

BAB III

METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dimana peneliti menggambarkan karakteristik objek penelitian secara deskriptif.

Rakhmat memaparkan definisi deskriptif , sebagai berikut:

Tujuan melukiskan secara sistematis, fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang faktual. Selain itu, penelitian juga membuat prediksi serta mendapatkan implikasi dari suatu masalah yang akan dipecahkan. (2005; 24-25)

Krisyanto dalam bukunya yang berjudul **Teknik Praktis Riset Komunikasi** memaparkan sebagai berikut:

Jenis riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek-objek tertentu, Periset sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual (2008:67)

Ada pun tujuan yang hendak dicapai dari jenis penelitian ini adalah mengumpulkan informasi aktual secara rinci dengan menggambarkan gejala yang terjadi, mengidentifikasi masalah yang sedang berlangsung akibat gejala yang terjadi, mengidentifikasi fenomena yang sedang berlangsung akibat gejala yang terjadi,

membuat perbandingan, dan menghubungkan fenomena dengan teori agar masalah dapat terpecahkan secara objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis sekaligus menginterpretasikan data yang dikumpulkan sehingga masalah yang diangkat dalam penelitian Fungsi *Community relations* dalam Meningkatkan Kredibilitas Ghania Education House Bandung dapat terpecahkan.

3.1.2 Populasi dan Sampel

3.1.2.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang ingin diketahui sifat-sifatnya. Objek ini dapat berupa manusia, benda, atau peristiwa yang menjadi pusat perhatian penelitian.

Ruslan dalam bukunya yang berjudul **Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi** menyatakan:

Populasi adalah berkaitan dengan sekelompok orang, kejadian, atau semua yang menjadi karakteristik tertentu dan anggota populasi itu disebut elemen populasi (population element) (2006:133)

Sugiyono dalam bukunya **Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D** menyatakan:

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (2008:80)

Maka, populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas binaan Ghania Education House Bandung.

3.1.2.2 Sensus

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh atau sensus. ***Sampling jenuh* atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain *sampling jenuh* adalah sensus (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D, 2008:78).** Dengan jumlah populasi 53 orang, maka jumlah sampel adalah 53 orang yang merupakan seluruh anggota komunitas binaan Ghania Education House Bandung.

Tujuan dari pengambilan sampel sendiri adalah untuk menggambarkan karakteristik suatu populasi. Terdapat dua syarat yang harus dipenuhi dalam prosedur pengambilan sampel, yakni representatif dan besarnya harus memadai.

3.1.3 Operasionalisasi Variabel

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh fungsi *community relations* dalam meningkatkan kredibilitas Ghania Education House Bandung.

Judul yang telah dibuat peneliti terdiri atas dua variabel, yakni variabel X dan variabel Y meliputi:

- a. Variabel A : *Community relations*
- b. Variabel B: Kredibilitas perusahaan

Adapun definisi operasionalisasi dari skripsi ini yang berjudul: Fungsi *Community relations* dalam Meningkatkan Kredibilitas Ghania Education House Bandung.

1. Kegiatan adalah sebuah proses eksekusi serangkaian program kerja yang dibuat dan dilakukan oleh perusahaan melalui sumber daya perusahaan, Dalam hal ini *Community relations Developer* Ghania Education House Bandung secara sistematis dan terencana.
2. *Community relations* adalah publik eksternal berbentuk komunitas masyarakat sekitar atau pun masyarakat yang memiliki perhatian dan minat yang sama terhadap latar belakang usaha perusahaan. *Community relations* dalam penelitian terbagi menjadi empat faktor, yaitu: menambah relasi, bisnis yang baik, membantu kesejahteraan masyarakat, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis modern
3. Kredibilitas adalah sekumpulan persepsi komunikan mengenai komunikator yang dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan (ketrampilan berkomunikasi, cara bersikap, kadar ilmu pengetahuan yang dimiliki, sistem sosial, dan kebudayaan lingkungan sekitar) komunikator terhadap komunikan. Kredibilitas dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga faktor, yaitu: keahlian, kepercayaan, dan daya tarik perusahaan.

