

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan dan pertumbuhan dalam dunia pendidikan semakin ketat. Berbagai macam lembaga pendidikan bermunculan baik negeri maupun swasta. Menurut data yang di dapat penulis ada 75 SMA dan 61 SMK yang berada di Kota Pekanbaru.<sup>1</sup>

Tak dapat dipungkiri banyak kontribusi sekolah swasta di Pekanbaru. Firdaus mengatakan saat ini hampir separuh dari jumlah keseluruhan sekolah, pondok pesantren, hingga universitas yang ada di Pekanbaru, dibangun swasta. atas peran serta masyarakat umum.<sup>2</sup>

Menariknya banyak sekolah swasta yang muncul di Pekanbaru berbasis Islam. Beberapa sekolah swasta berbasis Islam yang baru berdiri tersebut adalah SMA Al-Bayyinah, SMAIT Az-Zuhra, SMAIT Abdurrah dan SMAIT Al-Fityah.

Adapun perbedaan sekolah berbasis Islam dengan sekolah lainnya yaitu dengan adanya kurikulum agama. Jadi siswa tidak hanya diajarkan kurikulum umum namun juga kurikulum agama.

Yayasan As-Shofa merupakan salah satu yayasan yang bergerak dalam bidang pendidikan swasta berbasis Islam pertama di Pekanbaru. Adapun visi Yayasan As-Shofa adalah menjadi lembaga pendidikan unggul di tingkat nasional dan mampu bersaing di tingkat regional dengan misi Menjadi lembaga pendidikan yang mampu membentuk siswa berilmu, beriman, beramal shaleh, berakhlak mulia, berjiwa kebangsaan dan berwawasan global.

Pada tahun 2007 Yayasan As-Shofa membuka pendidikan pada tingkat SMA yang diberi nama SMA Islam As-Shofa. Adapun visi SMA Islam As-Shofa terwujudnya lembaga pendidikan yang menghasilkan sumberdaya manusia

<sup>1</sup> <http://referensi.data.kemdikbud.go.id>

<sup>2</sup> <http://kabar24.bisnis.com/read/20150517/255/433974/wah-hampir-50-sekolah-di-pekanbaru-dibangun-swasta>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beriman, bertakwa, berakhlak mulia, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, berjiwa kebangsaan serta berwawasan global, dan cinta lingkungan.

Sejumlah program unggulan SMA Islam As-Shofa dibuat untuk mendukung dalam bidang agama, akademik dan ekstrakurikuler. Program unggulan tersebut adalah islamic culture, al-qur'an camp, Ujian Tarjamatul Qur'an perkata, latihan dasar kepemimpinan siswa, channel deteksi ramadhan, muslimah pengkaji hikmah, bimbingan praktik sembelihan syar'i, al-qur'an basic course, kunjungan wawasan perguruan tinggi dan perusahaan, malam anugerah siswa SMA Islam As-Shofa, Power Of Motivation, Power of Spritual Training, Trip Observation of SMAFA, Karya Tulis Ilmiah, Ya Bunayya dan Study Club.

Banyak Prestasi diraih oleh SMA Islam As-Shofa baik itu dalam bidang agama, akademik dan ekstrakurikuler. Untuk ekstrakurikuler khususnya basket menjadi icon di SMA Islam As-Shofa. Hal ini seperti diungkapkan oleh Adrimarianti "SMA Islam As-Shofa iconnya basket tu, dari basket tu mereka tau (SMA Islam As-Shofa)".<sup>3</sup> Dan seperti yang diungkapkan oleh Adrison, "Di SMA Islam As-Shofa yang menjadi andalan basket. Orang kalau sudah berbicara basketnya SMA Islam As-Shofa mikir-mikir juga mau melawan".<sup>4</sup>

Walaupun usianya terbilang muda, SMA Islam As-Shofa juga mampu bersaing ditingkat internasional. Hal ini terbukti dengan tersebarnya beberapa alumni di berbagai negara, seperti Mesir, Australia, Malaysia dan Inggris.

Dalam menghadapi persaingan, berbagai kegiatan pemasaran dilakukan oleh lembaga pendidikan swasta berbasis Islam. Lembaga-lembaga pendidikan berusaha menampilkan citra terbaik untuk memenangkan persaingan. Citra yang baik ini menjadi penting dalam kegiatan pemasaran sebab konsumen akan berpegang pada citra sebelum menggunakan sebuah produk atau jasa.

Oleh karenanya dibutuhkan Marketing Public Relations yaitu sebuah konsep yang lebih tinggi dari pemasaran dalam usaha memenangkan persaingan. Menurut Edward Depari marketing public relations suatu kegiatan pemasaran

<sup>3</sup> Hasil wawancara : Adrimarianti, wakil direktur humas, administrasi dan HRD As-Shofa, 20 September 2016.

