

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pentingnya institusi pendidikan untuk melahirkan generasi penerus bangsa. Sehingga orangtua berkewajiban menyekolahkan anak selama 12 (dua belas) tahun. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan regenerasi penerus bangsa demi kemajuan Negara Republik Indonesia yang lebih baik lagi. Orangtua pun harus selektif dalam memilih lembaga pendidikan yang akan di tempati oleh anaknya, karena dengan begitu mereka akan percaya bahwa tempat anaknya mencari ilmu itu sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Pada zaman modern ini banyak pelajaran yang teralihkan oleh kecanggihan dan kemajuan teknologi, apa lagi sudah memasuki era 4.0 dimana kita dapat mengakses apapun hanya dengan menggunakan *smartphone*, maka semakin menurunlah prestasi siswa di sekolah maupun luar sekolah. Ada pun cara-cara publik untuk dapat mempercayai institusi lembaga pendidikan dengan bertanya kepada orang-orang yang telah menyekolahkan anaknya ke institusi tersebut, meminta rekomendasi dari lingkungan terdekat mengenai sekolah Islam yang baik dan unggul, mendatangi sekolah saat kegiatan belajar mengajar sedang berlangsung, melihat akreditasi atau prestasi dari *internal* sekolah.

Pendidikan swasta dan pendidikan pemerintah telah menjanjikan akan kualitas pembelajaran yang baik, oleh sebab itu sangat dibutuhkan media promosi yang kuat agar mendapat sumber daya manusia yang cukup.

Dilihat dari realita yang ada, dengan mayoritas masyarakat yang berpendidikan rendah sehingga berdampak pada menurunnya kualitas pendidikan. Karena itu, tugas pemerintah saat ini harus lebih memaksimalkan dalam mendirikan sekolah bagi semua anak di Kota Depok untuk mendapatkan pendidikan yang layak, agar terciptanya cita-cita masyarakat Kota Depok dengan kualitas re-generasi yang baik.

Sebenarnya kota Depok mempunyai Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, namun sampai saat ini belum terlihat aksi nyatanya. Sehingga banyak masalah pendidikan di Depok tersebut, ironinya kita masih melihat sikap *stakeholder*. Tak jarang juga warga Depok yang peka akan hal pendidikan lalu mencoba untuk mengkritisnya, namun justru banyak mendapatkan *feedback* yang mengintimidasi masyarakatnya sendiri. Mengakibatkan sulit tercapainya cita-cita masyarakat Kota Depok dengan kualitas yang baik. Sangat dibutuhkan komitmen yang tinggi dari seluruh pihak, untuk memperbaiki kualitas dan kuantitas pendidikan Kota Depok.

*Public relations* adalah salah satu bagian dari upaya membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Keberhasilan atau kegagalan *public relations* bergantung bagaimana kiat membentuk dan memelihara relasi tersebut. Dalam suatu organisasi pendidikan pada hakikatnya tanpa adanya *public relations* sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Peran *public relations* pada hakikatnya tidak hanya diperuntukkan perusahaan-perusahaan besar saja, namun untuk lembaga-lembaga lain seperti instansi pendidikan, sosial kemasyarakatan pun sangat di butuhkan. Tidak hanya menjadi pembentuk citra yang baik dan menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar agar dapat *trust* (kepercayaan), tapi juga mampu menjadi pundak bagi instansi atau lembaga kecil agar mendapat *feedback* baik untuk internal mau pun eksternal perusahaan itu sendiri untuk mempertahankan integritas yang berkualitas bagi kebutuhan perusahaan atau lembaga dan konsumennya.

Maka, lembaga pendidikan seperti sekolah pun membutuhkan peran *public relations* di dalamnya untuk membuka jaringan luas agar orang tua murid mau dan percaya untuk menyekolahkan anaknya ke dalam lembaga pendidikan berbasis Islam. Terlebih lagi lembaga pendidikan yang wujudnya usaha (swasta) kepemilikan perseorangan, yang tidak didirikan langsung dari pemerintah, maka perlu adanya *branding* untuk mempertahankan citra yang positif agar tetap mampu bertahan di tengah persaingan usaha lembaga pendidikan.

