

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi sangat erat kaitannya dengan bahasa Inggris karena merupakan salah satu bahasa komunikasi global yang paling penting dan umum digunakan di dunia saat ini. Bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang digunakan dalam berbagai pengaturan, termasuk bisnis, akademisi, teknologi, media, dan perjalanan.

Komunikasi melibatkan pertukaran informasi, ide dan gagasan antara individu atau kelompok. Komunikasi sangat penting bagi siapa saja yang hidup dalam sebuah komunitas. Menurut Everett Kleinjan dari East West Center of Hawaii, komunikasi sudah menjadi komponen kunci dalam aktivitas kehidupan manusia, seperti kemampuan berkomunikasi. Salah satu hal yang membutuhkan komunikasi adalah sosialisasi dalam sebuah kelompok.¹ Bahasa merupakan alat utama dalam proses komunikasi. Penguasaan bahasa Inggris dapat membantu seseorang berkomunikasi lebih efektif dalam lingkungan internasional. Bahasa Inggris juga merupakan keterampilan penting dalam dunia kerja saat ini, dengan banyak perusahaan multinasional menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi resmi.

Menurut laporan Education First (EF), lembaga pendidikan tersebut, Indonesia memiliki English Proficiency Index sebesar 466 pada tahun 2021¹. Skor tersebut masuk dalam kategori kemampuan rendah dan menempati urutan kelima di Asia Tenggara. Kebutuhan berbicara bahasa Inggris sangat diperlukan

¹ Data English First Education, diakses pada 9 Mei 2023 pada <https://www.ef.co.id/epi/>

saat ini², berbicara mengenai belajar bahasa Inggris di Indonesia tidak asing dengan daerah Kampung Inggris . Kampung Inggris merupakan daerah yang sangat terkenal di Indonesia, di mana terdapat banyak lembaga belajar bahasa Inggris, dan sebagian besar ekosistemnya juga menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa sehari-hari. Kampung Inggris terletak di desa Pelem dan Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Kampung Inggris didirikan pada tahun 1976 oleh seorang mahasiswa bernama Mohammad Kalend yang berasal dari Kutai Kartanegara. Pare adalah sebuah desa di Kabupaten Kediri. Kata Pare berasal dari bahasa Jawa Panglerenan dan berarti tempat pemujaan. Dahulu, pada masa penjajahan, Pare merupakan tempat persinggahan atau tempat persembunyian, oleh karena itu diberi nama Panglerenan, Pare. Selain itu, antropolog Clifford Geertz menggunakan istilah Mojokuto atau Masyarakat Mojokuto sebagai nama samaran untuk Pulau Pare dalam bukunya Agama Jawa. Namun, Pare kini lebih dikenal dengan Kampung Inggris.

Adanya Kampung Inggris Pare bermanfaat bagi perkembangan desa Tulungrejo, yang merupakan daerah penting bagi pertumbuhan Kampung Inggris. Pengaruh ini terletak pada bidang pendidikan karena Kampung Inggris merupakan salah satu rujukan belajar non formal. Di kampung Inggris ini, terdapat berbagai macam kursus yang tersedia, masing-masing dengan program yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan siswa yang ingin meningkatkan kemampuan bahasa mereka. Banyaknya jenis kursus yang tersedia, meningkatkan jumlah prasarana di kampung Inggris. Hal ini dapat dilihat dari

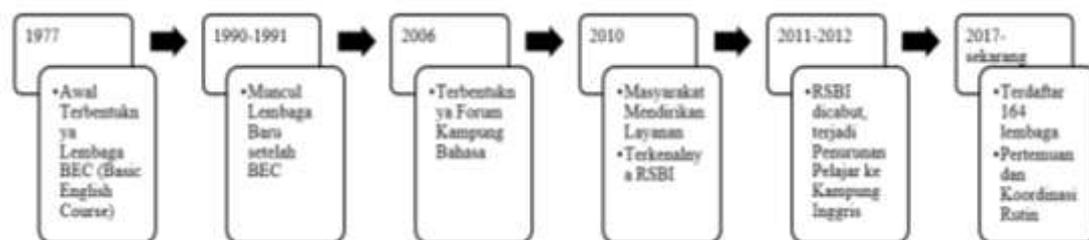
² Hairunnisa Husain, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2022), hlm 6.

penyediaan layanan kesehatan, penyediaan infrastruktur dan komunikasi, penyediaan pendidikan untuk anak-anak dan penyediaan pendidikan non-formal, dan penyediaan berbagai layanan sosial dan ekonomi. Aspek terpenting dari sarana-prasarana pokok yang menjadi salah satu daya tarik penunjang Kampung Inggris adalah biaya hidup yang terjangkau. Banyak syarat penerimaan dibidang pendidikan dan pekerjaan memerlukan sertifikasi berbahasa Inggris, salahsatunya adalah TOEFL dan IELTS. Tingginya kebutuhan tersebut membuat suasana kampung Inggris tak pernah sepi pendatang dari luar daerah Kediri.

