

PENGELOLAAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEWUJUDKAN CITRA SEKOLAH ADIWIYATA

Subar

*SMA Negeri 5 Tangerang
subaruber9@gmail.com*

Abstract: Adiwiyata school must physically look green, beautiful, clean, neat, and bring a sense of security and comfort. SMA Negeri 5 Tangerang which initially has environmental problems is now a school adiwiyata. This incident is interesting and needs to be researched. Qualitative research paradigms with case study method, describe the management of organizational communication that is sought by the management of SMA Negeri 5 Tangerang in building the image of adiwiyata school. The Management Theory is the basic reference for dissecting this research. Communication management begins with planning, compiling tata tertib and rules, establishing organizing committees, mapping target audiences addressing messages, constructing messages verbally or in writing. Organizing, moving all communication components by enabling audiences to perform their roles. Actuating encourages and creates conducive conditions in the form of direction to students, appeals to canteen officers and provides flexibility of work to janitor. The rewards and the threat of punishment are also one of the actuating acts performed. Controlling to know the process and the results achieved have been in accordance with the standards or not. Daily cleaning checks by the committee, reprimands to violators of the rules until the monitoring through CCTV is a control effort undertaken. The results of this program have been achieved, as evidenced by the recognition of adiwiyata school from the Ministry of Environment.

Keywords: Management, Communication, Organization

Abstrak: Sekolah Adiwiyata secara fisik harus berpenampilan hijau, asri, bersih, rapih, dan menghadirkan rasa aman serta nyaman. SMA Negeri 5 Tangerang yang awalnya memiliki masalah lingkungan sekarang menjadi sekolah adiwiyata. Kejadian ini menarik dan perlu diteliti. Penelitian berparadigma kualitatif dengan metode studi kasus, mendeskripsikan pengelolaan komunikasi organisasi yang diupayakan oleh manajemen SMA Negeri 5 Tangerang dalam membangun citra sekolah adiwiyata. Teori Pengelolaan merupakan acuan dasar membedah penelitian ini. Pengelolaankomunikasi dimulai dengan planning, menyusun tata tertib dan aturan, membentuk panitia pengelola, memetakan khalayak sasaran ditujuannya pesan, mengkontruksi pesan secara lisan maupun tertulis. Organizing, menggerakkan semua komponen komunikasi dengan cara mengaktifkan khalayak melakukan perannya. Actuating mendorong dan menciptakan kondisi yang kondusif dalam bentuk arahan kepada siswa, himbauan pada petugas kantin dan memberikan keleluasaan kerja pada petugas kebersihan. Penghargaan dan adanya ancaman hukuman juga salah satu bentuk actuating yang dilakukan. Controlling untuk mengetahui proses dan hasil yang dicapai telah sesuai standar atau tidak. Pengecekan kebersihan setiap hari oleh panitia, teguran pada pelanggar aturan sampai pada monitoring melalui CCTV merupakan upaya kontrol yang dilakukan. Hasil dari program ini telah tercapai, terbukti dengan mendapatkan pengakuan sekolah adiwiyata dari Kementerian Lingkungan Hidup.

Kata Kunci : Pengelolaan, Komunikasi, Organisasi

PENDAHULUAN

SMA Negeri 5 Tangerang dibangun pada tahun 1987 berlokasi di pinggir Perumnas Karawaci Tangerang. Secara tipografi tempatnya lebih rendah, sehingga bila terjadi hujan airnya menuju tempat ini. Ada rawa yang luas, oleh penduduk sekitar yang kurang sadar lingkungan dijadikan tempat pembuangan sampah. Bau kurang sedap karena pembusukan sampah menyebar terbawa angin, kadang kepul asap hasil pembakaran masuk ruang belajar yang membuat sesak bernapas. Tembok pembatas area sekolah belum dibangun, sehingga banyak binatang masuk area sekolah.

Sepuluh tahun belakangan ini kesadaran akan kesehatan lingkungan mulai tumbuh di masyarakat sekitar sekolah maupun warga sekolah. Sekolah yang hijau oleh rimbunnya tanaman, taman yang asri berhias bunga warna- warni, ruang, halaman dan pekarangan bersih tertata rapih. Udarapun terasa segar karena oksigen hasil fotosintesis tersebar. Inilah gambaran SMA Negeri 5 saat ini. Dari kenyataan ini timbul pertanyaan, bagaimana perubahan ini bisa terjadi?

SMA Negeri 5 Tangerang menjalani kerjasama dengan Dinas Pertamanan Kota Tangerang untuk menangani masalah lingkungan, dilanjutkan dengan ikut serta dalam program yang diluncurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup yaitu Sekolah Adiwiyata. Sekolah Adiwiyata adalah sekolah berwawasan lingkungan, yang mampu menciptakan lingkungan fisiknya bersih, rapih, indah, asri , hijau , aman dan nyaman.

Pencapaian ini menjadikan SMA Negeri 5 Tangerang dikenal oleh masyarakat sebagai sekolah hijau yang tidak lain adalah sekolah Adiwiyata. Pengakuan ini pula yang menjadi citra sekolah, karena masyarakat luas mengindentikan SMA Negeri 5 Tangerang adalah sekolah adiwiyata.

