

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial pasti melakukan komunikasi antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, seperti halnya perusahaan yang bisa melakukan komunikasi kepada pegawainya ataupun pegawai tersebut yang melakukan komunikasi dengan pegawai lainnya. Komunikasi seperti ini biasanya disebut dengan komunikasi internal. Namun, suatu perusahaan tidak cukup hanya dengan melakukan komunikasi internal. Perusahaan juga perlu melakukan komunikasi eksternal, yaitu dengan khalayak yang menjadi sasarannya.

Suatu perusahaan, dalam melaksanakan komunikasi dengan khalayaknya, baik itu khalayak internal maupun eksternal harus memiliki strategi yang dapat digunakan agar penyampaian komunikasi kepada khalayak seperti yang diinginkan maupun diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan semestinya. Strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini dapat disebut juga sebagai strategi komunikasi.

Secara umum, strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. (Ruslan mengutip dari Adnanputra, 2016:133). Dari arti strategi ini, strategi komunikasi bisa diartikan sebagai pendekatan yang berikatan dengan pelaksanaan perencanaan komunikasi dengan tujuan tertentu. Strategi komunikasi sangat umum digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Strategi komunikasi juga dilaksanakan oleh *public relations* dari suatu perusahaan. *Public relations* adalah suatu kegiatan pengkomunikasian kepada khalayak tertentu yang menguntungkan kedua belah pihak yang bertujuan untuk menanamkan kepercayaan dan citra baik dari khalayaknya. Dari pengertian ini, dapat diketahui bahwa *public relations* juga membutuhkan strategi komunikasi.

Dalam menjalankan tugasnya, *public relations* membutuhkan strategi komunikasi agar dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan yang diinginkan suatu perusahaan kepada khalayak yang menjadi sasarannya. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* (selanjutnya akan disebut dengan PR) juga digunakan untuk membangun hubungan, baik untuk dibangun, dijalin, maupun diciptakan oleh PR itu sendiri.

Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi komunikasi dalam menjalankan fungsi PR nya adalah Al-Kamal. Al-Kamal adalah sebuah sekolah yang berlokasi di Kedoya Selatan, Jakarta Barat dengan jenjang pendidikan mulai dari TK, SD, SMP, SMA, SMK dan Perguruan Tinggi. Namun peneliti hanya akan memfokuskan kepada SMA Al-Kamal saja, pembuat pensi dari tahun ketahun.

Pensi (Pentas Seni) adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh siswa SMA yang bertujuan untuk menampilkan karya dengan tema khusus yang biasanya diberi nama spektakuler. Karya yang ditampilkan oleh siswa SMA dalam pensi biasanya berupa seni musik. Sama halnya dengan SMA Al-Kamal yang selalu mengisi acara pensinya dengan pertunjukan musik. Ciri khas dari pentas seni yang ada di SMA Al-Kamal adalah dengan menampilkan musik reggae untuk kemudian disajikan kepada khalayaknya.

SMA Al-Kamal secara konsisten mengadakan pensi dari tahun ketahun, yaitu sejak 6 tahun lalu, tepatnya pada 2013. Tema yang diambil dari tahun ketahun juga selalu berbeda. Sebagai satu-satunya sekolah Islam swasta yang membuat pensi dengan menyajikan musik reggae di dalamnya, SMA Al-Kamal berusaha mengemasya dengan menarik. Hal ini dikarenakan khalayak sasaran dari SMA Al-Kamal adalah remaja dari kalangan menengah ke bawah dengan latar belakang pendidikan agama yang kurang baik. Dalam pembuatan pensi yang diselenggarakan, SMA Al-Kamal berusaha untuk membuat khalayak yang menjadi sasaran mereka tertarik untuk bersekolah di Al-Kamal.

Pensi yang diselenggarakan oleh SMA Al-Kamal sengaja dikemas berbeda dengan pensi yang diselenggarakan oleh sekolah Islam swasta pada umumnya

karena SMA Al-Kamal ingin menghilangkan stigma yang ada pada masyarakat bahwa sekolah Islam tidak bisa menerima aliran musik yang modern. Sebaliknya, melalui pensi yang diadakan SMA Al-Kamal ingin memberitahu kepada masyarakat, khususnya khalayak yang menjadi sasarannya bahwa sekolah Islam juga bisa menerima aliran musik yang modern, salah satunya seperti musik reggae ini.

SMA Al-Kamal memilih musik reggae sebagai acara utama dari pensi yang diselenggarakan adalah karena khalayak yang menjadi sasarannya mayoritas menyukai musik reggae. Panitia pensi perempuan dari tahun ketahun juga semuanya mengenakan hijab, memberikan contoh kepada khalayak sasaran bahwa SMA Al-Kamal sebagai sekolah SMA Islam swasta juga bisa mengadakan pensi dengan aliran musik modern.

