

KOMPETENSI KOMUNIKASI CALON SDM PUBLIC RELATIONS

A. Rahman

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

Drs.a.rahman.hi@gmail.com

Abstract: *Public Relations as human resources should have the competence that has a sale value in the labor market. One such communication competence is knowledge of communication, communication skills, motivation communication and managing interaction. Study of communication competence among students obtained the result that public Relations Group one are not sufficiently competent in listening, conveying the idea of writing, controlling the communication situation, a way of communicating with new people, motivating others through communication, understanding others, tense in communicating, and controlling communications the ability is low.*

While the communication competence is likely to adequately classified by phone: the ability, oral communication, communication skills via e-mail, the ability to pay attention to non-verbal message the speaker, motivational communication not only in its favor, and adaptability to different communication situations.

Group two have a adequate communication of knowledge, skills, motivation and ability managing interaction. Some of the things he view is still lacking is the ability to communicate with new people who know, the ability to motivate others through communication (persuasive abilities), the attraction and motivation to communication.

Key words: Kompetensi komunikasi, dan Calon Sumber Daya Manusia Public Relations.

Abstract: *Public Relations as human resources should have the competence that has a sale value in the labor market. One such communication competence is knowledge of communication, communication skills, motivation communication and managing interaction. Study of communication competence among students obtained the result that public Relations Group one are not sufficiently competent in listening, conveying the idea of writing, controlling the communication situation, a way of communicating with new people, motivating others through communication, understanding others, tense in communicating, and controlling communications the ability is low.*

While the communication competence is likely to adequately classified by phone: the ability, oral communication, communication skills via e-mail, the ability to pay attention to non-verbal message the speaker, motivational communication not only in its favor, and adaptability to different communication situations.

Group two have a adequate communication of knowledge, skills, motivation and ability managing interaction. Some of the things he view is still lacking is the ability to communicate with new people who know, the ability to motivate others through communication (persuasive abilities), the attraction and motivation to communication.

Key words: Kompetensi komunikasi, dan Calon Sumber Daya Manusia Public Relations.

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin tajam didunia kerja bagi pemula dan daya serap pekerjaan yang ada, menuntut semakin baiknya kompetensi yang dimiliki SDM. Persaingan tersebut tidak saja antar bidang ilmu yang sama, tetapi antar bidang ilmu dan tingkatan/grade pendidikan. Beberapa iklan lowongan pekerjaan tidak selamanya mesyaratkan jenis pendidikan spesifik, sehingga persaingan antar jurusan tidak dapat dihindarkan. Pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman sebagai sederet persyaratan yang diminta untuk bekerja, selain tentunya soft skill tertentu. Pandangan-pandangan pemilik atau pengambil kebijakan dibidang SDM tidak selamanya sejalan dengan dunia pendidikan, lulusan lembaga-lembaga pendidikan yang senantiasa meningkatkan dan memperbaharui kurikulum dan sumber daya pencari kerja untuk memiliki kompetensi lebih yang memiliki peluang diterima bekerja.

Benarkah formasi diperusahaan atau organisasi memang tidak seimbang, atautkah serbenarnya formasi banyak, tetapi sulitnya mencari SDM yang kompeten dibidang itu sedikit ? Secara logika semakin tinggi kompetensi yang disyaratkan akan semakin sedikit tingkat persaingan antar pencari kerja. Ide tentang sarjana plus sudah lama bergulir, bahkan kemampuan kewirausahaan banyak dipandang sebagai peluang baru.

Kondisi-kondisi diatas tentunya dipahami oleh lulusan *Public Relations* sebagai pencari kerja atau yang ingin berwiraswasta. Seperti alumni jurusan-jurusan lainnya, tahap-tahap awal SDM dalam mencari pekerjaan tidak selamanya bekerja sesuai dengan bidang ilmu. Kemampuan soft skill, network, kebetulan bahkan nasib baik tidak jarang yang mengantarkannya bekerja.

Dalam kontek pendidikan profesi *Public Relations* berdasarkan kurikulum masih menyisakan perdebatan, dan

hasilnya masing-masing lembaga pendidikan memiliki penekanan yang berbeda pada jenis ilmu yang diajarkan, skill dan standart kompetensi yang diajarkan. Akademisi tentunya menyetujui jika profesi PR memiliki standart kompetensi, sehingga dapat meningkatkan kredibilitas, kualitas kerja dan reputasi dengan memberikan kontribusi memadai bagi organisasinya. Semakin tinggi fungsi yang dapat dilakukan tentunya akan semakin meningkatkan peran dan posisi di perusahaan.

Dialog-dialog melalui wadah PERHUMAS maupun IPRA Indonesia bahkan perdebatan sebagai peluang pengembangan dalam mencari bentuk *Public Relations* ke-Indonesia-an bagi calon SDM *Public Relations*, sudahkah ?

Sriramesh (2006: 155), mengemukakan :

The question of whether public relations is a profession or a craft has been debated widely for almost two decades. Jackson (1988) contended that public relations has established itself as a profession, while many others (Agee et al. 1995; Bivins 1993; Cameron et al. 1996; Hainsworth 1993; Ryan and Martinson 1990; Sallot et al. 1998b; Wylie 1994) have argued that it has yet to be recognized as one. However, all agree that it is important for public relations to gain professional status because that would give credibility and reputation to the industry, increase the accountability and credibility of practitioners, enhance the quality of work produced by practitioners, and give practitioners greater opportunities to contribute organizational decision making.