Bukan hal mudah untuk mewujudkan citra sekolah adiwiyata, namun hal ini telah bisa dibangun oleh manajemen SMA Negeri 5 Tangerang. Dari semua paparan yang telah dikemukakan timbul pertanyaan, bagaimana pengelolaan komunikasi organisasi dalam mewujudkan citra sekolah adiwiyata? Penelitian ini penting dilakukan karena hasilnya dapat dijadikan contoh oleh sekolah lain yang ingin membangun citra, terutama dalam program sekolah adiwiyata.

KAJIAN LITERATUR

Komunikasi

Individu-individu menghabiskan 70 % dari waktu mereka untuk berkomunikasi dengan melakukan membaca, menulis, berbicara dan mendengar (Robbins 1998 h.4). Proses komunikasi bermaksud untuk mentrasfer makna dan makna ini dimengerti oleh para pelaku komunikasi. Sehebat apapun sebuah ide, tidak akan berguna sampai ide itu disampaikan dan dipahami oleh orang lain.

Komunikasi terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari berbicara tatap muka secara langsung, melalui perantara telepon atau meninggalkan pesan voice –mail bila tidak berada di tempat dan dapat pula dengan menulis memo lalu mengirimkannya melalui e-mail. Selama proses komunikasi mengalir bentuk pesan yang dikomunikasikan terus menerus berubah. Komunikasi dapat bersifat formal atau informal, lisan atau tertulis dan internal atau eksternal dan komunikasi dapat hanya berupa senyuman (Bovee dan Thill 1997: 5).

Komunikasi Organisasi

Menurut Pace (2001: 31) komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Sedangkan menurut Liliweri (2004: 58) komunikasi organisasi adalah komunikasi inpersonal, dan antarpribadi dalam kelompok formal/organisasi sesuai dengan tuntutan struktur dan tata kerja organisasi. Aktivitas organisasi yang berlangsung bisa tatap muka atau melalui media, membutuhkan umpan

balik melalui struktur organisasi formal, suasana makin formal, pesan juga makin formal, tujuan dan maksud komunikasi umumnya berstruktur.

Jadi dapat digambarkan bahwa komunikasi organisasi meliputi beberapa proses yaitu pertukaran dan penafsiran pesan diantara semua unit organisasi, adanya interaksi antara semua elemen baik antar pribadi, kelompok, dan organisasi itu sendiri yang memiliki tujuan dan maksud komunikasi yang terstruktur dan terorganisir. Itu semua kemudian membentuk suatu sistem yang dikenal dengan istilah sistem komunikasi organisasi.

Adapun ahli komunikasi MT Myers melihat fungsi komunikasi organisasi diantaranya sebagai; 1). Produksi dan pengaturan (regulation), 2). Pemasarakatan (socialitation) atau pemeliharaan (M.T Myers; 1987). Fungsi sebagai produksi dan pengaturan, komunikasi yang terutama berhubungan dengan penyelesaian pekerjaan dan membantu organisasi mencapai tujuan produksi (produk, jasa, dsb). Adalah berorientasi pengaturan atau produksi. Contoh komunikasi produksi adalah informasi penjualan, pesan pengawasan mutu, anggaran, dan pesan-pesan kebijaksanaan dan pengaturan yang menunjukkan kepada para anggota organisasi mengenai bagaimana melaksanakan tugas-tugas mereka.

Fungsi komunikasi ini meliputi pesan yang memungkinkan para manajer dan para anggota organisasi untuk:

1. Menentukan sasaran dan tujuan.
2. Merumuskan bidang masalah.
3. Menilai prestasi.
4. Mengkoordinir tugas-tugas yang secara fungsional saling bergantung.
5. Menentukan standard hasil prestasi.
6. Mengomando, menunjukkan kepada pegawai apa yang harus dilakukan, memberi perintah.
7. Memberikan instruksi, menunjukkan kepada pegawai bagaimana melaksanakan suatu perintah, mengembangkan prosedur, dan memahami kebijaksanaan.
8. Memimpin dan mempengaruhi.

Fungsi produksi adalah menyangkut setiap kegiatan komunikasi yang langsung berhubungan dengan pelaksanaan pekerjaan utama organisasi. Dalam organisasi pabrik, kita memasukkan komunikasi tentang produksi atau apa saja yang harus dikomunikasikan untuk dapat menghasilkan mobil atau botol bir. Dalam lembaga pendidikan ia adalah pengajaran dan latihan sesungguhnya untuk para mahasiswa. Semua komunikasi yang berkaitan dengan pembelian, pengepakan, penerimaan atau pemecatan pegawai, pengumpulan modal, penjualan, pencarian pekerjaan untuk lulusan Perguruan Tinggi, adalah contoh-contoh fungsi produksi dari komunikasi. Fungsi sebagai pemasarakatan atau pemeliharaan, meliputi komunikasi yang mempengaruhi 1) harga diri para anggota organisasi, 2) hubungan antar-pribadi mereka dalam organisasi, dan 3) motivasi mereka untuk menyatukan sasaran-sasaran individu dengan tujuan-tujuan organisasi.

