

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kumon merupakan salah satu lembaga pendidikan nonformal yang telah berkembang secara global dan dikenal luas oleh masyarakat sebagai bimbingan belajar yang memiliki karakteristik pembelajaran mandiri. Metode Kumon menekankan pada latihan yang berkesinambungan, penguasaan materi secara bertahap, serta penyesuaian tingkat kesulitan materi dengan kemampuan individual peserta didik. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun kebiasaan belajar yang disiplin, meningkatkan rasa percaya diri siswa, serta mendorong siswa untuk mampu menyelesaikan permasalahan akademik secara mandiri tanpa ketergantungan berlebihan pada pendamping belajar.



Gambar 1.1 Logo Kumon

Sumber: Logos-World

Metode pembelajaran Kumon berawal dari gagasan Toru Kumon, seorang guru matematika asal Jepang, pada tahun 1954. Berangkat dari keprihatinannya terhadap perkembangan kemampuan matematika anaknya, Toru Kumon menyusun lembar kerja sederhana yang dapat dikerjakan secara rutin setiap hari. Lembar kerja tersebut dirancang agar anak dapat memahami konsep secara bertahap melalui pengulangan dan peningkatan tingkat kesulitan yang terukur. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan kemampuan akademik anak secara signifikan dan

kemudian diterapkan kepada anak-anak lain di lingkungan sekitarnya, yang pada akhirnya menjadi fondasi lahirnya Metode Kumon.



Gambar 1.2 Foto Toru Kumon

Sumber: Kumon Lidice

Keberhasilan metode tersebut mendorong pendirian lembaga pendidikan Kumon secara resmi pada tahun 1958 di Osaka, Jepang. Sejak saat itu, Kumon berkembang pesat dan diadaptasi di berbagai negara dengan tetap mempertahankan filosofi utama, yaitu membantu setiap anak mencapai potensi maksimalnya melalui pembelajaran mandiri, konsistensi latihan, serta evaluasi kemampuan yang berkelanjutan. Filosofi ini menjadikan Kumon tidak hanya sebagai tempat bimbingan belajar, tetapi juga sebagai lembaga yang berfokus pada pembentukan karakter belajar siswa (Kumon Global Indonesia).

Di Indonesia, Kumon hadir dan berkembang sebagai salah satu bimbingan belajar yang cukup dikenal oleh masyarakat. Kumon Indonesia mengadaptasi metode pembelajaran global dengan tetap menyesuaikannya terhadap kebutuhan

dan karakteristik peserta didik di Indonesia. Program pembelajaran yang ditawarkan menekankan pada pembentukan kebiasaan belajar mandiri sejak usia dini, sehingga siswa tidak hanya berorientasi pada hasil akademik, tetapi juga pada proses belajar yang berkelanjutan. Keberadaan cabang-cabang Kumon yang tersebar di berbagai wilayah menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap metode pembelajaran ini.

Salah satu cabang yang aktif beroperasi adalah Kumon Jatipadang yang berlokasi di wilayah Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Kumon Jatipadang melayani peserta didik dari berbagai jenjang usia dengan menawarkan program Matematika, Bahasa Inggris, dan Bahasa Indonesia. Sebagai bagian dari jaringan Kumon Indonesia, cabang ini menjalankan sistem pembelajaran yang terstandarisasi, namun tetap menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan peserta didik dan orang tua di lingkungan sekitarnya. Keberadaan Kumon Jatipadang mencerminkan peran lembaga pendidikan nonformal dalam mendukung proses pendidikan formal siswa.

Fenomena persaingan lembaga pendidikan nonformal saat ini telah mengalami pergeseran signifikan, di mana kompetisi tidak lagi hanya bertumpu pada kualitas pengajaran di dalam kelas, melainkan pada bagaimana lembaga tersebut merepresentasikan dirinya di ruang digital. Perubahan perilaku konsumen terlihat jelas pada orang tua siswa yang kini cenderung melakukan validasi digital terlebih dahulu dengan membandingkan citra dan aktivitas antar-lembaga melalui media sosial sebelum memutuskan untuk berkunjung ke lokasi.

