

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Sekolah merupakan sebuah institusi Pendidikan yang menjadi wadah danberlangsungnya proses pendidikan, memiliki sistem yang kompleks dan dinamis dalam perkembangan masyarakat yang semakin maju. Sekolah sebagai pusat pendidikan formal lahir dan berkembang dari pemikiran efisiensi dan efektifitas dalam pemberian pendidikan kepada warga masyarakat, selain itu sekolah haruslah bersikap antisipatif dalam proses pertumbuhan dari masa sekarang menuju masa depan dengan nilai-nilai, visi, misi dan strategi serta program yang jelas. Mengingat sekolah merupakan sebuah lembaga, maka tidak terlepas dari peran yang melekat pada institusi pendidikan tersebut.

Lembaga pendidikan dalam menarik minat calon peserta didiknya membentuk sebuah citra positif. Pelanggan dalam membeli sebuah produk tidak hanya sekedar membutuhkannya, namun ada suatu harapan lain, yaitu sesuatu yang ada dalam sebuah citra yang terbentuk dari sebuah Lembaga tersebut. Sehingga sebuah organisasi penting sekali memberikan informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang positif. Citra yang ada di benak masyarakat juga merupakan sebuah *brand* yang harus dipertahankan bahkan ditingkatkan dengan *branding*. Kegiatan *branding* sekolah akan memberikan kemudahan bagi pelanggan jasa pendidikan dalam menentukan sekolah terbaik bagi anaknya. *Branding*

merupakan proses pemilihan janji, nilai, dan komponen entitas. Sehingga *branding* yang dilakukan sekolah merupakan upaya agar sekolah dilirik dan terpilih oleh masyarakat.

Lembaga sekolah yang dianggap masyarakat memiliki peran dalam mengimplementasikan tujuan pendidikan nasional maka sekolah-sekolah yang dianggap baik oleh masyarakat. Pada umumnya, lembaga pendidikan menunjukkan eksistensinya melalui media masa cetak, elektronik, maupun online. Semua berlomba mempublikasikan fasilitas gedung, prestasi siswa, prestasi pengajar, jaringan alumni yang luas, dan sebagainya untuk merebut kepercayaan publik. Kegiatan tersebut merupakan salah satu strategi *branding* yang selalu dilakukan oleh lembaga pendidikan, seperti halnya perusahaan barang dan jasa. Dalam sertifikasi ISO 9000 yang berbasis di Jenewa, Lembaga Pendidikan pun dinilai dari segi pelayanan jasa infrastruktur, manajemen sumberdaya manusia, dan poin-poin yang sama dengan perusahaan atau Lembaga non-pendidikan.

Branding merupakan persoalan yang signifikan bagi lembaga-lembaga pendidikan, salah satu *branding* yang dilakukan Numberone Broadcasting School. Numberone Broadcasting School adalah sekolah yang ditunjukan bagi mereka yang ingin menjadi penyiar radio, menjadi MC (*event* atau *wedding*), tampil sebagai presenter TV, atau buat anda yang ingin bisa berbicara lancar di depan umum dan melakukan presentasi untuk klien anda atau presentasi di depan kelas.

Tingginya persaingan dunia pendidikan di Kota Bandung jelas menuntut semua lembaga Pendidikan untuk saling menunjukkan nilai pembeda, aktualisasi dan

eksistensinya. Upaya Numberone Broadcasting School untuk meningkatkan *branding* nya dilakukan melalui kegiatan *public speaking*.

Menurut Ibrahim (2016:91) kecemasan untuk tampil di depan umum ternyata merupakan masalah psikologi yang paling banyak di derita orang, Hasil penelitian Philip G. Zimbardo bahwa 3/4 orang dewasa yang ditelitinya akan merasa cemas apabila harus hadir dalam suatu pertemuan yang di hadiri oleh banyak orang yang asing baginya, terlebih berbicara di drpannya (Ibrahim, 2016:91).