Pada tataran kurikulum, antar perguruan tinggi belum “seragam” pada tataran output standar yang seharusnya dihasilkan oleh Lembaga pendidikan tinggi. Perhumas sudah memberikan standar kompetensi sebagai profesi *Public Relations*, namun sertifikasi profesi masih dalam proses untuk di implementasikan. Badan Nasional Sertifikasi Profesi PR sedang dalam proses pemberian sertifikasi profesi. Pertemuan dan kajian antar akademisi dan praktisi dapat saling bertukar perkembangan kekinian peran fungsi *Public Relations* dan problematikannya. Arah kurikulum berbasis kompetensi bagi mahasiswa *Public Relations* dapat dikatakan sebagai embrio standar kompetensi *Public Relations* yang berbasis output. Kompetensi *Public Relations* tidak tunggal, tetapi sebagai kemampuan-kemampuan atau sekelompok kemampuan yang dapat ditekuni oleh masing-masing mahasiswa. Mahasiswa seharusnya dapat memperoleh bekal kompetensi atau kompetensi spesifik yang dapat dikembangkannya. Kita dapat melihat beberapa kajian literature yang dilakukan oleh pakar *Public Relations*, tentang kurikulum *Public Relations* di *United state of America* :

Lebih lanjut, Sriramesh (2006: 157), mengemukakan :

Our review of the literature only found one author (Jackson 1988) ... Based on the literature review, we identified eight criteria and evaluated the sentiments of a sample of scholars and professionals on the presence of these criteria in current public relations curricula in the United States:(1). Maintaining a code of ethics and professional values and norms.(2). Commitment to serve in the public interest and be socially responsible.(3). Having a body of esoteric, scholarly

knowledge.(4). Having specialized and standardized education, including graduate study.(5). Having technical and research skills.(6). Providing a unique service to an organization and the community.(7). Membership in professional organizations.(8). Having autonomy in organizations to make communication-related decisions.

Permasalahan: Berdasarkan uraian diatas bahwa calon SDM *Public Relations* seharusnya memiliki standart kompetensi komunikasi, salah satunya yaitu memiliki kompetensi komunikasi. Kajian ini untuk menjawab beberapa problematika, yaitu : (1). Apakah ada perbedaan kompetensi komunikasi mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK ? (2). Apakah jenis-jenis pelatihan kompetensi komunikasi yang pernah diikuti mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK ? (3). Jenis-jenis pelatihan kompetensi komunikasi apakah yang dibutuhkan mahasiswa *Public Relations* dengan kurikulum KBK ?

Tujuan dan kegunaan : Temuan kajian ini untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menjelaskan jenis-jenis pelatihan yang pernah diikuti dan dibutuhkan serta menjelaskan perbedaan kompetensi mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK.

Kajian-kajian sebagai wahana dialog keilmuan dengan memberikan sumbangan pemikiran bagi lembaga Pendidikan Tinggi dalam penyusunan kurikulum, pengembangan kompetensi profesi *Public Relations* dan membangun

kompetensi komunikasi SDM *Public Relations*. Bagi mahasiswa dapat mengenali kemampuan dan kekurangannya sehingga dapat senantiasa mengupayakan perbaikan.

KAJIAN PUSTAKA

Public Relations Role: Sedangkan menurut Cutlip, Center, and Broom (2006:6) *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Lebih lanjut dikemukakan, bahwa fungsi *public relations* meliputi : (a). Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi (b). Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada public dan menyalurkan opini public pada perusahaan (c). Melayani public dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum (d). Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan public, baik internal maupun eksternal.

Algren and Eichhorn (2006:77-78) mengemukakan :

“Public relations is a profession where in roles of expertise and responsibility exist. Early investigation into the kinds of work performed by public relations professionals identified four specific roles: the expert prescriber, the communication facilitator, the problem-solver, and the communication technician (Broom, 1982; Broom & Dozier, 1986; Broom & Smith, 1979). After extensive additional research it was concluded that the roles of expert prescriber, communication facilitator, and problem-solver all

represented strategic, managerial capabilities. Consequently, the four roles could be collapsed into two categories of work activities: manager and technician (Dozier, 1992; Toth & Grunig, 1993).”

Skill berkomunikasi apakah sebagai tenaga teknis atau tenaga managerial, merupakan komponen yang harus dimiliki oleh praktisi *Public Relations*. Lazimnya tenaga kerja perempuan yang baru lulus dan awal-awal memasuki pekerjaan, pekerjaan dasar ini harus dimiliki. Sedangkan management adalah sebagai ilmu dan seni, dengan demikian management sebagai ilmu dapat dipelajari, sedangkan management sebagai seni akan nampak dan berkembang sebagai manifestasi personal value seseorang. Demikian juga managerial skill selain dapat dipelajari sebelumnya akan terus berkembang sesuai dengan lama bekerja, kesempatan menerapkan, pengalaman, dsb.

Litlejohn (2009:136) says :

“In a series of books appearing in the 1970s, Michael Argyle and his colleagues advanced a general model of skilled interaction behavior that suggested that people pursue social goals via a sequence of steps: (a) perception of the environment—a process that involves attention, interpretation, and so on; (b) translation of perception into performance—a step that includes problem solving and decision making; and (c) motor responses—the generation of overt behaviors. Working from this model, Argyle was able to specify various sources of skill deficits (e.g., in goal setting, planning, behavioral enactment). Moreover, Argyle identified qualities such as expressivity, rewardingness, assertiveness, and so on that distinguish proficient from

inadequate interaction behaviors. Yet another contribution of this work was the idea that people could be trained to employ more appropriate perceptual, cognitive, and behavioral responses. A third example of important contributions to the study of communication skill, also from the decade of the 1970s, is found in John Wiemann's

examination of the nature of communication competence (and subsequent exploration of that construct

by Brian Spitzberg, William Cupach, and

others). Wiemann emphasized that competence is a dyadic construct in the sense that the competent communicator not only is able to achieve his or her own goals, but moreover to do so in a way that is satisfying for the other party in the conversation. In Wiemann's

formulation, five dimensions of competence are identified: (1) empathy, (2) affiliation and support, (3) social relaxation, (4) behavioral flexibility, and (5) interaction management skills (i.e., handling interruptions, taking turns, etc.)"