Pertama, harga diri para anggota organisasi. Aktivitas komunikasi sosial tidaklah ditujukan pada material yang sedang dikerjakan, tetapi pada alat-alat untuk menyelesaikan pekerjaan itu yang dalam banyak hal adalah pegawai itu sendiri. Komunikasi sosial adalah menyangkut imbalan dan motivasi pegawai, moral dsb. Agar pegawai betah dalam suatu organisasi dan berprestasi memadai, mereka hendaklah

memperoleh pengalaman menyenangkan dalam organisasi itu. Imbalan itu dapat berupa uang, prestise, status, pekerjaan menarik, identifikasi dengan produk organisasi, dan faktor kepuasan lainnya.

Kedua, hubungan antar-pribadi mereka dalam organisasi. Komunikasi sosial meliputi informasi yang menunjang hubungan seseorang dengan lingkungan fisik dan manusia. Misalnya, informasi yang menyokong pandangan anda tentang diri anda sendiri sebagai orang yang kompeten dan berguna adalah bersifat menyatukan dan memperkuat harga diri anda.

Ketiga, motivasi mereka untuk menyatukan sasaran-sasaran individu dengan tujuan-tujuan organisasi. Fungsi sosial dari komunikasi membantu memvbangun harapan bersama dengan para anggota organisasi, harapan mengenai satu sama lain, pekerjaan yang akan dilaksanakan, bagaimana melaksanakan pekerjaan itu, dan kontak organisasional dan lingkungan dimana organisasi itu berada. Upacara (ritual), dan prosedur adalah cara-cara para anggota organisasi mengembangkan harapan bersama yang menyatukan mereka bersama sebagai bagian dari organisasi. Oleh karena fungsi sosial dari komunikasi itulah para anggota organisasi mengenal dan bergaul satu sama lain sebagai anggota organisasi itu.

Manajemen Komunikasi Organisasi

Teori komunikasi organisasi nampaknya tak bisa dilepaskan dengan perkembangan historis studi-studi tentang administrasi, organisasi, dan terutama kini adalah manajemen (Liliweri: 2004). Salah satu aspek yang menyatukan berbagai pendekatan itu adalah komunikasi, karena di dalam cara pandang administrasi, organisasi, dan manajemen terdapat aktivitas komunikasi sebagai penjelas hubungan antarpersonal maupun antarkelompok dalam organisasi, organisasi sebagai wadah kerjasama serta organisasi sebagai wujud perilaku manusia.

Adapun bila mengkaji tentang manajemen komunikasi organisasi maka fokus pembahasannya adalah pada bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan manusia dalam organisasi dapat berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Secara sederhana manajemen itu merupakan seni untuk memperoleh sesuatu karena hasil pekerjaan orang lain (Mary Parker Follet). Manajemen itu mengandung pengertian usaha untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi sumber daya manusia. Jadi manajemen itu berkaitan dengan: a). perencanaan – visi, arah dan tujuan. b). pengorganisasian – tugas, sumber daya, dan proses. c). memimpin – motivasi, lingkungan, dan komunikasi. d). pengawasan – tampilan versus target (bagaimana bergerak menuju self control).

Lebih jauh Liliweri menjelaskan bahwa seseorang yang disebut sebagai manajer sekurang-kurangnya menampilkan tiga kompetensi yaitu, (1) Keterampilan; konseptual, hubungan antar manusia, dan teknis. (2) Peran; mengelola informasi, mewakili semua, pemimpin, penghubung, pengambil keputusan, negosiator, sebagai orang yang dapat memecahkan masalah, menangani perubahan, dan mengalokasikan sumberdaya. (3). Kompetensi baru; (a). menyatukan bagian-bagian organisasi sehingga organisasi merupakan kesatuan orang-orang yang bekerjasama. (b). menciptakan jaringan kerja

organisasi (membentuk relasi dan membangun tim kerja). (c). mampu berhadapan dengan organisasi virtual (maya) melalui pemberdayaan, membangun kepercayaan dan pengembangan masa depan.

Apapun kompetensi yang akan dimainkan oleh seorang administrator, organisatoris dan manajer namun dia tetap menampilkan diri sebagai seorang komunikator, adalah seseorang yang harus menjadi orang pertama yang mengambil prakarsa dalam proses komunikasi dalam kerjasama antarmanusia.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pembahasan tentang manajemen komunikasi organisasi tak lepas dari pembahasan tentang beberapa hal di atas yang satu dengan lainnya saling berkaitan. Secara sistematis pembahasan manajemen komunikasi organisasi meliputi: a). visi, arah dan tujuan organisasi (planning). b). tugas, sumber daya dan proses dalam organisasi (organizing). c). motivasi, lingkungan, dan komunikasi antar bawahan dan atasan dalam organisasi (manajer), d). pengawasan terhadap proses interaksi atau komunikasi antarmanusia (controlling).