Sejalan dengan perubahan tersebut, proses pengambilan keputusan (*decision making*) orang tua sejatinya tidak lagi diawali saat pertemuan tatap muka, melainkan bermula dari intensitas interaksi komunikasi digital. Kepercayaan (*trust*) publik kini terbangun melalui responsivitas pengelola dalam menjawab pesan (*Direct Message*) serta transparansi kegiatan belajar yang ditampilkan. Artinya, kemenangan dalam memperebutkan calon siswa saat ini sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam mengelola komunikasi awal di ranah digital sebagai pintu gerbang utama kepercayaan konsumen.

Wilayah Pasar Minggu merupakan kawasan perkotaan yang memiliki tingkat persaingan lembaga pendidikan nonformal yang cukup tinggi. Berbagai

bimbingan belajar hadir dengan menawarkan metode, program unggulan, serta pendekatan pembelajaran yang beragam. Kondisi tersebut menuntut setiap lembaga untuk tidak hanya mengedepankan kualitas pembelajaran, tetapi juga membangun citra lembaga yang mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Persaingan dalam sektor pendidikan mendorong pentingnya pengelolaan identitas dan nilai lembaga sebagai strategi pembeda di tengah banyaknya pilihan yang tersedia, karena citra lembaga berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap kredibilitas dan kualitas layanan pendidikan. Dalam persaingan yang semakin ketat, lembaga pendidikan dituntut untuk memperkuat branding image agar mampu mempertahankan eksistensi dan kepercayaan masyarakat (Carnawi et al., 2024).

Perkembangan pesat teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk sektor pendidikan nonformal yang kini menghadapi persaingan ketat (Carnawi et al., 2024). Teknologi tidak lagi sekadar sarana penyebaran informasi umum, melainkan secara fundamental mengubah cara lembaga pendidikan menyampaikan layanan, membangun komunikasi dua arah, serta menjangkau audiens potensial seperti orang tua dan siswa (Lestyaningrum et al., 2022). Dampak ini menuntut adaptasi strategi komunikasi yang inovatif dan berorientasi digital, agar lembaga tetap relevan serta unggul di tengah ketergantungan masyarakat yang semakin tinggi terhadap platform digital. Fenomena tersebut menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi bimbingan belajar seperti Kumon Jatipadang untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis dalam membangun branding, menarik minat calon peserta didik, dan mempertahankan relevansi di pasar pendidikan yang kompetitif (Hanifah & Istikomah, 2022). Hal ini selaras dengan meningkatnya persaingan dan tuntutan masyarakat akan kualitas layanan pendidikan, yang mengharuskan lembaga pendidikan swasta untuk memahami tantangan dan keterbatasan dalam mengembangkan serta mempertahankan eksistensinya (Hanifah & Istikomah, 2022). Oleh karena itu, strategi peningkatan citra melalui pemanfaatan media sosial menjadi esensial untuk menarik minat masyarakat dan mempromosikan keunggulan komparatif lembaga (Fachri et al., 2022; Yustika, 2024).

Media sosial telah menjadi salah satu media komunikasi digital yang memiliki peran strategis dalam bidang pendidikan, khususnya sebagai sarana