Cara SMA Al-Kamal dalam mengadakan pensi memang tidak terlalu sesuai dengan syari'at Islam dan keluar dari kebiasaan sekolah Islam pada umumnya. Namun dibalik itu, SMA Al-Kamal memiliki misi besar untuk menarik khayalak sasarannya untuk bersekolah di Al-Kamal untuk mendapatkan ilmu agama yang lebih baik. Sehingga setelah lulus nanti, khalayak sasaran SMA Al-Kamal yang tadinya memiliki latar belakang agama yang kurang baik menjadi lebih baik.

Untuk itu, peneliti melakukan wawancara dengan lima orang siswa SMA Al-Kamal. Hasil dari wawancara peneliti dengan kelima siswa SMA Al-Kamal terdapat persamaan dan perbedaan. Diantaranya adalah siswa A mengatakan bahwa mengetahui SMA Al-Kamal dari *word of mouth* yang bersumber dari kakaknya. Tujuan siswa A bersekolah di SMA Al-Kamal adalah untuk mendalami ilmu agama yang tidak akan ia dapatkan disekolah negeri atau swasta biasa dan mengembangkan bakat seni tarinya serta menjadi juara. Siswa B mengatakan bahwa ia juga mengetahui SMA Al-Kamal dari *word of mouth* karena saudaranya adalah alumni SMA Al-Kamal. Siswa B juga ingin mendalami ilmu agama di SMA Al-Kamal.

Sama halnya dengan siswa A dan B, siswa C juga mengetahui SMA Al-Kamal melalui word of mouth. Alasan siswa C memilih SMA Al-Kamal untuk bersekolah yaitu untuk memperdalam ilmu agama serta jarak SMA Al-Kamal yang dekat dari rumahnya. Siswa D sama seperti siswa A, ia mengetahui SMA Al-Kamal karena *word of mouth* dan alasan memilih SMA Al-Kamal juga untuk memperdalam ilmu agama dan mengembangkan bakat seni tarinya. Sedangkan siswa E mengetahui adanya pensi, namun hal tersebut tidak menjadi faktor dirinya untuk sekolah di SMA Al-Kamal. Siswa E bersekolah di SMA Al-Kamal karena dekat dari rumah dan tidak mendapatkan sekolah negeri.

Dari hasil wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa siswa yang bersekolah di SMA Al-Kamal kebanyakan bersekolah disana karena word of mouth serta untuk memperdalam ilmu agama. Sebagai tambahan, peneliti juga ingin mengetahui apakah mereka mengetahui tentang pensi SMA Al-Kamal. Empat dari lima siswa mengatakan bahwa mereka tidak tahu bahwa SMA Al-Kamal mengadakan pensi sebelum mereka bersekolah disana. Namun satu siswa mengetahui bahwa SMA Al-Kamal secara rutin mengadakan pensi dari tahun ketahun, namun hal tersebut tidak menjadi faktor bagi siswa tersebut untuk bersekolah di SMA Al-Kamal.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, dapat diketahui bahwa SMA Al-Kamal secara rutin mengadakan pensi dari tahun ketahun, strategi ini dimaksudkan untuk menarik calon siswa untuk mendaftar di SMA Al-Kamal. Dari temuan awal, peneliti menyimpulkan bahwa empat dari lima orang siswa tidak mengetahui adanya pelaksanaan pensi di SMA Al-Kamal sebelum mereka bersekolah disana. Satu siswa SMA Al-Kamal mengetahui keberadaan pensi tersebut, namun hal tersebut tidak dijadikan alasan bagi siswa tersebut untuk mendaftar di SMA Al-Kamal. Dari gejala tersebut belum diketahui strategi komunikasi yang digunakan dalam kegiatan pensi, sehingga lebih banyak siswa

yang tidak mengetahui. Untuk itu perlu dilakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut.

“Bagaimana Strategi Komunikasi Pensi AL – KAMAL dalam Menarik Calon Siswa Pendaftar di SMA nya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan pensi di SMA Al-Kamal.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan Strategi Komunikasi kegiatan pensi di SMA Al-Kamal.
3. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi dalam menarik calon siswa pendaftar di SMA Al-Kamal.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil oleh peneliti, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat bermanfaat bagi studi ilmu komunikasi, khususnya Strategi Komunikasi.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi SMA Al-Kamal khususnya dalam memilih Strategi Komunikasi dalam menarik calon siswa pendaftar di SMAnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dari penelitian ini terdapat lima bab, diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang hasil penelitian, konsep dan teori yang berhubungan dengan pokok masalah penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang desain penelitian, objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, informan dan key informan, instrumen penelitian, keabsahan data, dan analisis data.