

# Strategi *Public Relations* dengan Komunikasi *Interpersonal* Mengenai Minat Belajar Anak

Aulia Maulida, Sigit Pramono Hadi  
 Ilmu Komunikasi  
 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi  
 Jakarta, Indonesia  
[auliamaulidaa13@gmail.com](mailto:auliamaulidaa13@gmail.com)

**Abstract**— Shinkenjuku tutoring is a mathematics tutoring using learning methods from Japan. The tutoring, which has been under the banner of PT Benesse Indonesia since the end of 2014, carries the slogan "Understanding is Fun". This study aims to find out how the Public Relations Strategy with Interpersonal Communication regarding children's learning interests at shinkenjuku Bintaro sector 9 Tangerang. This research is included in qualitative research with the type of research used is eksplanative and the object of research is the interpersonal communication of the tutor to students to describe the communication process that is intertwined in order to increase children's learning interest. The research method uses a qualitative approach. Data collection techniques used were observation, in-depth interviews, and using documentation related to 1 main tutor who was a key informant, and 4 freelance tutors as informants. Data were analyzed using Credibility theory with the dimensions of Competence, Attitude, Objectives, Personality, and Dynamics. Based on the results of research data obtained by researchers through interviews with key informants and informants, the results of this study indicate that Interpersonal communication carried out on the competency dimension is to increase the credibility of tutors and children's learning interest and the trust of parents.

**Keywords**—*Competency Dimensions, Interpersonal Communication, Public Relations Strategies.*

**Abstrak**—Bimbingan belajar shinkenjuku adalah bimbingan belajar matematika menggunakan metode pembelajaran dari Negara Jepang. Bimbingan belajar yang berada di bawah naungan PT Benesse Indonesia sejak akhir tahun 2014 ini mengusung slogan "Mengerti itu Menyenangkan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Public Relations dengan Komunikasi Interpersonal mengenai minat belajar anak di shinkenjuku Bintaro sektor 9 Tangerang. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dan objek penelitiannya adalah komunikasi interpersonal tutor kepada murid untuk menggambarkan proses komunikasi yang terjalin agar meningkatkan minat belajar anak. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan menggunakan dokumentasi terkait dengan 1 tutor utama yang menjadi key informant, dan 4 orang tutor freelance menjadi informan. Data dianalisis dengan menggunakan teori Kredibilitas dengan dimensi Kompetensi, Sikap, Tujuan, Kepribadian, dan Dinamika. Berdasarkan dari hasil data penelitian yang diperoleh peneliti melalui

wawancara kepada key informan dan informan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi Interpersonal yang dilakukan pada dimensi kompetensi adalah untuk meningkatkan kredibilitas para tutor dan minat belajar anak serta kepercayaan dari orang tua.

**Kata Kunci**—*Dimensi Kompetensi, Komunikasi Interpersonal, Strategi Public Relations.*

## I. PENDAHULUAN

Salah satu penyebab yang menjadi faktor dari tinggi rendahnya hasil belajar siswa yaitu dari berapa banyaknya minat belajar siswa. Jika hasil belajarnya tinggi itu disebabkan karena minat belajar siswa yang tinggi. Dan jika hasil belajarnya rendah, itu disebabkan karena jumlah minat belajar siswa yang rendah. Tinggi rendahnya minat belajar bisa dilihat dari adanya siswa yang kurang disiplin, ditandai dengan banyaknya siswa yang hadir tanpa kabar, siswa yang membolos, serta masih ada banyak siswa yang datang terlambat. Begitupun dengan tempat bimbingan belajar SHINKENJUKU yang dinaungi oleh PT Benesse Indonesia sejak akhir tahun 2014. SHINKENJUKU adalah sebuah tempat belajar yang menggunakan metode "Mengerti itu Menyenangkan". Pada dasarnya kata SHINKENJUKU berasal dari dua kata dalam bahasa Jepang, yaitu SHINKEN yang artinya (selangkah ke depan) dan JUKU yang artinya (bimbingan belajar), karena SHINKENJUKU yang selalu memposisikan dirinya berada selangkah di depan. (sumber : <https://shinkenjuku.co.id/apa-itu-shinkenjuku/>)

Komunikasi interpersonal bisa mempererat hubungan sosial, bila semua dapat dilakukan dengan baik maka akan tercipta situasi belajar yang diinginkan, karena tingginya minat belajar dan karena proses belajar yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kerja keras, maka hasil belajar menjadi lebih meningkat.