<sup>4</sup> Hasil wawancara : Adrison, wakil direktur marketing pendidikan As-Shofa, 22 September 2016.



produk atau jasa yang memanfaatkan aktivitas humas. Sebagai suatu kegiatan, humas harus direncanakan untuk menciptakan, mengembangkan, menjaga, maupun mempertahankan *image* dari sebuah organisasi maupun lembaga. Ini mencerminkan self selling, karena yang ingin dicapai adalah hal-hal positif dari korporasi dan citra produk tak mungkin dipisahkan, melainkan saling berkait dan saling mempengaruhi

Peneliti melakukan penelitian di Yayasan As-Shofa Pekanbaru. Sebagai salah satu lembaga pendidikan swasta berbasis Islam pertama di Pekanbaru tentunya kehadiran kompetitor lembaga-lembaga pendidikan swasta berbasis Islam sebagai suatu tantangan tersendiri bagi Yayasan As-Shofa untuk mempertahankan citra yang telah dibangun oleh SMA Islam As-Shofa Pekanbaru sebagai sekolah yang menghasilkan sumber daya yang beriman, bertaqwa, berakhlak mulia, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, berjiwa kebangsaan serta berwawasan global, dan cinta lingkungan melalui program unggulan keagamaan, akademik dan ekstrakurikuler serta prestasi dalam bidang agama, akademik dan ekstrakurikuler. Karenanya dibutuhkan upaya dari marketing public relations Yayasan As-Shofa untuk terus mempertahankan citra SMA Islam As-Shofa Pekanbaru.

## **B. Penegasan Istilah**

### *1. Marketing Public relations*

Menurut Eduard Depari, istilah itu merujuk pada suatu kegiatan pemasaran produk atau jasa yang memanfaatkan aktivitas humas. Sebagai suatu kegiatan, humas harus direncanakan untuk menciptakan, mengembangkan, menjaga, maupun mempertahankan *image* dari sebuah organisasi maupun lembaga. Ini mencerminkan self selling, karena yang ingin dicapai adalah hal-hal positif dari korporasi dan citra produk tak mungkin dipisahkan, melainkan saling berkait dan saling mempengaruhi.<sup>5</sup>

### *2. Yayasan As-Shofa*

Yayasan As-Shofa adalah yayasan yang bergerak pada bidang pendidikan.

<sup>5</sup> M. Linggar Anggoro. Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia. Bumi Aksara. Jakarta. 2000 hal. 255

### 3. Citra

Menurut Lawrence L. Steinmeitz citra adalah pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk perorangan, benda atau organisasi. Sedangkan bagi perusahaan citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri dari suatu perusahaan.<sup>6</sup>

### 4. SMA As-Shofa

**SMA As-Shofa merupakan salah satu sekolah di bawah naungan Yayasan As-Shofa berlokasi di jalan Tuanku Tambusai Ujung.**

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana upaya *Marketing Public relations* Yayasan As-Shofa dalam mempertahankan *image* SMA Islam As-Shofa?

#### D. Tujuan dan kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Upaya *Marketing Public relations* Yayasan As-Shofa dalam Mempertahankan *Image* SMA Islam As-Shofa.

##### 2. Kegunaan Penelitian

- a) Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang *public relations*.
- b) Secara teoritis, hasil penelitian yang diperoleh dapat berguna sebagai referensi atau pembanding bagi peneliti-peneliti yang berkaitan dengan permasalahan yang sama.
- c) Secara praktis, penelitian ini mampu memberkan sumbangan pemikiran kepada Yayasan As-Shofa khususnya pada divisi humasnya.
- d) Penelitian ini guna memperoleh strata 1 (S1) komunikasi (S.I.Kom).

<sup>6</sup> Wilson Arafat, *Behind A Powerful Image*, (Yogyakarta: Andi,2006),hal. 27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## E. Sistematika Penulisan

### BAB I : Pendahuluan

Meliputi latar belakang masalah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian dan penegasan istilah.

### BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Pikir

Berisi tentang kerangka teoritis dan kerangka berpikir peneliti sesuai dengan judul perencanaan komunikasi *Marketing Public relations* Yayasan As-Shofa dalam mempertahankan citra SMA Islam As-Shofa.

### BAB III : Metodologi Penelitian

Meliputi informan penelitian, teknik analisis data, validitas data dan teknik pengumpulan data.

### BAB IV : Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berisi gambaran umum tentang lokasi penelitian dimana penelitian ini berlokasi di Yayasan As-Shofa dan SMA As-Shofa..

### BAB V : Penyajian Data dan Pembahasan

Berisi tentang penyajian data penelitian dan pembahasan.

### BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran kepada tempat penelitian.