(Dalam serangkaian buku yang muncul di tahun 1970an, Michael Argyle dan rekan-rekannya mengemukakan sebuah model umum perilaku interaksi terampil yang menyarankan agar orang mengejar sasaran sosial melalui serangkaian langkah: (a) persepsi lingkungan - sebuah proses yang melibatkan perhatian, Interpretasi, dan sebagainya; (B) terjemahan persepsi ke dalam kinerja - sebuah langkah yang mencakup pemecahan masalah dan pengambilan keputusan; Dan (c) respons motorik - generasi perilaku terbuka. Bekerja dari model ini, Argyle mampu menentukan berbagai

sumber

Defisit keterampilan (mis., Dalam penetapan tujuan, perencanaan, pemberlakuan perilaku). Selain itu, Argyle mengidentifikasi kualitas seperti ekspresivitas, penghargaan, ketegasan, dan sebagainya yang membedakan mahir dari perilaku interaksi yang tidak memadai. Namun kontribusi lain dari karya ini adalah gagasan bahwa orang dapat dilatih untuk menggunakan tanggapan persepsi, kognitif, dan perilaku yang lebih tepat. Contoh ketiga dari kontribusi penting untuk studi keterampilan komunikasi, juga dari dekade 1970-an, ditemukan di John Wiemann's Pemeriksaan sifat kompetensi komunikasi (dan eksplorasi selanjutnya dari konstruksi itu Oleh Brian Spitzberg, William Cupach, dan Lainnya). Wiemann menekankan bahwa kompetensi adalah konstruksi yang diinisialisasi dalam arti bahwa komunikator yang kompeten tidak hanya mampu mencapai tujuannya sendiri, tetapi terlebih lagi melakukannya dengan cara yang memuaskan pihak lawan dalam percakapan. Dalam rumusan Wiemann, lima dimensi kompetensi diidentifikasi: (1) empati, (2) afiliasi dan dukungan, (3) relaksasi sosial, (4) fleksibilitas perilaku, dan (5) keterampilan manajemen interaksi (yaitu penanganan interupsi, bergiliran, dll.)

Toth (1998) mengemukakan fungsi *Public Relations* profesional bagi management adalah sebagai berikut :

Public relations professionals functioning as managers have responsibilities that likely call for a sophisticated, broad range of communication skills.

Communication decisions, program design and management, and meeting with peers, executives, and clients, entail sophisticated, effective interpersonal and negotiation communication skills. While good communication skills are no doubt important to a PR technician, the job activities often allow for a lower level of functional communication behaviors. Disseminating messages, writing, editing, and producing messages, making media contacts and implementing the decisions made by others is often viewed as less strategic, but not less important, than the work that is done by managers. While this dichotomy of managers and technicians is frequently used to categorize public relations practitioners, it has come under scrutiny.

(Profesional hubungan masyarakat berfungsi sebagai manajer memiliki tanggung jawab yang mungkin membutuhkan ketrampilan komunikasi yang canggih dan luas. Keputusan komunikasi, perancangan dan manajemen program, dan pertemuan dengan rekan kerja, eksekutif, dan klien, memerlukan keterampilan komunikasi interpersonal dan negosiasi yang canggih dan efektif. Sementara kemampuan komunikasi yang baik tidak diragukan lagi penting bagi seorang teknisi PR, aktivitas pekerjaan seringkali memungkinkan tingkat perilaku komunikasi fungsional yang lebih rendah. Menyebarkan pesan, menulis, mengedit, dan menghasilkan pesan, membuat kontak media dan menerapkan keputusan yang dibuat oleh orang lain sering dipandang kurang strategis, namun tidak kalah

pentingnya, daripada pekerjaan yang dilakukan oleh para manajer. Sementara dikotomi manajer dan teknisi ini sering digunakan untuk mengkategorikan praktisi PR, hal itu mendapat sorotan.)

Setelah dilihat peran dan fungsinya, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* yang dikatakan ideal adalah apabila ia memiliki fungsi sebagai fungsi komunikater dalam organisasi, sehingga bukan fungsi marketing, sdm atau yang lain lain. Selain itu *Public Relations* dalam organisasi harus terlibat lebih banyak pada peran manajerial bukan hanya pekerjaan teknis. *Public Relations* seharusnya diletakkan dalam leher pada struktur organisasi, sehingga memiliki fungsi yang agak berbeda dengan manajer lain dalam organisasi. Sebagai jembatan komunikasi, dalam organisasi seorang *Public Relations* harus mampu secara objektif menjembatani komunikasi antara atasan, bawahan dan sesama level. Seorang *Public Relations* harus mampu memberikan advice dan membantu departemen lain dalam hal komunikasi.