publikasi dan pembentukan citra lembaga (Yustika, 2024). Pemanfaatan media sosial ini memungkinkan lembaga pendidikan menyampaikan informasi secara cepat, visual, dan interaktif kepada masyarakat termasuk siswa dan orang tua serta memfasilitasi komunikasi dua arah dan penjangkauan audiens potensial (Lestyaningrum et al., 2022). Selain itu, dalam praktik kehumasan pendidikan, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyebarluaskan informasi kegiatan dan program lembaga, tetapi juga untuk membangun keterlibatan audiens serta memperkuat persepsi positif terhadap institusi melalui branding image yang mampu membangun kepercayaan masyarakat di tengah persaingan ketat (Fachri et al., 2022; Hanifah & Istikomah, 2022). Dengan demikian, pengelolaan media sosial yang terencana, konsisten, dan berbasis evaluasi mampu membantu lembaga pendidikan meningkatkan citra dan kepercayaan publik di tengah persaingan yang semakin ketat (Carnawi et al., 2024; Indah Mardini Putri et al., 2025). Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa lembaga pendidikan harus senantiasa mengejar keunggulan untuk meningkatkan daya tarik publik dan menarik calon siswa, terutama mengingat prevalensi media sosial yang memperkuat kebutuhan diferensiasi melalui keunggulan akademik dan program inovatif (Pasuhuk & Mandagi, 2023). Pencitraan positif suatu institusi pendidikan melalui media sosial menjadi krusial dalam proses pengambilan keputusan calon siswa, karena platform ini memengaruhi diseminasi informasi, pembentukan persepsi, dan pengembangan komunitas (Pasuhuk & Mandagi, 2023).

Bagi lembaga bimbingan belajar, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, melainkan juga sebagai media komunikasi efektif untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Selain itu, konten informatif dan edukatif memungkinkan masyarakat lebih memahami nilai serta keunggulan lembaga, sehingga menjadikan media sosial bagian penting dari strategi menghadapi persaingan antar bimbingan belajar di era digital.

Kumon Jatipadang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai sarana komunikasi digital untuk menyampaikan informasi mengenai metode pembelajaran, program yang ditawarkan, serta aktivitas yang berlangsung di pusat belajar. Penggunaan dua platform ini menunjukkan upaya

lembaga dalam menyesuaikan diri dengan kebiasaan masyarakat yang semakin aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti terhadap bimbingan belajar yang beroperasi di wilayah Pasar Minggu, ditemukan bahwa masing-masing lembaga memiliki fokus strategi komunikasi yang berbeda. Beberapa bimbingan belajar berskala nasional, seperti Nurul Fikri dan Ganesha Operation, diketahui tidak mengelola media sosial secara khusus pada tingkat cabang Pasar Minggu. Akun media sosial yang digunakan dikelola secara terpusat pada tingkat nasional atau kota, dengan konten yang bersifat umum dan ditujukan untuk audiens yang luas. Fokus komunikasi lembaga-lembaga tersebut lebih menitikberatkan pada promosi program unggulan, capaian akademik siswa, serta citra institusi secara makro, tanpa menampilkan aktivitas pembelajaran yang merepresentasikan kondisi cabang secara spesifik.

Berbeda dengan pola tersebut, Kumon Jatipadang mengelola akun media sosial secara mandiri pada tingkat cabang melalui Instagram dan TikTok. Pengelolaan media sosial pada tingkat cabang memungkinkan Kumon Jatipadang menyampaikan informasi yang lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat Pasar Minggu, seperti dokumentasi kegiatan belajar mengajar, penjelasan metode Kumon, edukasi bagi orang tua terkait kesiapan belajar anak, serta informasi layanan yang sedang berlangsung. Fokus ini menunjukkan bahwa Kumon Jatipadang tidak hanya berupaya memperkenalkan program pembelajaran, tetapi juga membangun kedekatan emosional dan komunikasi dua arah dengan masyarakat sekitar.

Observasi awal juga menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang persaingan baru antar bimbingan belajar di wilayah Pasar Minggu. Orang tua calon peserta didik cenderung mencari informasi melalui media sosial untuk membandingkan metode pembelajaran, suasana belajar, serta kredibilitas lembaga sebelum mengambil keputusan. Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi awal yang membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas dan profesionalisme suatu bimbingan belajar. Kondisi ini menempatkan media sosial sebagai elemen strategis yang memengaruhi daya saing lembaga pendidikan nonformal.

