

**HUBUNGAN ANTARA SIKAP DAN PERILAKU PEJABAT
PUBLIC RELATIONS DENGAN EFEKNYA DALAM KINERJA**
(Studi Hubungan antara Sikap terhadap Penerapan Budaya Korporat
dan Perilaku Penerapan Budaya Korporat dengan Efeknya dalam Kinerja
Pejabat *Public Relations* Perbankan Swasta Nasional Anggota Perbanas)¹

*Anto Suranto*²

ABSTRACT

This research has been done to get the answer of this research main problem, involve: is there relationships between attitude and behavior of corporate culture application in national private banking public relations officer, is there relationships between attitude of corporate culture application and its effect on performance in national private banking public relations officer, and is there relationships between behavior of corporate culture application and its effect on performance in national private banking public relations officer. This research has been done in the head office from their own bank where the public relations officer banking working.

In this research we used quantitative approach. The important thing from this research is for verify cognitive dissonance of Leon Festinger. The method which is used in this research is correlational method. To verify the hypothesis we have already arranged Pearson correlation test and multiple linear regression analysis.

The result of this research and hypothesis found that they are having significant and potential between attitude and behavior of corporate culture application in national private banking public relations

officer. Thus, cognitive dissonance of Leon Festinger, can be accepted. And for relationship between attitude of corporate culture application and its effect on performance in national private banking public relations officer found out that also they are having significant and potential. Also for relationship between behavior of corporate culture application and its effect on performance in national private banking public relations officer found out that also they are having significant and potential.

Key words: Attitude, Behavior, Performance, Corporate Culture, Boundary Spanning, Kognitif Dissonance, and Public Relations.

PENDAHULUAN

Suatu organisasi didirikan hakikatnya sebagai wadah kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Seperti dikemukakan Prawirosentono (1999:19), keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya banyak bergantung kepada perilaku dan sikap orang-orang dalam organisasi yang bersangkutan. Pegawai sebagai pelaku organisasi, kehadirannya tidak terlepas dari pengaruh lingkungan terutama organisasi itu

¹ Artikel ini adalah Disertasi di Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan terhadap artikel ini.

² Dr. Anto Suranto, M.Si. adalah Dosen Tetap Jurusan Komunikasi FISIP UNS. Dosen Luar Biasa di PTIK Mabes Polri, STIKOM, London School of Public Relations Jakarta, dan STIKOM Interstudi Jakarta.

sendiri. Menurut Krech *et. al.* (1962:339) manusia beserta segenap perilakunya dengan dunia sekitarnya dapat saling mempengaruhi dan sebagai hasil interaksinya berupa kebudayaan. Prawirosentono (1999:69) mengemukakan perbedaan budaya mengakibatkan perbedaan dalam perilaku (*behavior*) dan sikap (*attitude*) dalam kegiatan organisasi. Lebih lanjut menurutnya, perbedaan perilaku dan sikap berakibat pada perbedaan hasil dalam kinerja tugas (*Job Performance*).

Begitu pula yang terjadi dalam dunia perbankan. Dalam konteks perbankan Indonesia, disadari oleh banyak pihak bahwa krisis yang terjadi pada saat itu tidak semata-mata krisis sebagai akibat *insolvency bank* melainkan lebih bersifat krisis sistemik (*systemic banking crisis*). Menurut Wijaya (2003:117) betapa krisis perbankan nasional sangat dipengaruhi oleh unsur minimnya pengalaman para pengelolanya. Dengan kata lain, terjadinya *mis-management* (salah urus) dalam dunia perbankan nasional tidak terlepas dari pengaruh kinerja para pelaksananya.

Dalam konteks teori sistem, tidak terkecuali dalam kaitan ini menyangkut peran *public relations* dalam menjalankan fungsi komunikasi organisasi. Peranan *public relations* sebagai sub sistem organisasi perbankan dipandang sangat vital. Ini seperti dikemukakan Sumarni (1993:65) bahwa titik pusat perhatian sistem organisasi atau bank yang besar adalah pada masalah komunikasi. Menurut Zulkarnaen (2002:9) sebagai alat manajemen modern *public relations* merupakan bagian integral dari perusahaan (organisasi).

Menyadari akan peran penting pejabat *public relations* tersebut maka sudah selayaknya apabila perilaku dan sikap pejabat *public relations* perlu dibimbing oleh budaya organisasi yang berlaku, sehingga kinerjanya diharapkan dapat berkontribusi nyata dalam mencapai kinerja perusahaan. Namun demikian, dalam praktik sering peran *public relations* perbankan khususnya dalam rangka fungsi membangun *corporate image* masih dipandang sebelah mata, sehingga kehadiran *public relations* dalam organisasi perbankan tidak lebih masih sekedar merupakan status saja.

Demikian pula dalam menjalankan perannya, banyak pejabat *public relations* perbankan nasional yang masih tampak kurang mampu menjalankan

tugasnya. Wasesa (2005:119) mengemukakan pada saat krisis, mereka justru bersikap protektif. Sebaliknya pada situasi normal, justru mereka tidak memberikan informasi tambahan yang bermanfaat bagi citra perusahaan. Pernyataan serupa juga dikemukakan Ruslan (1999:16) dalam hal terjadi krisis pada suatu bank, berbagai kalangan mempertanyakan peran *public relations officer* (PRO) bank tersebut selama ini. Dalam situasi dilanda krisis memuncak, seolah-olah bagian *public relations* perusahaan menghilang dan tidak lagi banyak berperan membantu perusahaan. Kondisi demikian seperti terlihat dari beberapa kasus perbankan yang ada, mulai dari kasus Bank Summa, Bank Bali, hingga terakhir Bank Dagang Bali dan Bank Asiatic. Semua itu mengindikasikan betapa masih belum mampunya pejabat *public relations* perbankan nasional menjalankan fungsinya secara efektif. Menurut Afdhal (2002) dalam praktik banyak eksekutif *public relations* perusahaan yang terjebak dalam pekerjaan administratif yang rutin.

Kurang mampunya pejabat *public relations* dalam menjalankan fungsi komunikasi korporatnya, bukan tidak mungkin secara internal individu sebagai akibat kurang mampunya pejabat *public relations* yang bersangkutan dalam melaksanakan (mengimplementasikan) budaya perusahaan secara konsekuen melalui pola sikap dan perilakunya, sehingga hal itu berakibat kepada kinerjanya yang kurang dapat diharapkan.

Kondisi demikian bukan tidak mungkin disebabkan oleh adanya suatu kondisi kontradiksi. Pada satu sisi perbankan nasional mempunyai suatu budaya yang cukup dipegang kuat, yakni menyangkut nilai dan norma yang berkaitan dengan persoalan menjaga kerahasiaan bank. Kondisi demikian tidak mustahil cenderung akan mendorong lembaga perbankan berikut karyawannya termasuk dalam hal ini pejabat *public relations* ke arah memiliki sikap dan perilaku tertutup.

