjadikan kebanggaan civitas akademikan UPDM (B).

Format Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian survei, di mana informasi yang didapat dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun, 1999 : 3) **Jenis Penelitian** Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. pendekatan kuantitatif digunakan “untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, apa adanya pada saat penelitian dilakukan”. (Suharsimi, 1997 : 309) Penelitian kuantitatif dengan sampel yang memadai dari suatu tingkatan populasi dapat mempresentasikan tingkat kecenderungan yang ada pada populasi yang bersangkutan untuk topik kajian penelitian.

Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, karena penelitian deskriptif “dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena”. (Prasetyo, 2005 : 42) Jenis penelitian ini menggambarkan uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Dalam hal ini, penulis meneliti mengenai “Persepsi Karyawan Terhadap Visi, Misi dan Tujuan FIKOM UPDM (B). **Lokasi Penelitian** Penelitian ini dilakukan pada karyawan FIKOM UPDM (B),

yang melakukan kegiatan administratif Akademis, Administrasi Kepegawaian dan Perlengkapan, Keuangan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Perpustakaan, Laboratorium dan penunjang lainnya. **Waktu Penelitian** Penelitian ini dilakukan penulis terhitung mulai bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2012. **Populasi dan Sampel** Populasi Menurut Sugiono (2002 : 133) dalam buku Statistik Untuk Penelitian yang dikutip oleh Rosady Ruslan, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan” **.Populasi** pada penelitian ini adalah karyawan FIKOM UPDM (B) sebanyak 46 orang. Dari jumlah populasi tersebut tidak seluruhnya akan dijadikan populasi penelitian. Penulis hanya akan mengambil 30 orang karyawan, dengan pertimbangan telah cukup mampu untuk memahami Visi, Misi dan Tujuan FIKOM UPDM (B).

“Sampel adalah meneliti sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi”.(Sugiyono, 2002 : 139) Sampel merupakan sebagian kecil atau kelompok yang dapat mewakili populasi yang diteliti, sehingga penelitian yang diperoleh dari sampel dianggap cukup mewakili populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah 30 orang karyawan FIKOM UPDM (B).

Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*. *Teknik Purposive Sampling* adalah adalah Satuan sampling dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh satuan sampling yang memiliki karakteristik yang dikehendaki. **Kuesioner (Angket)** Menurut Sekaran (1992) Kuesioner adalah “*performed written set of questions to which respondents record their answer, usually within rather closely alternatives*”. (kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang mengukur variable – variable, hubungan diantara variable yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden”. **Kepustakaan** Dalam penelitian ini, peneliti juga mengumpulkan data-data dengan membaca buku-buku dan makalah-makalah mengenai penelitian, sehingga dapat dijadikan sebagai pelengkap atau pendukung dalam penelitian

Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dilakukan pemeriksaan apakah responden telah menjawab kuesioner sebagaimana mestinya. Kemudian dilakukan pengkodean, yaitu memberikan hasil tertentu pada data yang telah diperiksa untuk menyederhanakan jawaban responden, setelah itu data dicatat, diklasifikasi sesuai jenis dan tingkatan / kontinuitas dan kemudian dihitung.

Berikutnya data dianalisa berdasarkan klasifikasi jawaban yang dijabarkan dalam bentuk laporan-laporan berupa tabel tunggal yang menggunakan sistem prosentase, dan diinterpretasikan jawaban terhadap masalah penelitian, kemudian dalam operasionalisasinya penulis menggunakan program SPSS (*Statistical Package Social Science*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

M. Fakri Gaffar yang dikutip oleh Dinding Nurdin (1998:16) mendefinisikan: "Visi sebagai daya pandang jauh ke depan, mendalam dan luas yang merupakan daya pikir abstrak yang memiliki kekuatan amat dasyat dan dapat menerobos segala batas-batas fisik, waktu dan tempat."

Menurut Triguno, (1999:137) terdapat empat kunci keberhasilan visi, yaitu :a) Keterlibatan total setiap level organisasi.b) Komunikasi yang efektif.c) Menghilangkan hambatan yang ada,d) Secara terus menerus melakukan evaluasi dan perbaikan.

Amin Widjaja Tunggal (1994:27) mengemukakan bahwa: "Misi perusahaan atau organisasi secara luas merupakan pernyataan yang berkerangka luas, akan tetapi berdaya tahan dari maksud suatu perusahaan.