Kemampuan berbicara bukan saja di perlukan di depan siding parlemen, di muka hakim atau hadapan massa. Kemampuan ini di lakukan dalam seluruh kegiatan manusia sehari-hari. Penelitian membuktikan 75% waktu bangun kita berada dalam kegiatan komunikasi. Kita hampir dapat memastikan bahwa sebagian besar kegiatan komunikasi itu dilakukan secara lisan. *We are judged each day by our speech*, ujar Dale Carnaige." (Rakhmat, 2010:2).

Hal ini sering kali terjadi adalah para pembicara publik kurang percaya kepada dirinya bahwa dirinya mampu untuk menggugah para audiens, atau kurang dapat berbicara dengan baik di depan umum. Kekurang kepercayaan pada diri kerap terjadi karena kurangnya latihan dan jam terbang para *public speaker* pemula. Bagaimana seseorang akan percaya pada kita apabila kita saja belum dapat percaya pada diri kita sendiri, sebab itu kepercayaan diri sangatlah penting untuk menjadi seorang *public speaker*.

Pendidikan komunikasi pada Numberone Broadcasting School termasuk kepada pendidikan nonformal yang mana pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan diluar Pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur

dan berjenjang. Sehubungan dengan hal itu Numberone Broadcasting School yang sekarang di terapkan selama 2 bulan dengan 16 kali pertemuan di harapkan dapat menjawab permasalahan kuliah yang diinginkan oleh peserta didik untuk meningkatkan kemampuan dalam *public speaking*.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian sangat tertarik untuk meneliti bagaimana sekolah Numberone melakukan *image branding* melalui *public speaking*. Maka dengan demikian penelitian ingin mengangkat permasalahan yang ada di media ini dengan mengambil judul “ *IMAGE BRANDING SEKOLAH NUMBERONE MELALUI PUBLIC SPEAKING* “.

1.2 Fokus Penelitian

Mengingat luasnya pembahasan yang terdapat pada penelitian ini, maka dari itu penelitian akan lebih memfokuskan masalah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini “Bagaimana *Image Branding* sekolah Numberone Melalui *Public speaking*?”

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penelitian mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Image Branding* Sekolah Numberone
2. Bagaimana kegiatan *Publik Speaking* pada Sekolah Numberone
3. Bagaimana menyatukan *Publik Speaking* dalam membangun *Image Branding*di Sekolah Numberone

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini selain untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukandalam penyusunan laporan skripsi sebagai syarat kelulusan ujian sidang sarjana konsentrasi hubungan masyarakat, jurusan ilmu komunikasi, fakultas ilmu social dan ilmu politik Universal Pasundan Bandung adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Image Branding pada Sekolah Numberone
2. Untuk mengetahui kegiatan Public Speaking pada Sekolah Numberone
3. Untuk mengetahui kegiatan Public Speaking yang membangun Image Branding di Sekolah Numberone

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian berharap bahwa penelitian ini di dapat bermanfaat untuk penelitian di bidang ilmu komunikasi dalam aspek komunikasi dengan menggunakan metode kualitatif, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kajian hubungan masyarakat.
2. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kelengkapan perpustakaan dalam bidang disiplin ilmu komunikasi yang berhubungan dengan deskripsi kualitatif.
3. Melatih peneliti dalam menganalisis permasalahan dan mencari pemecahaan pemasalahaan tersebut.

1.3.2.2. Kegunaan Praktisi

1. Peneliti dapat melakukan tinjauan Pustaka serta perbandingan dari teori yang ada dengan realitas yang terjadi di masyarakat, sehingga dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti. Sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.
2. Diharapkan seluruh tahapan hingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan memberikan informasi tentang sekolah *Public Speaking*.
3. Menjadi sumber informasi bagi warga Universitas Pasundan Bandung khususnya mengenai *Image Branding Numberone Broadcasting School* melalui *Public Speaking*.
4. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian-penelitian di bidang Ilmu Komunikasi.