4. Ghania Education House Bandung adalah sebuah lembaga pendidikan dan pelatihan akselerator peningkatan kemampuan Bahasa Inggris, *soft skill* sekaligus *community developer* berbasis *life skill*, dengan memiliki aktivitas inti yakni 'FASTRACK English yang berfokus pada peningkatan akselerasi kompetensi berbahasa Inggris di ranah *Business English* dan *English in Education*.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR
Variabel X: <i>Community relations</i>	1. Menambah relasi/ teman	a. Menghormati individu b. Publikasi informasi c. Menciptakan identitas
	2. Bisnis yang baik	a. Menciptakan pengertian b. Menciptakan kerjasama
	3. Membantu kesejahteraan masyarakat	a. Kesejahteraan masyarakat b. Kenyamanan masyarakat
	4. Tanggung jawab sosial dalam bisnis modern	a. Menciptakan kepercayaan masyarakat b. Meningkatkan kepuasan masyarakat
Variabel Y: Kredibilitas Peusahaan	1. Keahlian perusahaan	a. Kemampuan membuat dan menjual produk b. Layanan terhadap konsumen
	2. Kepercayaan perusahaan	a. Motivasi menjadi jujur b. Peka terhadap kebutuhan pelanggan
	3. Daya tarik	a. Kepercayaan Konsumen b. Ketertarikan terhadap program

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk proses penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mencari dan menelaah teori-teori dan pendapat para ahli yang relevan dengan masalah dalam penelitian ini
2. Studi Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melampirkan seluruh kegiatan objek penelitian melalui gambar, foto, video, dan lain-lain demi menunjang permasalahan yang dibahas dalam penelitian.
3. Studi Lapangan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti secara langsung terhadap objek yang diteliti, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengamati secara langsung objek berkaitan dengan kegiatan *community relations* yang dilakukan Ghania Education House Bandung
 - b. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada narasumber terkait, yaitu *Program Director* Ghania Education House Bandung dengan permasalahan dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Seluruhnya disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti yaitu fungsi *community relations* dalam meningkatkan kredibilitas Ghania Education House Bandung.

- c. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden yang dipercaya memiliki kapabilitas mengenai masalah yang diteliti. Penyebaran angket ini dilakukan kepada responden penelitian yaitu anggota komunitas binaan Ghania Education House Bandung.

3.1.5 Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana fungsi *community relations* dalam meningkatkan kredibilitas Ghania Education House Bandung. Data deskriptif menggambarkan fakta atau karakteristik populasi secara faktual dan cermat.

Hasil yang diperoleh dari survey melalui kuesioner pada lembaran kode ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai analisis data yang utama. Maka dari itu, pendekatan kuantitatif berupa wawancara hanya sebagai pelengkap saja, karena **kedua pendekatan tersebut dapat digunakan apabila desainnya adalah memanfaatkan suatu paradigma sedangkan paradigma lainnya hanya sebagai pelengkap saja. (Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, 2000:22).**

Teknik analisis data sendiri merupakan proses menyebarkan atau mengumpulkan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami (dibaca, dan

digambarkan). Dalam mendeskripsi masalah yang diteliti, analisis data menyangkut bagaimana cara dan alat penelitian.

Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan analisis data deskriptif yaitu mendeskripsikan bagaimana sebenarnya fungsi *community relations* dalam meningkatkan kredibilitas Ghania Education House Bandung. Data deskripsi pun menggambarkan fakta atau karakteristik di dalam masalah yang diteliti secara aktual dan cermat. **Travers (1978) mengungkapkan, metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. (Umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, 2003:22).**

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pegangan utama, dengan penggunaan lembar kode yang berfungsi untuk mempermudah analisis data. Analisis terhadap data penelitian dilakukan dengan cara menginterpretasikan angka-angka frekuensi serta presentase jawaban responden yang didapatkan pada frekuensi serta presentase atas jawaban responden yang di dapat pada tabel frekuensi. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan gambaran tertentu yang nantinya dianalisis oleh peneliti sebagai tambahan informasi kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu *Program Director* Ghania Education House Bandung.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh atau sensus. ***Sampling* jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain *sampling* jenuh adalah sensus (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif**

Kuantitatif dan R & D, 2008:78). Jumlah populasi responden adalah 53 orang, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 53 orang yang merupakan seluruh jumlah anggota komunitas binaan Ghania Education House Bandung pada saat penelitian ini dilakukan.

