

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Citra sebuah lembaga merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi suatu lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Baik buruknya lembaga tersebut ditentukan oleh lembaga itu sendiri. Definisi citra yang oleh Lawrence L. Steinmetzs, (Siswanto Sutojo, 2004:1) diartikan sebagai “Pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi”.

Citra baik yang harus dibangun oleh sebuah lembaga karena merupakan cikal bakal harta yang harus dipertahankan dan dikembangkan oleh lembaga karena dapat memberikan keuntungan atau manfaat bagi lembaga itu sendiri. Salah satunya untuk mengambil keputusan penting dan mempertahankan eksistensi lembaga tersebut (daya saing).

Menurut Yulianita. (2005: 47) citra yang baik itu adalah ketika sebuah lembaga mampu:

- (1). Menciptakan *Public Understanding* (pengertian publik),
- (2) Memiliki *Public Confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap lembaga/organisasi),
- (3) Memiliki *Public Support* (adanya unsur dukungan dari dari publik),
- (4) Memiliki *Public Cooperation* (adanya kerjasama dari publik terhadap lembaga).

Dalam sebuah lembaga, ada suatu badan atau divisi yang memiliki tujuan untuk membangun citra yang baik yaitu *Public Relation Officer* atau Hubungan Masyarakat (Humas). Seorang Humas harus mampu mengupayakan terciptanya

citra yang baik tersebut dengan jalan menciptakan sesuatu yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan lembaga.

Humas merupakan jembatan antara lembaga dan lingkungan eksternal atau masyarakat. Definisi humas yang diungkapkan oleh Rex F. Harlow (Onong U. Effendi, 2002: 21) hubungan masyarakat atau humas adalah :

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggap terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.

Humas dalam fungsi operasionalnya melakukan upaya membina hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publik eksternal (*masyarakat*). Dalam kaitannya dengan upaya membangun hubungan yang baik sekaligus membangun citra lembaga positif, humas memiliki fungsi yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip dan Allen Center (Onong U. Effendi, 2002 : 34) dalam bukunya, *Effective Public relation*, memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Menjamin dan menilai opini publik yang ada dalam dari organisasi.
- b. Untuk memberikan nasehat/penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini publik yang ada.
- c. Untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik.

Humas melalui fungsinya dapat melakukan upaya-upaya membangun citra lembaga yang bertujuan melakukan pembinaan hubungan baik dengan sebagian

besar segmen pasar atau calon konsumen dan dapat menangkal dampak negatif, gosip atau persepsi negatif masyarakat yang dapat merugikan masyarakat.

Pada umumnya kegiatan humas ditujukan pada dua jenis sasaran publik atau lingkungan yaitu publik/lingkungan internal dan publik/lingkungan eksternal. Dalam hal pembangunan citra baik ini, sasaran kegiatan humas adalah lingkungan eksternal. Yang dimaksud dengan publik/lingkungan eksternal adalah publik/lingkungan yang berada diluar organisasi atau lembaga yang harus diberikan penerangan/informasi untuk dapat membina hubungan baik. Pada kenyataannya publik/lingkungan eksternal suatu lembaga yang terdiri dari berbagai macam orang itu berbeda-beda kepentingannya, oleh karena itu perlu juga diterapkan pula teknik pembinaan hubungan yang berbeda-beda pula. Karena, bagaimanapun juga tanpa dukungan publik/lingkungan eksternal keberhasilan suatu organisasi atau lembaga sulit tercapai. Hal ini memberikan konsekuensi bagi suatu lembaga untuk dapat menarik perhatian dan menarik simpati lingkungan eksternal terhadap lembaga, sehingga mereka mau bekerjasama atau menggunakan produk atau jasa lembaga.

