

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bimbingan Belajar

2.1.1 Pengertian Bimbingan Belajar

Generasi milenial yang sebagian besar merupakan pelajar SMP dan SMA tersebut lebih banyak menghabiskan waktunya dengan gadget mereka sehingga dapat dikatakan bahwa mereka ketergantungan terhadap teknologi. Bagi mereka, teknologi di genggam tangan bisa diibaratkan seperti udara dan air. Mereka tidak akan bisa hidup dengan baik jika tidak didampingi teknologi.

Mereka merasa kalau teknologi membuat mereka mudah terhubung satu sama lain dan mudah mengakses berbagai informasi penting setiap hari. Hal tersebut pada akhirnya mempengaruhi motivasi belajar mereka di sekolah. Sementara itu, proses belajar mengajar (PBM) di sekolah masih banyak menggunakan model konvensional yang lebih dikenal dengan teacher centered learning (TCL) sehingga model tersebut dirasa membosankan bagi pelajar masa kini. Akibatnya, banyak pelajar masa kini sulit memahami pelajaran yang dipelajari di sekolah dan kemudian sampai di rumah mereka kembali sibuk dengan gadget-nya masing-masing dan melupakan topik pelajaran yang telah dipelajari di sekolah.

Oleh karena itu, kebanyakan orangtua menyadari hal tersebut sehingga memberikan pelajaran tambahan bagi anak-anaknya untuk mengakomodasi sekaligus mengharapkan jaminan agar anak-anaknya

mendapatkan hasil belajar yang bagus di sekolah. Para orangtua mendaftarkan anak-anaknya ke lembaga-lembaga bimbingan belajar (bimbel) terkenal ataupun mencari guru-guru les privat dari agen-agen penghubung dan menghabiskan banyak uang dengan harapan bimbel ataupun les privat dapat mendongkrak motivasi maupun hasil belajar anak-anaknya (Gideon, 2018 : 167).

Menurut Faizah (2010) bimbingan belajar adalah suatu proses pemberian bantuan kepada siswa dalam menyelesaikan masalah - masalah belajar yang dihadapi siswa, sehingga tercapai tujuan belajar yang diinginkan. Menurut Safrudin (2014 : 63) bimbingan belajar adalah suatu bantuan kepada siswa dalam memecahkan kesulitan dalam belajar baik di sekolah maupun di luar sekolah. Menurut Tarwiah (2012 : 47) bimbingan belajar dijabarkan melalui empat hal yaitu strategi pembelajaran, konsultasi belajar, pemecahan masalah dan evaluasi perkembangan belajar. Thahir dan Hidriyanti (2017 : 2) layanan bimbingan yang memungkinkan para peserta didik secara memperoleh berbagai bahan dari narasumber tertentu (terutama dari pembimbing/konselor) yang berguna untuk menunjang kehidupannya sehari-hari baik sebagai individu maupun sebagai pelajar, anggota keluarga dan masyarakat serta untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Novandhika (2013 : 4) menyatakan bahwa lembaga bimbingan belajar memiliki perbedaan dengan sekolah pada umumnya. Misalnya,

segi durasi kegiatan pembelajaran, lembaga bimbingan belajar memiliki durasi yang lebih pendek daripada sekolah pada umumnya, dan segi pemberian materi juga dapat dilihat perbedaannya.

Pada kegiatan belajar, peserta didik diajarkan cara-cara (misalkan saja rumus) yang tidak diajarkan di sekolah, yang lebih mudah dicerna oleh memori peserta didiknya dibandingkan. Suherman (2010 : 9) menyatakan bahwa fungsi bimbingan belajar adalah : (1) Fungsi pencegahan (*preventive function*), yaitu bimbingan belajar berupaya untuk mencegah atau mereduksi kemungkinan timbulnya masalah; (2) Fungsi penyaluran (*distributive function*) yang berarti menyediakan kesempatan kepada siswa untuk menyalurkan bakat dan minat sehingga mencapai hasil belajar yang sesuai dengan kemampuannya; (3) Fungsi penyesuaian (*adjustive function*) yaitu membantu siswa untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan; (4) Fungsi perbaikan (*remedial function*) melalui pengajaran remedial (*remedial teaching*); dan (5) Fungsi pemeliharaan (*maintenance and development function*) di mana hasil belajar siswa yang dipandang positif harus tetap dipertahankan, atau bahkan harus ditingkatkan agar tidak mengalami kesulitan lagi.