Analisis data dilakukan dengan cara memproses data yang telah didapatkan melalui survey yang ada di dalam kuesioner pada lembaran kode. Nantinya, lembaran kode disusun berdasarkan tiap variabel yang diteliti menggunakan tabel frekuensi sehingga mendapatkan tambahan berbagai informasi yang di dapat melalui hasil observasi, wawancara, angket, dan studi pustaka.

3.2 Objek Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Ghania Education House Bandung, Jl. Sulaksana Dalam I No. 36, Bandung.

Adapun penelitian di mulai pada bulan Januari sampai Juni 2015.

Tabel 3.2
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Tahun	2015																							
			Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
			Bulan																							
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1.	Tahap Persiapan																									
	a. Pengajuan Judul			■																						
	b. Perizinan			■																						
	c. Penjajagan				■	■	■	■	■																	
	d. Studi Pustaka				■	■	■	■	■																	
	e. Seminar Outline									■																
2.	Tahap Pelaksanaan																									
	a. Observasi												■	■	■	■	■									
	b. Wawancara												■	■	■	■	■									
	c. Angket												■	■	■	■	■									
3.	Tahap Pelaporan																									
	a. Pengolahan																									
	b. Pembimbingan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	c. Perbaikan																									
	d. Seminar Draft																									
	e. Sidang Skripsi																									

3.2.1 Sejarah Ghania Education House Bandung

Ghania Education House Bandung adalah sebuah perusahaan yang memiliki nama lengkap Ghania Berkah Utama, yang bergerak dalam bidang pendidikan dan pelatihan bagi peningkatan sumber daya manusia secara umum maupun secara spesifik dalam sebuah lembaga atau perusahaan tertentu. Ghania Education House Bandung terbentuk berawal dari sebuah komitmen para pendirinya yang ingin memberikan solusi alternatif bagi dunia pendidikan. Khususnya pendidikan bahasa

inggris dan *soft skill*. Pada tanggal 10 November 2013 Ghania Education House Bandung berdiri.

Ghania memiliki arti kekayaan dengan berlimpah berkah, Edu House merupakan singkatan dari *Education House*, yakni Rumah Belajar. Kata ‘Rumah’ sengaja dipilih dengan harapan peserta didik dapat mudah akrab dengan pengajar dan menjadikan Ghania Education House Bandung sebagai rumah belajar yang senantiasa terbuka untuk para pencari ilmu yang ingin kerja keras, kerja cerdas, dan kerja ikhlas.

Hal yang melatarbelakangi berdirinya Ghania Education House Bandung ini adalah pesatnya laju pertumbuhan perekonomian Indonesia yang menuntut setiap pribadi anak bangsa untuk memacu diri meningkatkan kemampuan dalam berbagai lini sehingga dapat bersaing di kancah perekonomian global. Tentunya, dikarenakan salah satu kunci untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat ini adalah dengan menguasai informasi melalui komunikasi yang intensif dan efektif. Termasuk di dalamnya adalah penguasaan Bahasa Inggris dan *soft skill* yang baik sudah menjadi pra-syarat untuk dapat dengan intensif dan efektif berkomunikasi dalam lingkup persaingan ekonomi global. Para pelaku bisnis dan pendidikan menginginkan sebuah program pembelajaran yang secara cepat dan akurat dapat meningkatkan kompetensi berbahasa Inggrisnya dan *soft skill*nya.

Ghania Education House Bandung memahami hal ini dengan baik sehingga memfokuskan diri pada sebuah program peningkatan sumberdaya manusia dalam kompetensi bahasa Inggris, *soft skill*, dan *life skill*. Peningkatan kompetensi berbahasa inggris yang diberi nama “*Fast Track English*” (terutama Bahasa Inggris

dalam ranah bisnis dan pendidikan), kompetensi *soft skill* “*Fast Tack Success*” (.Tak hanya itu, Ghania Education House Bandung pun merupakan sebuah perusahaan yang melabelkan dirinya sebagai *community developer* berbasis *life skill* melalui program non-komersilnya berupa pembinaan komunitas, “*Fast Track Community*”(Fast Track English, Fast Track Public Speaking & Presentation, Fast Track Dream Writers).

3.2.2 Visi dan Misi Ghania Education House Bandung

3.2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadikan Ghania Education House Bandung sebagai lembaga terdepan dalam memajukan kualitas pendidikan yang menggugah, mencerahkan, dan mensukseskan masyarakat Indonesia.