Beranjak dari penjelasan di atas, maka citra yang baik sangatlah penting dan harus dimiliki oleh lembaga manapun, karena citra yang baik mampu memberikan manfaat bagi sebuah lembaga. Dan seorang *Public Relation Officer* atau humas harus mampu memberikan kontribusinya melalui fungsi sebagai jembatan antara masyarakat (lingkungan eksternal) sebagai pengguna jasa, dengan lembaga sebagai penyedia jasa dalam membangun citra yang baik. Sehingga, lembaga akan mendapatkan 4 hal terpenting yang diberikan masyarakat dalam

pembangunan citra yang baik yaitu **kepercayaan, pengertian, dukungan** dan **kerjasama** kepada lembaga. Yulianita (2005: 47) menjelaskan bahwa :

1. *Pengertian* dalam arti publik memahami lembaga dalam hal produk/jasanya, aktivitas-aktivitasnya, reputasinya, perilaku manajemennya, dsb.
2. *Kepercayaan* dalam arti publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan lembaga adalah benar adanya.
3. *Dukungan* baik dalam bentuk material (membeli produk/jasa lembaga) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/pikiran untuk menunjang keberhasilan lembaga)
4. *Kerjasama* dapat dilakukan jika ketiga tahapan di atas dapat terlalui karena ketiga tahap tersebut dapat mempermudah adanya kerjasama publik yang berkepentingan dengan lembaga guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.

Lembaga pendidikan sebagai lembaga sosial yang diselenggarakan dan dimiliki oleh masyarakat memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan, terutama dalam mendukung dan membantu meningkatkan prestasi siswa. Masyarakat mempunyai harapan Lembaga Pendidikan di luar jam sekolah (seperti Bimbingan belajar) akan lebih mengintensifkan serta meningkatkan kualitas belajar siswa. Makin maju pengertian masyarakat akan kebutuhan terhadap pendidikan serta manfaatnya bagi siswa, maka merupakan suatu kewajiban bagi lembaga pendidikan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat bahwa mereka mampu memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Pengertian tersebut dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan masyarakat. Kerjasama tersebut tentunya dimaksudkan untuk meningkatkan prestasi belajar.

Tetapi pada kenyataannya, masyarakat tidak begitu saja memberikan kepercayaannya kepada lembaga pendidikan atas pemenuhan kebutuhan pendidikan tersebut. Hanya pada lembaga pendidikan yang memiliki citra baik

masyarakat (orang tua) merasa aman untuk melakukan kerjasama dalam meningkatkan prestasi belajar anaknya. Disanalah humas lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam membangun citra baik lembaga. Karena, setiap humas lembaga pendidikan harus melakukan proses komunikasi antara lembaga pendidikan dengan publik luar (masyarakat) yang menjadi sasaran pengguna jasa lembaga pendidikan dimana dia bekerja. Proses komunikasi tersebut berupaya menanamkan pengertian publik luar tentang apa dan bagaimana lembaga pendidikan tersebut, sehingga masyarakat memiliki pengetahuan tentang lembaga pendidikan.

Berdasarkan kondisi nyata di lapangan, Lembaga Pendidikan Tridaya merupakan salah satu lembaga pendidikan dengan metode pendekatan individu sebagai produk unggulan yang ditawarkan. Lembaga Pendidikan Tridaya memiliki misi memberikan jasa pendidikan yang progresif, kreatif, dan inovatif dengan memperhatikan kebutuhan, karakteristik dan potensi individu. Berbagai program unggulan dilakukan melalui jalur pendidikan informal, yaitu Bimbingan Belajar Tridaya, Sanggar Baleulin dan Tridaya Training Center, kursus bahasa Jepang “*Hikari*” dan pendidikan formal yaitu TK Tridaya. Melalui program unggulannya tersebut Lembaga Pendidikan Tridaya berupaya mendapatkan citra dan penilaian yang positif dari masyarakat, baik yang sudah menggunakan produknya ataupun belum. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wilayah cakupan lembaga yang sudah mencapai luar kota Bandung dan kota Cimahi.

Hingga saat ini, fungsi humas di Lembaga Pendidikan Tridaya tidak dilaksanakan langsung oleh petugas khusus humas, tetapi dilaksanakan oleh

seluruh staf atau pegawai juga guru-guru. Tetapi untuk kegiatan operasional kehumasan banyak dilakukan oleh Divisi Marketing dan informasi. Setiap staf lembaga memiliki *job description* kehumasan dimana setiap staf harus memberikan pelayanan yang berbentuk memberikan informasi yang benar dan aktual mengenai produk yang dimiliki lembaga, identitas lembaga, dan bagaimana menjalin hubungan dengan publik eksternal.