Dari hasil penelitian, maka dapat dijelaskan bahwa banyak di antara karyawan yang kurang memahami makna dari adanya visi dan misi FIKOM UPDM (B), dan hal itu terlihat pada saat mereka melaksanakan pekerjaan, seperti tidak adanya arahan atasan kepada bawahannya berkaitan dengan visi dan misi sesuai dengan tanggungjawab pekerjaan, tidak bekerja sesuai dengan organisasi dan tata kerja atau jobs descirtion yang ada, seperti keluar kantor di saat jam kerja, produk individual tidak jelas, sinergi antara karyawan pagi dan sore tidak pernah terjadi, mailh games, dll.

PENUTUP

Sesuai pertanyaan satu tentang pengetahuan atau pengenalan visi dan misi FIKOM UPDM (B), 1) karyawan FIKOM UPDM (B) sebagian besar tidak tahu. 2) Kegunaan visi dan misi sesuai dengan tabel pertanyaan dua, sesebagaian besar karyawan FIKOM UPDM (B) tidak tahu.3) Tabel tiga sebagian besar karyawan FIKOM UPDM (B) mengakumulakukan evaluasi diri semua pekerjaan yang telah dilakukan, tetapi tidak tertulis atau tidak terdokumentasikan.4) Sebagian besar karyawan FIKOM UPDM (B) tidak pernah mendapat pengarahan atasannya, khususnya menyangkut tugas dan kewajiban sesuai dengan visi dan misi.

Dengan demikian, kesimpulan definitif dalam

penelitian ini, karyawan perlu pemahaman tentang visi dan misi FIKOM UPDM (B) sebagai landasan kerja serta kepedulian atasan untuk aktif melakukan pembinaan kepada bawahannya.

Berdasarkan kesimpulan di atas, disarankan sebagai berikut:a) Pimpinan FIKOM UPDM (B) atau khususnya Atasan, Kepala Bagian atau Kepala Subbagian-subbagian, wajib dan sangat perlu memberikan pemahaman pentingnya visi, misi FIKOM UPDM (B) kepada karyawan. b) Pimpinan FIKOM UPDM (B) atau khususnya Kepala Bagian atau Kepala Subbagian-subbagian menjelaskan secara mendalam tentang arti pentingnya makna visi dan misi dalam pelaksanaan tugas.c) Hendaknya karyawan melakukan evaluasi kerja menyeluruh dalam setiap semester secara tertulis (untuk didokumentasikan) dan bersinergi dengan karyawan pagi dan siang/sore, khususnya dalam penanganan informasi data.d) Hendaknya para Atasan memberikan pengarahan kepada bawahannya.

Sukses dan tidaknya suatu organisasi dimanapun berada tergantung strategi pimpinan dan kebijaksanaannya. Banyak tipe pimpinan, di antaranya bersifat demokratis. Pimpinan ini sangat baik diberlakukan untuk organisasi di Indonesia sesuai dengan dasar demokrasi dan kebersamaan perilaku kolektif membangun diri. Apa pula yang bertipe paternalistik, di sini hanya keputusan 'bapak' atau pimpinan lah yang dianggap sangat bijak dan paling benar, maka harus diikuti. Dasar pemimpin yang seperti 'bocah cilik-plinplan, egois dan tidak punya arah' atau disebut respiratoris. Tipe ini sulit dianut, jika dianut justru berbahaya bagi keberadaan organisasi. Temannya tipe ini adalah tipe di mana pimpinan selalu dan hanya bergantung kepada bawahannya. Di sini kebalikan bawahan menjadi atasan dan atasan menjadi bawahan meskipun defactionya organisasi tersebut memiliki pemimpin.

Tipe pemimpin yang demokratis memang yang diberlakukan di setiap organisasi di Indonesia, karena negara menganut sistem demokrasi. Tipe ini kini dan ke depan diterapkan pula oleh FIKOM UPDM (B). Paling tidak apabila tipe demokrasi susah diterapkan tipe paternalis lumayan dapat diterapkan tetapi dengan kontrol bawahan yang bebas. Buruknya, tipe paternalistik, pimpinan demikian mudah tersinggung dan ngambek apabila maunya atau 'kebijaksanaannya' tidak dipraktikkan bawahan, karena bawahan merasa kebijaksanaan tidak tepat. Jika yang demikian terjadi, biasanya alamat bahwa akan terjadi mutasi besar dalam suatu Bagian atau Tubuh Organisasi berdasar rasa 'suka dan tidak suka'.