Metode pembelajaran di SHINKENJUKU menerapkan sistem belajar yang menyenangkan. Karena melalui sistem tersebut, SHINKENJUKU menginginkan setiap siswanya dapat menikmati proses belajar Matematika, dan mendapatkan pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Melihat kenyataan seperti ini di dunia pendidikan, SHINKENJUKU sebuah bimbingan belajar Matematika SD (kelas 1-kelas 6) asal Jepang, mengembangkan metode belajar yang mendukung pada saat berfikir dengan cara

yang menyenangkan. Prinsip dasar metode belajar SHINKENJUKU agar siswa dapat menerapkan Matematika dalam kehidupan sehari-hari, hal ini dilakukan dengan cara pengulangan dengan menggunakan metode-metode yang menyenangkan, menggunakan game. (sumber : <https://shinkenjuku.co.id/top-message/>)

Sebagai contoh, misalkan dalam perhitungan  $14+17+6$ , siswa setuju untuk menghitung dulu  $14+6$ , kemudian ditambahkan 17 untuk menghitung perhitungan lebih mudah. Bagi orang dewasa perhitungan seperti ini tentulah tidak sulit, namun bagi anak-anak usia SD yang belum sulit dihitung, hal ini bisa menjadi tantangan. Di SHINKENJUKU, topik-topik seperti ini diulang-ulang dalam bentuk yang berbeda-beda, terkadang menggunakan gambar komik atau soal cerita permainan. Lebih lanjut, di SHINKENJUKU Matematika terkumpul 4: konsep, berhitung, soal penerapan dan soal tantangan. Setiap siswa akan membahas konsep-konsep ini dalam proses belajar di setiap levelnya, tingkat kesulitannya disesuaikan dengan level masing-masing. (sumber : wawancara tutor)

Di SHINKENJUKU fungsi tutor adalah sebagai fasilitator, tutor SHINKENJUKU selalu memilih cara belajar masing-masing siswa dan menyesuaikan cara mengajar untuk siswa yang berbeda. Salah satunya metode pembelajaran perkalian, kepada siswa kelas 2 SD yang sudah mempelajari materi perkalian disekolahnya hanya dengan menggunakan 10 jari. Agar siswa mudah mengerti sesuai dengan slogan SHINKENJUKU “Mengerti itu menyenangkan”. (sumber : wawancara tutor)

Setiap tutor mengalami masing-masing hambatan dalam berkomunikasi kepada murid atau orang tua murid yang berbeda di SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 mengingat bahwa karakter setiap anak berbeda-beda. Dan kesulitan berkomunikasi terhadap orang tua murid, yaitu ketika sedang me-review tentang perkembangan anak, ada beberapa orang tua yang sangat tidak sabar tentang kemampuan anaknya dan berfikir bahwa anaknya tidak ada kemajuan selama belajar di SHINKENJUKU sektor 9. (sumber : wawancara tutor)

Berdasarkan perumusan masalah diatas, peneliti membuat pertanyaan penelitian “Bagaimana Strategi Public Relations Dengan Komunikasi Interpersonal Mengenai Minat Belajar Anak di Bimbel SHINKENJUKU Bintaro Sektor 9?”

## II. LANDASAN TEORI

### A. *Public Relations dan Komunikasi Interpersonal*

Pengertian komunikasi berasal dari bahasa Latin, yang jika digabungkan akan membentuk suatu kata yang artinya kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, dan hubungan. Dan dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka. (Wiryanto, 2004).

Menurut Hafied Cangara membahas tentang formula komunikasi yang sederhana, menurut David K. Berlo yakni “SMCR” yaitu Source (sumber), Message (pesan), Channel (saluran-media), dan Receiver (penerima). Selanjutnya dalam buku yang sama, Shannon dan Berlo, menambahkan lagi unsur efek dari umpan balik (feedback) sebagai pelengkap untuk menambahkan komunikasi yang sempurna, yaitu sumber, pesan, saluran atau media, penerima, pengaruh, tanggapan atau dampak, serta lingkungan sekitar (Cangara, 2004).

Menurut Frank Jefkins, Public Relations adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara organisasi dengan khalayaknya berlandaskan pada saling pengertian dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik (Frank Jefkins, 2005).