Peranan humas eksternal di Tridaya, sebagian besar dilaksanakan oleh Divisi Marketing dan Informasi. Divisi marketing dan informasi bertugas untuk menjalin dan membina hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak. Dari mulai pihak sekolah, merchant, dan instansi lainnya.

Kegiatan Divisi Marketing yang berhubungan dengan fungsi humas contohnya adalah "*School Direct*" dimana Tridaya memberikan penawaran kerjasama dengan sekolah berupa program pemasaran. Program *school direct* ini memberikan fasilitas kepada sekolah yang berbentuk kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan *tryout* akademik dan pemeriksaannya yang dilaksanakan oleh Tridaya, atau pelaksanaan simulasi LJK (Lembar Jawaban Komputer) yang diberikan secara gratis untuk sekolah. Melalui program tersebut sekolah diajak bekerjasama dalam memperkenalkan dan mempromosikan Bimbingan Tridaya, dimana bertujuan untuk menarik siswa sekolah yang bersangkutan untuk menjadi siswa Bimbingan Belajar Tridaya. Lembaga memberikan *reward* berupa uang tunai sebesar Rp. 20.000 per anak yang terdaftar sebagai siswa Tridaya untuk sekolah yang telah berkontribusi untuk mempromosikan Lembaga Pendidikan. Melalui program ini, humas Lembaga Pendidikan Tridaya berupaya untuk

mendapatkan kepercayaan dan kerjasama dari sekolah melalui pelayanan yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Lembaga Pendidikan Tridaya tentunya memerlukan lebih banyak dukungan publik secara luas, salah satunya sebagai pengguna jasa pendidikan yang ditawarkan. Karena, jika publik luas sudah memberikan dukungan yang positif dan memiliki penilaian yang baik dapat membuktikan bahwa Lembaga Pendidikan Tridaya masih diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat yang membutuhkan jasa pendidikan yang berkualitas. Oleh sebab itu peranan humas yang dilaksanakan oleh seluruh aspek lembaga harus mampu menjalankan tugasnya dengan baik dalam memberikan informasi lembaga kepada publik sehingga masyarakat/publik tidak kehilangan informasi mengenai perkembangan yang terjadi di Lembaga Pendidikan Tridaya. Dan juga agar masyarakat dapat memberikan citra yang dapat terus berkembang menjadi citra yang baik terhadap lembaga.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa siswa SMP dan SMA di Kota Bandung yang kini menjadi siswa Bimbel Tridaya, dapat diketahui hal-hal berikut ini:

1. Beberapa siswa yang mengikuti Bimbel Tridaya diminta oleh orangtua mereka yang merasa sudah mempercayai Bimbel Tridaya dapat memberikan pelayanan yang baik.
2. Beberapa siswa Bimbel Tridaya yang kini menginjak bangku SMA sudah menjadi siswa Tridaya sejak mereka duduk di bangku SD.

3. Beberapa siswa SMA banyak yang bertahan menjadi siswa Tridaya dikarenakan sistem pendekatan individu yang ditawarkan yang memberikan mereka kemudahan dalam memahami materi pelajaran.
4. Beberapa orang tua yang pernah mengikuti program konsultasi anak yang diselenggarakan oleh Tridaya Training Center yang dimiliki oleh Lembaga Pendidikan Tridaya merasa puas dan terbantu oleh pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, maka dapat terlihat bahwa Lembaga Pendidikan Tridaya dinilai sudah memiliki citra yang baik pada pengguna jasanya, tetapi belum dapat terlihat secara pasti kontribusi humas Lembaga Pendidikan Tridaya sebagai pelaksana fungsi humas dalam membangun citra lembaga yang positif.

Dengan adanya fakta demikian, maka peneliti ingin lebih mengetahui lebih jauh lagi mengenai kontribusi para seluruh staf Lembaga Pendidikan sebagai pelaksana fungsi humas dalam pembangunan citra lembaga untuk masyarakat eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung.

