

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Setiap organisasi perlu membangun citra untuk memiliki pandangan yang baik serta terpecaya dan begitu juga di dunia pendidikan. Citra sendiri merupakan kesan ataupun gambaran dari sebuah organisasi dan juga sikap-sikap mengenai oraganisasi kita dari sudut pandang orang lain. Di dunia pendidikan, citra dibutuhkan untuk mendapatkan pandangan yang baik bagi pihak luar organisasi. Mereka harus membangun citra yang positif guna mendapatkan kesan yang baik oleh pihak-pihak luar.

Citra pendidikan saat ini hampir tidak selalu mendapatkan predikat positif. Citra negatif sebetulnya telah diketahui oleh publik dalam waktu yang sudah panjang. Namun tidak terdapat perubahan yang dilakukan secara substansif meskipun sudah dilakukan beberapa cara lewat kemenag dan kemendikbud. Penyebab kegagalan untuk membangun citra positif bagi dunia Pendidikan salah satunya yaitu kebijakan yang berubah-ubah dan tidak konsisten. Hal paling mendasar diantaranya ditinjau dari kurikulum yang mana setiap mengganti Menteri, kurikulum juga ikut terganti (Sudiaman, 2014). Harusnya agar menjadi lebih baik, terlebih dahulu lakukan riset mengenai apa yang salah pada kurikulum sebelumnya yang dibuat oleh Menteri-menteri terdahulu dan melakukan perbaikan pada pada saat pergantian Menteri. Hasil riset yang dilakukan digunakan untuk mengembangkan kurikulum yang dahulu agar menjadi kurikulum yang baik dan digunakan oleh semua organiasi yang berjalan di bidang Pendidikan. Sehingga citra Pendidikan akan menjadi positif dengan mendapatkan pandangan yang baik serta komentar yang positif dengan sendirinya setelah mereka merasakan manfaat dari kurikulum yang diperbaiki.

Dalam membangun citra tentunya dibutuhkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi biasanya dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi dan juga menaikkan citra organisasi agar dapat lebih dikenal oleh khalayak ramai. Strategi komunikasi sendiri yaitu perpaduan dari perencanaan komunikasi guna tercapainya tujuan tertentu (Effendy, 2003:301 dalam (Praktis, 2015). Dengan kata lain strategi komunikasi sangat berpengaruh dalam membangun citra. Untuk itu organisasi

haruslah merancang hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh organisasi guna menaikkan citra mereka. Organisasi juga harus tahu siapa target mereka agar tepat sasaran dan tidak keluar dari jalur yang telah direncanakan atau ditentukan.

Dalam penelitian terdahulu ditemukan dalam pembangunan citra perusahaan Kitabisa.com yang mana dapat ditinjau berdasarkan kepercayaan masyarakat yang bisa menjadikan image positif dalam menarik masyarakat untuk berdonasi menggunakan kitabisa.com, yang mana dalam bertransaksi dapat terlihat transparan terkait donasi onlinenya. Sehingga dapat terlihat berapa donasi yang telah terkumpul pada campaign yang sedang berjalan. Selain itu donatur juga dapat melihat dan memilih donasi yang mereka inginkan (Nurul Saputri, 2019).

Dalam penelitian terdahulu juga ditemukan mengenai komunikasi dalam mendorong desa kampung nelayan untuk menjadi tujuan wisata bahari yang berbasis masyarakat dan kearifan lokal yang mana komunikasi diperlukan sebagai strategi dalam membentuk sebuah persepsi masyarakat. Pembentukan persepsi akan membantu proses pengembangan desa kampung nelayan di Medan Belawan. Perencana harus menemukan strategi komunikasi melalui negosiasi untuk menyelesaikan solusi terhadap masalah umum dalam kehidupan masyarakat. Komunikasi memungkinkan orang guna mengekspresikan minat dan pendapat mereka yang terkait dengan isu daerah. Pertukaran dalam penyelesaian masalah yang dinegosiasikan yaitu wujud nyata dari partisipasi yang mana telah berkontribusi positif untuk meningkatkan kualitas hidup (Akortor, 2012 : (Marpaung, 2016)).