Lasari (2011:165) *Further research of whether EFL learners' communicative competence can be fully developed with the help of CMC tools still needs to be done. However, for EFL learners who desperately need more authentic exposure and the opportunities to use the knowledge learned in the classroom, the use of computer mediated communication tools both inside and outside of the classrooms certainly can benefit the learning and develop learners' communicative competence to a certain extent.* (Penelitian lebih lanjut apakah kompetensi peserta didik EFL dapat dikembangkan sepenuhnya dengan bantuan

perangkat CMC yang masih perlu dilakukan. Namun, bagi pelajar EFL yang sangat membutuhkan eksposur yang lebih otentik dan kesempatan untuk menggunakan pengetahuan yang dipelajari di kelas, penggunaan alat komunikasi yang dimediasi komputer baik di dalam maupun di luar kelas pasti dapat memberi manfaat bagi pembelajaran dan mengembangkan kompetensi komunikatif peserta didik. Tingkat tertentu.)

Standarisasi profesi *Public Relations* di Indonesia sampai sekarang belum terwujud sampai sekarang. Kemauan pengambil kebijakan, dinamika di organisasi Humas belum mampu memiliki otoritas pemberi sertifikasi profesi, demikian juga user nampaknya penempatan profesi humas masih bervariasi. Hal ini sebagai *Public Relations* besar alumni *Public Relations*, akademisi *Public Relations*, praktisi *Public Relations*, *Public Relations* di organisasi prifat atau public, dan peran pemerintah kalau dibutuhkan.

Berdasarkan kurikulum pendidikan *Public Relations* setingkat sarjana di perguruan tinggi memiliki bervariasi penekanan yang berbeda-beda. Ada yang lebih ke arah corporate communications, ada yang agak dekat ke marketing communications, ada yang sudah mengarah pada filosofi *Public Relations* yang benar, walau masih jauh dari harapan. Kurikulum *Public Relations* berbasis kompetensi di beberapa perguruan tinggi sudah mulai dikembangkan.

Krishnamurthy (2006:169-170), mengemukakan kurikulum dan kompetensi (skill level) profesi *Public Relations* :

...*Public relations graduates taught to know...*:

1. *Communication and persuasion concepts and strategies*

2. *Communication and public relations theories*
3. *Ethical issues*
4. *Relationships and relationship building*
5. *Use of research and forecasting*
6. *Societal trends*
7. *Marketing and finance*
8. *Management concepts and theories*
9. *Legal requirements and issues*
10. *Multicultural and global issues*
11. *Organizational change and development*

Skills levels of graduates:

1. *Mastery of language in written and oral communication*
2. *Informative and persuasive writing*
3. *Problem solving and negotiation*
4. *Strategic planning*
5. *Ethical decision making*
6. *Research methods and analysis*
7. *Public speaking and presentation*
8. *Working with a current issue*
9. *Management of information*
10. *Management of communication*
11. *Issues management*
12. *Message production*
13. *Audience segmentation*
14. *Sensitive interpersonal communication*
15. *Community relations, consumer relations, employee relations, other practice areas*
16. *Managing people, programmes and resources*
17. *Technological and visual literacy*
18. *Applying cross-cultural and cross-gender sensitivity*
19. *Participation in the professional public relations community*

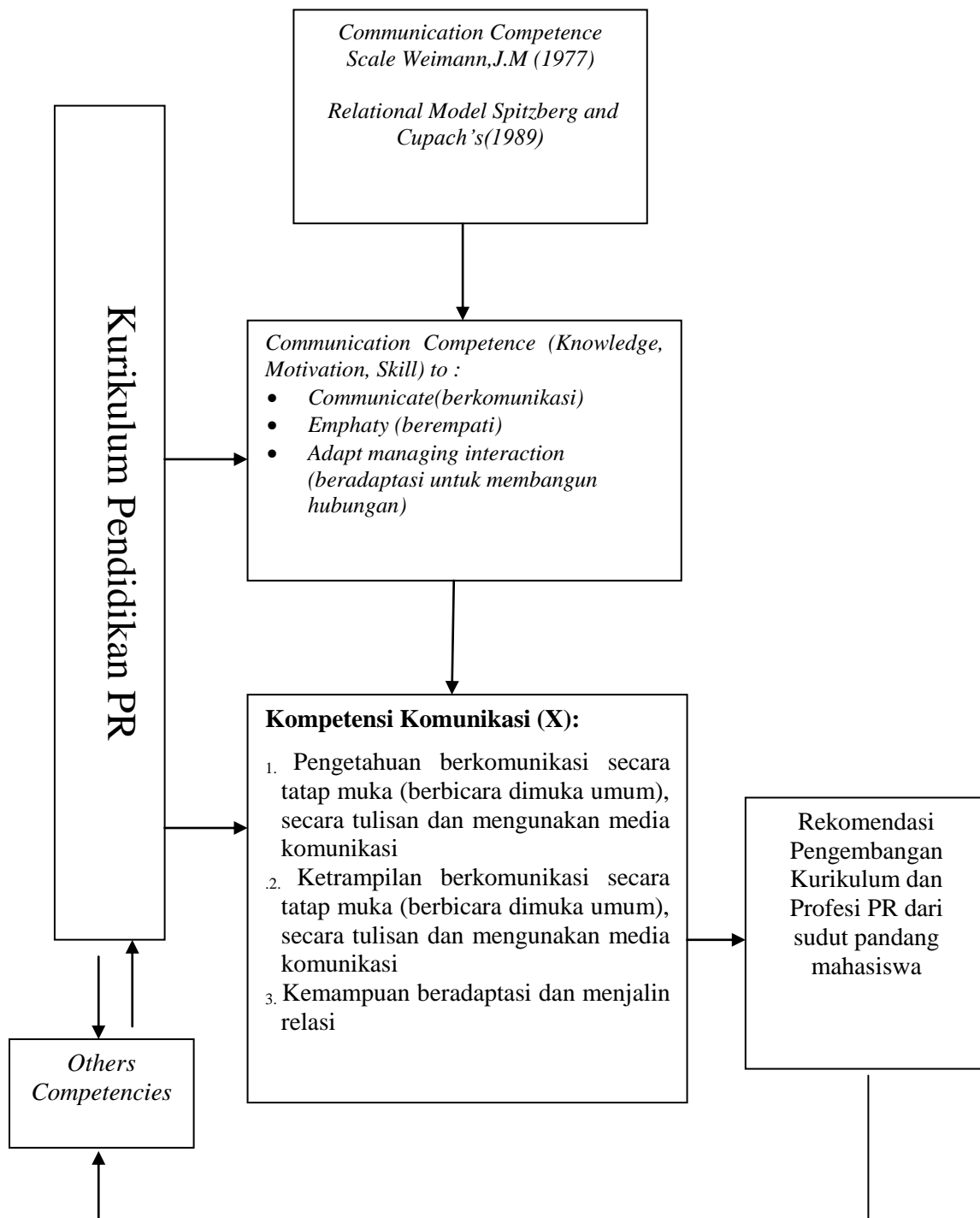
Communications Competence (Communication Competence):