Pengelolaan

Pengelolaan merupakan terjemahan dari kata “management” dalam bahasa Inggris yang diserap kedalam bahasa Indonesia menjadi manajemen. Manajemen berasal dari kata to manage yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi- fungsi manajemen. Dengan demikian manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan melalui aspek-aspeknya antara lain planning, organising, actuating dan controlling.

Pengelolaan merupakan proses atau cara mengelola perbuatan atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan mencapai tujuan.

Citra

Menurut Philip Kotler, dalam konteks perusahaan atau organisasi, citra mewakili seperangkat pendapat, pemikiran dan kesan, yang mana yang menciptakan tentang perusahaan atau produk. Sikap dan tindakan manusia berhubungan dengan citra organisasi atau produk. Citra perusahaan ada di mata penerima. Ini hanyalah gambaran bahwa audiens memiliki organisasi melalui akumulasi semua pesan yang diterima. Hal ini ditentukan oleh semua tindakan organisasi. Adalah keliru menganggap organisasi hanya berkomunikasi bila menginginkannya. Citra perusahaan sangat kuat. Ini membantu untuk menentukan bagaimana stakeholder akan berperilaku terhadap organisasi. Bagaimana stakeholder memandang organisasi: lemah atau kuat, terbuka atau licik, hangat atau dingin, kaku atau fleksibel.

Citra perusahaan adalah salah satu aset tak berwujud yang penting bagi organisasi manapun. Ini menentukan identitas organisasi dan reputasinya di depan umum. Citra membantu organisasi untuk mempertahankan operasinya dan keberadaannya dengan sukses di lingkungan inovasi, kemajuan teknologi, perubahan kondisi ekonomi, meningkatnya persaingan dan perubahan struktur sosio-ekonomi. Citra membantu organisasi untuk mencapai tujuan pertumbuhannya. Citra adalah aset yang memberi

organisasi kesempatan untuk membedakan dirinya dengan tujuan untuk memaksimalkan pangsa pasar, keuntungan, menarik pelanggan baru, mempertahankan yang sudah ada, menetralsir tindakan pesaing dan terutama keberhasilan dan kelangsungan hidupnya di pasar.

Pentingnya citra perusahaan terhadap organisasi adalah sebagai berikut:

1. Aset tak berwujud penting yang tidak boleh diabaikan karena dianggap sebagai identitas monolitik yang membuat organisasi menjadi khas dan menarik bagi para pemangku kepentingan.
2. Menciptakan kemampuan khas dan mendapatkan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Hal itu membuat organisasi terlihat, khas, otentik, transparan dan konsisten di lingkungan hari ini yang kompleks.
3. Menunjukkan niat baik organisasi di antara para pemangku kepentingannya.
4. Menunjukkan unsur kepercayaan yang merupakan sumber utama kredibilitas organisasi di antara para pemangku kepentingan.

Membangun Citra

Citra perusahaan menjadi faktor penentu dalam pilihan konsumen barang dan jasa. Membangun citra perusahaan yang baik menjadi sangat relevan di masyarakat di mana organisasi tersebut merupakan kekuatan utama. Yang sangat penting di sini adalah posisi organisasi dalam tanggung jawab sosial

Citra perusahaan yang kuat dapat memperbaiki struktur keuangan organisasi dan meningkatkan daya tarik sekuritas di antara calon investor dan pemegang saham.

Membangun citra perusahaan bisa jadi tidak menguntungkan bila persepsi publik terhadap organisasi tidak mencerminkan kenyataan, tidak terbentuk dengan jelas, atau ketika sisa-sisa kesalahan manajemen masa lalu, kecelakaan pabrik, pendapatan yang buruk, masalah lingkungan dan sejenisnya mungkin masih memiliki dampak negatif.

Membangun citra perusahaan juga sangat penting bila kekuatan eksternal seperti peningkatan atau persaingan baru, produk terobosan dan teknologi, deregulasi, atau fokus identitas baru pesaing yang ada menuntut penanggulangan.

Berhubungan citra perusahaan mempengaruhi perilaku pemangku kepentingan, organisasi berusaha untuk mengembangkan dan mengelola citra perusahaan karena berbagai alasan yang meliputi hal berikut:

1. Peningkatan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga membawa profitabilitas lebih tinggi.
2. Mempromosikan hubungan yang baik dengan masyarakat di lingkungan kerjanya, jika tidak, hal itu mungkin akan mengalami kesulitan dalam perekrutan, seleksi dan pemeliharaan semangat kerja karyawan.
3. Mempengaruhi investor dan lembaga keuangan.
4. Menetapkan goodwill perusahaan untuk organisasi.
5. Menciptakan identitas yang baik bagi para karyawan sehingga mengarah pada kepuasan mereka.
6. Merangsang penjualan, sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan.
7. Mempromosikan hubungan baik dengan pemerintah, pemimpin opini dan berbagai kelompok kepentingan

METODE PENELITIAN

Objek dari penelitian ini adalah ungkapan non verbal dan verbal yang menunjukkan pengelolaan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh komunikator manajemen sekolah SMA Negeri 5 Tangerang dalam membangun citra sekolah adiwiyata, yang disampaikan melalui wawancara dan dokumen tertulis dalam upaya yang sama. Hasil wawancara dan analisis dokumen ini akan dapat menggambarkan bagaimana upaya pengelolaan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh manajemen sekolah.