Daya tarik dari wisata yang ditawarkan oleh kampung inggris adalah mempelajari bahasa untuk meningkatkan kemampuan komunikasi. Pengelola kampung Inggris Pare membutuhkan cara untuk menciptakan tempat wisata. Sebuah destinasi wisata khususnya di kampung Inggris Pare merupakan salah satu upaya sebuah destinasi dalam mempertahankan daya tarik wisata, sehingga wisatawan tetap tertarik untuk berkunjung ke kampung inggris.

Pertumbuhan jumlah lembaga bahasa Inggris dan para pendatang dari tahun ke tahun yang semakin meningkat. Dibalik pertumbuhan lembaga yang semakin meningkat, persoalan mengenai dinamika Kampung Inggris pun juga meningkat. Contoh permasalahannya adalah Penjamin Mutu Pendidikan, Masalah Sosial, Kriminalitas, Standarisasi kost di Kawasan Kampung Inggris dll. Untuk menciptakan citra yang baik maka diperlukan sistem pengelolaan yang menjembatani antara pihak terkait (*stakeholder*). Peran *Public Relations* dalam membangun citra sangat dibutuhkan, oleh karenanya strategi dalam membentuk citra positif harus direncanakan secara tepat sasaran. Pertumbuhan dinamika

kampung inggris dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Diagram Alur Pertumbuhan Dinamika Kampung Inggris Pare³

Strategi hubungan masyarakat harus dibuat dengan tujuan untuk mewujudkan hasil dari praktik hubungan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, strategi *public relations* harus dirancang dengan penekanan pada pencapaian citra dan reputasi yang baik di mata publik. Penentu keberhasilan strategi *public relations* adalah dengan memanfaatkan media konvensional dan new media.

Tujuan dibentuknya Forum Kampung Bahasa adalah untuk mewedahi semua lembaga belajar yang ada di kampung Inggris, forum ini dibentuk pada tahun 2012. Forum Kampung Bahasa bersinergi dengan perangkat desa untuk mengelola Kampung Inggris. Selain itu, banyak program kerja yang tujuannya menjalin komunikasi antara internal dan eksternal dari organisasi ini diantaranya adalah Futsal rutin sesama Owner lembaga, Kampung Inggris Mengajar, Jambore Kampung Inggris 2023. Berdasarkan prasurevey peneliti dengan Ketua Forum Kampung Bahasa, Bapak Arsyad Naufal Ngadiono mengatakan bahwa :

“Tujuan dibentuknya forum ini untuk mewedahi atau sebagai jembatan komunikasi semua lembaga yang ada di kampung inggris, kami juga memberikan bantuan hukum dalam bentuk pengurusan perizinan lembaga kursus ke dinas pendidikan dan izin perpanjangan lembaga

³ Nur Afni Lathifah, Agus Purnomo, and Sukamto Sukamto, ‘Dinamika Pengelolaan Kampung Inggris Oleh Masyarakat Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri’, *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9.2 (2020), 189 <<https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.17645>>.

supaya mengantisipasi lembaga siluman bermunculan. Belakangan ini banyak ditemukan lembaga siluman atau oknum yang melakukan penipuan terhadap calon siswa. Kami juga berkerjasama dengan lembaga desa mulai dari Kepala Desa, RT dan RW untuk melakukan pendataan lembaga yang menerima kedatangan siswa baru, supaya mempermudah dalam hal administrasi. Lembaga Siluman adalah salahsatu persoalan yang kami hadapi saat ini. Banyak persoalan dibidang Sosial, Kriminal, Penjamin Mutu Pendidikan dll. Oleh karenanya, kami merancang strategi agar nama atau citra baik kampung inggris tetap terjaga. Kami juga mengadakan beberapa program kerja yaitu Kampung Inggris Mengajar, Jambore Kampung Inggris 2023, Futsal bersama Owner lembaga se Kampung Inggris, tujuannya adalah komunikasi selalu terjaga dan meningkatkan solidaritas”⁴

Berdasarkan pernyataan diatas yang menurut peneliti unik dan tepat untuk digunakan dalam penelitian tertarik meneliti fokus komunikasi organisasi di Forum Kam dengan judul **“Strategi *Public Relations* Forum Kampung Bahasa dalam Membangun Citra Kampung Inggris Pare”** yakni terkait dengan strategi *public relations* yang selama ini diterapkan oleh Forum Kampung Bahasa, baik secara internal maupun eksternal. Peneliti memilih komunikasi organisasi karena dalam penelitian ini akan melihat bagaimana organisasi Forum Kampung Bahasa berkembang dari awal berdiri hingga saat ini. Dalam hal ini, penting untuk melihat bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Forum Kampung Bahasa dengan seluruh *stakeholder*, baik internal maupun eksternal, serta manfaat dari komunikasi bermedia dan komunikasi pelayanan lembaga kursus (termasuk kemajuan penelitian, pendidikan, dan pelayanan kesehatan). Organisasi internal mengacu pada bagaimana Forum Kampung Bahasa dapat mengatur dan mengelola divisi dan program kerja yang akan dijalankan, dan organisasi eksternal mengacu pada strategi *public relations* dalam mengkomunikasikan kegiatan atau program kerja yang akan dijalankan.