B. Identifikasi Masalah

Seperti uraian pada latar belakang masalah di atas, jelaslah bahwa secara teoritis ataupun kenyataan di lapangan, citra baik sebuah lembaga sangatlah penting dimiliki oleh sebuah lembaga karena dapat memberikan manfaat yang menguntungkan bagi lembaga itu sendiri. Humas memiliki tujuan dalam melaksanakan fungsinya sebagai jembatan antara lembaga dan publik, salah satu dari tujuannya yaitu membangun citra lembaga yang baik.

Untuk membentuk citra lembaga yang baik dari publik atau masyarakat (lingkungan eksternal) terhadap lembaga itu tidaklah mudah, oleh karena itu jika sebuah lembaga ingin mendapatkan citra yang baik, suatu lembaga haruslah memiliki humas atau *Public Relation Officer (PRO)* yang mampu dan kompeten dalam menjalankan fungsinya sebagai salah satu pelaku manajemen sebuah lembaga. Tujuan humas sesungguhnya bahwa pada prinsipnya humas bertujuan untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari lembaga kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan, dan memperbaikinya jika citra itu menurun atau rusak.

Lembaga pendidikan sebagai bagian dari pendidikan nonformal merupakan bagian dari sistem pendidikan yang berbentuk sebuah institusi berupaya memberikan layanan pendidikan bagi masyarakat. Hal ini sejalan jika dikaitkan dengan Undang-Undang SISDIKNAS 2003 (UU No. 20 tahun 2003) Bab VI Pasal 26 Ayat 1, yang berbunyi

Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat.

Berkaitan dengan konsep citra yang baik yang ingin dibangun oleh humas dalam sebuah lembaga pendidikan yang menginginkan terbentuknya citra yang baik dalam rangka memberikan layanan mutu pendidikan yang baik pula. Sehingga masyarakat dapat memberikan kepercayaannya juga menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah lembaga pendidikan.

Hal ini sangatlah sejalan antara citra yang baik yang selalu ingin dibangun oleh semua lembaga dengan lembaga pendidikan yang membutuhkan citra baik tersebut dalam rangka mendapatkan kepercayaan, pengertian, dukungan dan kerjasama dari publik sebagai lingkungan eksternal lembaga. Sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan jasa pendidikan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui sejauhmana kontribusi humas dalam sebuah lembaga pendidikan dalam rangka membangun citra yang baik untuk lingkungan eksternal lembaga dalam hal ini yaitu masyarakat pengguna jasa lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini akan memfokuskan pada permasalahan yang dirumuskan suatu masalah **“Kontribusi Humas Terhadap Pembangunan Citra Lembaga Untuk Lingkungan Eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung”**.

C. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah dalam fokus permasalahan penelitian, maka dijabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran pelaksanaan humas di Lembaga Pendidikan Tridaya?
2. Bagaimanakah membangun citra Lembaga Pendidikan Tridaya di lingkungan eksternal?
3. Sejauhmana kontribusi humas Lembaga Pendidikan Tridaya dalam membangun citra lembaga di lingkungan eksternal?

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kontribusi humas terhadap pembangunan citra lembaga untuk lingkungan eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui gambaran pelaksanaan peran humas di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung.
- b. Untuk mengetahui gambaran citra lembaga Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung di Lingkungan eksternal.
- c. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi humas dalam rangka pembangunan citra lembaga untuk lingkungan eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