Pada sisi lain, *public relations* dalam perspektif teori sistem pada dasarnya memainkan peran sebagai *boundary spanning*. Peran demikian jelas secara otomatis akan mendorong pejabat *public relations* ke arah memiliki sikap dan perilaku terbuka. Dengan demikian, jelas kondisi kontradiktif seperti itu bukan mustahil akan cukup mengganggu atau sangat tidak menguntungkan bagi pejabat *public relations* dalam

melaksanakan tugas sebagai *corporate communications*.

Selanjutnya kondisi kontradiktif atau ketidaksesuaian demikian bukan tidak mungkin sedikit banyak akan mempengaruhi kinerja yang dihasilkan oleh pejabat *public relations* yang bersangkutan. Karena adanya kondisi demikian dalam perspektif Teori Kognitif Disonan Leon Festinger akan menimbulkan suatu kondisi ketegangan pada diri pejabat *public relations* sebagai akibat adanya keadaan disonan (ketidaksesuaian) dalam diri pejabat *public relations*. Keadaan demikian akan berpengaruh pada konstelasi hubungan antara sikap dan perilakunya yang selanjutnya tentu akan mempengaruhi kinerjanya dalam menjalankan tugas komunikasi korporat.

Pada akhirnya dapat dipahami bahwa kinerja pejabat *public relations* tidak terlepas dalam kaitannya dengan konteks pengaruh budaya perusahaan. Menurut Kasali (1994:108-113) praktisi *public relations* bisa gagal dalam menjalankan perannya karena praktisi *public relations* tidak mengenal budaya yang dianutnya. Cushway dan Lodge (1999:25) mengemukakan bahwa budaya mempengaruhi cara pekerjaan dilakukan dan cara para pegawai berperilaku. Dengan demikian, budaya akan menuntun berkaitan dengan apa yang boleh dilakukan dan bagaimana melakukannya yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerjanya.

Menurut Kreitner dan Kinicki (2003:90) beberapa studi menunjukkan budaya organisasi berhubungan secara signifikan dengan sikap dan perilaku karyawan, sedangkan Ndraha (1999:81) mengemukakan adanya temuan berbagai penelitian yang menunjukkan terdapat korelasi positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan prestasi kerja (*performance*) karyawan.

Berdasarkan asumsi dan dasar pemikiran seperti tersebut di atas yang menyadari adanya kenyataan masih rendahnya kinerja *public relations* perbankan nasional yang secara empiris berkaitan dengan budaya korporatnya. Maka dipandang perlu untuk meneliti sikap dan perilaku pejabat *public relations* dalam penerapan budaya perusahaan dan kaitannya dengan efek yang berupa kinerjanya. Penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor penerapan budaya

perusahaan merupakan kendala bagi pejabat *public relations* dalam menjalankan perannya sehingga berakibat (berkaitan) pada kinerjanya.

KAJIAN PUSTAKA

Budaya Korporat

Menurut Ndraha (1997:52-54) kajian organisasi memberikan pemahaman tentang organisasi sebagai subyek dan obyek budaya. Budaya organisasi terbentuk dari karakteristik organisasi sebagai obyek dan subyeknya. Pada dasarnya, setiap organisasi mempunyai budaya. Menurut Jermier *et al.* (Robbins, 1996:292) kebanyakan organisasi besar mempunyai suatu budaya yang dominan yang mempengaruhi perilaku anggota-anggotanya.

Menurut Ndraha (1997:1) istilah budaya organisasi dan budaya perusahaan merupakan salinan dari bahasa Inggris "*Organizational Culture*" dan "*Corporate Culture*". Budaya perusahaan merupakan aplikasi budaya organisasi terhadap badan usaha atau perusahaan. Menurut Deal dan Kennedy seperti dikutip Howard Schult (Silalahi, 2004:35) budaya perusahaan mempunyai pengertian sebagai kebiasaan kerja seluruh manajemen dan karyawan suatu perusahaan yang telah diterima sebagai standar perilaku kerja, serta membuat mereka terikat secara emosional kepada perusahaan. Menurut Silalahi (2004:36) budaya perusahaan menekankan masalah peningkatan unjuk kerja dan nilai atau "*value delivery*".

Selanjutnya dilihat dari unsur-unsurnya, menurut Kotter dan Heskett seperti dikutip Kotler dkk. (2003:107) budaya perusahaan pada hakikatnya berisi dua unsur, yaitu nilai-nilai (*shared value*) dan perilaku bersama (*common behavior*). Adapun George Day (Kotler dkk, 2003:134) mengatakan budaya perusahaan memiliki dua unsur lain yang lebih dapat diakses daripada nilai-nilai. Dua unsur baru tersebut, yaitu (1) norma-norma (*norms*) dan (2) model pikiran (*mental model*).

Menurut Linda Smircich (1983) dalam kaitannya dengan analisis konsep budaya organisasi ada lima tema riset dalam konteks irisan teori budaya dan teori organisasi. Kelima tema tersebut meliputi: "*comparative management, corporate culture, organizational cognition, organizational symbolism, and uncon-*

scious processes and organization.” Lebih lanjut menurut Smircich, dalam fokus mikro penelitian tentang budaya organisasi mengarah kepada pola-pola sikap dan tindakan (perilaku) individual anggota organisasi.

Dalam konteks sebuah organisasi, budaya korporat mempunyai peranan penting dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan organisasi. Menurut Kotler dkk. (2003:132) budaya membimbing perilaku karyawan dan memberikan “*sense of identity*”, keunikan korporat, dan stabilitas. Menurut Gibson *et. al.* (1996:78) kultur mempengaruhi cara manusia bertindak di dalam organisasi. Adapun menurut Robbins (1996:294) budaya melakukan sejumlah fungsi di dalam sebuah organisasi, salah satunya memandu dan membentuk sikap serta perilaku para karyawan.

Public Relations

Dalam pandangan obyektif, organisasi berarti struktur (Pace dan Faules, 1998:11). Menurut Scott seperti dikutip Pace dan Faules (1998:63) organisasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berinteraksi dengan proses penghubung utamanya adalah komunikasi. Menurut Lubis dan Huseini (1987:6) organisasi sebagai suatu sistem terbuka merupakan bagian (sub sistem) dari lingkungannya, sehingga organisasi dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh lingkungannya. Menurut pendekatan teori sistem terbuka, *public relations* dalam suatu organisasi mempunyai peran sebagai penghubung batas (*boundary spanning*) (Grunig, 1992:93), atau bagian peredam (Robbins, 1990:366) atau sub sistem adaptif (Cutlip, Center, dan Broom, 2000:233) terhadap lingkungan di luar organisasi.

Menurut Grunig (Caywood, 1997:287) *public relations* sebagai manajemen komunikasi di antara suatu organisasi dan publiknya. Untuk lebih memahami pengertian konsep *public relations*, Cutlip dan Center seperti dikutip Putra (1999:8) membedakan *public relations* sebagai *the operating concept of administration* dan *public relations* sebagai *specialized staff function serving administrator*. Menurut Cutlip *et. al.* (2000:45) serta Grunig dan Hunt (1984:91) menyimpulkan ada dua peran dominan praktisi *Public Relations*, yaitu (1) *Public Relations Technician* dan (2) *Public Relations Manager* yang merupakan gabungan dari tiga jenis peran praktisi *Public Rela-*

tions yang meliputi *Expert Prescriber*, *Communication Facilitator*, dan *Problem Solving Facilitator*.