Menurut (Agus M. Hardjana, 2003) bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antardua orang atau, dimana seseorang dapat menyampaikan sebuah pesan secara langsung dan orang lain dapat menerima dan memberikan feedback secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.

### B. *Dinamika Teori Kredibilitas*

Menurut Aristoteles, kredibilitas seorang komunikator jika memiliki : Ethos yaitu karakter pribadi seorang pembicara yang memiliki kekuatan secara tersendiri, sehingga semua ucapannya dapat dipercaya. Pathos yaitu seorang pembicara yang memiliki kekuatan dalam mengendalikan emosi para pendengarnya, dan logos yaitu seorang komunikator yang memiliki kekuatan melalui argumentasinya (H. Syaiful Rohim, 2009).

Dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Ilmu Komunikasi”, (Cangara, 2004) berpendapat bahwa “Kredibilitas adalah tentang sebuah kelebihan yang dimiliki komunikator sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima) dengan baik. Gobble, menteri propaganda Jerman menyatakan bahwa, “untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi.” James Mc Croskey (1966) menjelaskan bahwa sebuah kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber pada :

Kompetensi ialah seorang komunikator yang memiliki kemampuan berkomunikasi ketika ada kesulitan yang sedang dibahasnya.

Sikap seorang komunikator dalam menerima sebuah keputusan, apakah ia menjadi pribadi yang baik dan menerima segala keputusan atau malah sebaliknya.

Tujuan seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, apakah hal yang disampaikan memiliki tujuan dan maksud yang jelas atau tidak.

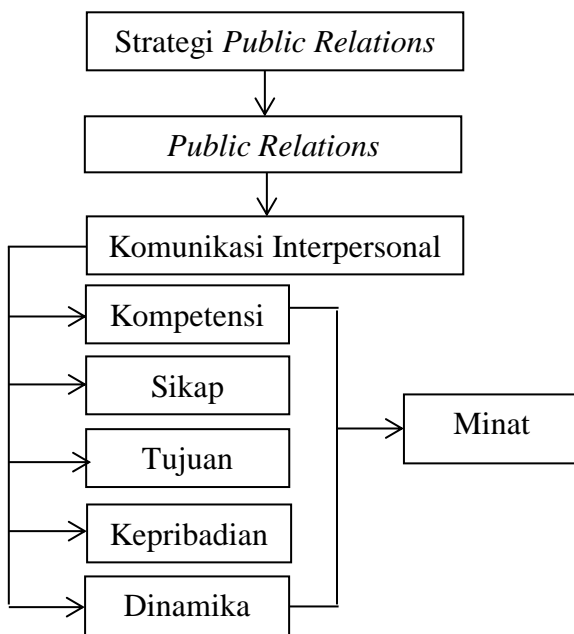
Kepribadian yang menunjukkan seorang komunikator apakah memiliki pribadi yang dapat menempatkan diri dalam situasi dan kondisi apapun. Jika komunikator memiliki kepribadian dalam penyampaian pesan yang baik, maka komunikan dengan sendirinya akan mendengarkan pesan tersebut.

Dinamika menunjukkan apakah pesan yang disampaikan oleh komunikator akan menarik untuk di dengarkan atau justru akan membuat komunikan menjadi merasa bosan dan tidak tertarik pada hal yang akan disampaikan.

### C. Keterkaitan Antar Konsep

Dalam buku (Prof. Dr. Soleh Soemirat, 2006) mengemukakan bahwa Public Relations merupakan suatu bentuk komunikasi yang tersusun dengan matang antara organisasi dengan publiknya baik itu dari luar maupun dari dalam untuk mencapai tujuan yang khusus. Dari definisi tersebut bahwa prinsip Public Relations menekankan "Suatu bentuk komunikasi" ini memberikan pemahaman bahwa Public Relations adalah sebuah kegiatan komunikasi antar satu orang atau lebih yang terjalin karena adanya suatu tujuan yang ingin disampaikan. Karena Public Relations merupakan bagian dari komunikasi.

### D. Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### E. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik karena data yang diperoleh dibuat menggunakan metode interview langsung dengan para informan yang dipilih sesuai kriteria sehingga mendapatkan jawaban yang natural dan tidak dibuat-buat. (Sugiyono, 2008)

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum yang didapatkan setelah melakukan analisis dan menjadi fokus penelitian kemudian akan ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum mengenai

fakta yang disampaikan tersebut (Ruslan Rosady, 2003).