Di penelitian terdahulu ditemukan juga strategi komunikasi yang di aplikasikan oleh masyarakat perempuan dalam penolakan pembangunan pabrik semen yang berada di Pati. Di penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara serta observasi dan juga studi literatur. Pengamatan juga dilakukan untuk mempelajari bentuk resistensi oleh rakyat melalui berbagai bentuk kegiatan seperti pertemuan masyarakat dan berbagai upacara lokal dan peristiwa. Studi literatur dan beberapa teori digunakan sebagai dasar untuk memahami dan menganalisa isu yang sedang diteliti. Subjek aktivis Gerakan sosial yang mengembangkan berbagai gerakan non-kekerasan dan menciptakan serta mengembangkan gerakan sosial untuk melawan pabrik semen di Sukolilo

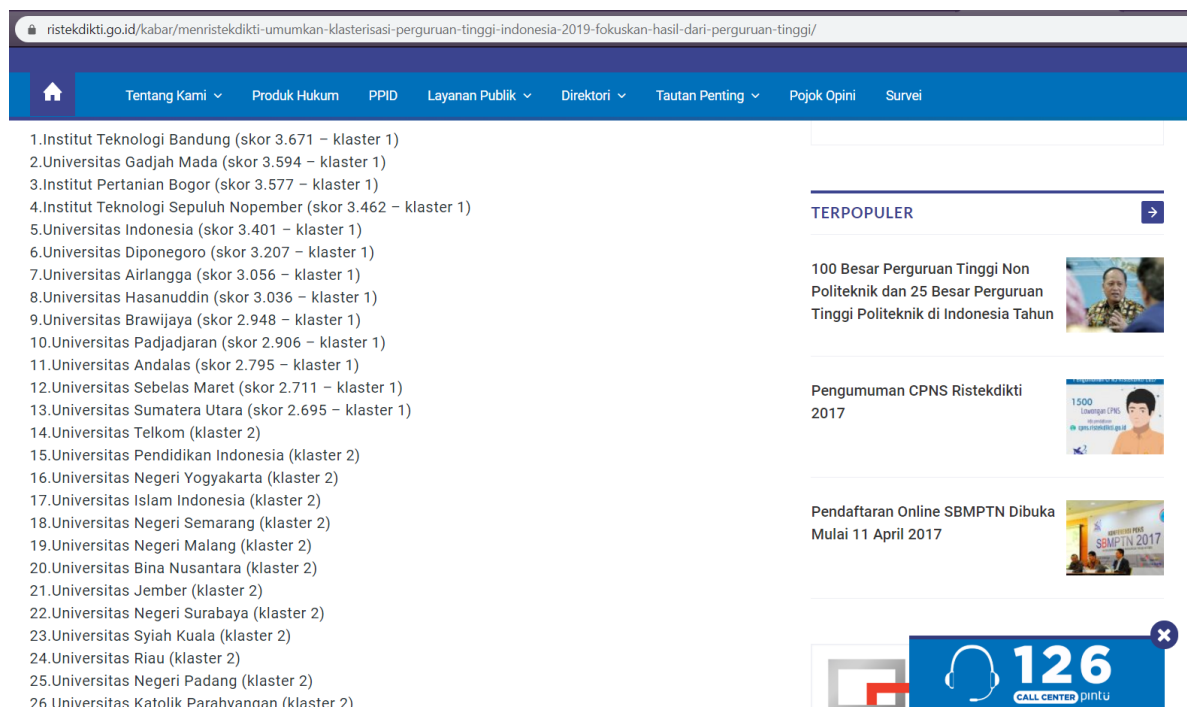
Pembangunan, Pati, Jawa Tengah, Indonesia. Bakul Gendong menjadi strategi yang dipilih untuk meyakinkan para perempuan di daerah tersebut. Pada akhirnya mereka mengerti bahwa penting untuk tidak menjual tanah mereka ke pabrik semen yang akan dibangun. Selain itu wanita menjadi aktor utama dibanyak tindakan atau demonstrasi, karena dengan berbuat demikian mereka berharap mereka dapat meminimalkan kekerasan dalam melawan penolakan pembangunan pabrik semen. (Maryani & Darmastuti, 2017)

Dari data diatas peneliti melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi dengan menggunakan teori komunikasi Harold D. Laswell. Karena dalam teori komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell memiliki 5 elemen atau komponen yang dipergunakan sebagai alat dalam mengevaluasi terkait proses komunikasi dan tiap-tiap elemen komunikasi yang mana hal itu sangat diperlukan untuk membangun citra agar tujuan dari membangun citra tersebut lebih terarah dan memiliki target pada siapa citra itu dibangun (L. Harold D.: (Suryadi, 2018)).

Dari penelitian di atas ditemukan gap yakni Strategi komunikasi digunakan untuk membentuk persepsi serta untuk mencari solusi dengan bernegosiasi (Marpaung, 2016) dan Strategi Komunikasi digunakan untuk meminimalisir kerusakan serta korban jiwa karena yang dihadapi adalah wanita yang menangis dan berteriak. (Maryani & Darmastuti, 2017)

Dari gap diatas ditemukan bahwa setiap perusahaan ataupun organisasi memiliki strategi komunikasinya masing-masing dalam membangun citranya. Walaupun terkadang mereka melakukan hal yang sudah pernah dilakukan tetapi pasti memiliki hasil yang berbeda disetiap tindak strategi komunikasinya. Dalam hal ini setiap organisasi harus menyusun terlebih dahulu strategi komunikasi yang akan mereka realisasikan untuk dapat membangun citra seperti apa yang mereka inginkan.