Menurut Wilcox *et. al.* (1995:7-8) *public relations* yang efektif didasarkan pada kebijakan-kebijakan dan kinerja-kinerja yang aktual. Menurut Rex F. Harlow (Ruslan, 2001:34) fungsi *public relations* dapat dibagi dua, yaitu (1) *Public relations* sebagai *methods of communication*, artinya *public relations* merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of action*) dan (2) *Public relations* sebagai *state of being*, artinya *public relations* merupakan perwujudan suatu kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” ke dalam bentuk biro, bagian, divisi, atau seksi.

Menurut Beard (2004:3) gaya manajemen departemen *public relations* secara substansial akan selalu dipengaruhi oleh kondisi dasar, struktur, dan budaya organisasi tempatnya beroperasi, sedangkan Kasali (1994:108-113) mengenai kaitan budaya perusahaan dengan *public relations* menyatakan karena pekerjaan *public relations* adalah pekerjaan komunikasi maka kaitannya dengan budaya perusahaan sangat erat. Adapun Sriramesh *et al.* (Grunig, 1992:578-579) menerangkan budaya akan mempunyai pengaruh yang kuat pada *public relations*, sedangkan menurut Tondowijodjo (2002:77) budaya perusahaan atau organisasi sangat besar pengaruhnya bagi kegiatan *public relations*.

Hubungan Sikap dan Perilaku

Menurut Robbins (2001:138) sikap merupakan pernyataan evaluatif – baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan – mengenai obyek, orang, atau peristiwa. Menurut Azwar (1988:3-4) sikap dalam orientasi teori kognitif merupakan konstelasi komponen kognitif, afektif, dan psikomotorik atau konatif, yang berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu obyek.

Mann (Azwar, 1988:23-24) menyatakan sekalipun diasumsikan bahwa sikap merupakan predisposisi evaluatif yang banyak menentukan cara individu bertindak, akan tetapi sikap dan tindakan nyata sering jauh berbeda. Teori organisasi sikap yang dipandang sesuai dengan penelitian ini adalah Teori disonansi kognitif Festinger (Atkinson, 1991:378) berasumsi bahwa ada semacam dorongan untuk mencapai keajekan kognitif. Menurut Festinger (Sears, 1988:148),

sikap akan berubah demi mempertahankan konsistensi dengan perilaku nyatanya.

Teori konsistensi memiliki banyak implikasi pada cara manusia berkomunikasi (Severin dan Tankard, 2005:171) orang mengurangi disonansi pasca-keputusan dengan pengingat selektif terhadap fakta, dan orang berusaha mengubah sikap melalui permainan peran yang dipaksa (Severin dan Tankard, 2005:171). Menurut Robbins (2001:144) sikap mempengaruhi perilaku. Pada bagian lain Robbins (2001:145) menyatakan walaupun sebagian besar studi hubungan sikap dan perilaku menghasilkan hasil positif, namun hubungan tersebut cenderung lemah sebelum dilakukan penyesuaian variabel-variabel pelunak. Sementara hubungan sikap dan perilaku umumnya positif dan lemah.

Menurut Robert A. Baron dan Donn Byrne (2004:130-132) penelitian yang lebih baik mengindikasikan bahwa di bawah kondisi tertentu, sikap mempengaruhi tingkah laku. Menurut Ajzen dan Fishbein (Robert A. Baron dan Donn Byrne, 2004:130-132) hambatan situasi (*situational constraint*) mengenai hubungan antara sikap dan tingkah laku, situasi ini mencegah sikap diekspresikan dalam tingkah laku yang tampak. Menurut Robert A. Baron dan Donn Byrne (2004:134-135) hubungan antara sikap dan tingkah laku sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek dari sikap itu sendiri, yaitu (1) Sumber dari sikap (*attitude origins*), (2) Kekuatan sikap (*attitude strength*), dan (3) Kekhususan sikap (*attitude specificity*). Menurut Petty dan Krosnick (Baron dan Byrne, 2004:135) sikap memang mempengaruhi tingkah laku, namun kekuatan hubungan ini sangat ditentukan oleh beberapa faktor yang berbeda, seperti hambatan situasional yang mengizinkan atau tidak mengizinkan seseorang menampilkan ekspresi lahiriah dari sikapnya, begitu pula aspek dari sikap itu sendiri, seperti sifatnya, kekuatan, dan kekhususannya dibandingkan yang lain.

Hubungan Sikap dan Kinerja

Menurut Gibson *et al.* (1984:57) sikap adalah kesiapan mental yang diorganisasi lewat pengalaman, yang mempunyai pengaruh tertentu kepada tanggapan seseorang terhadap orang lain, obyek dan situasi yang berhubungan dengannya. Menurut Triandis (1971:1), sikap adalah hasil dari suatu proses sosial. Proses ini

mempengaruhi hasil budaya masyarakat, dan jika sikapnya dapat diketahui berarti dapat pula diperkirakan reaksinya terhadap obyek yang diminati.

Mengutip pendapat Roxeach, Suryabrata (1978:11) mengemukakan sikap memberikan dasar kepada seseorang untuk membuat respons. Duncan (1981:19) menekankan bahwa sikap merupakan suatu reaksi dan cara bereaksi terhadap rangsangan yang timbul pada situasi tertentu. Menurut Gibson *et. al.* (1996:146) kebudayaan, moral, dan bahasa mempengaruhi sikap. Melalui pengalaman kerja, pekerja mengembangkan sikap mengenai tinjauan prestasi, kemampuan manajerial, dll. Pengalaman menyebabkan beberapa perbedaan sikap individu terhadap kinerja, loyalitas, dan komitmen.

Menurut Gibson, *et. al.* (1996:42) teori sistem juga dapat menjelaskan mengenai sikap individu. "Masukan" sikap individu adalah sebab-sebab yang berkembang dari tempat kerja. Masukan (sebab) ini lalu diproses oleh mental individu dan proses psikologikal untuk menghasilkan suatu hasil tertentu. Kemudian menurut Robbins (2001:66) setiap perubahan yang relatif permanen dari sikap yang terjadi sebagai hasil pengalaman yang pada dasarnya mengekspresikan proses pembelajaran. Berikutnya teori kepribadian dapat membantu dan meramalkan sikap seseorang. Menurut Robbins (2001:77) kepribadian membimbing ke kinerja yang efektif.

Hubungan Perilaku dan Kinerja.