⁴ Hasil Wawancara dengan Arsyad Naufal Ngadiono selaku Ketua Forum Kampung Bahasa

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka konteks penelitian diatas yang menjadi fokus penelitian dalam pembahasan skripsi yang akan diajukan adalah :

Bagaimana Strategi *Public Relations* Forum Kampung Bahasa dalam membangun citra positif Kampung Inggris Pare?

C. Tujuan Penelitian

Menganalisis strategi *Public Relations* Forum Kampung Bahasa dalam membangun citra Kampung Inggris Pare

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dalam pengembangan strategi *public relations* dalam membangun citra baik ke pihak Internal maupun Eksternal dan bermanfaat bagi masyarakat dalam pemahaman strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum Kampung Bahasa.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan acuan, serta motivasi bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang tertarik untuk meneliti mengenai strategi *public relations* dalam membangun citra.

E. Kajian Pustaka

1. Jurnal penelitian dengan judul “Strategi *Public Relations* PT. Dana Purna

Investama dalam meningkatkan citra perusahaan”³ oleh Arsa Rail Magreza, Teguh Priyo Sadono, Ni Made Ida Pratiwi dari program studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, tujuan dari penelitian adalah mengetahui strategi yang dilakukan oleh *public relations* PT. Dana Purna Investama dalam meningkatkan citra perusahaan.

Hasil Penelitian bahwa *public relations* menggunakan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan, metode yang digunakan juga sesuai dengan proses yang terjadi, atau langkah langkahnya.

2. Jurnal penelitian yang berjudul **“Strategi *Public Relations* dalam Upaya Mmbangun Citra PT. Prudential Life Assurance”⁵** oleh RA. Putri Mustika Sari dari *London School Public Relations* Jakarta tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pembangunan *Public Relations* Prudential Life Assurance dan faktor-faktor yang penting dalam membangun citra perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* Prudential Life Assurance’s memilih strategi manajemen dalam membangun citra dengan mencari dan mengumpulkan kebutuhan pelanggan. Mereka juga membantu memenuhikebutuhan pelanggan yang ditargetkan dengan teknik win win solution, membangun kepercayaan dengan pelanggan mereka dalam mengkomunikasikan apa yang dibutuhkan pelanggan. Faktor pendukung

⁵ R A Putri and Mustika Sari, ‘Strategi *Public Relations* Dalam Upaya Membangun Citra Pt. Prudential Life Assurance’, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3.2 (2020), 159–66.

kehumasan dalam rangka membangun citra perusahaan melalui pelaksanaan *true selling*, kunjungan hotel, kunjungan sekolah untuk mengenalkan siswa pada asuransi, dan sedekah untuk membantu masyarakat kurang mampu agar masyarakat bersimpati dan lebih mengenal Prudential Company. Perbedaan penelitian oleh RA. Putri Mustika Sari adalah pada fokus penelitian yaitu lebih ke strategi *public relation* di komunikasi pemasaran. Sedangkan peneliti meneliti strategi *public relations* dalam mengelola atau membangun citra baik Kampung Inggris. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh RA. Putri Mustika Sari adalah pada metode penelitian.

3. Jurnal “**Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan**”⁶ oleh Mutiara Cendekia Sandyakala dari Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Syamsul’Ulum Gunungpuyuh Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia.

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian yang digunakan adalah metode kepustakaan. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Kemudian data dan analisis dengan teknik analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan selain menyelesaikan segala jenis masalah yang berkaitan dengan hubungan masyarakat, *public relations* juga efektif dan tekun dalam memajukan keberadaan dan Citra Lembaga Pendidikan. Meningkatkan hubungan yang baik dengan semua pihak yang dalam hal ini diwakili oleh *public relations* merupakan strategi yang paling efektif untuk

⁶ Mutiara Cendekia Sandyakala, ‘Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan’, *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 2020, 184–98.

mendapatkan Citra yang berkualitas tinggi.