Keseluruhan karakter personal, potensi, pengetahuan, organisasi kognisi, akpek emosi, motivasi dsb dalam interaksi akan nampak pada kompetensi komunikasi. Kita Komunikasikan tidak tahu bagaimana pengetahuan komunikator, melalui komunikasi orang akan tahu bagaimana pengetahuannya pada apa yang dibicarakan. Gerak gerik, bahasa tubuh, tindakan dan perilaku berkomunikasi akan menunjukkan ketrampilan yang dimiliki

Apakah ia sebagai komunikator kredibel, yang ahli, menyakinkan, dipercaya dan dinamis dalam menjalin hubungan. Keseluruhan aspek tersebut akan nampak pada keseluruhan pesan verbal dan non verbal yang digunakan. Pemilihan kata/kalimat, struktur kalimat, gaya penyampaian, intonasi, dsb dan pesan non verbal yang dicitrakan pada saat berkomunikasi. Kemampuan beradaptasi dengan berbagai media komunikasi, situasi, kondisi dan karakter komunikasikan sebagai elemen keberhasilan dalam berkomunikasi.

Lebih lanjut, kompetensi komunikasi Payne (2005:68-69) mengemukakan dimensi yang digunakan untuk mengukur kompetensi komunikasi adalah : (a) **Communication knowledge** *The next major component of the competence model is knowledge... Questions were generated addressing the three major dimensions of competence pinpointed in this research: empathy, adaptability, and interaction management.* (b) **Communication skill**, Payne (2005:68). *Empirically grounded, a priori skills can serve as the building blocks for assessing employee competence. The skill scale has three dimensions: empathy, adaptability, and interaction management. The scale measures an employee's actual*

communication skill level as judged by a supervisor because supervisors exert the most influence on evaluations of job performance (c) **Communication motivation**. Payne (2005:69). *The motivation component is conceptualized as one's willingness to approach or avoid communicative interactions. The most salient skills to competence were narrowed to empathy, adaptability, and interaction management, so a motivation scale was designed to measure employees' willingness to extend empathy, manage interactions, and adapt communication within the organization.* (Pengetahuan komunikasi Komponen utama berikutnya dari model kompetensi adalah pengetahuan ... Pertanyaan diajukan untuk membahas tiga dimensi kompetensi utama yang ditunjukkan dalam penelitian ini: empati, kemampuan beradaptasi, dan manajemen interaksi. (B) Keterampilan komunikasi, Payne (2005: 68). Secara empiris, keterampilan apriori bisa menjadi blok bangunan untuk menilai kompetensi karyawan. Skala keterampilan memiliki tiga dimensi: empati, kemampuan beradaptasi, dan manajemen interaksi. Skala tersebut mengukur tingkat keterampilan komunikasi karyawan yang dinilai oleh supervisor karena pengawas memberikan pengaruh paling besar pada evaluasi kinerja pekerjaan (c) Motivasi komunikasi. Payne (2005: 69). Komponen motivasi dikonseptualisasikan sebagai kesediaan seseorang untuk mendekati atau menghindari interaksi komunikatif. Keterampilan yang paling menonjol untuk kompetensi dipersempit menjadi empati, kemampuan beradaptasi, dan manajemen interaksi, jadi skala motivasi dirancang untuk mengukur kesediaan karyawan untuk memperpanjang empati, mengelola interaksi, dan menyesuaikan komunikasi di dalam organisasi.)



Bagan 1 Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dengan desain komparatif digunakan untuk memperoleh kejelasan tentang perbedaan kompetensi komunikasi antara mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK. Dimensi yang diukur yaitu Pengetahuan berkomunikasi secara tatap muka (berbicara dimuka umum), secara tulisan dan menggunakan media komunikasi ketrampilan berkomunikasi secara tatap muka (berbicara dimuka umum), secara tulisan dan menggunakan media komunikasi kemampuan beradaptasi dan menjalin relasi.