2.1.2 Tujuan Bimbingan Belajar

Tujuan dari diadakannya Bimbingan Belajar ialah membantu siswa agar mendapat penyesuaian yang baik dalam situasi belajar. Dengan adanya bimbingan tersebut maka setiap siswa dapat belajar dengan sebaik

mungkin, sesuai dengan kemampuan yang ada dalam dirinya. Tujuan dari bimbingan belajar adalah :

- a. Agar siswa memiliki sikap dan kebiasaan belajar yang positif, seperti kebiasaan membaca buku, disiplin dalam belajar, mempunyai perhatian terhadap semua pelajaran.
- b. Memiliki motif yang tinggi dalam belajar sepanjang hayat
- c. Memiliki keterampilan dan teknik belajar yang efektif, seperti keterampilan membaca buku, menggunakan kamus dan mempersiapkan diri menghadapi ujian
- d. Memiliki keterampilan menetapkan tujuan dan perencanaan pendidikan, seperti membuat jadwal belajar, mengerjakan tugas-tugas, memantapkan diri dalam pelajaran tertentu, dan berusaha memperoleh hasil maksimal.
- e. Memiliki kesiapan mental dan kemampuan menghadapi ujian.

Berdasarkan tujuan bimbingan belajar tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan layanan bimbingan belajar adalah membantu siswa mencapai keberhasilan belajar dan mengembangkan semua potensi siswa secara optimal dengan cara mendorong dan memberikan motivasi belajar secara terus-menerus melalui kebiasaan belajar yang efektif dan positif sesuai dengan kemampuan, minat, dan kesempatan yang ada untuk mencapai tujuan dari perencanaan pendidikan dengan kesiapan mental agar siswa mampu menghadapi ujian.

2.1.3 Jenis-jenis Bimbingan Belajar

Bentuk layanan dari bimbingan yang diberikan pada siswa adalah layanan bimbingan belajar yang disesuaikan dengan masalah belajar yang dihadapi oleh siswa dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari. Dengan melihat daftar masalah yang dihadapi oleh siswa, maka guru ataupun tutor dapat merumuskan program layanan bimbingan yang sesuai.

Menurut Suherman (2010 : 8) pelayanan bimbingan belajar di sekolah akan berjalan secara terpadu dengan program pengajaran. Oleh karena itu kegiatan bimbingan belajar terkait erat dengan tugas dan peranan guru. Masalah-masalah belajar seringkali membawa ketimpangan sosio-psikologis pada diri siswa bahkan mungkin lebih jauh dari itu. Bimbingan belajar berupaya untuk mengeliminasi sejauh mungkin akses tersebut terhadap proses belajar sekaligus membantu siswa agar mampu melakukan penyesuaian diri dengan dirinya sendiri dan dengan lingkungannya. Dalam penyelenggaraan bimbingan belajar dipandang penting untuk melakukan kerjasama dengan lembaga, pekerja sosial, para instruktur, dokter dan sebagainya dalam rangka penanganan persoalan siswa.

2.2 Strategi *Public Relations*

Public Relations menurut Simandjuntak (2003 : 10) adalah “fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, dimana publik inilah yang menentukan berhasil atau gagalnya perusahaan”. *Public relations* juga dapat diartikan “*process to influence public opinion, through sound*

character and proper performance, based on mutually satisfactory two-way communication” (Seitel, 2004 : 4).