Data penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki hubungan pada karakteristik populasi yang sudah dianggap mewakili sebuah objek tertentu (Ruslan Rosady, 2003).

Jumlah informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 orang, yaitu satu orang tutor utama sebagai *Key Informan* yaitu *Miss Hesti*, dan 4 orang tutor *freelance* sebagai Informan 1 sampai 4 yaitu *Miss Wulan*, *Miss Riska*, *Miss Siska*, dan *Miss Ais*.

Objek penelitian adalah sasaran penelitian untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang objektif dan valid. Pada penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah SHINKENJUKU Bintaro sektor 9. (Sugiyono, 2008)

Dalam penelitian ini, penulis memilih bimbingan belajar SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 sebagai tempat untuk melaksanakan penelitian ini. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 02 Mei 2019 dan selesai pada tanggal 02 Mei 2019.

Dari keempat kriteria diatas, peneliti lebih cenderung pada kredibilitas dan kriteria *confirmability*. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dengan tahapan observasi dan wawancara dengan key informan dan informan yang dianggap memiliki kredibilitas terhadap informasi yang diberikan. *Confirmability* ditetapkan sebagai kriteria analisis melalui tahapan; proses *coding*, mulai dari *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Sehingga dapat dibandingkan antara data atau hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing informan dan juga dokumen terkait sebagai pemeriksaan keabsahan data dan data hasil wawancara mendapatkan hasil mutlak dan konsisten sehingga data dapat dikonfirmasi kebenarannya.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil data penelitian melalui wawancara kepada key informan dan informan, bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan tutor SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 terhadap murid-murid berdasarkan Teori Kredibilitas yakni Kompetensi, Sikap, Tujuan, Kepribadian, dan Dinamika. Dari ke lima dimensi tersebut peneliti menganalisis bahwa dimensi Kompetensi yang paling berperan di SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 yang merupakan dimensi Teori Kredibilitas, karena menurut peneliti kompetensi tutor sangat dibutuhkan bagi SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 agar dapat menarik minat belajar anak dan meningkatkan kredibilitas dalam menyampaikan informasi mengenai perkembangan anak selama belajar di SHINKENJUKU Bintaro sektor 9.

Selain itu dari hasil penelitian mengenai hasil wawancara adalah Bimbel SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 dalam menjalankan strategi public relations dengan komunikasi interpersonal juga mendapati adanya

hambatan. Hambatan tersebut terjadi ketika menghadapi siswa didalam kelas, ada siswa yang masih sulit untuk diatur atau menghadapi anak yang sangat aktif dan ketika berhadapan dengan orang tua murid, yang memiliki banyak keinginan kepada tutor tanpa tau kemampuan anaknya.

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Strategi Komunikasi Interpersonal yang dimiliki oleh SHINKENJUKU Bintaro sektor 9 melalui Key Informan dan Informan atau disebut sebagai tutor sangat memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap adanya minat belajar anak, karena tutor adalah bagian yang lebih sering bertemu dengan murid dan orang tua murid. Selain itu juga SHINKENJUKU melakukan Strategi Komunikasi Interpersonal berdasarkan konsep SHINKENJUKU yaitu “Mengerti Itu Menyenangkan” sehingga tidak hanya mengedepankan kecepatan mnghitung, namun lebih ke pemahaman konsep dan logika. Komunikasi Interpersonal yang digunakan peneliti berdasarkan dari teori Kredibilitas dengan beberapa dimensi yaitu : Kompetensi, Sikap, Tujuan, Kepribadian dan Dinamika.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku :

- [1] Agus M. Hardjana. (2003). Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- [2] Cangara, H. H. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [3] Frank Jefkins. (2005). Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- [4] H. Syaiful Rohim, M. S. (2009). Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [5] Prof. Dr. Soleh Soemirat, M. D. (2006). Dasar-Dasar Public Relations. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Ruslan Rosady. (2003). Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [8] Wiryanto. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi.

##### Internet :

- [1] (<https://shinkenjuku.co.id/apa-itu-shinkenjuku/>)
- [2] (<https://shinkenjuku.co.id/top-message/>)