Menurut Gibson, *et. al.* (1996:123-126) perilaku seorang pekerja adalah kompleks sebab dipengaruhi oleh berbagai variabel lingkungan dan banyak faktor individual, pengalaman, dan kejadian. Menurut Kurt Lewin, perilaku pekerja adalah fungsi dari variabel individu dan lingkungan. Menurut Kast dan Rosenzweig (1990:570) kinerja merupakan hasil karya yang dicapai atau prestasi. Kinerja individu menunjuk kepada hasil karya yang dicapai oleh seseorang sehubungan dengan posisinya dalam organisasi (perusahaan), sedangkan menurut Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2002:78) kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan. Menurut Bacal (2001:149), kinerja seseorang pada dasarnya dipengaruhi oleh dua hal, yaitu (1) Faktor-faktor individu, dan (2) Faktor-faktor sistem.

Menurut Gibson *et. al.* (1996:124-126) perilaku pekerja menentukan hasil. Hasil yang dikehendaki dari perilaku pekerja adalah prestasi yang efektif. Di dalam organisasi variabel individu dan lingkungan berpengaruh tidak hanya kepada perilaku tetapi juga kepada kinerja. Mengutip Robert Albanese dan David D. Van Fleet (Gibson *et.al.*, 1996:126-127) perilaku yang berhubungan dengan kinerja langsung diasosiasikan dengan tugas-tugas kerja yang perlu diselesaikan untuk mencapai tujuan kerja. Perilaku yang berhubungan dengan kinerja termasuk tindakan seperti mengenali masalah - masalah kinerja, perencanaan, pengaturan, dan pengendalian kerja dari pekerja, dan menciptakan iklim yang mendorong bawahannya.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berakar pada rasionalisme Immanuel Kant (1724-1804), Rene Descartes (1596-1650), bahkan sampai ke Plato (Rakhmat, 1986:32). Dalam penelitian ini akan banyak digunakan teori-teori dalam pendekatan kognitif sebagai *grand theory* dan Teori sistem sebagai *middle range theory*. Menurut Boeree (2000:475), Ludwig Von Bertalanffy mencabangkan Teori Sistem ke dalam psikologi kognitif, ia memperkenalkan sebuah epistemologi holistik yang ia kontraskan dengan *behaviorisme*.

Menurut Sarwono (2002:84) pendekatan kognitif memandang semua informasi yang masuk di proses dalam kognisi manusia sebelum akhirnya dijadikan keputusan, sikap, atau perilaku. Dalam pandangan Teori Kognitif, manusia dalam mempersepsi lingkungannya tidak sekedar mengandalkan pada sesuatu yang diterima dari pengindraannya, tetapi masukan penginderaan diberi makna selanjutnya dijadikan awal dari suatu perilaku. Lebih lanjut Sarwono (2002:240-241) menyatakan sikap dapat menentukan perilaku jika muncul dalam kesadaran seseorang. Jadi hubungan antara sikap dan perilaku dipengaruhi oleh bagaimana caranya sikap itu masuk ke dalam kesadaran. Menurut pendekatan kognitif (Sears *et.al.*, 1988:19) perilaku seseorang tergantung pada caranya mengamati situasi sosial. Pada bagian lain Sears *et.al.* (1988:141) menyatakan pendekatan kognitif menegaskan orang mencari kesesuaian dalam sikap dan antara sikap dan perilaku. Dalam pandangan teori kognitif (Walgito, 2002:13) perilaku individu merupakan

respons dari stimulus dan dalam diri individu itu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya.

Selanjutnya penelitian ini mendasarkan diri pada Teori Konsistensi yang menyatakan individu berusaha mengoptimalkan makna dalam persepsi, perasaan, kognisi, dan pengalamannya (Rakhmat, 1989:34). Salah satunya teori konsistensi adalah Teori Disonansi Kognitif yang banyak dipengaruhi teori psikologi lapangan Kurt Lewin (Sarwono, 2002:112; Effendy, 2000:18). Teori Disonansi Kognitif Leon Festinger (1957) (Walgito, 2002:119-120; Sarwono, 2001:111-114) menyatakan sikap individu itu konsisten satu dengan yang lain dan dalam tindakannya juga konsisten satu dengan yang lain. Menurut Sears *et.al.* (1988:148) teori Ketidaksesuaian (*Disonance Theory*) Leon Festinger menyatakan sikap akan berubah demi mempertahankan konsistensi dengan perilaku nyatanya. Teori Disonansi Kognitif (Sears *et.al.*, 1988:156) mengasumsikan adanya tekanan terhadap konsistensi. Perilaku konsisten dengan sikap hanya dalam kondisi tertentu, yaitu: sikap yang kuat, jelas, spesifik, dan tanpa tekanan situasi yang bertentangan. Menurut Jones dan Davis (1965) (Sarwono, 2001:173-175) tindakan (*act*) merupakan keseluruhan respons (reaksi) yang mencerminkan pilihan si pelaku dan yang mempunyai akibat (efek) terhadap lingkungannya. Adapun efek didefinisikan sebagai perubahan nyata yang dihasilkan oleh tindakan. Menurut Sears *et.al.* (1988:153), orang melakukan perilaku nyata dipengaruhi oleh sikap mereka dan oleh situasi.

Lebih lanjut, sikap dan perilaku anggota organisasi mempengaruhi kinerja orang yang bersangkutan (Prawirosentono, 1999:103-104). Karena pada prinsipnya manusia sebagai pelaku organisasi mempunyai perbedaan dalam sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*) yang pada akhirnya perbedaan sikap dan perilaku tersebut akan menyebabkan setiap individu yang melakukan kegiatan dalam organisasi mempunyai kinerja (kemampuan kerja) yang berbeda (Prawirosentono, 1999:25)

Kinerja seorang karyawan selain dipengaruhi oleh sikap dan perilakunya, juga dipengaruhi oleh lingkungannya. Karena lingkungan membentuk budaya organisasi maka kinerja seseorang pada dasarnya juga dipengaruhi oleh budaya organisasi yang bersangkutan (Prawirosentono, 1999:83). Kinerja

sebagai aspek (hasil) perilaku berhubungan dengan budaya perusahaan. Kondisi demikian dapat berlangsung mengingat budaya organisasi menjadi pedoman yang akan membimbing sikap dan perilaku anggota organisasi (karyawan) dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Public relations sebagai bagian (sub sistem) organisasi tidak terkecuali kinerjanya juga dipengaruhi oleh lingkungan tempatnya beroperasi yang membentuk budaya organisasi yang secara substansial juga berpengaruh terhadap praktek *public relations* (Beard, 2004:3; Putra, 1999:16). Dengan demikian, budaya organisasi akan mempengaruhi sikap dan perilaku *public relations*. Selanjutnya sikap dan perilaku *public relations* akan menghasilkan suatu kinerja (hasil karya atau prestasi) tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan: desain penelitian eksplanasi (Neuman, 2000:22), pendekatan kuantitatif (Neuman, 2000:16), metode penelitian korelasional (Valera, 1989:17), dan teknik penelitian survei (*survey research*) ((Rosenberg dan Galtung (1982:8-9); Yin (2002,8); Neuman (2000:34)). Selanjutnya operasionalisasi variabel meliputi (1) Sikap yang diukur dengan 3 (tiga) dimensi, yaitu komponen kognitif, afektif, dan kecenderungan bertindak (*response trait/psikomotorik*) (Krech dkk, 1962) dengan metode pengukuran *rating scale*. Pengukuran sikap diberlakukan pada pejabat *public relations*; (2) Perilaku diukur dengan 3 (tiga) dimensi, yaitu frekuensi, intensitas, dan latensi (Moskowitz dan Orgel, 1969:13) dengan metode pengukuran *rating scale*; dan (3) Kinerja yang ukurannya mengacu pada *Fortune Corporate Reputation Index* yang meliputi (1) *Quality of the management*, (2) *Quality of product or service*, serta (3) *Ability to attract develop and keep talented people*. Menurut Mathis dan Jackson (2002:79) juga Robbins (1996:258-259) serta Furtwengler (2002:1-9) kinerja mencakup 3 (tiga) dimensi (kriteria), yaitu hasil tugas, perilaku, dan ciri-ciri. Metode pengukuran menggunakan *rating scale* (Gibson *et. al.* (1996:292); Stephen P. Robbins (1996:261-263); Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2002:92-97); Dessler (1997:5).