Kolegial adalah menjadi pilihan pimpinan FIKOM UPDM (B) periode ini. Maknanya mirip dengan kerja bersama atau bersinergi karena memerlukan tindakan bergotong-royong.

Dengan demikian, diharapkan temuan penelitian dan laporan ini menjadi acuan karena menyangkut pembenahan bersama dalam pelayanan serta penyelenggaraan akademik di FIKOM UPDM (B). Hal tersebut disampaikan tim penulis mengingat: a) Temuan amat penting b) Selama ini belum pernah dilaksanakan c) Pimpinan FIKOM UPDM (B) harus konsisten dengan komitmen 'kolegial', perlu kepaduan dan action kolega yang jujur, riang, ilmiah dan bertanggung jawab. d) Pada saat ini perlu membuat momentum peletakan pondasi organisasi FIKOM UPDM (B) yang kokoh demi kelanjutan masa depan.

Daftar Pustaka

- Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), *Statuta*, 2007-2017.
- Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), *Buku Pedoman Pendidikan*, 2012
- Abdurachman, Oemi. *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung ; Alumni, 1995.
- Anggoro, M. Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- Djanaid, Djanalis. *Public Relations: Teori dan Praktek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1990.
- Effendy, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*, Mandar maju, Bandung, 1989.
- Hubungan Insani*, PT. Remaja Karya, Bandung, 1998.
- Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992.
- Human Relations dan Public Relations*, C.V. Mandar Maju, Bandung 1993.
- Faisal, Sanafiah. *Format-Format Penelitian Sosial*, PT. Rajawali Press, Jakarta, 1992.
- Flippo, Edwin. *Personal Management*, Graw-Hill International Edition, Singapore, 1984.
- Jefkins, Frank. *Hubungan Masyarakat*, Erlangga, Jakarta, 1992.
- Kartono, Kartini. *Pengantar metodologi Riset Sosial*, Mandar maju Bandung, 1991.
- Kusumastuti, Farida. *Dasar-dasar Humas*, Balai Pustaka, Jakarta, 2002.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta, PT. Bumi Aksara, 1989.
- Manulang, M. *Management Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta. 2001.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, 1993.
- Musselman, Vernon A. *Ekonomi Perusahaan Konsep-Konsep dan Praktek Sezaman*, Intermedia, Jakarta, 1989.
- Rachmadi, F. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintah*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- *Manajemen Humas dan Manajemen*, Alfabeta, Jakarta 1995.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Humas dan Komunikasi*, Rajagrafindo, Jakarta, 2002.
- Sarwono, Jonathan. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, ANDI, Yogyakarta, 2006.
- Sardiman A. M., *Interaksi dan Motivasi Kerja*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 1996.
- Sentosa, Nandang Mulya. *Tanya Jawab Hukum Perburuhan*, Armico Bandung 1981.
- Siswanto, Bambang. *Hubungan Masyarakat Teori dan Praktek*, Bumi Aksara, Jakarta, 1992.
- Soehartona, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1995.
- Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori & Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta 1991.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*, CV Alfabeta, Bandung, 1999.
- Supardi. *Menyusun Karya Tulis*, BPFE UII Yogyakarta, 1989.
- Surahmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, Bandung, 1994.
- Usman Husaini. dan Akbar, Purnomo Setiady. *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta 1996.
- Winardi. *Pengantar Metodologi Research*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1979.
- Cushway, B. & Lodge, D., *Organisasional Behavior and Design; Perilaku dan Desain Organisasi*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 1999
- Devito, Joseph, A., *Komunikasi Antar Manusia, Kuliah Dasar*, New York, 1996.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003
- Prasetya, Bambang, dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, PT Raja Grafindo Persada,

- Jakarta, 2004
- Ruslan, Rodady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005
-, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta, Universitas Terbuka, 2007
- Singarimbun, Msri dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, 1989
- Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1997
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, PT Alfabeta, Bandung, 2006
- Triguno, *Budaya Kerja: Menciptakan Lingkungan Yang Kondusif Untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Jakarta, Golden Terayon Press, 1999
- Tunggal, W.A., *Manajemen Strategi*, Jakarta, Harvarindo, 1994