Penelitian ini dilakukan di Tangerang dan bertempat di Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Tangerang. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini 3 bulan yang dimulai dari bulan Oktober 2017 sampai Desember 2017.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivis. Paradigma post positivis menganggap realitas sebagai bidang informasi kontekstual. Realitas diasumsikan ada, namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena pada dasarnya intelektual manusia mempunyai kekurangan sedangkan fenomena itu sendiri secara fundamental memiliki sifat yang tak mudah diatur (Denzin & Lincoln, 1997:136).

Metode penelitian adalah proses, prinsip dan prosedur yang digunakan dalam penelitian untuk mendekati masalah dan mencari jawaban (Deddy Mulyana, 2006:145). Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan dalam penelitian tersebut dilakukan berdasarkan kaidah keilmuan, yaitu bersifat rasional, empiris dan sistematis.

Jenis penelitian ini adalah deskripsi kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan dan menjelaskan setiap kata untuk dikonstruksikan secara ilmiah dari pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Oleh karena itu penelitian ini bersifat subyektif dan hasilnya lebih bersifat kasuistik.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dimana peneliti berusaha secara saksama dan terperinci dengan berbagai cara mengkaji fenomena mengenai kasus khusus dalam waktu tertentu yaitu strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan predikat sekolah adiwiyata.

Analisis penelitian kualitatif berakar pada pendekatan konstruktivis untuk mengurai persoalan subyek manusia yang umumnya tidak taatas, berubah-ubah, memiliki subyektifitas individual, memiliki emosi dan sebagainya (Bungin, 2007:143). Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya bermaksud memberikan makna (*making sense of*) terhadap data, menafsirkan (*interpreting*) atau mentransformasikan (*transforming*) data ke dalam bentuk narasi dan kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah yang pada akhirnya pada kesimpulan final (Punch, 2005:201).

Dalam penelitian ini, data hasil wawancara, penelusuran dokumen dan aktivitas lain yang berhubungan dengan upaya mempertahankan predikat sekolah adiwiyata, dikumpulkan kemudian dianalisis dengan langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data (Data Reduction), reduksi merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar “ yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan terus menerus

selama penelitian berlangsung. Proses kegiatan dimulai dengan membaca seluruh data yang terkumpul dari hasil wawancara langsung pada catatan di lapangan.

2. Penyajian data (Data Display), Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles dan Haberman (1984) menyatakan bahwa bentuk yang paling sering digunakan untuk menyajikan data kualitatif adalah teks yang bersifat narasi (Sugiono, 2008, hal.249).
3. Penarikan kesimpulan (Conclusion), Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Haberman (1984) adalah penarikan kesimpulan (Sugiono, 2008, hal.252). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, atau dapat juga berupa hubungan kausal atau interaktif, dan hipotesis atau teori (Sugiono, 2008, hal.252).

Setelah melakukan analisis data, data di interpretasikan dengan melakukan korelasi terhadap teori yang ada. Selama proses interpretasi data, tetap dilakukan studi kepustakaan terutama untuk melakukan konfirmasi terhadap teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perencanaan Komunikasi

Mengawali suatu program berarti harus memulainya dengan merencanakan komunikasi. Upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam merencanakan komunikasi ini adalah dengan membentuk panitia program adiwiyata. Selanjutnya panitia inilah yang akan menyusun langkah dalam upaya mensukseskan program.

Khalayak

Khalayak adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dalam komunikasi. Khalayak dalam program sekolah Adiwiyata SMA Negeri 5 Tangerang adalah seluruh warga sekolah SMA Negeri 5 Tangerang, mulai dari siswa, karyawan kebersihan, pedagang di kantin sekolah, personal tata laksana dan guru.

Masing-masing khalayak memiliki sasaran keterpengaruhan yang berbeda. Siswa merupakan khalayak yang diharapkan tahu dan paham akan program sekolah adiwiyata, lalu timbul kesadaran dan dalam kesehariannya melakukan hidup bersih, rapih, peka terhadap lingkungan yang lebih jauh dikatakan sebagai berbudaya lingkungan.

Pesan

Pesan adalah apa yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak. Pesan yang disampaikan ada yang tertulis ada juga lisan. Secara umum pesan dibuat berupa kalimat-kalimat bijak yang mengajak untuk menjaga kebersihan lingkungan dan hemat energi. Pesan lisan disampaikan pada saat upacara, saat wali kelas memberikan arahan pada siswa perwaliannya dan saat menyampaikan pengumuman melalui mikrofon yang tersalur ke tiap kelas.

Media Komunikasi

Media komunikasi adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Melihat sarana yang ada dan mengikuti kegiatan komunikasi yang terjadi selama penelitian dilakukan, dapat diketahui bahwa media yang telah digunakan untuk menyampaikan pesan yaitu media lisan dan media tulisan juga media sosial washap.