Dari sisi fokus pesaing, bimbingan belajar yang mengelola media sosial secara terpusat cenderung mengedepankan pencitraan institusi secara luas, sementara Kumon Jatipadang lebih menekankan pada komunikasi berbasis aktivitas cabang dan pendekatan lokal. Perbedaan fokus tersebut memperlihatkan adanya variasi strategi dalam menghadapi persaingan, sekaligus menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pada tingkat cabang memberikan peluang untuk membangun hubungan yang lebih personal dan kontekstual dengan masyarakat di wilayah operasionalnya.

Minat masyarakat terhadap Kumon Jatipadang dapat dilihat dari keberlangsungan operasional cabang, jumlah siswa yang mengikuti program pembelajaran, serta intensitas interaksi yang terjadi melalui media sosial, baik dalam bentuk komentar maupun pesan langsung. Media sosial menjadi sarana awal komunikasi antara orang tua dan lembaga, khususnya dalam memperoleh informasi mengenai metode pembelajaran, jadwal belajar, serta prosedur pendaftaran. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media konsultasi awal yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih bimbingan belajar.

Penelitian ini membatasi kajian pada media sosial Instagram dan TikTok karena kedua platform tersebut merupakan media utama yang digunakan oleh Kumon Jatipadang dalam menjalankan komunikasi digitalnya. Instagram dimanfaatkan untuk menyajikan konten visual yang informatif dan edukatif, seperti dokumentasi kegiatan pembelajaran dan penjelasan metode belajar, sedangkan TikTok digunakan untuk menyampaikan pesan secara ringkas melalui video pendek yang komunikatif dan mudah dipahami. Pembatasan pada dua platform ini dilakukan agar penelitian dapat lebih fokus dan mendalam dalam menganalisis strategi pengelolaan media sosial yang dijalankan oleh Kumon Jatipadang.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persaingan bimbingan belajar di wilayah Pasar Minggu telah mengalami pergeseran ke ranah digital, di mana media sosial memegang peran penting dalam membangun citra, menjangkau calon peserta didik, serta mempertahankan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Strategi Pengelolaan Media Sosial**

Kumon Jatipadang dalam Menghadapi Persaingan Digital Bimbingan Belajar di Pasar Minggu” difokuskan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Kumon Jatipadang mengelola media sosial sebagai bagian dari strategi menghadapi persaingan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengelolaan media sosial Kumon Jatipadang dalam menghadapi persaingan digital bimbingan belajar di Pasar Minggu?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengelolaan media sosial Kumon Jatipadang dalam menghadapi persaingan digital bimbingan belajar di Pasar Minggu.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian strategi pengelolaan media sosial pada lembaga pendidikan nonformal. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji strategi komunikasi digital dalam konteks persaingan lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengoptimalkan strategi pengelolaan media sosial, terutama dalam pengembangan konten informasi dan edukasi, penyesuaian pesan dengan kebutuhan audiens lokal, serta peningkatan efektivitas komunikasi digital untuk menghadapi persaingan bimbingan belajar di wilayah Pasar Minggu.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan. Bagian ini memberikan pemahaman awal mengenai alasan pentingnya penelitian dilakukan dan arah penelitian yang akan ditempuh.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori dan konsep-konsep yang menjadi kerangka berpikir penelitian. Bab ini mencakup penelitian terdahulu yang relevan, teori utama yang digunakan seperti *Circular Model of Some*, serta konsep-konsep pendukung seperti strategi, pengelolaan, pengelolaan media sosial, media sosial, Instagram, Tiktok, persaingan, dan bimbingan belajar. Selain itu, bab ini juga menyajikan definisi konseptual dan definisi operasional untuk memperjelas batasan konsep dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi serta waktu penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data. Bab ini memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam melakukan penelitian kualitatif deskriptif terkait strategi pengelolaan media sosial di Kumon Jatipadang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan deskripsi mengenai objek penelitian, temuan lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Kumon Jatipadang. Pada bagian pembahasan, data

penelitian dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi digital yang diterapkan dalam menghadapi persaingan bimbingan belajar di Pasar Minggu.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban atas rumusan masalah, serta saran yang ditujukan kepada pengelola media sosial Kumon Jatipadang maupun peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian sejenis di masa mendatang.

