

Skema di atas kemudian diterjemahkan ke dalam variabel operasional untuk sistem pengukuran, contoh :

Objective	Measurement		Target	Action Public Relations Program
	Lag Indicator (Outcome Measures)	Lead Indicator (Performance Drivers)		
Increase Return on Spending	Cost to Spend Ratio (Budget Variance)	Efficiency	+ or – 10% monthly	Management Control Program
Strengthen Corporation brand understanding and Support	Favorability Monitor Client Satisfaction Index	Media Content Analysis Client Satisfaction Survey	70 % favorable 75 % satisfied	Media Relationship Communications Program
Speed up information and Corporation policies dissemination	Channel Utilization	Channel Utilization	75%	Channel Improvement Program
Develop Strategic Caption	Number of Cross Training Assignment	Cross Training Assignment	4 X per year	Training Program
Develop Communication Skill	Percent of Communication Skills available	Officer Satisfaction Survey	80% in 2 years 75 %	Communication Skill Program
Increase officer satisfaction	Officer Satisfaction Index			Management Program

III. TUJUAN PENELITIAN :

1. Untuk mengetahui proses pengukuran kinerja PR dengan pendekatan BSC di UMY dan UII.
2. Untuk mengoreksi dan mengevaluasi pencapaian hasil dari PR di UMY dan UII.
3. Hasil dari BSC diharapkan dapat digunakan untuk menyusun *design performance evaluation* PR di UMY dan UII.

MANFAAT PENELITIAN

1. Melalui penelitian ini dapat di ketahui gambaran kinerja *Public Relation* masing –

memungkinkan menjadi koreksi atas proses kerja Bagian *Public Relation* selama periode satu tahun (2004-2005).

2. Keterlibatan mahasiswa *Public Relation* dalam penelitian ini akan meningkatkan kompetensi dan kapabilitas mahasiswa / mahasiswi dalam riset, mengingat profesi *Public Relation* di dalam dunia pekerjaan menuntut kemampuan manajerial (*planing phase-evaluating*) yang baik.
3. Metode ini tergolong baru dan memungkinkan untuk dijadikan bahan perkuliahan.

IV. METODOLOGI PENELITIAN

IV.1 . Metode

Menggunakan metode studi kasus yaitu teknik penelitian di mana peneliti mempelajari, menerangkan atau menginterpretasikan kasus dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar (K. Yin,2000 :7). Sesuai dengan kasus yang akan dipelajari yakni kinerja *Public Relation* oleh karena itu jenis penelitian ini adalah studi kasus intrinsik, studi kasus yang dilakukan untuk memahami suatu kasus tertentu dengan lebih baik.

Di dalam dunia *Public Relations* praktisi *Public Relation* teknik ini biasanya digunakan untuk menyajikan informasi penting bagi kegiatan perencanaan, Melalui studi kasus dapat di lakukan perbandingan untuk memperoleh gambaran tentang *best practises* yang dilakukan pihak perusahaan lain di bidang ke-*Public Relation-an* (Gozali,2005:45). Sehubungan dengan