Mached sampel/ Paired samples apabila pendapat sampel A (n_1) dipasangkan dengan pendapat sampel B (n_2) pada kondisi sebelum menggunakan intranet. *Mached sampel/ Paired samples* dapat juga dilakukan bagaimana kepuasan pelayanan akademik mahasiswa setelah menggunakan intranet. Pengukuran berulang pada sampel yang sama, sedangkan sampel berpasangan dengan $n_1=n_2=...=n_i$ (jumlah sampel pada masing-masing kelompok yang dipasangkan sama) menilai tentang suatu “kerangka tertentu”

Tekhnik sampling sebagai salah satu unsur penelitian memegang peranan penting, karena dari sampel inilah data penelitian kita peroleh. Kesalahan mengambil sampel berarti data kita salah, analisis data yang salah tidak mungkin menemukan jawaban yang benar akan masalah penelitian. Kalau penelitian kuantitatif yang tujuannya menguji hipotesis (generalisasi data sampel pada populasi) syarat-syarat

“representasi populasi” dan pengambilan sampel secara random harus dijalankan secara ketat, apabila tidak berarti sebenarnya kesimpulan penelitian hanya berlaku pada sampel penelitian kita, dan tidak dapat digunakan untuk menjelaskan (generalisasi) tentang populasi.

Collins T . et al. (2007:273) sampel minimal 51 mahasiswa masing-masing kelompok sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala likert dan terbuka sesuai operasionalisasi konsep. Validitas dengan rumus product moment dan reliabilitas metode Belah Dua-Spearman Brown. Skala likert menghasilkan data ordinal, supaya diperoleh keleluasaan analisis data ditingkatkan data ordinal menjadi interval dengan *methode of succesive interval*.

Uji hipotesis penelitian “ada perbedaan kompetensi komunikasi Mahasiswa dengan kurikulum sebelum KBK dengan mahasiswa sesudah KBK maka Uji Hipotesis statistik dengan *Uji Perbedaan rata-rata Dua Sampel Independent* ($\sigma^2_1 \neq \sigma^2$, ($\sigma^2_1 < \sigma^2$), atau ($\sigma^2_1 > \sigma^2$), dengan rumus :

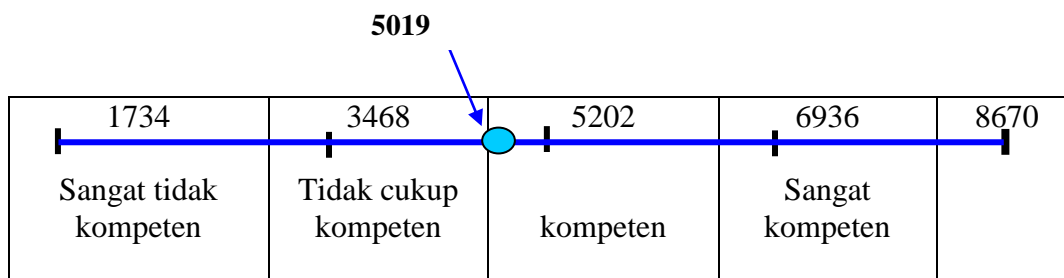
$$t' = \frac{\widehat{X}_1 - \widehat{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian: Berdasarkan data dan analisis data bahwa secara teoritik bahwa besarnya total skor jawaban responden ditentukan oleh jumlah responden yang menjawab, dikalikan dengan bobot skor dari sekala likert dengan jumlah pertanyaan. Untuk mengetahui derajat kompetensi responden mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum

KBK dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK dilakukan dengan membandingkan derajat teoritis dengan data empiris. Kompilasi data empiris pada derajat teoritis kompetensi komunikasi responden mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK sebesar 5019 berada antara total skor 3468 dan 5202, artinya Mahasiswa dengan kurikulum sebelum KBK kurang memiliki kompetensi komunikasi.

Bagan 2
Analisis Total Skor Kompetensi Mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK

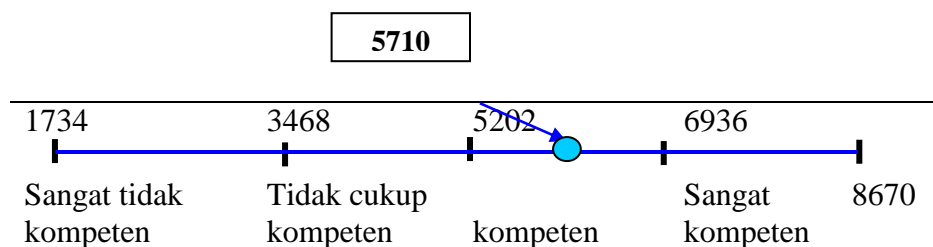


Berdasarkan data dan analisis data bahwa secara teoritik bahwa besarnya total skor jawaban responden ditentukan oleh jumlah responden yang menjawab, dikalikan dengan bobot skor dari sekala likert dengan jumlah pertanyaan. Untuk mengetahui derajat kompetensi responden Mahasiswa

Public Relations sesudah dengan kurikulum KBK dilakukan dengan membandingkan derajat teoritis dengan data empiris.

Kompilasi data empiris pada derajat teoritis kompetensi komunikasi responden kelas reguler sebesar 5710 berada antara total skor 5202 dan 6936, artinya Mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK kompetensi dalam berkomunikasi.

Bagan 3
Analisis Total Skor Kompetensi Mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK



Berdasarkan uji hipotesis, bahwa ada perbedaan kompetensi komunikasi antara *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dibandingkan dengan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK. Perbedaan kompetensi Mahasiswa dengan kurikulum sebelum KBK ditentukan aspek pengetahuan, motivasi, skill dan

kemampuan memahami konteks-konteks komunikasi. Berdasarkan analisis quartil bahwa mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK lebih memiliki kompetensi komunikasi dibandingkan mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK, dikuatkan dengan uji hipotesis dibawah ini.