Lisan dilakukan saat upacara atau pembinaan wali kelas. Kepada para petugas kebersihan dilakukan instruksi langsung melalui briefing.

Media tertulis yang digunakan berupa poster dan stiker yang ditempel di papan pengumuman atau dinding, mural yang dilukis di dinding, spanduk yang dibentangkan, baligo yang dipajang dan media sosial grup washap.

Efek

Efek komunikasi adalah pengaruh nyata atas pesan yang diberikan yang terjadi pada khalayak. Pengaruh ini dapat diketahui dari pemikiran, sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh khalayak akan pelaksanaan program sekolah adiwiyata. Melihat langsung pada perilaku warga sekolah di SMA Negeri 5 Tangerang telah tergambarkan bahwa pesan komunikasi pada program sekolah adiwiyata telah sampai pada khalayaknya, ini terbukti pada kepatuhannya pada perintah dan intruksi pelaksanaan program. Taman yang rapih dengan tanaman yang tumbuh dengan subur, keadaan kelas yang bersih yang terjaga dari sampah, keadaan kantin yang terlihat bersih, rapi dan makanan sehat yang di jajakan.

Perwujudan Citra Positif

Banyak program yang diselenggarakan oleh Dinas Pendidikan Provinsi Banten. Satu diantaranya adalah lomba sekolah sehat yang diikuti oleh sekolah yang memenuhi syarat dan ditunjuk oleh Dinas Pendidikan Kota atau Kabupaten untuk mewakili. Kota Tangerang ikut ambil bagian dalam perlombaan sekolah sehat ini, Dinas Pendidikan Kota Tangerang menunjuk SMA Negeri 5 menjadi perwakilan. Bapak Camat merasa bangga dan terkesan atas upaya yang telah dilakukan oleh sekolah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif. Ini membuktikan bahwa citra positif telah diraih oleh sekolah SMA Negeri 5 Tangerang.

Program Berkelanjutan

Ribuan pohon tumbuh subur yang membuat rindang lingkungan sekolah tidak mengenal waktu menggugurkan daunnya yang sudah tua, seribu lebih siswa beserta warga sekolah yang lain beraktivitas dan tidak sedikit menghasilkan sampah. Taman yang penuh tanaman terus memerlukan pemeliharaan agar tetap menyajikan keindahan. Sikap dan tingkah laku siswa yang kurang baik terhadap lingkungan harus selalu diingatkan. Intinya bahwa program sekolah adiwiyata merupakan program yang berkelanjutan yang secara harian terus menerus harus diupayakan.

Pelaporan

Penanggung jawab program adiwiyata adalah kepala sekolah, adapun pelaksana harian adalah panitia yang telah ditunjuk. Sebagai laporan pelaksanaan dari

panitia adiwiyata kepada penanggung jawab dilakukan secara tak resmi dan secara resmi. Secara tak resmi melalui lisan kalau ada kejadian yang memang membutuhkan solusi segera dari kepala sekolah. Secara resmi laporan dibuat tertulis jangka waktu satu tahun pelaksanaan.

Pembahasan

Berdasar pada hasil temuan penelitian yang telah didapat dari lapangan dapatlah dilakukan interpretasi, penelaahan dan analisis sebagai pembahasan. Teori komunikasi yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian adalah Teori Pengelolaan Organisasi.

Konsep penting dari teori pengelolaan organisasi yaitu adanya planning, organizing, actuating dan controlling.

Planning

Program Sekolah Adiwiyata merupakan program pilihan manajemen Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Tangerang untuk menciptakan Citra yang baik dihadapan seluruh pemangku kepentingan. Program Sekolah Adiwiyata sangat memerlukan manajemen yang baik. Adapun medium manajemen yang baik itu ternyata komunikasi yang efektif. planning yaitu menyusun tata tertib dan aturan membentuk panitia khusus untuk mengelola berjalannya program. Berlanjut dengan memetakan khalayak sebagai sasaran ditujukannya pesan, lalu mengkonstruksi pesan baik secara lisan maupun tertulis sesuai khalayak tujuan. Kemudian menentukan media yang digunakan

Organizing

Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain daripada itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. Secara sederhana, organisasi adalah suatu kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan dan mau terlibat dengan peraturan yang ada. Organisasi merupakan suatu wadah atau tempat untuk melakukan kegiatan bersama, agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Sumberdaya manusia dan komponen lain dalam komunikasi organisasi perlu diorganisasikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Pengorganisasian adalah proses kegiatan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, sumber-sumber, dan lingkungannya. Pengorganisasian merupakan suatu langkah untuk menetapkan, menggolongkan dan mengatur berbagai macam kegiatan yang di pandang perlu dilakukan. Seperti bentuk fisik yang tepat bagi suatu ruangan kerja administrasi, ruangan laboratorium, serta penetapan tugas dan wewenang seseorang pendelegasian wewenang dan seterusnya dalam rangka untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian memiliki struktur organisasi, struktur ini dapat didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal. Struktur organisasi terdiri atas unsur spesialisasi kerja, standarisasi, koordinasi, sentralisasi atau desentralisasi dalam pembuatan keputusan dan ukuran satuan kerja.