Populasi penelitian ini keseluruhan pejabat (manajer) *public relations (corporate communication)*

perbankan swasta nasional anggota perbanas yang berada di kantor pusat, yaitu sejumlah 72 bank. Adapun sampel ditarik dengan teknik *simple random sampling* sebesar 40% (30 bank). Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah pejabat (manajer) *public relations* atau "*communication corporate*"nya dan atasan langsung dari pejabat *public relations* yang bersangkutan. Metode pengumpulan data yang digunakan, untuk data primer dikumpulkan dengan angket (Soehartono, 2000:65), sedangkan untuk data sekunder dipakai teknik dokumentasi (Soehartono, 2000:70) yang meliputi dokumentasi data dari Perbanas, Bank Indonesia, dan Rating Majalah Infobank Juni 2005.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji korelasional (Rakhmat, 2000:27), uji regresi linier berganda (*multiple linear regression*) (Sulaiman, 2004:79), dan analisis jalur. Untuk tujuan penghitungan korelasi digunakan uji korelasi Pearson (Irianto, 2004:136) setelah data dalam skala ordinal di *successive* ke skala interval.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hubungan antara Sikap Terhadap Penerapan Budaya Korporat dan Perilaku Penerapan Budaya Korporat.

Hasil uji statistik inferensi korelasional menunjukkan bahwa antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapan budaya korporat ada hubungan yang kuat, dengan arah korelasi "positif" atau "searah", serta signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dan perilaku penerapan budaya korporat ditolak sedangkan H_1 diterima (koefisien korelasi +0,731 signifikan pada tingkat signifikansi 1%).

Hasil penelitian ini memperkuat berlakunya Teori Kognitif sebagai *grand theory* yang dalam pandangannya melihat manusia dalam mempersepsikan lingkungannya tidak sekedar mengandalkan pada sesuatu yang diterima dari pengindraannya, melainkan masukan penginderaan diberi makna selanjutnya dijadikan awal dari suatu perilaku. Dalam kaitan antara sikap dengan perilaku, tampaknya hasil penelitian ini memperkuat asumsi tentang perilaku seperti dikemukakan Leavit (Sobur, 2003:289) dan Kast dan

Rosenzweig (2002:393-394) bahwa tingkah laku itu ada sebabnya. Hasil temuan penelitian ini memperkuat Teori Kognitif yang melihat sumber penyebab perilaku itu bukan faktor eksternal (faktor lingkungan) melainkan faktor internal (faktor kognitif atau kesadaran). Seperti dikemukakan Davis dan Newstrom (1989:114) bahwa kebutuhan internal membimbing perilaku seseorang. Juga seperti asumsi yang dinyatakan oleh Nadler dan Lawler (Stoner dan Freeman, 1994:19) bahwa individu mengambil keputusan secara sadar mengenai perilakunya.

Secara aplikatif, hasil penelitian ini memperkuat Teori Konsistensi yang berasumsi bahwa individu berusaha mengoptimalkan makna dalam persepsi, perasaan, kognisi, dan pengalamannya (Rakhmat, 1989:34). Adapun Teori Konsistensi yang diperkuat dalam penelitian ini adalah Teori Disonansi Kognitif Leon Festinger, yang berasumsi bahwa kesadaran terdiri dari elemen-elemen kognisi (Naisaban, 2004:131). Dalam pandangan teori ini pada umumnya orang berperilaku konsisten. Jika terjadi disonansi maka orang akan berusaha mengubah perilakunya atau lingkungannya atau menambahkan elemen baru. (Effendy, 2000:262; Walgito, 2002:119-120; Sarwono, 2001:111-114). Adapun menyangkut sumber disonansinya menurut perspektif Festinger (Sarwono, 2001:111) lebih bersumber kepada berlakunya nilai-nilai budaya (*cultural mores*) di dunia perbankan, yaitu menyangkut prinsip “menjaga kerahasiaan bank”. Dalam hal ini adanya budaya perusahaan, yaitu menjaga kerahasiaan bank diberi makna sebagai sesuatu yang bersifat membatasi (mengekan) bagi aktivitas *public relations* yang sebenarnya lebih menuntut adanya kondisi keterbukaan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga dipandang memperkuat Teori Konsistensi Kognitif yang menyatakan bahwa perilaku konsisten dengan sikapnya hanya dalam kondisi tertentu, yaitu sikap yang kuat, jelas, spesifik, dan tanpa tekanan situasi yang bertentangan (Sears *et. al.*, 1988:168-169). Seperti diketahui hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi kondisi disonansi antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dan perilaku penerapan budaya korporat responden. Hal ini sangat dimungkinkan terjadi lebih sebagai akibat adanya tekanan situasi yang ada serta kondisi sikapnya sendiri tidak dalam posisi kuat, sehingga wajar apabila situasi disonansi muncul di

antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapannya.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Petty dan Krosnick (Baron dan Byrne, 2004:135) yang menyatakan bahwa sikap dapat mempengaruhi perilaku namun kekuatan hubungannya sangat ditentukan oleh beberapa faktor, seperti hambatan situasional serta aspek dari sikap itu sendiri, seperti sifatnya, kekuatannya, dan kekhususannya. Menurut hasil penelitian ini tampaknya faktor situasional cukup dominan mempengaruhi kekuatan hubungan antara sikap dengan perilaku sehingga menjadi sumber disonannya. Tampaknya kondisi demikian muncul lebih dikarenakan adanya tekanan situasi yang bertentangan, yaitu masih berlakunya secara kuat budaya menjaga kerahasiaan bank di lingkungan responden. Di samping itu, ketidakkonsistenan hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapan budaya korporat seperti terlihat dari hasil penelitian ini tampaknya juga dikarenakan posisi sikap terhadap penerapan budaya korporat terlihat tidak kuat.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh pendapat Robert Kreitner dan Angelo Kinicki (2003:181-183) serta Gibson *et. al.* (1996:144) dan Robbins (2001:144-145) bahwa hubungan antara sikap dengan perilaku cenderung lemah, namun kekuatan hubungan ini dapat menjadi kuat (dapat ditingkatkan) bila terjadi pada hubungan antara sikap dengan perilaku yang spesifik. Pada kasus penelitian ini tampaknya kondisi demikian berlangsung, mengingat obyek sikap dan perilaku bersifat spesifik, yaitu menyangkut penerapan budaya korporat. Di samping itu, hubungan yang lemah antara sikap dengan perilaku juga dapat diperbaiki (diperkuat) dengan cara memperhatikan adanya variabel pelunak (moderator) yang dapat berupa pengalaman (Baron dan Byrne (2004:134-135); Robbins (2001:144-145); Gibson *dkk* (1996:144); Kreitner dan Kinicki (2003:181-183)) atau kendala sosial yang ada, yang dalam kasus penelitian ini dapat berupa budaya “menjaga kerahasiaan bank” yang secara eksplisit terlihat pada Panca Etika Perbanas. Adapun menurut Azwar (1988:21) kita dapat keliru mengharapkan hubungan sistematis langsung antara sikap dengan perilaku dikarenakan sikap tidak merupakan determinan satu-satunya perilaku, sedangkan menurut Mann seperti dikutip Azwar (1988:22) sikap dan tindakan nyata sering jauh berbeda,