3.2.2.2 Misi Perusahaan

1. Menyelenggarakan pendidikan berbasis kemampuan Bahasa Inggris, *soft skill*, dan *life skill*
2. Menciptakan pendidikan yang memiliki standar kualifikasi nasional dan internasional
3. Senantiasa membangun kerja sama yang berlandaskan itikad baik khususnya dengan dunia bisnis, industri, dan pendidikan, serta masyarakat luas pada umumnya

3.2.3 Tujuan dan Fungsi Ghania Education House Bandung

1. Menghasilkan sumber daya manusia terdidik yang dapat bersaing di kancah nasional maupun internasional
2. Menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas di dunia bisnis-industri maupun pendidikan.
3. Menghasilkan sumber daya manusia yang memahami dan mengaplikasikan makna dari kerja keras, kerja cerdas, dan kerja ikhlas

3.2.4 Program Kerja Ghania Education House Bandung

Ghania Education House memiliki tiga inti program kerja, yakni :

1. *'FastTRACK English'* yang fokus di peningkatan akselerasi kompetensi berbahasa Inggris pada ranah *Business English* dan *English in Education*, dan
2. *'FastTRACK Success'* yang fokus di peningkatan kompetensi *soft skill* seperti *leadership, team building, outbound management training, presentation & Public Speaking*, dan lain-lain).
3. *'FastTRACK Communities'* yang fokus pada pemberdayaan komunitas pembelajar non komersil (*Fast Track English, Fast Track Public Speaking & Presentation, Fast Track Dream Writers*) dengan tiga aktivitas utama : *English Skill, Social Act*, dan *Personal Development*.

3.2.5 Produk Ghania Education House Bandung

Produk perusahaan yang di jual oleh Ghania Education House Bandung secara garis besar terfokus kedalam dua inti perusahaan yakni *Fast Track English dan Fast Track Success (for business, hotelier, public speaking, dan lain-lain)* yakni:

1. TOEFL Hacker

Salah satu fokus produk layanan perusahaan dalam Ghania Education House Bandung adalah peningkatan kompetensi Bahasa Inggris untuk meraih skor tinggi dalam TOEFL. TOEFL (*Test of English as Foreign Language*), adalah sebuah tes yang secara komprehensif disusun untuk mengukur sejauh mana tingkat kemampuan kita atas kompetensi bahasa inggris yang kita miliki. Kegunaan tes yang sangat beragam, mulai dari syarat seleksi penerimaan beasiswa dalam dan luar negeri, hingga syarat mutlak untuk kenaikan jabatan.

2. *English/Indonesian Presentation & Public Speaking (for Business atau Education)*

Ghania Education House Bandung memberikan pelatihan bagi para pemula sampai praktisi untuk memberikan presentasi dalam Bahasa Indonesia ataupun Inggris untuk mengatasi percaya diri, gugup, khawatir, dan tegang dalam menghadapi *audience*. Fokus pembelajaran meliputi bahasa tubuh (*body language*), tata bahasa (*grammar*) , *tenses*, serta pilihan kata (diksi) maupun cara pengucapan bahasa (*pronunciation*), motivasi tampil di hadapan publik dan lain-lain.

3. *English for Industry and Business (hotelier, company, dan lain-lain)*

Ghania Education House Bandung menjadikan salah satu lini usahanya yaitu mengadakan pelatihan peningkatan kompetensi Bahasa Inggris bagi perusahaan bisnis dan industri seperti hotel. Aspek penguasaan bahasa asing adalah salah satu aspek yang cukup menentukan kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

4. *English for Study Abroad & Survival English*

Produk ini diperuntukkan bagi mahasiswa, calon mahasiswa, pekerja, pelancong atau imigran yang ingin pergi ke luar negeri dengan tujuan untuk belajar, bekerja, berlibur, atau bahkan menetap. Fokus pembelajarannya berupa *General English*, *English Conversation*, dan *English for Academic Purpose*.

5. *English for Team Building (Outbond Management)*

Produk ini ditujukan bagi perusahaan yang ingin memiliki solidaritas dan kerja sama yang tinggi di antara sesama sumber daya manusianya dengan mengadakan *team building training*.