4. Jurnal “**Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Positif RRI Bandung (Studi Kasus di LPP RRI)**”⁷ oleh Annisa Oktaviani Dewi dan Maman Suherman dari program studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung (2022).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya yang digunakan dalam mengikuti kemajuan radio, meningkatkan kualitas radio, mengembangkan citra radio dari internal pr, dan meningkatkan citra radio dari eksternal *public relations*. Penelitian ini menggunakan Teori Citra dengan Metode Kualitatif yaitu dengan menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif dimana pengumpulan datanya menggunakan Studi Kepustakaan, Observasi Lapangan, dan Pengumpulan Data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa RRI Bandung memiliki dua faktor yang mempengaruhi citra yakni, Internal dan Eksternal. Internalnya melalui pandangan karyawan sedangkan Eksternalnya melalui pendengar RRI Bandung menurut Informan Ketua Bidang Siaran. Berdasarkan hasil wawancara bahwa Strategy PR yang dilakukan sudah berjalan dengan baik namun masih belum maksimal di humas bagian LPP yang dipegang oleh Ketua Bidang LPU.

5. Jurnal yang berjudul “**Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Parafone Manado**”⁸ oleh Henny Tumbelaka, Yudith

⁷ Annisa Oktaviani Dewi and Maman Suherman, ‘Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif’, *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2.2 (2022) <<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.4182>>.

⁸ Henny Tumbelaka, ‘Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Parafone Manado’, 3 (2023), 289–98.

Rondonuwu , Angely Sondakh , Christian Tarandung dari Universitas Teknologi Sulawesi Utara (2023)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* perusahaan Parafone Manado bekerja sama dengan koordinasi pemasaran yang melapor langsung kepada manajer umum. Humas Perusahaan Parafone Manado dilaporkan telah menyelesaikan proses perencanaan strategis dengan tujuan meningkatkan CSR yang mencakup pemecahan masalah, perencanaan dan pelaksanaan program, komunikasi dan koordinasi, serta evaluasi program. Pembentukan citra yang positif dilakukan dengan menghadirkan event-event dan promosi yang menarik serta penanganan krisis dengan baik melalui bantuan media. *Public Relations* Perusahaan Parafone Manado.

F. Definisi Istilah

Definisi Istilah adalah pernyataan ringkas tentang pokok pembahasan. Tujuan dari definisi istilah adalah untuk menyoroti perbedaan pemahaman yang ada di antara berbagai organisasi dalam penggunaan kata-kata yang mereka gunakan, serta untuk menangkal prasangka. Oleh karena itu, penulis perlu secara eksplisit menyatakan atau menyebutkan secara eksplisit masalah yang tercakup dalam judul penelitian.

a. Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani dan berarti "seni berperang" dalam bahasa Inggris, setiap strategi memiliki rencana atau kerangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan demikian, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana yang cermat

mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁹

b. *Public Relations*

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah salah satu bagian dari komunikasi. Terlepas dari kenyataan bahwa komunikasi adalah komponen utama dari strategi PR, praktik PR didefinisikan sebagai "kolaborasi antara bisnis atau organisasi dengan publik," dengan tujuan utama untuk saling pengertian. Praktik *public relations* (PR) juga bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan kepercayaan, serta perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga, atau perusahaan. Tujuan dari praktik hubungan masyarakat adalah untuk membuat publik dan organisasi, baik besar maupun kecil, lebih sadar akan kebutuhan, tujuan, dan sasaran.¹⁰

c. Forum Kampung Bahasa

Forum Kampung Bahasa (FKB) adalah sebuah organisasi swadaya masyarakat yang mengorganisir berbagai macam kursus dan lokakarya di kampung Inggris, Pare Kediri. FKB berhasil menyelenggarakan berbagai macam program kegiatan yang ada di kampung Inggris. Selain itu, FKB berfungsi sebagai penghubung formal, penghubung, dan saluran komunikasi dengan organisasi lain, seperti mereka yang terlibat dalam pengembangan bahasa Inggris, serta mereka yang tertarik untuk belajar lebih banyak tentang dunia berbahasa Inggris. Dalam upaya literasi, FKB memiliki fungsi penting sebagai pusat koordinasi

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada 19 Februari 2023 melalui <https://kbbi.web.id/strategi>

¹⁰ Andhita Sari, 'Dasar-Dasar Public Relations : Teori Dan Praktik' (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hlm 5.

pelaksanaan program dan memberikan bantuan jangka panjang bagi masyarakat.⁹

d. Citra

Citra adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.¹¹ Citra adalah hasil gabungan dari seluruh kesanyang diperoleh dari pesan-pesan (simbol-simbol) yang secara konsisten dihasilkan oleh perusahaan/organisasi, baik itu dengan melihat nama, mengamati perilaku atau membaca sebuah kegiatan atau melihat bukti-bukti material lainnya.

¹¹ M. Fikri Akbar, Yuli Evandiati dan Immawati Asniar, 'Public Relations' (Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia, 2021, hlm 116.