hal ini dikarenakan tindakan nyata tidak hanya ditentukan oleh sikap semata, melainkan oleh banyak faktor eksternal lainnya.

Hubungan antara Sikap terhadap Penerapan Budaya Korporat dan Kinerja Pejabat *Public Relations*

Hasil uji statistik inferensi korelasional menunjukkan bahwa antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan kinerja pejabat *public relations* ada hubungan yang cukup kuat, dengan arah korelasi positif atau searah, serta signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan berarti H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan kinerja pejabat *public relations* ditolak sedangkan H_1 diterima (koefisien korelasi +0,553 signifikan pada tingkat signifikansi 1%).

Hasil penelitian ini memperkuat berlakunya Teori Sistem (Gibson *et. al.*, 1996:42) yang menjelaskan sikap dalam konteks bahwa masukan sikap individu diproses oleh mental individu (proses psikologikal) untuk menghasilkan suatu hasil tertentu. Artinya, bahwa kinerja sebagai suatu hasil pada dasarnya mencerminkan suatu proses mental sikap dari responden maka kalau kinerja yang dihasilkan tergolong “sedang” sudah selayaknya bila hal itu merupakan cerminan dari proses mental sikap responden yang tergolong “negatif” terhadap penerapan budaya korporatnya.

Adapun Kast dan Rosenzweig (2002:394) mengemukakan bahwa pengaruh-pengaruh potensial disaring oleh sikap melalui persepsi, kognisi, dan motivasi. Efek berbagai rangsangan terhadap sikap bergantung pada bagaimana pandangan dan anggapan individu itu terhadap rangsangan tersebut. Apakah seseorang tergerak (*motivated*) untuk melakukan usaha atau untuk bersikap dengan suatu cara tertentu bergantung pada kekuatan rangsangan itu dan konteks terjadinya.

Hasil penelitian ini juga dapat dimaknai bahwa kondisi pejabat *public relations* yang mempunyai sikap negatif terhadap penerapan budaya korporat tentu akan mempengaruhi semangat kerja (motivasinya) yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerjanya atau hasil kerjanya (prestasinya). Hal ini mengingat budaya korporat yang seharusnya dapat menjadi pedoman bagi pejabat *public relations* di dalam bersikap justru

bersifat menghambat karena mendapatkan sikap (tanggapan) negatif dari yang bersangkutan, sehingga wajar bila kondisi demikian kurang menunjang bagi tercapainya kinerja yang maksimal. Kondisi demikian semakin diperkuat ketika terjadi keadaan ketidaksiharan (disonansi) pada diri pejabat *public relations* antara sikap dengan perilakunya menyangkut penerapan budaya korporatnya.

Dengan kata lain, suatu kinerja yang maksimal tidak akan terwujud ketika pejabat *public relations* dalam melakukan pekerjaannya tidak ditopang oleh sikap pejabat *public relations* yang mendukung (*favourable*) terhadap penerapan budaya korporatnya. Kondisi demikian dapat dipahami karena adanya sikap negatif pejabat *public relations* terhadap penerapan budaya korporat tentu akan menimbulkan suasana hati yang kurang kondusif pada diri pejabat *public relations* yang bersangkutan. Selanjutnya tentu keadaan demikian akan dapat menjadi hambatan atau kendala bagi kemantapan pelaksanaan tugas sehari-hari yang harus dijalankan oleh pejabat *public relations* dalam rangka meraih kinerja yang maksimal.

Hubungan antara Perilaku Penerapan Budaya Korporat dan Kinerja Pejabat *Public Relations*

Hasil uji statistik inferensi korelasional menunjukkan bahwa antara perilaku penerapan budaya korporat dengan kinerja ada hubungan yang kuat, dengan arah korelasi positif atau searah, serta signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan berarti H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara perilaku penerapan budaya korporat dengan kinerja pejabat *public relations* ditolak sedangkan H_1 diterima (koefisien korelasi +0,742 signifikan pada tingkat signifikansi 1%).

Hasil penelitian ini mendukung asumsi tentang perilaku seperti dikemukakan Leavitt (Sobur, 2003:289) serta Kast dan Rosenzweig (2002:393) bahwa perilaku itu diarahkan pada suatu tujuan. Kemudian Nadler dan Lawler (Davis dan Newstrom, 1989:19) secara khusus mengemukakan asumsi mengenai perilaku dalam organisasi menyatakan individu memutuskan di antara perilaku alternatif berdasarkan harapannya bahwa suatu perilaku yang ada akan membawa hasil yang diinginkan. Adapun Davis dan Newstrom (1989:19) dalam kaitan antara perilaku dan kinerja menyatakan

bahwa individu mengharapkan konsekuensi tertentu dari perilakunya.

Hasil penelitian ini juga memperkuat pendapat Gibson *et. al.* (1996:124-126) yang menyatakan bahwa perilaku pekerja menentukan hasil, karena hasil yang dikehendaki dari perilaku pekerja adalah prestasi yang efektif. Adapun mengutip Robert Albanese dan David D. Van Fleet (Gibson *et. al.*, 1996:126-127) perilaku yang berhubungan dengan kinerja langsung diasosiasikan dengan tugas-tugas kerja yang perlu diselesaikan untuk mencapai tujuan kerja. Perilaku yang berhubungan dengan kinerja termasuk tindakan mengenali masalah-masalah kinerja, perencanaan, pengaturan, dan pengendalian kerja dari pekerja, dan menciptakan iklim yang mendorong bawahannya. Variabel individu dan lingkungan berpengaruh tidak hanya pada perilaku tetapi juga kepada kinerja. Asnawi (2002:55) juga menyatakan bahwa perilaku berkaitan dengan kinerja, sedangkan Kast dan Rosenzweig (1990:570) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil karya yang dicapai atau prestasi seseorang.