Penelitian ini akan dilakukan di Telkom University karena Telkom University merupakan perguruan tinggi swasta nomor 1 tahun 2019 hingga 2022 dan peringkat ke 8 perguruan tinggi di Indonesia. Hal tersebut tercantum pada website resmi Kementerian Riset dan Teknologi Republik Indonesia dan juga pada website webometrics yang mana website tersebut adalah sebagai sistem guna memberikan penilaian atau pengukuran pada kemajuan semua perguruan ataupun universitas terbaik di dunia.



Gambar 1.1 Peringkat Universitas Menurut Dikti

Sumber: ristekdikti.go.id

Dari gambar diatas melalui website ristekdikti.go.id menjelaskan bahwa Telkom University merupakan universitas dengan peringkat ke 14 di Indonesia yang mana Telkom University menjadi Universitas Swasta nomor 1 di Indonesia.

Universities: July 2022
Edition 2022.2 beta

About Us


- About Us
- Contact Us

About the Ranking

- Methodology
- Objectives
- FAQs
- Notes
- Previous editions

Resources

- Best Practices










ranking	World Rank	University	Det.	Impact Rank	Openness Rank	Excellence Rank
1	603	Universitas Indonesia	+	323	780	1127
2	696	Universitas Gadjah Mada	+	336	794	1392
3	914	Universitas Brawijaya	+	262	968	2246
4	969	IPB University / Bogor Agricultural University	+	489	854	2005
5	1019	Universitas Airlangga	+	1038	1152	1421
6	1059	Universitas Sebelas Maret UNS Surakarta	+	426	1021	2384
7	1196	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	+	955	1233	1959
8	1228	Universitas Syiah Kuala	+	918	1427	2016
9	1436	Telkom University / Universitas Telkom	+	817	1763	2627
10	1593	Institut Teknologi Bandung / Bandung Institute of Technology	+	556	7619	1439
11	1758	Universitas Bina Nusantara	+	2185	2539	2147
12	1830	Universitas Andalas	+	989	1676	3399
13	1850	Universitas Lampung	+	884	1548	3613
14	1888	Universitas Padjadjaran Bandung	+	520	7619	2082
15	2028	Universitas Sriwijaya	+	1607	1598	3324
16	2069	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	+	1429	1968	3475
17	2080	Universitas Hasanuddin	+	956	7619	1896
18	2274	Universitas Diponegoro	+	813	7619	2462
19	2285	Universitas Pendidikan Indonesia	+	502	7619	2934
20	2410	Universitas Negeri Malang	+	913	7619	2559
21	2426	Universitas Mercu Buana	+	1726	1896	4003
22	2516	Universitas Islam Indonesia	+	2500	1629	3797
23	2563	Universitas Islam Negeri UIN Sunan Gunung Djati Bandung	+	2795	1459	3797

Gambar 1.2 Peringkat Universitas Menurut Webometrics

Sumber: webometrics.info

Gambar diatas juga menjelaskan menurut website webometrics.info bahwa telkom university merupakan peringkat ke 9 universitas terbaik pada saat ini dan merupakan peringkat nomor 1 perguruan tinggi swasta tahun 2019-2022.

Telkom University juga merupakan universitas Swasta dengan akreditasi A. Telkom Univeristy memiliki fasilitas-fasilitas yang memadai dan menunjang keperluan Mahasiswa dalam hal perkuliahan dan juga 70 % jurusan di Telkom University berakreditasi A dan 59 % diantaranya terakreditasi Internasional.