3.2.6 Filosofi Logo Ghania Education House Bandung

Gambar 3.1

Logo Ghania Education House Bandung



Sumber: Arsip Dokumen Ghania Education House Bandung

Ghania berasal dari kata Bahasa Arab yang artinya kaya raya. *Education House*, yang artinya “Rumah Belajar” yang terbuka bagi siapa saja yang memiliki keinginan kuat untuk belajar.

Secara umum logo Ghania Education House Bandung terbagi menjadi dua bagian, yaitu *House part* (bagian atas: rumah) dan *eye part* (bagian bawah: mata), yang memiliki makna “Rumah pembuka cara pandang dan pertumbuhan”. Pilihan huruf yang digunakan adalah *BANANA* yang terkesan futuristic, mewakili filosofi sebuah lembaga yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Pada *house part* ada

dua huruf yang dikombinasikan yaitu huruf G dan I yang merupakan inisial pendiri Ghania Education House Bandung, yaitu Gatot dan Ian. Warna yang dipilih adalah hijau daun terang yang memiliki makna kehidupan atau jiwa muda.

3.2.7 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Ghania Education House Bandung

CEO merupakan posisi tertinggi di dalam Ghania Education House Bandung, segala keputusan akhir nantinya ditentukan oleh posisi ini. Dalam hal perencanaan dan eksekusi CEO membagi Ghania Education House Bandung menjadi dua divisi besar, yaitu Divisi Program dan Divisi Pengembangan Pengajar. Divisi Pengembangan Pengajar memiliki tanggung jawab pengembangan kepada para pengajar Ghania Education House Bandung sekaligus memilih pembina untuk komunitas binaan. Ada pun Divisi Program memiliki tanggung jawab penuh terhadap pembuatan program kerja Ghania Education House Bandung, termasuk produk perusahaan.

Untuk *community relations* Divisi Pengembangan Komunitas mendapat tanggung jawab langsung dari *Program Director* untuk menjadi narahubung antara Ghania Education House Bandung dengan komunitas binaan atau pun Ghania Education House Bandung dan Komunitas Binaan dengan publik eksternal komunitas lainnya. Divisi Pengembangan Komunitas membawahi struktur organisasi komunitas binaan yang memang sengaja dibuat menyatu dengan perusahaan.

Ada pun tanggung jawab masing-masing divisi secara lebih lengkap, yaitu:

1. CEO

- a. Merancang SOP
- b. Mengendalikan perusahaan sesuai SOP
- c. Penentu keputusan tertinggi dalam perusahaan
- d. Menyusun sistem dalam masing-masing unit kerja
- e. Menyusun dan mengembangkan hubungan kerja sama dengan pihak lain baik internal maupun eksternal
- f. Bertanggung jawab penuh terhadap keberlangsungan kegiatan perusahaan yang nantinya akan dievaluasi bersama sesuai dengan pembagian tugas pada divisi masing-masing.

2. Divisi Program (*Program Division*)

- a. Menyusun perencanaan program kerja dalam perusahaan
- b. Menyusun strategi pengekseskuan program kerja
- c. Mengontrol keberjalanan program kerja
- d. Mengekseskusi program kerja melalui kegiatan yang diadakan
- e. Mengevaluasi program kerja yang telah dilakukan
- f. Merancang desain dalam program kerja (termasuk produk perusahaan)
- g. Mengembangkan hubungan perusahaan dengan publik eksternal

3. Divisi Pengembangan Pengajar (*Teacher Development Division*)

- a. Merencanakan dan menyusun silabus pengajaran
- b. Bertanggung jawab dalam pengembangan pengajar Ghania Education House Bandung dan komunitas binaan
- c. Menyusun strategi dan metode pembelajaran yang tepat
- d. Mengontrol keberjalanan kegiatan belajar mengajar
- e. Melakukan pengelolaan hubungan antara pengajar dan anak didik.