Actuating

Actuating adalah menggerakkan orang atau anggota organisasi untuk melaksanakan program yang telah direncanakan dan mencapai hasil yang diharapkan

Sebaik apapun rencana tak akan mewujudkan nyata kalau tidak ada aksi untuk melakukannya. Dalam program sekolah adiwiyata awal pelaksanaan mulai dari diadakannya sarana dan prasarana. Selanjutnya dengan berbagi tugas siapa mengerjakan apa, dimana. Actuating merupakan upaya mendorong atau memotivasi agar setiap orang bekerja sesuai dengan yang telah digariskan, menjaga konsistensi dalam proses dan mengupayakan kondisi lingkungan baik fisik maupun psikis yang selalu kondusif. Kepemimpinan sangat berperan pada tahap ini. Dengan kepemimpinan yang baik dengan penuh motivasi akan membuat anggota organisasi merasa yakin akan mampu mengerjakan tugasnya, merasa yakin kalau tugasnya bermanfaat bagi dirinya, merasa tidak terbebani oleh oleh problem pribadi atau tugas lain, merasa dipercaya dan hubungan anatar sesama anggota organisasi lebih harmonis.

Actuating akan menggiring dan mengarahkan khalayak pada tujuan dengan memperhitungkan bagaimana perintah diberikan. Perintah dapat dilakukan dengan persuasif dapat pula dengan koersif, dan pilihan ini akan menentukan akan respon yang dilakukan.

Pada perwujudan program sekolah adiwiyata menjadi sebuah citra positif di SMA Negeri 5 Tangerang, actuating tergambar pada setiap upacara bagaimana pembina upacara memberikan motivasi pada siswa untuk selalu tetap menjaga kebersihan. Pada khalayak guru actuating terlihat ketika panitia memberikan arahan membuat perencanaan pembelajaran berwawasan lingkungan serta memberikan penghargaan untuk mereka yang secara cepat melaksanakan tugas. Zonasi area kerja bagi petugas kebersihan, keleluasan waktu yang dapat digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan dan penghargaan atas jerih payah yang telah dilakukan adalah bentuk actuating yang dilakukan pada petugas kebersihan. Bimbingan dan arahan wali kelas terhadap siswa yang menjadi perwaliannya merupakan actuating dalam program ini.

Controlling

Kontrol merupakan pengendalian terhadap proses berjalannya program. Pengendalian membantu dalam membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan, menemukan penyimpangan dan mengambil tindakan perbaikan untuk memastikan bahwa kegiatan dilakukan sesuai rencana. Dengan demikian, membantu dalam mencapai tujuan organisasi.

Sistem kontrol yang efisien membantu menilai ketepatan standar. Ini lebih membantu dalam meninjau dan merevisi standar sesuai dengan perubahan dalam organisasi dan lingkungan, teknologi, persaingan, kebijakan pemerintah, perubahan selera konsumen. Seringkali karyawan menolak sistem kontrol karena mereka menganggapnya sebagai pembatasan kebebasan mereka. Misalnya, surveilans melalui televisi sirkuit tertutup (CCTV).

KESIMPULAN DAN SARAN

Mewujudkan citra sekolah adiwiyata merupakan upaya keras yang telah dilakukan secara sungguh- sungguh oleh manajemen SMA Negeri 5 Tangerang. Upaya keras itu ditunjukkan oleh pengelolaan komunikasi yang telah digunakan dalam mewujudkan program ini. Teori pengelolaan digunakan sebagai acuan dalam menjalankan program sekolah adiwiyata.

Pengelolaan komunikasi dimulai dengan planning yaitu menyusun tata tertib dan aturan, membentuk panitia khusus untuk mengelola berjalannya program. Berlanjut dengan memetakan khalayak sebagai sasaran ditujuannya pesan, lalu mengkonstruksi pesan baik secara lisan maupun tertulis sesuai khalayak tujuan. Kemudian menentukan media yang digunakan. Organizing dilakukan untuk menggerakkan semua komponen komunikasi dengan cara mengaktifkan khalayak untuk melakukan perannya masing-masing, menggunakan kewenangan yang dimiliki oleh team adiwiyata, diberlakukan banyak kebijakan. Zonasi area kerja untuk petugas kebersihan, tanggung jawab yang diberikan pada tiap kelas untuk menjaga kebersihan dan pemberlakuan sehari tanpa kendaraan merupakan bentuk pengorganisasian yang dilakukan. Actuating upaya untuk mendorong dan menciptakan kondisi yang kondusif dilakukan agar proses berjalan dengan lancar. Hal ini ditunjukkan oleh adanya arahan kepada siswa oleh guru, himbuan yang disampaikan pada petugas kantin untuk selalu mentaati aturan dan memberikan keleluasaan kerja pada petugas kebersihan. Penghargaan dan adanya ancaman hukuman juga salah satu bentuk actuating yang dilakukan. Controlling dilakukan untuk mengetahui proses dan hasil yang dicapai telah sesuai standar atau tidak. Pengecekan kebersihan setiap hari oleh panitia, teguran pada pelanggar aturan sampai pada monitoring melalui CCTV merupakan upaya kontrol yang dilakukan dalam program sekolah adiwiyata ini.

