

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah moral yang dihadapi suatu lembaga pendidikan nasional Indonesia saat ini tidak dapat dilepaskan dari situasi sosial yang ada di masyarakat. Masih banyak lembaga pendidikan, seperti sekolah maupun universitas di Indonesia yang dilingkupi oleh masalah perkelahian antar pelajar atau mahasiswa, baik yang terlihat secara nyata maupun pergumulan batin. Masalah-masalah tersebut disebabkan oleh hubungan sosial para pelajar atau mahasiswa itu sendiri, terutama di kalangan pelajar remaja dan timbul karena banyak faktor pendukungnya. Faktor itu bisa disebabkan karena adanya sikap perlawanan dari lingkungan keluarga, sekolah, maupun tuntutan dari masyarakat itu sendiri. Sehingga, diperlukan suatu tindakan untuk mengatasi masalah para pelajar atau mahasiswa itu sendiri dengan adanya bantuan dari lingkungan di sekitarnya.

Seiring berjalannya waktu, lingkungan sosial di Indonesia mulai mengalami pergeseran norma dan adat istiadat. Banyak generasi mahasiswa saat ini yang tidak memahami dengan benar bagaimana cara bersikap, padahal lembaga pendidikan di Indonesia semakin banyak. Sehingga diperlukan suatu nilai dari lembaga pendidikan Indonesia bagaimana mendidik para pelajarnya. Sikap tersebut dibentuk dari ada atau tidaknya budaya korporat pada suatu lembaga. Budaya korporat merupakan istilah budaya kerja yang artinya suatu sistem nilai-nilai yang dirasakan maknanya oleh seluruh orang dalam suatu organisasi. Budaya korporat sangat penting untuk dikembangkan dalam suatu lembaga, khususnya lembaga pendidikan Indonesia.

Sikap para pelajar maupun mahasiswa dapat diciptakan secara lebih efektif melalui budaya korporat yang melahirkan karakter dan akhirnya kualitas perilaku individu per

individu. Kemudian timbul asumsi, bahwa budaya korporat pendidikan menentukan keunggulan dari korporasi pendidikan.

Adanya budaya korporat, diharapkan membuat lembaga pendidikan di Indonesia pada khususnya dapat menghasilkan individu yang lebih berkualitas. Hal serupa juga yang diupayakan Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Universitas Kristen Maranatha Bandung merupakan universitas yang sudah cukup dikenal di Indonesia, berdiri sejak 11 September 1965. Merupakan universitas yang cukup banyak diminati oleh para pelajar di seluruh Indonesia. Universitas Kristen Maranatha mengacu pada nilai-nilai Kristiani dan memiliki nilai (*value*) pendidikan yaitu “*Integrity, Care, Excellence*”. Nilai tersebut dibuat dengan maksud agar mahasiswa yang belajar di Universitas Kristen Maranatha bisa mencerminkan sikap yang dimaksud oleh nilai Maranatha tersebut.

Budaya korporat di Universitas Kristen Maranatha sudah terlihat dari logo dan nilai yang dibuat, namun belum cukup dipahami di kalangan Universitas Kristen Maranatha itu sendiri. Sehingga dari logo dan nilai yang ada, terkadang karyawan dan mahasiswa masih belum memahami budaya korporat yang ada di lingkungan Maranatha itu sendiri. Budaya korporat sangat penting untuk dipahami di dalam korporasi pendidikan, karena hal itu menunjang kegiatan belajar mengajar di Maranatha.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana memperkenalkan *Integrity, Care, Excellence* pada mahasiswa dan karyawan Universitas Kristen Marantha melalui kampanye?
2. Bagaimana menarik minat mahasiswa dan karyawan agar tertarik pada kampanye *Integrity, Care, Excellence* dan menerapkan paa kehidupannya di kampus?
3. Bagaimana agar kampanye ini bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Kristen Maranatha?

1.2.2 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup perancangan hanya meliputi karyawan dan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, dengan jangka waktu tiga tahun ke depan.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan *Integrity, Care, Excellence* pada mahasiswa dan karyawan Universitas Kristen Marantha melalui kampanye.
2. Menarik minat mahasiswa dan karyawan agar tertarik pada kampanye *Integrity, Care, Excellence*.

3. Memberikan informasi yang memadai sebagai sebuah kampanye yang bermanfaat bagi mahasiswa dan karyawan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi langsung
2. Observasi tidak langsung
3. Wawancara terstruktur
4. Studi pustaka (buku, brosur, internet)

1. Observasi langsung

Observasi langsung menurut Moh. Nazir (1985 : 212) adalah sebagai berikut:

“Observasi langsung yaitu cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.”

Observasi atau pengamatan secara langsung dilakukan dengan mengamati peristiwa dan kejadian yang ada di lingkungan Universitas Kristen Maranatha.

2. Observasi tidak langsung

Observasi tidak langsung menurut Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si. dalam buku Metodologi Penelitian Kuantitatif merupakan data sekunder yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder diklasifikasi menjadi dua:

- a. Internal data, yaitu tersedia tertulis pada sumber data sekunder.
- b. Eksternal data, yaitu data yang diperoleh dari sumber luar.

Observasi tidak langsung dilakukan dengan mendapatkan data sekunder dari para mahasiswa dengan membagikan beberapa angket / kuisisioner.

3. Wawancara terstruktur

Wawancara menurut buku Pengantar Statistika karangan Usman Husaini tahun 2003 adalah sebagai berikut:

“Wawancara (*interview*) yaitu cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung dengan orang yang menjadi sumber data atau objek penelitian.”

“Wawancara terstruktur adalah wawancara yang sebagian besar jenis-jenis pertanyaannya telah ditentukan sebelumnya, termasuk urutan yang ditanya dan materi pertanyaannya.”

Wawancara yang dilakukan terhadap narasumber bersifat terstruktur. Narasumber yang diwawancara untuk mendapatkan data yaitu rektor Universitas Kristen Maranatha, beberapa dosen yang berhubungan dengan semboyan Maranatha, yaitu “*Integrity, Care, Excellence*”.

4. Studi pustaka

Pengertian studi pustaka menurut Moh. Nazir (1985 : 111) sebagai berikut:

“Studi kepustakaan adalah membaca, mempelajari dan mengumpulkan keterangan dari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.”

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dengan melalui berbagai macam media termasuk media elektronik dan media cetak. Media cetak meliputi buku mengenai teori yang berkaitan dengan kampanye, sebagai sumber yang bertindak sebagai pendukung data yang telah didapatkan melalui observasi dan wawancara. Adapun media elektronik berupa artikel *online*.

1.5 Skema Perancangan