Tabel 1 Paired Samples Test

Variabel	Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower				Upper
X1 – X2	-4,72835	8,95826	1,25441	-7,24790	-2,20880	-3,769	50	,000

Sumber : *Output compare means two independent samples spss 14.00*

Komponen utama kompetensi komunikasi yaitu pengetahuan individu untuk berempati, kemampuan adaptasi dan kemampuan memanaj interaksi dalam berbagai kopnteks komunikasi. Pendapat Payne tersebut lebih banyak

dalam kontek komunikasi organisasi-karyawan di dalam organisasi (perusahaan). Sedangkan dalam konteks penelitian ini yaitu dalam konteks komunikasi interpersonal baik komunikasi yang dilakukan mahasiswa

di rumah, di kampus dan lingkungan persebayaan. Selain hal tersebut, masing-masing responden memiliki pengalaman komunikasi yang lebih luas dari konteks komunikasi interpersonal.

Public Relations sesudah dengan kurikulum KBK memiliki kemampuan yang lebih dibandingkan sebelumnya. Berdasarkan daya yang ada jenis dan jumlah pelatihan setelah penerapan kurikulum KBK lebih banyak dan lebih variatif. Penerapan Kurikulum dari teoritis sampai praktis memberikan tambahan kompetensi calon SDM Public Relations. Potret-potret komunikasi yang pernah dialami secara spesifik dalam penelitian ini diabaikan. Kelemahan ini ditutup dengan pengalihan informasi berkaitan dengan pengalaman komunikasi yang pernah dari lingkungan yang pernah diterimannya.

Berdasarkan temuan diatas, bahwa secara rata-rata Mahasiswa dengan kurikulum sebelum KBK lebih rendah pengetahuan, emphati dan kemampuan memenaj interaksi (walaupun ada beberapa yang lebih kuat dibanding mahasiswa sesudah menerima kurikulum KBK).. Berdasarkan data ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa selain proses pendidikan formal tentunya aspek pengalaman dan jenis pelatihan memegang peranan yang penting.

Rekomendasi bagi Mahasiswa yang menerima matakuliah dengan kurikulum KBK untuk memiliki kompetensi komunikasi yaitu dengan meningkatkan pengalaman komunikasi dengan berbagai tipe komunikasi, berbagai situasi komunikasi dan konteks-konteks komunikasi yang lebih luas. Untuk meningkatkan skill komunikasi tentunya dibutuhkan pelatihan pengembangan diri.

Aspek pengetahuan komunikasi dan motivasi komunikasi yang dapat diupayakan lebih cepat, dibandingkan skill komunikasi. Pengetahuan komunikasi yang dibutuhkan bagaimana menerapkan pengetahuan teoritis (konseptual) komunikasi dan Public Relations. Motivasi komunikasi dapat diajarkan melalui penerapan etika komunikasi, etika profesi dan profesional image.

Mengkaji pendapat Krishnamurthy tersebut, bahwa sebagai calon sarjana PR penting memiliki kemampuan konseptual komunikasi dan konsep Publik Relations, sehingga jelas arah dan tujuan-tujuan komunikasi yang hendak dicapai. *Relationship* dapat dibangun jika trust dapat dibangun. Untuk membangun trust dibutuhkan kemampuan berkomunikasi dengan berbagai karakter individu yang berbeda-beda, situasi komunikasi yang berbeda-beda, Kapan harus berkomunikasi secara direktif, informatif dan persuasif. Kemampuan etika komunikasi ketimuran dan dinamika masyarakat lokal dan global akan meningkatkan kemampuan menciptakan komunikasi yang tidak saja menarik, tetapi juga mampu melontarkan ide-ide segar untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

Dalam aspek pengembangan kompetensi calon SDM Public Relations, bahwa aspek kompetensi komunikasi dan *relationship building* sangat dibutuhkan. Beberapa kompetensi komunikasi dalam mempersuasi publik, kemampuan dalam menulis, komunikasi dengan orang baru apalagi yang berbeda budaya dibutuhkan oleh calon-calon SDM Public Relations.

Standart kompetensi yang dikaji oleh Krishnamurthy dapat digunakan sebagai salah satu pijakan dalam

membangun kurikulum dan pelatihan-pelatihan bagi mahasiswa Public Relations. Aspek penerapan kemampuan dalam praktek menunjukkan bahwa mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK lebih memiliki variasi dan kompetensi komunikasi lebih baik. Dengan demikian kompetensi komunikasi tidak saja pada aspek pengetahuan pada tataran teoritis tetapi juga kompetensi komunikasi dalam tataran praktek.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan : Berdasarkan analisis data, maka ditarik beberapa simpulan sebagai berikut : (1). Jenis dan variasi pelatihan yang pernah diikuti oleh Mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK yaitu etika komunikasi, etika pergaulan, MC, menulis majalah, pengembangan diri, pidato, protokoler, public speaking dan gabungan beberapa pelatihan tersebut. (2). Variasi pelatihan mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK yang pernah diikuti yaitu MC, menulis, table manner dan gabungan dari pelatihan tersebut. (3). Berdasarkan *self evaluator* bahwa mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK tidak cukup kompeten dalam menyimak, menyampaikan gagasan tertulis, pengendalian situasi komunikasi, mengakhiri percakapan, cara berkomunikasi dengan orang baru, memotivasi orang lain melalui komunikasi, memahami orang lain, tegang dalam berkomunikasi, daya tarik komunikasi mengontrol percakapan, tertutup dan kemampuan memilih bahan percakapan tergolong rendah. Sedangkan kompetensi komunikasi yang tergolong sudah cenderung memadai yaitu

kemampuan melalui telepon, komunikasi lisan, kemampuan komunikasi melalui e-mail, kemampuan memperhatikan pesan non verbal lawan bicara, motivasi komunikasi tidak hanya yang menguntungkan, dan kemampuan adaptasi dengan situasi komunikasi yang berbeda. (4). Berdasarkan *self evaluator* bahwa mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK memiliki kompeten komunikasi baik tentang pengetahuan, skill, motivasi dan kemampuan memanj interaksi. Beberapa hal yang ia pandang masih kurang yaitu kemampuan berkomunikasi dengan orang yang baru kenal, kemampuan memotivasi orang lain melalui komunikasi (kemampuan persuasive), daya tarik komunikasinya dan motivasi komunikasi-bahwa orang lain harus memahaminya. (5). Berdasarkan uji hipotesis, bahwa ada perbedaan kompetensi komunikasi antara Mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK dibandingkan *Public Relations* sesudah dengan penerapan kurikulum KBK.