Adapun Sobur (2003:287) menyatakan perilaku pada dasarnya merupakan cara atau alat supaya suatu tujuan dapat tercapai. Jadi perilaku seperti diasumsikan oleh Leavitt (Sobur, 2003:289) pada hakikatnya ditujukan atau diarahkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Hubungan antara Sikap Terhadap Penerapan Budaya Korporat dan Perilaku Penerapan Budaya Korporat terhadap Efeknya dalam Kinerja Pejabat *Public Relations*

Hasil uji statistik inferensial regresi menunjukkan hubungan antara variabel kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional dengan dua variabel independen, yaitu sikap terhadap penerapan budaya korporat dan perilaku penerapan budaya korporat adalah kuat. Kemudian dilihat dari nilai *Standar Error of Estimate* (SEE) menunjukkan bahwa model regresi ini dapat bertindak sebagai prediktor (peramal/penduga) kinerja daripada rata-rata kinerja itu sendiri (lihat tabel 1).

Berdasarkan uji F test atau uji ANOVA didapat hasil yang menunjukkan bahwa model regresi ini bisa dipakai untuk memprediksi kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional. Dengan demikian, berarti sikap terhadap penerapan budaya korporat dan

perilaku penerapan budaya korporat secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional.

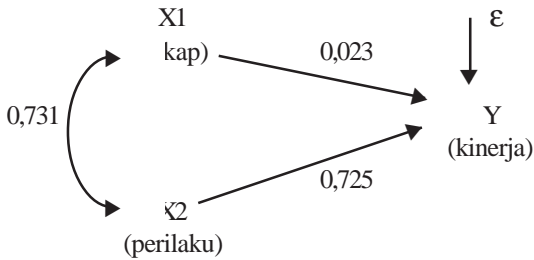
Berikutnya dilihat dari uji t tampak bahwa sikap terhadap penerapan budaya korporat dan konstanta regresi sebenarnya tidak mempengaruhi kinerja. Adapun untuk variabel perilaku penerapan budaya korporat tampak memang mempengaruhi kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional. Dengan kata lain Ho ditolak atau koefisien regresinya signifikan atau perilaku penerapan budaya korporat benar-benar berpengaruh secara signifikan.

Tabel 1
Koefisien Regresi dan Signifikansi Hubungan antara Sikap Terhadap Penerapan Budaya Korporat dengan Perilaku Penerapan Budaya Korporat dan Efeknya dalam Kinerja Pejabat *Public Relations*

No	Hasil Uji	Besaran
1	R	0,742
2	R square	0,551
3	Standar deviasi kinerja	28,436
4	Standar deviasi sikap	21,769
5	Standar deviasi perilaku	7,351
6	SEE	19,754
7	F	16,544
8	Signifikansi	0,000
9	Konstanta	21,252
10	Sikap	0,029
11	Perilaku	2,807
12	Standar Koefisien (Beta) Sikap	0,022
13	Standar Koefisien (Beta) Perilaku	0,726
14	T konstanta	0,597
15	T sikap	0,117
16	T perilaku	3,839
17	Signifikansi konstanta	0,555
18	Signifikansi sikap	0,907
19	Signifikansi perilaku	0,001

Berdasarkan analisis bivariat dan analisis jalur (*path analysis*) diperoleh hasil bahwa pengaruh perilaku penerapan budaya korporat lebih tinggi apabila dibandingkan dengan pengaruh sikapnya serta hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapan budaya

korporatnya. Perhitungan analisis jalur (*path analysis*) yang ada diperoleh hasil yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Analisis Jalur (Path Analysis)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara regresi, variabel dependen kinerja pejabat *public relations* dapat dijelaskan oleh kedua variabel independennya, yaitu variabel sikap terhadap penerapan budaya korporat dan variabel perilaku penerapan budaya korporat. Berdasarkan hasil analisis yang ada, model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan tepat atau dapat dipakai untuk memprediksi variabel kinerja. Secara simultan perilaku penerapan budaya korporat lebih berpengaruh nyata bila dibandingkan dengan sikap terhadap penerapan budaya korporat. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hubungan antara perilaku penerapan budaya korporat lebih bersifat langsung dengan kinerja pejabat *public relations* bila dibandingkan dengan sikap terhadap penerapan budaya korporat. Terlebih dalam konteks penelitian ini yang menguji teori konsistensi yang hasilnya menunjukkan adanya ketidakselarasan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapannya.

Hasil penelitian ini dapat dipahami seperti dikemukakan Fishbein dan Ajzen (1975:7), Allport (1961:45), serta Robbins (2001:138), dan Gerungan (1986:149-150) bahwa sikap pada dasarnya masih merupakan predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) atau tendensi atau kesediaan (kesiapan) bereaksi terhadap sesuatu hal, sehingga sikap belum merupakan suatu tindakan nyata maka wajar apabila sikap kurang berpengaruh langsung terhadap kinerja yang pada dasarnya merupakan wujud hasil kerja atau prestasi kerja. Adapun mengenai hubungan perilaku dengan

kinerja seperti dinyatakan oleh Gibson *et. al.* (1996:186-190) bahwa banyak teori motivasi yang menjelaskan hubungan perilaku dengan hasil. Sebelumnya Gibson *et. al.* (1996:124-126) mengemukakan bahwa perilaku pekerja menentukan hasil. Hasil yang dikehendaki dari pekerja adalah prestasi yang efektif. Adapun Albanese dan Fleet (Gibson *et. al.*, 1996:126-127) perilaku yang berhubungan dengan kinerja langsung diasosiasikan dengan tugas-tugas kerja yang perlu diselesaikan untuk mencapai tujuan kerja. Perilaku yang berhubungan dengan kinerja termasuk tindakan seperti mengenali masalah-masalah kinerja, perencanaan, pengaturan, dan pengendalian kerja dari pekerja, dan menciptakan iklim yang mendorong bawahannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan serta pengujian hipotesis maka dari penelitian ini dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Untuk hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan perilaku penerapan budaya korporat terlihat ada hubungan yang signifikan. Juga untuk hubungan antara sikap terhadap penerapan budaya korporat dengan efeknya dalam kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional tampak ada hubungan yang signifikan. Demikian pula untuk hubungan antara perilaku penerapan budaya korporat dengan efeknya dalam kinerja pejabat *public relations* perbankan swasta nasional tampak ada hubungan yang signifikan.
2. Sikap terhadap penerapan budaya korporat dan perilaku penerapan budaya korporat secara bersama-sama berpengaruh kepada kinerja pejabat *public relations*. Namun perilaku penerapan budaya korporat lebih berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pejabat *public relations* bila dibandingkan dengan sikap terhadap penerapan budaya korporat.
3. Hasil penelitian ini pada dasarnya memperkuat keberlakuan Teori Kognitif Disonan Leon Festinger yang merupakan aplikasi Teori Konsistensi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian disampaikan saran sebagai berikut:

