

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia di dunia tidak lepas dari komunikasi. Segala yang dilakukan manusia pasti ada unsur komunikasinya. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide, atau gagasan dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya.

Komunikasi termasuk di antara pengetahuan dan ketrampilan yang penting dan berguna. Melalui komunikasi kita dapat berbicara dengan diri sendiri, mampu mengenal diri kita sendiri, mengevaluasi diri sendiri, bahkan melalui komunikasi pula kita dapat berinteraksi dengan orang lain.

Tujuan komunikasi yaitu menemukan, hal ini menyangkut komunikasi penemuan diri. Bila kita berkomunikasi dengan orang lain, maka secara tidak langsung kita dapat mengenal diri sendiri juga mengenal diri orang lain. Dalam komunikasi tersebut, persepsi diri kita sebagian dihasilkan dari apa yang kita pelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama proses komunikasi tersebut.

Tujuan komunikasi selanjutnya adalah untuk memahami orang lain, agar kita sebagai komunikator mampu memahami dengan benar keinginan dari orang lain. Selain itu, jika kita mampu memahami keinginan orang lain, maka kita bisa melakukan pendekatan persuasif agar gagasan dapat diterima.

Usaha maupun bisnis yang dijalankan suatu perusahaan tidak lepas dari peran sebuah komunikasi yang telah dilakukan. Begitu pula bisnis yang dijalankan oleh perusahaan *Creative Learning Center* (CLC) yang bergerak di bidang jasa pengadaan sistem, metode, dan tenaga pengajar Bahasa Inggris dan Mandarin.

Dalam menjalankan usahanya, sejak 16 tahun yang lalu sampai saat ini CLC telah melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah nasional dan nasional plus di wilayah Jabotabek. Menjalinkan kerjasama dengan berbagai macam yayasan sekolah, misalnya dengan Don Bosco, Takanita, Notre Dame, Regina Pacis, Santa Aurelia, Sumbangsih, Santo Leo, dan Baptis Elim.

CLC dalam menjalankan usahanya tidak mempunyai divisi Humas atau PR, namun hal tersebut belum menjadi hambatan dalam menjaga komunikasi antara CLC dengan sekolah yang telah lama bekerja sama. Hal tersebut terbukti dengan banyak dan lamanya sekolah-sekolah tersebut mau dan bertahan bersama CLC untuk pengadaan program Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin. Dalam hal ini, CLC menerapkan fungsi PR yang ada pada guru-guru CLC. Guru-guru CLC merupakan hal utama dalam menjalankan peran PR tersebut, sehingga dengan fungsi PR yang dijalankan oleh guru CLC, mampu menjaga hubungan baik dan mampu menciptakan citra positif untuk perusahaan kepada sekolah sehingga tercipta komunikasi dan terjalin hubungan relasi yang baik.

Komunikasi dan hubungan relasi yang baik antara perusahaan CLC dengan sekolah tidak lepas dari adanya peran karyawan dan guru CLC. Peran guru di sini, merupakan bentuk hubungan publik internal dari perusahaan, yaitu publik pegawai (*employee public*). Guru CLC dalam hal ini memiliki potensi yang dapat

dikembangkan lebih baik dari sebelumnya. Jika potensi dari publik internalnya sendiri sudah dapat dibina dengan baik, maka hubungan (*relationship*) antara publik internal dan manajemen bisa berjalan dengan baik pula.

Manajemen CLC telah membuat berbagai kebijakan yang sangat mendukung kinerja karyawan dan guru CLC. Salah satunya adalah dengan adanya koordinasi kerja antar bagian dan menyediakan alat transportasi bagi keperluan guru CLC. Hubungan publik internal guru dan manajemen sudah terbina dengan baik, maka pencitraan melalui publik internal guru dengan memunculkan citra positif terhadap perusahaan CLC, akan tergambar dalam hubungan yang ada di dalam maupun di luar, salah satunya dengan melakukan evaluasi. Evaluasi ini diharapkan dapat mencegah timbulnya perpecahan antara CLC dengan sekolah. Lalu adanya tindakan komunikasi, baik kepada internal dan eksternal agar tercipta suatu pengertian. *Image* positif yang dibangun oleh guru CLC tentu akan menjaga reputasi yang baik terhadap CLC selama ini.

Publik itu sendiri terbagi menjadi dua macam, yakni publik internal dan publik eksternal. Publik eksternal dari CLC adalah sekolah-sekolah yang telah bekerjasama menjadi rekanan CLC. Publik eksternal ini juga harus menyesuaikan dengan bentuk, karakter, maupun sifat perusahaan yang bersangkutan. Sehingga yang menjadi publik eksternal suatu perusahaan akan berbeda dengan perusahaan lainnya.

Tujuan komunikasi dari CLC kepada publik eksternalnya, yaitu sekolah-sekolah yang menjadi *tenant* (penyewa) CLC adalah agar dapat terpelihara hubungan baik antara CLC dengan sekolah, sehingga kegiatan yang dibuat dan

dilakukan guru CLC dapat diterima dengan baik. Namun, dalam kenyataannya tidak semua guru CLC dapat menjalankan kinerjanya dengan baik, artinya banyak yang belum sesuai dengan visi dan misi yang diinginkan oleh CLC. Tidak sedikit guru CLC, yang belum mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja di sekolah, dimana guru CLC tersebut ditempatkan. Baik itu dari gaya komunikasi dan pengajaran di kelas.