Fakultas Komunikasi dan Bisnis	Fakultas Industri Kreatif	Fakultas Rekayasa Industri	Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 <ul style="list-style-type: none"> S1 Administrasi Bisnis A S1 Administrasi Bisnis (International) A S1 Ilmu Komunikasi A S1 Ilmu Komunikasi (International Class) A S1 Digital Public Relation B 	 <ul style="list-style-type: none"> S1 Desain Komunikasi Visual A S1 Desain Komunikasi Visual (International) A S1 Industrial Design d/h S1 Desain Produk A S1 Desain Interior A S1 Kriya Tekstil dan Mode A S1 Creative Arts (Painting, Photography & Film, and Intermedia) A 	 <ul style="list-style-type: none"> S1 Teknik Industri A S1 Teknik Industri (International) A S1 Sistem Informasi A S1 Sistem Informasi (International) A S1 Teknik Logistik C S2 Teknik Industri B 	 <ul style="list-style-type: none"> S1 International ICT Business A S1 MBTI A S1 Akuntansi A S2 Manajemen A
 <ul style="list-style-type: none"> S1 Teknik Telekomunikasi A S1 Teknik Telekomunikasi (International) A S1 Teknik Elektro A S1 Teknik Elektro (International) A S1 Teknik Fisika B S1 Teknik Komputer d/h S1 Sistem Komputer B S2 Teknik Elektro-Telekomunikasi A 	 <ul style="list-style-type: none"> D3 Teknologi Telekomunikasi d/h D3 Teknik Telekomunikasi A D3 Rekayasa Perangkat Lunak Aplikasi d/h D3 Teknik Informatika A D3 Sistem Informasi d/h D3 Manajemen Informatika A D3 Sistem Informasi Akuntansi d/h D3 Komputerisasi Akuntansi A D3 Teknologi Komputer d/h D3 Teknik Komputer A D3 Manajemen Pemasaran B D3 Perhotelan A S1 Terapan Teknologi Rekayasa Multimedia C d/h S1 Terapan Sistem Multimedia 	 <ul style="list-style-type: none"> S1 Informatika d/h S1 Teknik Informatika A S1 Informatika (International) d/h S1 Teknik Informatika (International) A S1 Teknologi Informasi B S1 Rekayasa Perangkat Lunak d/h S1 Ilmu Komputasi B S2 Informatika d/h S2 Teknik Informatika B 	

Gambar 1.3 Daftar Akreditasi Jurusan Telkom University

Sumber: baa.telkomuniversity.ac.id

Dengan adanya strategi komunikasi maka kegiatan komunikasi akan dapat berjalan dengan baik tentunya. Dalam hal membangun citra juga tentunya strategi komunikasi haruslah sangat digunakan guna citra yang kita inginkan dapat tersampaikan oleh orang-orang yang dituju sehingga kita mendapatkan hal yang positif dari orang yang berhubungan dengan organisasi atau perusahaan kita.

1.2 Fokus penelitian

Fokus penelitian dibutuhkan guna memberikan batasan akan apa yang diteliti, agar peneliti dapat melakukan penelitian tanpa melewati batas dan tidak keluar jalur. Maka dari itu fokus dari penelitian yaitu strategi komunikasi Telkom University dalam membangun citra.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka identifikasi masalah yaitu Bagaimana Telkom University membangun citra dengan strategi komunikasi?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu guna mengetahui strategi komunikasi apa saja yang dilaksanakan Telkom University dalam membangun Citra.

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

1.5.1 Manfaat Akademis

Secara praktis manfaat penelitian ini adalah:

- a. Penelitian bisa dipergunakan dalam pengembangan studi ilmu komunikasi yang memiliki kaitannya dengan Strategi Komunikasi dan Citra.
- b. Penelitian bisa menjadi sumber untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis dengan subjek- subjek yang diteliti.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini adalah:

- a. Penelitian diharapkan dapat berkontribusi kepada dunia pendidikan khususnya dalam membangun citra dengan menggunakan strategi-strategi komunikasi.
- b. Penelitian diharapkan menjadi saran bagi Telkom University guna meningkatkan citra dalam dunia Pendidikan dengan strategi komunikasi.

1.6 Tahap Penelitian

Tahapan penelitian ini berguna agar penelitian berjalan secara sistematis. Tahapan penelitian merupakan suatu rangkaian yang dilaksanakan peneliti melaksanakan penelitian kualitatif. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	Deskripsi
1.	Melakukan pemilihan topik	<ol style="list-style-type: none">a. Menentukan topik penelitian.b. Menentukan fokus penelitian.c. Meneliti tentang masalah yang akan dibahas dalam penelitian.d. Mengembangkan pertanyaan
2.	Instrumental	<ol style="list-style-type: none">a. Menentukan objek dan subjek yang diteliti

		<ul style="list-style-type: none"> b. Menentukan teknik pengumpulan data c. Melakukan pemilihan informan d. Mempersiapkan alat pedoman untuk wawancara, observasi serta studi literatur dokumentasi
3.	Pelaksanaan penelitian	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan studi dokumentasi, wawancara dan observasi b. Analisis Data
4.	Hasil penelitian	Menguji keabsahan data, saran, kesimpulan, dan rekomendasi

Sumber: Olahan peneliti, 2023

1.7 Waktu dan tabel rencana

1.7.1 Lokasi Penelitian

Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu Indonesia 40257, Bandung, Indonesia

1.7.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.2 Rincian Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu/Bulan									
		Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2022	May 2022	Jun 2022	July 2022	Aug 2022	Mar 2023	
1.	Mencari informasi awal untuk topik penelitian										
2.	Penyusunan proposal Bab 1, Bab 2, Bab 3										
3.	Desk Evaluation										
4.	Pengumpulan dan analisis data										
5.	Penyusunan bab IV dan V										
6.	Sidang akhir										

Sumber: Olahan peneliti, 2023