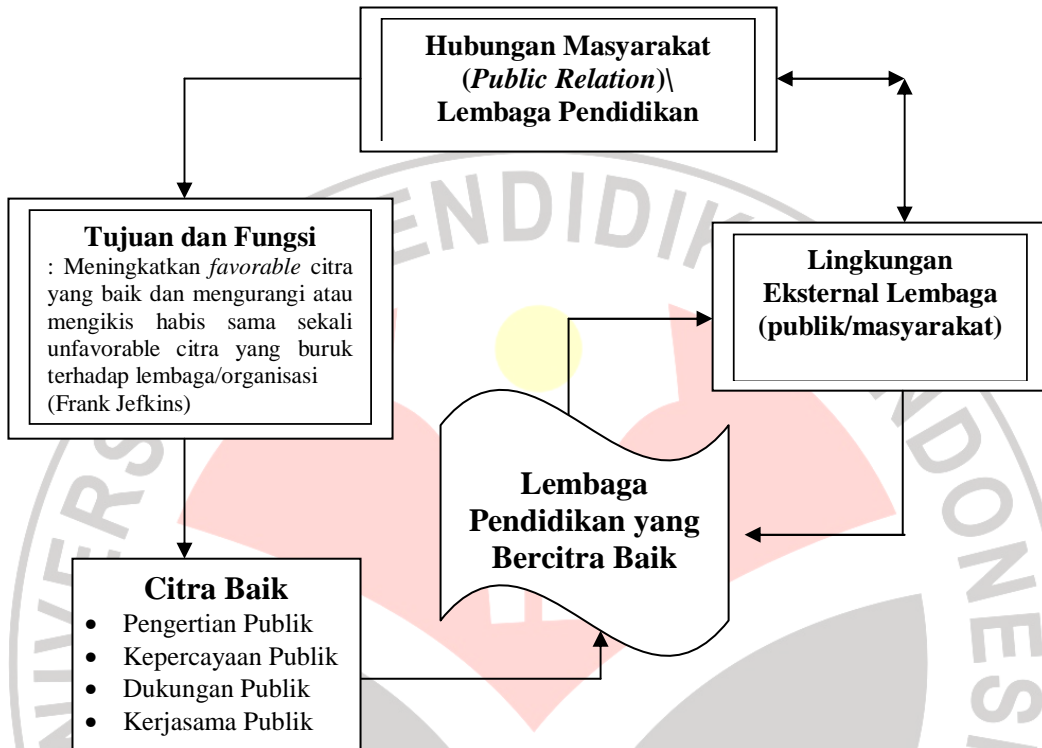
- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjutan yang relevan dan bahan kajian ke arah pengembangan konsep-konsep pengembangan tenaga edukatif yang mendekati pertimbangan-pertimbangan konseptual, serta kultur yang berkembang pada dunia pendidikan saat ini.
- b. Penulis dapat mengetahui gambaran yang jelas mengenai kontribusi humas di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung

- c. Penulis dapat mengetahui gambaran yang jelas mengenai citra lembaga Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung di Lingkungan Eksternal.
 - d. Penulis dapat mengetahui gambaran yang jelas mengenai kontribusi humas dalam rangka pembangunan citra lembaga untuk lingkungan eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung.
2. Manfaat Praktis
- a. Dapat mengetahui cara membangun citra lembaga.
 - b. Dapat mengetahui bagaimana humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya.
 - c. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi tenaga pendidik dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang memiliki citra yang baik di masyarakat
 - d. Dapat dijadikan rujukan/model bagi lembaga pendidikan lain dalam mewujudkan lembaga pendidikan bercitra positif.

F. Kerangka Berpikir

Bertitik tolak dari latar belakang masalah sebagaimana dipaparkan terdahulu, penelitian ini berupaya memahami dan menemukan seberapa besar kontribusi humas Lembaga Pendidikan Tridaya membangun citra lembaga yang positif dari lingkungan eksternal atau masyarakat pengguna dan calon pengguna jasa lembaga. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diketengahkan suatu kerangka pemikiran yang menunjukkan hubungan antar

variabel yang akan diteliti. Hubungan-hubungan antar variabel tersebut dapat diilustrasikan pada bagan di bawah ini:



(Gambar 1.1 : Kerangka Berpikir Penelitian)

Paradigma penelitian merupakan kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan arah berpikir dan penelitian. (Moleong, 2004:35).