Banyak pula citra guru CLC yang dinilai tidak baik oleh publik eksternal, dalam hal ini yaitu sekolah. CLC merekrut tenaga pengajar sebagai guru Bahasa Inggris maupun Bahasa Mandarin melalui beberapa universitas negeri dan swasta yang terkenal di Jakarta. Tapi hal tersebut, nyatanya tidak cukup mempengaruhi citra yang dipancarkan oleh guru CLC di sekolah (publik eksternal). Citra merupakan kinerja yang ditunjukkan dan dihasilkan, citra CLC yang terlihat di mata publik eksternal selama ini tidak begitu baik. Memang ada citra positif dan negatif yang dihasilkan guru CLC. Salah satunya, yakni gaya komunikasi guru CLC, sebagian sekolah yang menjadi *tenant* ada yang menilai bahwa guru CLC belum mampu berkomunikasi dengan baik, menurut sekolah, mereka mendapatkan SDM dari CLC yang tidak mumpuni, artinya tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh CLC pada saat presentasi penawaran kerjasama.

Dalam hal ini, CLC seperti lembaga pendidikan yang belum mampu bekerja secara profesional. Guru CLC sering dianggap tidak profesional dalam menjalankan tugasnya di sekolah, padahal CLC sudah memberikan pengarahan dalam bentuk pengadaan *training* (pelatihan) bagi calon guru CLC yang baru direkrut. Pelatihan yang diadakan di CLC dilakukan selama dua minggu sampai

satu bulan, dalam pelatihan tersebut diberikan pengetahuan seputar pakaian, *make up*, tata rambut, sampai alas kaki atau sepatu yang patut dikenakan saat tugas ke sekolah, serta diberikan pengarahannya aturan yang harus dijalankan dan aturan mana yang harus diingat untuk dihindarkan sehingga tidak dilakukan.

Tetapi itu semua sepertinya tidak mampu diingat dan disadari oleh guru CLC, sehingga dalam prakteknya di sekolah, CLC banyak menerima komplain atau keluhan mengenai guru CLC yang tidak bisa bersikap sebagaimana mestinya seorang guru. Guru CLC semestinya bisa menjadi citra perusahaan bagi CLC. Segala yang dilakukan oleh guru CLC di sekolah adalah cerminan dari lembaga pendidikan CLC. Citra dari guru CLC terbentuk dari setiap persepsi yang terlihat oleh mata publik eksternalnya. Citra yang dihasilkan tersebut, muncul bersamaan dengan segala kepribadian yang tergambar dari kesan dan tingkah laku guru CLC di sekolah.

Guru CLC seharusnya mampu menjadi simbol komunikasi bagi lembaga dan publik eksternalnya, selain itu guru CLC harus bisa menjalankan fungsi manajemen secara strategis yang mampu menguntungkan perusahaan. Sebagai salah satu contoh, seorang guru CLC ada yang tidak hadir dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar (KBM) dan tidak memberikan informasi kepada pihak sekolah, hal ini tentu akan dapat merusak citra atau *image* CLC menjadi tidak baik. Selain para guru sekolah, tentu kepala sekolah dan wakilnya juga akan mengetahui hal ini. Jika hal seperti contoh di atas terjadi secara terus-menerus, maka kepala sekolah dan wakil bisa saja mengambil keputusan yang dapat merugikan CLC, yakni pemutusan hubungan kerjasama.

Dalam rangka melakukan penelitian citra guru di *Creative Learning Center* yang ideal di mata kepala sekolah dan wakilnya, maka penulis untuk mengulas lebih lanjut penulis mengangkat judul : **“CITRA GURU *CREATIVE LEARNING CENTER* DAN MINAT KEPALA SEKOLAH TERHADAP *CREATIVE LEARNING CENTER*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan, maka disusunlah rumusan masalah yang akan diteliti, yakni: Bagaimana Citra Guru *Creative Learning Center* dan Minat Kepala Sekolah Terhadap *Creative Learning Center*?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui citra yang ideal bagi guru *Creative Learning Center*.
- 2) Untuk mengetahui kinerja guru CLC terhadap publik eksternalnya (sekolah).
- 3) Untuk mengetahui minat yang selama ini dilihat pihak sekolah, terutama kepala sekolah terhadap lembaga pendidikan *Creative Learning Center*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Menerapkan secara langsung ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan, umumnya dalam ilmu komunikasi dan khususnya dalam ilmu *public relations*, serta membandingkan dengan kenyataan yang dijumpai di lapangan kerja.

1.4.2 Praktis

- 1) Memperoleh pengalaman dan pelatihan dalam menghadapi berbagai kasus dalam dunia nyata pekerjaan.
- 2) Membangun mental penulis terhadap lapangan kerja yang sesungguhnya baik kesiapan menghadapi tugas yang diberikan oleh perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dibagi menjadi teoritis dan praktis, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini penulis memberikan penguraian dan penjelasan dari masalah penelitian secara teoritis dan definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Bab ini

juga meliputi operasional variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi desain penelitian, sumber data, bahan penelitian dan unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas data.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini berisikan subjek penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tugas-tugasnya. Dalam bab ini juga menguraikan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran - saran dari penulis atas penelitian yang telah dilakukan.