Menurut Danandjaja (2011 : 16) *Public relations* merupakan usaha “yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antar publik dengan jalan komunikasi timbal balik, untuk mencapai tujuan bersama atas dasar saling menguntungkan”.

Ruslan (2012 : 40) menjelaskan bahwa belum ada pengertian pasti *public relations*. Hal ini disebabkan oleh: pertama, beragamnya definisi *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh pakar maupun profesional *public relations*/Humas didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian Humas/*Public relations*. Kedua, perbedaan latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi (*Public relations Practitioner*). Prinsip dan pengertiannya sama yaitu fungsi manajemen yang merencanakan dan memelihara hubungan baik internal maupun eksternal serta hubungan antara organisasi dengan publik sebagai mediator untuk mencapai tujuan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik.

Peran *Public Relations*

Peran *Public relations*/ humas tersebut diharapkan dapat menjadi mata, telinga, dan tangan kanan *top management* dalam organisasi. Peranan *Public relations* sebagai komunikator sangat dibutuhkan dan sangat penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian

antara organisasi atau perusahaan dengan masyarakat umum dengan tujuan menyangkut 3 hal yaitu reputasi, citra, dan komunikasi *mutual benefit relationship*.

Peran *public relations* atau humas menurut Cutlip *et.al* (2006 : 46) yaitu :

1. Menjunjung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan organisasi, perusahaan dengan publik sebagai khalayak sasaran
3. Membuat rencana dan melakukan program untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan dari masyarakat
4. Melayani keinginan publik dengan dan memberikan saran kepada pimpinan manajemen untuk tujuan bersama
5. Menciptakan komunikasi dua arah, timbal balik dengan menyebarkan informasi, serta pesan dari perusahaan kepada publik dan masyarakat opini publik kepada perusahaan

Strategi Humas/ Public Relations

Public relations adalah metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Ardinato (2011:15) *public relations* memiliki unsur 7-C dalam komunikasi organisasi, yaitu (Cutlip *et al.*, 2006 : 47).

1. *Credibility* (kredibilitas). Komunikasi dimulai dengan rasa saling percaya yang dibangun melalui kinerja di pihak institusi untuk melayani publik.

2. *Context* (konteks). Program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan. Konteks harus menginformasikan isi pesannya, bukan menentang.

3. *Content* (isi). Pesan harus bermakna dan harus sesuai dengan penerima karena isi pesan sangat menentukan. Pesan juga harus relevan dengan situasi penerima karena orang memilih informasi yang menjanjikan manfaat yang besar bagi mereka.

4. *Clarity* (kejelasan). Isu yang kompleks harus dipadatkan ke dalam tema, yang sederhana dan jelas. Semakin jauh pesan akan dikirim, maka pesan harus semakin sederhana.

5. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi). Komunikasi harus selalu berkelanjutan dan berita yang disampaikan harus selalu konsisten.

6. *Channel* (saluran). Saluran komunikasi yang sudah ada harus digunakan seoptimal mungkin karena menciptakan saluran baru lebih sulit dan membutuhkan waktu lama. Saluran yang berbeda memiliki dampak yang berbeda dan efektif pada tingkat yang berbeda-beda pula.

7. *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audien). Komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan penerima. Komunikasi akan efektif jika tidak membebani penerima untuk memahami.

Fungsi *Public relations* adalah mebinana hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik (Effendie, 2002 : 24). Menurut Soemirat dan Ardianto (2008 : 16) menjelaskan bahwa *Public relations* berfungsi “menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi”.

Fungsi tersebut bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemauan baik publiknya dan memperoleh opini positif yang menguntungkan. Soemirat dan Ardianto (2008 : 17) mengungkap batasan *Public relations* menurut Cristian yaitu:

“Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi individu dengan kepentingan publik dan rencana melaksanakan tindakan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik”