Saran : Bagi penelitian berikutnya dan pengembangan kurikulum serta calon SDM Public Relation dalam meningkatkan kompetensinya, disarankan ; (1). Variasi pelatihan yang diikuti oleh mahasiswa *Public Relations* sesudah dengan kurikulum KBK lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa *Public Relations* sebelum dengan kurikulum KBK, dengan demikian untuk meningkatkan kompetensi komunikasinya perlunya pelatihan-pelatihan yang pernah diikuti oleh mahasiswa *Public Relations* sesudah penerapan kurikulum KBK. (2). Mahasiswa *Public Relations* sesudah penerapan kurikulum lebih banyak

mempraktekkan kompetensi komunikasi, memiliki pengalaman dengan variasi komunikasi lebih banyak, maka kurikulum KBK dijalankan dengan pemberian materi teoritis sampai mempraktekkan nya. untuk meningkatkan kompetensi komunikasi melalui bekal koseptual komunikasi dan public relations dan pelatihan dengan praktek dalam dunia nyata Public Relations. (3). Rekomendasi Pelatihan kompetensi komunikasi yang dapat dilakukan oleh Bidang Studi Public Relations yaitu pelatihan komunikasi persuasive dan informatif, relationship building, forecasting, *language in written and oral communication, Informative and persuasive writing, dan Sensitive interpersonal communication.*

DAFTAR RUJUKAN

- Azwar, Saiffudin, 1997, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Cutlip, Scott. M, Center, Allen. H, and Broom, Glen. M, 2006, *Effective Public Relations*. Edisi kesembilan, Jakarta: Prentice Hall, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Eichhhorn C.K, 2007, *Cognitive Communication Competence Within Public Relations Pratitioners : Examining Gender Differences Between Technicians and managers, Public Relations Review* 33. p.77-83
- Hargie. Owen, Touris. Dennis, Wilson.Noel, *Communication Audit and Effect of Increased Information : A Follow-up Study*, Journal of Business Communication 2002;39;414. from <http://job.sagepub.com/cgi/content/refs/39/4/414>
- Hendrix, A.Jerry, 2001, *Public Relation Case*, wadsworth, Thomson Learning, Belmont,USA.
- Hogar, Elaine and Ellis,Roger, 2006, *Evaluation and Communication: Using a*

- Communication Audit to Evaluated Organizational Communication*, Evaluation Review Vol 30 No 2. From <http://job.sagepub.com/cgi/content/refs/30/2/171>
- John, J. David and Chang, H. Jung, 2000, *Internal and External Communication, Boundary Spanning, and Innovation Adoption*, *Journal of Business Communication*, <http://job.sagepub.com/cgi/content/37/3/238>
- Jefkins, Frank, 2003, *Public Relations edisi kelima*, PT Erlangga, Jakarta
- Janusik Ann Laura, 2004, *The Relationship Between Conversational Listening Span and Perceive Communicative Competence*, Dissertation, Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park.
- Kasper G (1997). *Can pragmatic competence be taught? (NetWork #6)*. Honolulu: University of Hawaii, Second Language Teaching and Curriculum Center. Retrieved 02, Nov., 2004 from http://nflrc.hawaii.edu/NetWorks/NW_06/default.html.
- Larsari, Vahid Norouzi , *Learners' communicative competence in English as a foreign language (EFL) Journal of English and literature* Vol. 2(7), pp. 161-165, September 2011 Available online <http://www.academicjournals.org/ijel> ISSN 2141-2626 ©2011 Academic Journals , http://www.academicjournals.org/article/article1379427154_Larsari.pdf
- Littlejohn W. Stephen and Foss A. Karen, 2005, *Theories of Human Communication, Eighth Edition*, Thomson, Wadworth, Spain.
- _____, 2009, *Encyclopedia of communication theory*, Copyright by SAGE Publications, Inc., Printed in the United States of America.
- Leh ASC (1999). *Computer-Mediated Communication and Foreign Language Learning via Electronic Mail. Interactive Multimedia Elect. J. Comp. Enhanced Learning*. Retrieved on 10, Oct, 2004 from <http://imej.wfu.edu/articles/1999/2/08/index.asp>
- Mueller, J. Daniel, 1986, *Measuring Social Attitudes*, Teacher College Press, 1234, Amsterdam Avenue, New York.

Sriramesh, Krishnamurthy and Lisa B. Hornoman, *Public Relations as a Profession, An Analysis of Curricular Content in the United States*, Downloaded from <http://crc.sagepub.com> on November 21, 2007.

Salleh, Lailawati Mohd, *Human Communication . A Publication of the Pacific and Asian Communication Association. Vol. 11, No. 3, pp.303 – 312*, <http://www.uab.edu/Communicationstudies/humancommunication/11.3.04.pdf>

Uchjana, E. Onong, 2005, *Ilmu Komunikasi – Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Bandung