1. Dipandang perlu manajemen meningkatkan persepsinya secara benar terhadap peran dan fungsi *public relations officer* secara komprehensif sehingga secara sistemik kehadiran *public relations officer* sebagai *boundary spanning* dapat benar-benar diterima menjadi bagian dari *coalition dominant* manajemen.
2. Perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan tema yang sama namun dengan mengambil obyek sikap maupun perilaku yang berkaitan langsung dengan budaya “menjaga kerahasiaan bank” yang keberlakuannya sering menjadi paradoks bagi pelaksanaan peran dan fungsi *public relations officer* di bidang perbankan.
3. Perlunya penelitian lanjutan yang bersifat pendalaman dengan menggunakan perspektif pendekatan penelitian kualitatif berkaitan dengan keberlakuan konsep *boundary spanning* menyangkut peran dan fungsi *public relations* suatu perusahaan dalam perspektif teori sistem yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Ahmad Fuad. 2002. *Advertising dan PR Saling Melengkapi*, dalam Majalah Manajemen, No. 172 Desember. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo.
- Atmosoeparto, Kisdarto. 2001. *Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan, Mewujudkan Organisasi Yang Efektif dan Efisien Melalui SDM Berdaya*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Azwar, Saifudin. 1988. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Jogja : Liberty
- Baron, Robert A. dan Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Boeree, C. George. 2000. *Sejarah Psikologi Dari Masa Kelahiran Sampai Masa Modern*. Yogyakarta : Ar-ruzz Media.
- Cushway, Barry dan Derek Lodge. 1999. *Organisational Behaviour and Design*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Davis, Keith dan John W. Newstrom. 1989. *Human Behavior at Work, Organizational Behavior, 8th edition*. New York : McGraw Hill International.
- Deal, T. and Kennedy, A. 1982. *Corporate Culture*. Reading, MA : Addison Wesley.
- Effendy, Onong Utjana. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Furtwengler, Dale. 2002. *Penilaian Kinerja*. Yogyakarta : Andi. Gerungan, W. A. 2002. *Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Gibson, J.L. 1984. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta : Erlangga. Gibson, Ivancevich, dan Donnely. 1996. *Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses*, Jilid 1 Edisi Kedelapan. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Grunig, James E. 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, James E., & Hunt, Todd. 1984. *Managing Public Relations*. New York : Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Huseini, Martani. 1994. *Upaya Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Praktik Pemasaran dan Public Relations dalam Marketing Public Relations Upaya Memenangkan Persaingan Melalui Pemasaran Yang Komunikatif*. Jakarta : Lembaga Manajemen FEUI.
- Hutabarat, Arifin. 1993. *Praktek Public Relations dan Menulis Untuk Public Relations*. Jakarta :

- Ganesia PR.
- Irianto, Agus. 2004. *Statistik, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta : Pranada Media.
- Kasali, Rhenald.1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kast, Fremont E. dan James E. Rosenzweig. 2002. *Organisasi dan Manajemen, Jilid 1, Edisi Keempat*. Jakarta : Bumiaksara.
- Kotler, Philip dkk.2003. *Rethinking Marketing*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotter, John P. dan James L. Heskett. 1997. *Dampak Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki.2003. *Perilaku Organisasi*. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Krech, David, Richard S. Crutchfield dan Egerton L. Ballachey. 1962. *Individual in Society, A Text-book of Social Psychology*. Kagakusha Tokyo : Mc Graw Hill.
- Mar'at. 1981. *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukurannya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Mathis, Robert L. dan John H. Jackson.2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
- McKenna, Eugene dan Nic Beech. 2000. *The Essence of Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Andi.
- Moeljono, Djokosantoso. 2003. *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Moskowitz, Merle J and Arthur R. Orgel. 1969. *General Psychology, A Core Text in Human Behavior*. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Mulyana, Deddy (Editor). 1998. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Munn, Norman L. 1983. *Introduction to Psychology*. Houghton Mifflin CoBoston.
- Naisaban, Ladislaus. 2004. *Para Psikolog Terkemuka Dunia, Riwayat Hidup, Pokok Pikiran, dan Karya*. Jakarta : Grasindo.
- Ndraha, Taliziduhu. 1997. *Budaya Organisasi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Neal Jr, James E.2004. *Panduan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Jakarta : PrestasiPustaka Publisher
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches* Fourth Edition. Boston : Allyn and Bacon.
- Newsom, Doug., Alan Scott, Judy VanSlyke Turk. 1989. *This Is PR, The Realities of Public Relations*. California : Wadsworth Publishing Company.
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1989. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remadja Karya.
- _____. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P. 1996. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi* Jilid 2 Edisi Kedelapan. Jakarta. Prenhallindo.
- _____. 2001. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi* Jilid 1 Edisi Kedelapan. Jakarta : Prenhallindo.
- _____. 1994. *Teori Organisasi, Struktur, Desain dan Aplikasi* Edisi 3. Jakarta : Arcan.

- Rosenberg, Morris dan Johan Galtung. 1982. *Logika Analisa Survei*. Surakarta : Hapsara.
- Ruslan, Rosady. 1999. *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Seri 1. Edisi 2. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- _____. 2001. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito W. 1987. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta : Rajawali.
- _____. 2002. *Psikologi Sosial, Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Sears, David O, Jonathan L. Freedman, Dan L. Anne Peplau. 1988. *Psikologi Sosial*, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Ke-5. Jakarta : Kencana.
- Silalahi, Bennett, 2004. *Budaya Perusahaan dan Penilaian Unjuk Kerja*. Jakarta : Yayasan Pendidikan Al Hambra
- Smircich, Linda. 1983. *Concepts of Culture and Organizational Analysis*, in *Administrative Science Quarterly* Volume 28 Number 3 September 1983. Worcester : Davis Press, Inc.p.339-355
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia.
- Soehartono, Irawan. 2000. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Soeprihanto, John. 2001. *Penilaian Kinerja dan Pengembangan Karyawan*. Yogyakarta : BPFE.
- Sulaiman, Wahid. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS, Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta : Andi.
- Sumarni, Murti. 1993. *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi. Yogyakarta : Liberty
- Suryabrata, Sumadi. 1978. *Sikap dan Pengembangan Sikap, Teknologi Pembinaan Mahasiswa*. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- _____. 2000. *Pengembangan Alat ukur Psikologis*. Yogyakarta. Andi.
- Tondowijodjo, John. 2002. *Dasar dan Arah Public Relations*. Jakarta : Grasindo.
- Triandis, H. B. 1971. *Attitude and Attitude Change*. New York : John Wisley & Sons, Inc.
- Uttal, Bro. 1983. *The Corporate Culture Cultures*, Fortune, 17 Okt 1983. H.71
- Valera, Jaime B. 1989. *Research Methodology and Applied Statistics*. Laguna Philippines : The Regional Training Programme on Food and Nutrition Planning University of The Philippines at Los Banos.
- Walgito, Bimo. 1983. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi. UGM.
- Wenas, Magdalena. 2002. *Public Relations Dari Marketing Communication Ke Corporate Communication*., dalam *Majalah Manajemen* No.172 Desember. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo.
- Wijaya, Krisna. 2003. *Analisis Kinerja Perbankan Nasional, Kumpulan Pemikiran*. Bogor : Pustaka Wirausaha Muda.