Humas Lembaga Pendidikan Tridaya tentunya memiliki tujuan dan fungsi yang menjadi acuan mereka dalam mencapai tujuan lembaga. Salah satu tujuan dari humas sebuah lembaga pendidikan adalah membangun citra yang baik dari publik eksternal atau masyarakat. Citra yang baik dari masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan Tridaya dapat dibangun melalui didapatkannya **pengertian, dukungan, kepercayaan dan kerjasama** dari masyarakat yang akan dan sudah

menggunakan jasa atau produk Lembaga Pendidikan Tridaya. Pengertian, dukungan, kepercayaan dan kerjasama dari masyarakat yang positif tentunya, karena akan dapat membangun citra atau *image* yang positif pula.

Hubungan masyarakat adalah sebagai proses berkelanjutan dari usaha manajemen dalam membentuk opini publik atau masyarakat yang positif. Humas memiliki tujuan dan fungsi yang diharapkan mampu menumbuhkan opini atau citra masyarakat yang positif tersebut. Tidak terkecuali bagi humas di Lembaga Pendidikan yang berupaya mendapatkan kepercayaan publik dalam membantu prestasi siswa meraih cita-cita atau prestasi.

Lembaga pendidikan sebagai bagian dari pendidikan non-formal berupaya untuk membantu siswanya dalam menghadapi tingkat kompetisi yang cukup tinggi dalam meraih prestasi yang diharapkan. Tentu saja upaya tersebut tidak dapat terealisasi jika lembaga tersebut tidak mendapat pengertian, kepercayaan, dukungan dan kerjasama dari masyarakat. Bagaimana bisa lembaga pendidikan dapat membantu masyarakat dalam pelayanan pendidikan jika lembaga pendidikan tersebut tidak diketahui publik. Dan hal tersebut kemudian menjadi tugas seorang humas lembaga pendidikan.

Seorang humas lembaga pendidikan harus mampu memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki dan akan ditawarkan kepada masyarakat. Lembaga pendidikan yang baik biasanya mengutamakan pelayanan yang memiliki kualitas terbaik. Karena biasanya lembaga pendidikan yang sudah memiliki citra yang baik menjadikan keberhasilan siswa meraih prestasi sebagai tolak ukur dalam proses pembangunan citra yang baik tersebut. Sehingga siswa sebagai pemakai jasa akan

merasa puas dan percaya bahwa lembaga pendidikan tersebut dapat membantu proses peningkatan belajar.

Pembangunan citra yang baik bagi lembaga pendidikan harus dikembangkan dengan dijalankannya fungsi humas dengan bertujuan untuk mencapai **pengertian publik, kepercayaan publik, dukungan publik dan kerjasama publik.**

Citra lembaga pendidikan yang baik dapat diraih jika *public relation officer* atau humas dapat memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam membangun opini positif dari publik. Oleh karena itu diperlukan adanya kerjasama antara lembaga pendidikan dan humas, juga masyarakat sebagai pengguna jasa.

Pada intinya, humas atau *public relation officer* haruslah berjuang keras dalam membangun citra lembaga pendidikan, dengan adanya kerjasama, pengertian, kepercayaan dan dukungan dari publik, ditambah dengan dukungan dari pihak lembaga pendidikan yang lain. Sehingga dengan dimilikinya citra baik oleh lembaga pendidikan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan prestasi belajar siswa dan juga meningkatkan mutu pendidikan yang lebih baik.

G. Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan titik tolak pemikiran yang kebenarannya tidak diragukan oleh peneliti dalam hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Surakhmad, (1990 : 107) bahwa : “Anggapan dasar atau postulat adalah suatu titik pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyidik”.

Adapun anggapan dasar yang melandasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai sales department daripada organisasi, public relation (humas) berfungsi menjual organisasi. Dengan kata lain public relation berfungsi menjual citra yang baik tentang organisasi dengan harapan akan memperoleh bayaran berupa citra juga dari publiknya.

(Yulianita, 2005 : 51)

- b. Tujuan humas adalah meningkatkan *favourable* citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali *unfavourable* citra yang buruk terhadap organisasi.

(Jefkins) yang dikutip oleh Yulianita, (2005: 42)

- c. Citra lembaga adalah citra diri kita sebagai suatu organisasi secara keseluruhan. Apa yang kita hasilkan, apa yang kita lakukan, dan apa yang kita tampilkan di masyarakat, baik itu pengalaman, reputasi, sejarah kita, bahkan kegiatan kita saat ini, sebenarnya akan menjadi gambaran wajah institusi kita.