Hasil dari program ini telah tercapai. Sekolah hijau oleh tumbuhan subur yang tetata rapi menyegarkan nafas tanpa polusi, taman indah penuh dengan bunga dapat dinikmati, kelas bersih, rapih dan nyaman siap untuk proses pembelajaran dijalani. Hasil yang dicapai ini telah terbukti dengan mendapatkan pengakuan sekolah adiwiyata dari Kementerian Lingkungan Hidup.

Terwujudnya citra positif sekolah adiwiyata telah diakui, salah satu indikasinya yaitu sekolah SMA Negeri 5 Tangerang ditunjuk oleh Dinas Pendidikan Kota Tangerang mewakili Pemerintah Kota Tangerang mengikuti Lomba Sekolah Sehat tingkat provinsi Banten.

Pengelolaan komunikasi dalam mewujudkan sekolah adiwiyata tentu memiliki beragam faktor, disarankan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memetakan faktor-faktor tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Christin Daymon, Immy Holloway, Rhenald Kasali (editor), 2002, Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Publik Relation & Marketing Communications, Routledge.
- Liliweri, Alo., 2004. Wacana Komunikasi Organisasi. Penerbit Mandar Bandung. Cet. 1. Bandung
- Onong Uchjana Effendy, 1984, Komunikasi Teori dan Praktek, Remaja Rosdakarya Bandung.
- R. Wayne Pace, Don F. Faules, Deddy Mulyana (editor), 2005, Komunikasi Organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan, Remaja Rosdakarya Bandung.
- Richard West, Lynn H Turner, Maria Natalia DM (penerjemah), 2008, Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi, Salemba Humanika Jakarta.

Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, Diana Angelica, Ria Cahyani, Abdul Rosyid(penerjemah),2007, Perilaku Organisasi, Salemba Empat Jakarta.

Stephen W Littlejohn, Karen A.Foss, Mohammad Yusuf Hamdan (penerjemah), 2009, Teori Komunikasi, Salemba Humanika Jakarta.Christin Daymon, Immy Holloway, Rhenald Kasali (editor),2002,Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Publik Relation & Marketing Communications, Routledge.

PB,Triton.2011.Manajemen Strategis. Jakarta: Penerbit Oryza

Jurnal

Diah Ayu Herawati, Proses Perencanaan dan Penyusunan Program E-Government.

Diyah Indriyawati, Strategi Komunikasi Corporate Secretary Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.

Guerrero-Castro, Cristian EStrategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach Connections : The Quarterly Journal; Garmisch Partenkirchen Vol. 12, Iss. 2, (Spring 2013): 27-51.

Invernizzi, Emanuele; Romenti, StefaniaStrategic Communication and Decision-Making Processes Toward the Communication Oriented Organisation Academicus; Albania Iss. 3, (2011): 12-27.

Juwariyah, Komunikasi Persuasif Guru Dalam Memberikan Pemahaman Tentang TK Islam Terpadu Pada Calon Wali Murid dan Wali Murid.

Krajcovic, Peter, Strategies in Media Planning, Communication Today; Trnava Vol. 6, Iss. 2, (Nov 2015): 20-31. Lin Gensing-Pophal. Got the message HRMagazine; Alexandria Vol. 46, Iss. 4, (Apr 2001): 74-79.

Obregón, RafaelAuthor Information; Chitnis, KetanAuthor Information; Morry, Chris; Feek, Warren; Bates, JeffreyAuthor Information; et al Achieving polio eradication: a review of health communication evidence and lessons learned in India and Pakistan

Ramírez, Ricardo; Quarry, WendyCommunication for Another Development Development, suppl. New Institutions for Development; Houndmills Vol. 53, Iss. 1, (Mar 2010): 54-57.

Sam Elam, Katrina Byers, Communicate – maintaining a positive school reputation Long reads / Teacher archives 14 May 2014

Schaffner, Dorothea; Demarmels, Sascha; Juettner, Uta. Promoting biodiversity: do consumers prefer feelings, facts, advice or appeals? The Journal of Consumer Marketing; Santa Barbara Vol. 32, Iss. 4, (2015): 266-277.

Setyo Warsono, Strategi Komunikasi Lintas sektor Sekretariat Komisi Penanggulangan AIDS Nasional 2010- 2012.

Sterpu, Vladimir, Communication Strategies Developed by International Organizations
International Journal of Communication Research; Iasi Vol. 7, Iss. 2, (Apr/Jun 2017):
117-119.

Tanto Siregar, Strategi Komunikasi Budaya Kerja Dalam Mempertahankan Citra dan
Produktivitas Kerja Karyawan.

Tennyson, Patricia A; Ray, Kristina, Creating a Strategic Communication Plan That Gathers No
Dust American Water Works Association. Journal; Denver Vol. 97, Iss. 1, (Jan 2005):
48-51,53-57,4.