Ar-Rahman Islamic School adalah lembaga pendidikan formal yang didirikan oleh Yayasan Ikhlasul Amal Bukit Cinere, didirikan pada tanggal 21 Desember 2003 dan di kelola secara professional dalam rangka untuk ikut berpartisipasi dalam mewujudkan dan meningkatkan kecerdasan bangsa.

Lembaga ini memiliki unit satuan pendidikan yang berkembang dengan pesat antara lain : Kelompok Bermain (KB), Taman Kanak-kanak Islam (TK), Sekolah Dasar Islam (SDI), Sekolah Menengah Islam (SMPI). Dunia pendidikan sangat membutuhkan strategi *public relations* dalam membangun citranya agar publik tertarik untuk bersekolah di Ar-Rahman Islamic School. Ar-Rahman Islamic School merupakan sekolah baru tetapi sudah mempunyai sumber daya manusia yang cukup banyak, dan menunjukkan perkembangan yang positif sehingga mempertahankan nama baik Sekolah Ar-Rahman.

Ar-rahman Islamic School untuk menarik khalayaknya membuat event seminar parenting disetiap tahunnya, dan setiap tahunnya teman parenting selalu berbeda-beda. Dengan adanya seminar tersebut dapat menambah pengetahuan bagi yang mengikutinya serta dapat menarik calon siswa baru. Selain itu Ar-rahman Islamic School juga melakukan kegiatan social responsibility untuk mempertahankan citra positif, dibuktikan dari adanya peningkatan siswa baru dibeberapa setiap tahun terakhir dan mendapat respon baik dari testimoni wali murid yang ada di website Ar-Rahman Islamic School. Bisa di lihat dari website Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan dengan adanya penambahan jumlah siswa disetiap tahun nya, tahun ajaran 2019-2020 Semester ganjil dengan 273 siswa dan siswi, sedangkan ditahun ajaran 2020-2021 Semester Ganjil 283 siswa dan siswi, dan selalu ada peningkatan jumlah siswa-siswi baru ditahun-tahun sebelumnya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya perkembangan yang positif terhadap Ar-Rahman *Islamic School*
2. Alasan Ar-Rahman menggunakan *strategi public relations* dalam mempertahankan citra
3. Faktor pendukung penggunaan *strategi public relations* pada Ar-Rahman *Islamic School*.
4. Kendala pada *strategi public relations* Ar-Rahman *Islamic School*.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Melihat pada identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya dan untuk menghindari terlalu luasnya masalah yang diteliti, maka permasalahan dibatasi pada “ *Strategi Public relations Ar-rahman Islamic School Dalam Mempertahankan Citra*”.

## **1.4 Fokus Penelitian**

Lembaga pendidikan membutuhkan berbagai macam upaya yang akan dilakukan oleh *public relations* untuk mempertahankan citra perusahaan. Berangkat dari pembatasan masalah di atas, maka penelitian ini berfokus pada *strategi public relations dalam mempertahankan citra yang dilakukan oleh public relations Ar-Rahman Islamic School*.

### **1.5 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: bentuk bentuk strategi *public relations* Ar-rahman Islamic School dalam mempertahankan citra.

### **1.6 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk strategi *public relations* Ar-Rahman Islamic School yang terdiri dari:

1. Strategi Operasional *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra
2. Persuasive dan edukatif *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra
3. Tanggung jawab sosial *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra.
4. Pedekatan Kerjasama *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra
5. Faktor pendukung dan penghambat *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam menjalankan strategi guna mempertahankan citra.

### **1.7 Manfaat Penelitian**

1. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan di bidang kajian Ilmu komunikasi, khususnya *Public Relations* dalam penerapan strategi *Public Relations*.

## 2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Sekolah Ar-Rahman Islamic School dalam mengembangkan strategi *Public Relations* dalam membangun citra positif.