(dikutip dari www.tni.mil.id)

- d. Biasanya unit "*Public Relation*" mempunyai tugas menjadi "corong" agar citra organisasi tetap baik dan menjadi "mediator" antara kepentingan klien dengan perusahaan atau badan usaha. Pengertian public relation adalah usaha untuk mengembangkan citra atau image terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan dan produk atau pun layanan terhadap

masyarakat. Membangun citra organisasi sangat penting karena berdampak pada kelangsungan organisasi atau perusahaan tersebut.

(Rachmat, 2006)

- e. Citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi kita.

(Rachmat, 1986:221) yang dikutip oleh Wahyudi, (2005)

- f. Citra sebagai “gambaran subyektif tentang realitas”. Beberapa gambaran subyektif tersebut seringkali cukup akurat, gamblang dan kaya akan detail – gambaran itu membantu kita menyesuaikan diri dengan realitas kongkrit pengalaman kita.

(Nimmo, 2000:113) yang dikutip oleh. Wahyudi, (2005)

- g. *Public relation* merupakan bentuk komunikasi dua arah yang menunjang keberhasilan kebijakan dengan menjelaskan, menginformasikan, mempertahankan atau mempromosikannya kepada publik sehingga tercipta saling pengertian dan itikad baik. Selain itu PR juga merupakan suatu cara pendekatan untuk menciptakan opini publik.

(Wahyudi, 2005)

- h. Proses pencitraan memang terkait dengan strategi *Public Relation*. Jika para alumnus memiliki kepuasan atas hasil akhir yang diperoleh, mereka adalah barisan pertama yang akan membangun citra merek lembaga pendidikan anda.

(Krisna, 2006)

- i. Public Relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publiknya

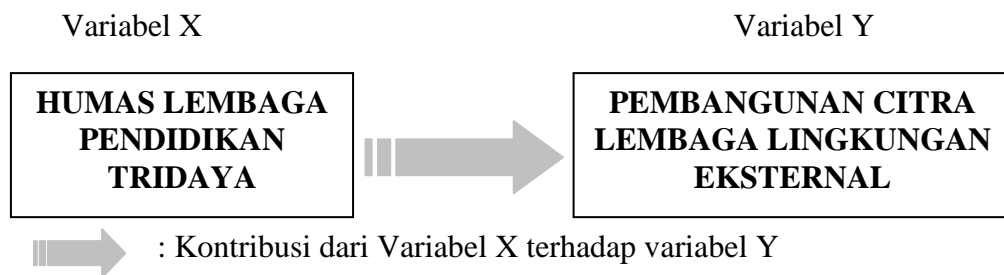
(Cutlip dan Center " Efektif Public Relations", 1982).

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang perlu diuji kebenarannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Soegiyono (1999:39) bahwa : “hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan definisi atau pendapat tersebut maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Humas Lembaga Pendidikan Tridaya Berkontribusi Terhadap Pembangunan Citra Lembaga Untuk Lingkungan Eksternal di Lembaga Pendidikan Tridaya Bandung”.

Adapun hipotesis penelitian yang penulis kemukakan dapat digambarkan sebagai berikut:



(Gambar 1.2 : Hipotesis Penelitian)

I. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pemahaman dan pemecahan masalah secara lebih terstruktur dan sistematis, maka penulis menyusun suatu bentuk penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, paradigma penelitian, anggapan dasar, hipotesis dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Menguraikan landasan teori berupa uraian mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini sebagai dasar pemikiran dan pemecahan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang uraian langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan penulisan skripsi

BAB I HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi keseluruhan data dari hasil obserasi dan kuisioner. Memaparkan hasil perolehan data berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan serta hasil analisis

data yang dilakukan. Hasil analisis ini kemudian dilakukan pembahasan berkaitan dengan permasalahan penelitian.

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dan rekomendasi mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dan ditetapkan oleh organisasi berdasarkan hasil penelitian.

