

BAB I

PENDAHULUAN

I.I. Latar Belakang Masalah

Kesuksesan dalam membangun suatu sekolah di jaman yang sudah modern ini tidak hanya pada *performance* sekolah itu saja, tetapi juga di pengaruhi oleh lingkungan baik internal maupun eksternal dimana kompetisi terus menerus terjadi tanpa henti. Masalah penting yang dihadapi oleh sekolah-sekolah saat ini adalah bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan yang baik antara lembaga tersebut dengan masyarakat (publik) baik internal maupun eksternal, yang nantinya akan menentukan kesuksesan atau kegagalan sekolah tersebut.

Perkembangan sekolah-sekolah swasta islam modern di Indonesia saat ini begitu pesatnya, banyak sekali bermunculan sekolah-sekolah dengan menawarkan beranekaragam keunggulan tidak hanya dari bidang agama tetapi juga akademiknya. Dan kota Tangerang sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki beberapa sekolah-sekolah swasta islam modern dengan kualitas yang sangat baik dan dengan biaya sekolah yang cukup tinggi, sekolah-sekolah tersebut antara lain yaitu Yayasan Al-Azhar, Sekolah Islamic Village, dan Syafana Islamic School.

Untuk menghadapi persaingan antar sekolah-sekolah tersebut, hal yang sangat penting adalah sekolah-sekolah tersebut harus mampu memiliki citra positif, citra atau pandangan ini bisa menjadi penyebab respek atau tidak respeknya masyarakat terhadap suatu sekolah. Ini pula yang dilakukan oleh Syafana Islamic School. Sebagai sebuah lembaga pendidikan yang belum lama berdiri dan memosisikan diri sebagai lembaga pendidikan islam yang modern dan biaya yang cukup tinggi, Syafana Islamic School perlu melakukan kegiatan-kegiatan komunikasi dalam membangun dan meningkatkan citra Syafana Islamic School kepada masyarakat sebagai sebuah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan, dimana menggunakan kurikulum pendidikan Agama Islam yang dikembangkan dengan kurikulum national plus dengan berwawasan international.

Citra merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia pendidikan. Lembaga pendidikan yang memiliki citra baik relatif lebih bisa diterima publiknya dari pada lembaga pendidikan yang memiliki citra buruk. Citra dari suatu lembaga adalah realitas artinya tidak bisa direkayasa. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan sebuah lembaga merupakan salah satu kunci penting untuk mendapat citra yang positif.

Citra adalah realitas. Oleh karena itu, jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, secara normal, realitas akan menang, periklanan (secara lebih luas komunikasi) yang tidak didasarkan pada realitas hanya akan menciptakan harapan yang lebih tinggi daripada kenyataan yang dirasakan. Akibatnya, ketidakpuasan akan muncul, dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra organisasi. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan. Sedang, citra yang jelek akan merugikan organisasi. Citra yang baik berarti masyarakat (khususnya konsumen) mempunyai kesan positif terhadap suatu organisasi. Sedangkan, citra yang kurang baik

berarti masyarakat mempunyai kesan yang negatif. Ardianto (2008;133-134)

Komunikasi merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk menjalin hubungan dengan khalayaknya serta untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya komunikasi yang baik akan terbangun dukungan dan kepercayaan terhadap perusahaan. Komunikasi merupakan kunci penting pencitraan yang baik suatu lembaga. Oleh karenanya komunikasi yang dilakukan hendaknya memiliki strategi perencanaan dan manajemen yaitu strategi komunikasi. Hal inilah yang sekarang sedang dilakukan Syafana Islamic School yaitu dengan melakukan strategi komunikasi untuk membangun dan meningkatkan citra positif kepada masyarakat menuju lembaga pendidikan islam yang modern dan berkualitas. Sehingga mampu meminimalisir masalah yang dirasa negatif diantaranya yaitu Syafana Islamic School adalah sekolah yang belum lama berdiri dan biaya pendidikan yang dirasa cukup mahal, sehingga para orang tua lebih memilih untuk menyekolahkan anaknya di tempat yang memang sudah dikenal oleh masyarakat luas, maka dari itu Syafana Islamic School sangat perlu melakukan strategi komunikasi.

Untuk itu Syafana Islamic School harus membuat kegiatan komunikasi yang terorganisir untuk mengkomunikasikan informasi mengenai Syafana Islamic School, baik fasilitas, kualitas pendidikan, biaya pendidikan dan lain sebagainya. Dan berdasarkan hal itu pula peneliti ingin melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi Syafana Islamic School dalam membangun citra positif.

Tujuan digunakannya strategi komunikasi adalah terciptanya komunikasi efektif yaitu berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication* adalah *to secure understanding* (komunikasikan mengerti pesan yang diterima), *to establish acceptance* (dibina), dan *to motivate action* (dimotivasi). Effendy (2005;32)

Dengan melaksanakan kegiatan komunikasi berkesinambungan yang terencana agar mendapat dukungan dari publik, yaitu baik publik *internal* maupun publik *eksternal*. Dengan opini publik yang positif dan kerjasama yang baik di antara kedua belah pihak, diharapkan adanya suatu pengertian, kesepahaman, dan kesediaan masyarakat menerima maksud dan tujuan rencana suatu kebijakan.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimana Strategi komunikasi Syafana Islamic School Gading Serpong Dalam Membangun Citra Positif”?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian pada Syafana Islamic School Gading Serpong adalah untuk mengetahui bagaimana dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan Syafana Islamic School Gading Serpong dalam membangun citra positif.

I.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

- Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengembangan, khususnya bidang studi Ilmu Komunikasi dalam melakukan strategi komunikasi.
- Dapat memberikan kontribusi kepada Syafana Islamic School Gading Serpong, mengenai Strategi komunikasi yang akan dilakukan selanjutnya, dan pentingnya sebuah citra positif serta dampaknya bagi sebuah perusahaan.

I.5. Sistematika Penulisan

- BAB I PENDAHULUAN
 - I.1. Latar Belakang Masalah
 - I.2. Rumusan Masalah
 - I.3. Tujuan Penelitian
 - I.4. Kegunaan Penulisan
 - I.5. Sistematika Penulisan

- BAB II TINJAUAN PUSTAKA
 - II.1. Konsep Penelitian
 - II.2. Definisi Konseptual
 - II.3. Operasionalisasi Konsep
 - II.4. Kerangka Pemikiran

- BAB III METODOLOGI PENELITIAN
 - III.1. Tipe Penelitian
 - III.2. Nara Sumber
 - III.3. Teknik Pengumpulan Data
 - III.4. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian
 - III.5. Keabsahan Data
 - III.6. Analisa Data

- BAB IV HASIL PENELITIAN
 - IV.1. Subyek Penelitian
 - IV.2. Hasil Penelitian
 - IV.3. Pembahasan