4. Bendahara (*Treasurer*)

- a. Mengelola aliran keuangan perusahaan
- b. Menyusun laporan keuangan pada tiap divisi
- c. Menganalisis dan mengevaluasi keuangan perusahaan

5. Divisi Pengembangan Komunitas (*Community Development Division*)

- a. Membuat laporan kegiatan *community relations*
- b. Melakukan pengawasan terhadap kegiatan *community relations*
- c. Bertanggung jawab langsung terhadap eksekusi kegiatan *Community relations*
- d. Mengembangkan hubungan perusahaan dengan komunitas binaan maupun komunitas binaan dan perusahaan dengan publik eksternal

- e. Menyusun dan melakukan publikasi terhadap kegiatan *Community relations*

Di bawah divisi pengembangan komunitas, terdapat langsung struktur organisasi komunitas binaan, yaitu:

1. *Community President*

Mendapat arahan langsung dari Divisi Pengembangan Komunitas dalam melaksanakan kegiatan dan memiliki tanggung jawab untuk mengorganisasikannya dengan masing-masing bidang dalam komunitas.

2. *Community Programmer*

Membantu eksekusi program kegiatan *community relations* bagi komunitas binaan maupun publik eksternal komunitas lainnya

3. *Community relations*

Membantu menjadi narahubung antara komunitas binaan dengan publik eksternal komunitas

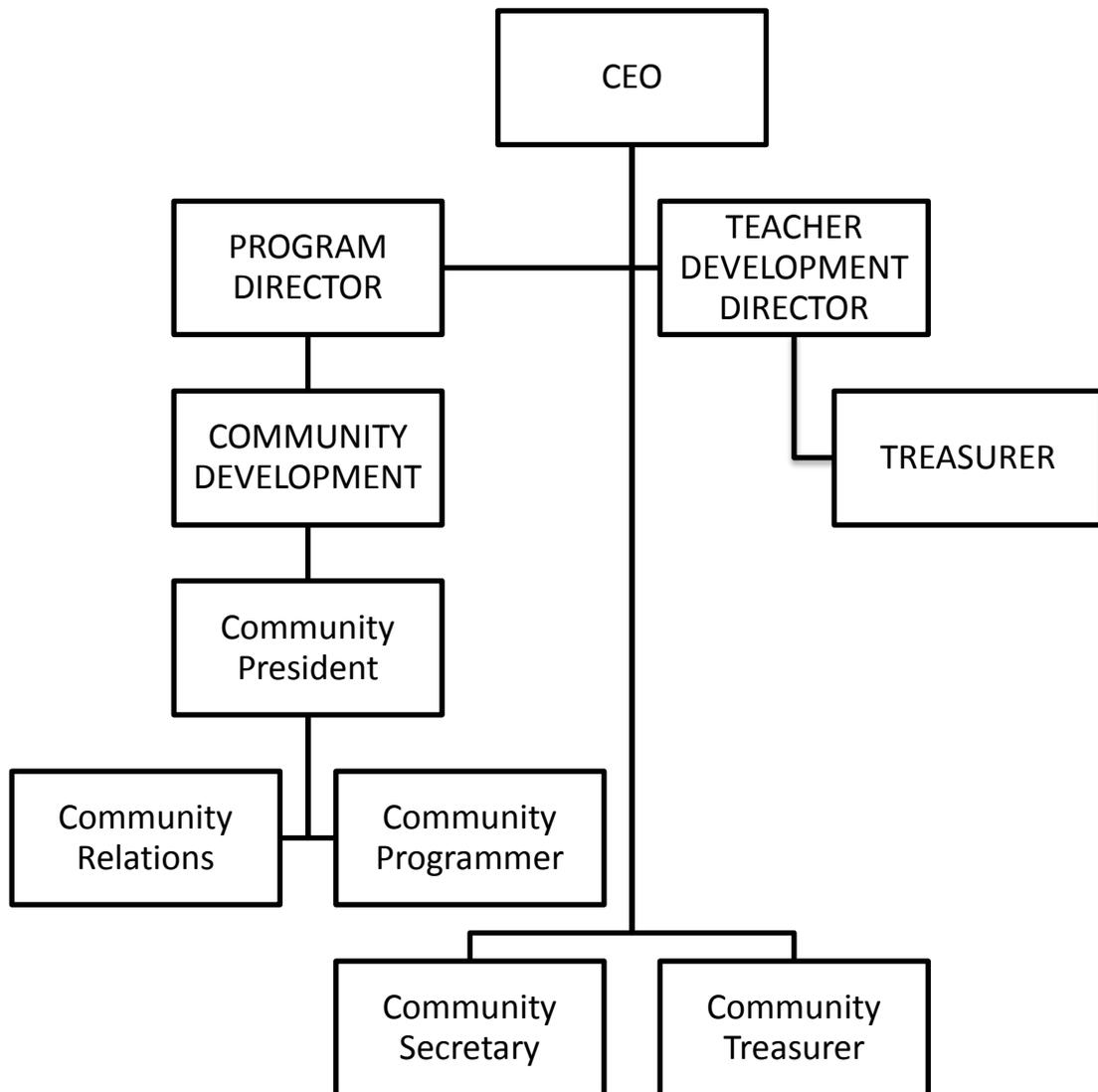
4. *Community Secretary*

Mencatat agenda penting kegiatan *community relations*.

5. *Community Treasurer*

Mengelola kas pendapatan dan pengeluaran komunitas

Gambar 3.2
Struktur Organisasi Ghania Education House Bandung



Sumber: Arsip Dokumen Ghania Education House Bandung

Tabel 3.3
SDM Pendukung Kegiatan *Community relations*

No.	Divisi	Jumlah	Deskripsi Kerja
1	<i>Program</i>	2 orang	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan dan pengorganisasian kegiatan • Sumber instruksi
2	<i>Teacher Development</i>	1 orang	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan pengajar • Persiapan dan pengarahan materi kegiatan
3	<i>Community Development</i>	1 orang	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaksana eksekusi kegiatan • Pengawas eksekusi kegiatan
4	<i>Treasurer</i>	1 orang	<ul style="list-style-type: none"> • Sumber turunnya dana kegiatan <i>Community relations</i>

3.2.8 Fasilitas Fungsi *Community relations* di Ghania Education House Bandung

Fasilitas adalah sarana penunjang pada sebuah perusahaan demi memperlancar jalannya aktivitas *community relations* dalam penelitian ini. Fasilitas perusahaan di bagi menjadi tiga, yaitu fasilitas kantor, fasilitas dokumentasi, dan fasilitas operasional.

Tabel 3.4
Fasilitas Pendukung Kegiatan *Community relations*

No.	Kelompok	Fasilitas	Jumlah
1	Fasilitas Kantor	Komputer	3
		Laptop	5
		Printer	2
		Lemari	2
		Meja Kayu	4
		Meja Besi	4
		Kompor	1
		Oven	1
		Sofa	3
		Kulkas	1
		Dispenser	1
		Karpet	2
		Tempat Kegiatan di Lantai 2	1
		Setrika	1
		Dreswar	1
		Payung	3
		Bantal Sofa	6
		Papan Tulis	3
		SapuPel	2
		Kipas Angin	2
2	Fasilitas Dokumentasi	Kamera SLR	1
		Tripod	2
		Smart Phone	1
		Tongsis	5
3	Fasilitas Operasional	TV LCD 54 inch	1
		Speaker	3
		Microphone	2
		Gitar Akustik	3
		Kursi lipat	75
		Lemari Klub	3
		Buku (novel, cerita, pelajaran, dll)	>100
		Papan tulis lipat	2
		Spidol	10
		Sound System	1
		Papan Dada	50
		Megaphone	2

3.3 Gambaran Umum Fungsi *Community Relations* dalam Meningkatkan Kredibilitas di Ghania Education House Bandung

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, Divisi Program melakukan kegiatan kehumasan dan salah satu di dalamnya adalah kegiatan *community relations*.

Lebih jelasnya lagi divisi program memiliki pembagian tugas dan tanggung jawab sebagai divisi *community development*. *Community Development* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengawasi dan melaporkan secara langsung terhadap divisi program terkait dengan kegiatan *community relations*.

Uraian tugas divisi program antara lain menyusun perencanaan program kerja dalam perusahaan, menyusun strategi pengekseskuan program kerja, mengontrol keberjalanan program kerja, mengekseskusi program kerja melalui kegiatan yang diadakan, mengevaluasi program kerja yang telah dilakukan, merancang desain dalam program kerja (termasuk produk perusahaan), mengembangkan hubungan perusahaan dengan publik eksternal.

Sedangkan divisi *community relations* antara lain membuat laporan kegiatan *community relations*, melakukan pengawasan terhadap kegiatan *community relations*, bertanggung jawab langsung terhadap eksekusi kegiatan *Community relations*, mengembangkan hubungan perusahaan dengan komunitas binaan maupun komunitas binaan dan perusahaan dengan publik eksternal, menyusun dan melakukan publikasi terhadap kegiatan *Community relations*.