

Strategi Humas Sekretariat Daerah (SETDA) Kota Bandung dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Kota Bandung Melalui Program Capetang

Bandung City Secretariat Regional Public Relations Strategy in an Effort to Improve the English Language Ability of Bandung City Community Through the Capetang Program

¹Risqi Adhila, ²Maya Amalia Oesman Palapah

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹risqiadhila123@gmail.com, ²mayaamal0403@gmail.com

Abstract: The low level of English skills possessed by the Indonesian people shows that currently Indonesia is still not ready to face ASEAN's free market conditions. In fact, having English language skills in the era of globalization is very important. Therefore, the Bandung City Secretariat of Regional Secretariat (Setda) made a small effort to improve the country's English skills, namely by creating a program called Capetang. The Capetang program is a form of application from Kamis Inggris campaign which is considered to be less effective. This program was created to improve the English skills of the people of Bandung. This study aims to find out the purpose of Bandung City Regional Secretariat (Setda) in making the Capetang program; the strategy used by the Bandung City Regional Secretariat (Setda) as the effort to improve the English skills of the Bandung city community through the Capetang program; and the obstacles faced in implementing the Capetang program. The method used in this study is a qualitative method with a case study approach. The results of the study show that the reason for making this program is not only as the preparation to face the ASEAN free market, but also due to realizing one of Bandung's destinations - the realization of the Bandung City Secretariat's public relations mission - namely to improve the English language skills of civil servants and the people of Bandung, and because the city of Bandung has been chosen as a favorite tourist destination in Asia. The strategy undertaken is by paying attention to all aspects that are considered to be able to support the success of the Capetang program, for example determining the location, form of activities, forms of cooperation, socialization and others. The main obstacle to the implementation of the Capetang program is that there is still a lack of community interest. In addition, there are also some minor obstacles in the form of noise, rain, misunderstanding and means of infrastructure.

Keywords: Public Relations Strategy, Bandung, Capetang program, English.

Abstrak : Masih rendahnya kemampuan bahasa Inggris yang dimiliki masyarakat Indonesia, menunjukkan bahwa saat ini Indonesia masih belum siap untuk menghadapi kondisi pasar bebas ASEAN. Padahal, memiliki kemampuan bahasa Inggris di era globalisasi merupakan hal yang sangat penting. Maka dari itu, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung membuat upaya kecil untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris negara yaitu dengan membuat sebuah program yang dinamakan Capetang. Program Capetang merupakan bentuk pengaplikasian dari kampanye Kamis Inggris yang dinilai masih kurang efektif. Program ini dibuat untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung membuat program Capetang, untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dalam upaya meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat kota Bandung melalui program Capetang dan untuk mengetahui bagaimana hambatan dari pelaksanaan program Capetang. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa alasan dibuatnya program ini, yaitu selain karena adanya pasar bebas ASEAN, juga untuk mewujudkan salah tujuan kota Bandung, realisasi misi Humas Setda Kota Bandung, untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris PNS dan masyarakat kota Bandung dan juga karena kota Bandung telah terpilih menjadi destinasi wisata favorit di Asia. Strategi yang dilakukan adalah dengan memperhatikan segala aspek yang dinilai dapat menunjang keberhasilan program Capetang. Misalnya, penentuan lokasi, bentuk kegiatan, bentuk kerjasama, sosialisasi dan lain-lain. Hambatan utama dari pelaksanaan program Capetang adalah masih kurangnya minat masyarakat dan untuk hambatan lain berupa kebisingan, hujan, salah pengertian dan sarana prasana dianggap bukan sebagai hambatan yang begitu serius di dalam program Capetang ini.

Kata Kunci : Strategi Humas, Kota Bandung, program Capetang, Bahasa Inggris.

A. Pendahuluan

Pada awal bulan Januari 2016, Indonesia sudah mulai memberlakukan MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). Dengan mulai diberlakukannya MEA ini, Indonesia diharapkan mampu berkompetisi dengan negara lain. Namun, ternyata harapan tersebut tidak sejalan dengan keadaan Indonesia saat ini. Kemampuan bahasa Inggris yang dimiliki masyarakat Indonesia dinilai masih sangat rendah. Hal ini berdasarkan pada hasil survey tahunan indeks kecakapan bahasa Inggris yang diluncurkan oleh lembaga pendidikan bahasa Inggris EF (Education First).

Berdasarkan hasil survey tersebut, maka Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung melakukan sebuah upaya kecil yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris negara. Upaya tersebut berupa sebuah program edukasi yang diberi nama Capetang.

Program “Capetang” atau *Conversation with People in English* merupakan salah satu program kerja dari Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung. Program ini dibuat sebagai bentuk penyempurnaan dari kampanye Kamis Inggris. Program Capetang memiliki nilai edukasi mengenai bahasa Inggris. Dimana, nilai edukasi itulah yang diharapkan mampu menjadikan masyarakat kota Bandung menjadi berkualitas dan mampu berdaya saing.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang menjadi fokus penelitian disini adalah *Bagaimana Strategi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Kota Bandung melalui Program Capetang?* Selain itu, terdapat pula beberapa tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mengapa Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung membuat program Capetang
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dalam upaya meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat kota Bandung melalui program Capetang
3. Untuk mengetahui bagaimana hambatan dalam pelaksanaan program Capetang

B. Landasan Teori

Ahmad S. Adnan Putra, pakar humas naskah workshop yang berjudul, “*Public Relations Strategi*” mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planing*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen (dalam Ruslan, 2008:133).

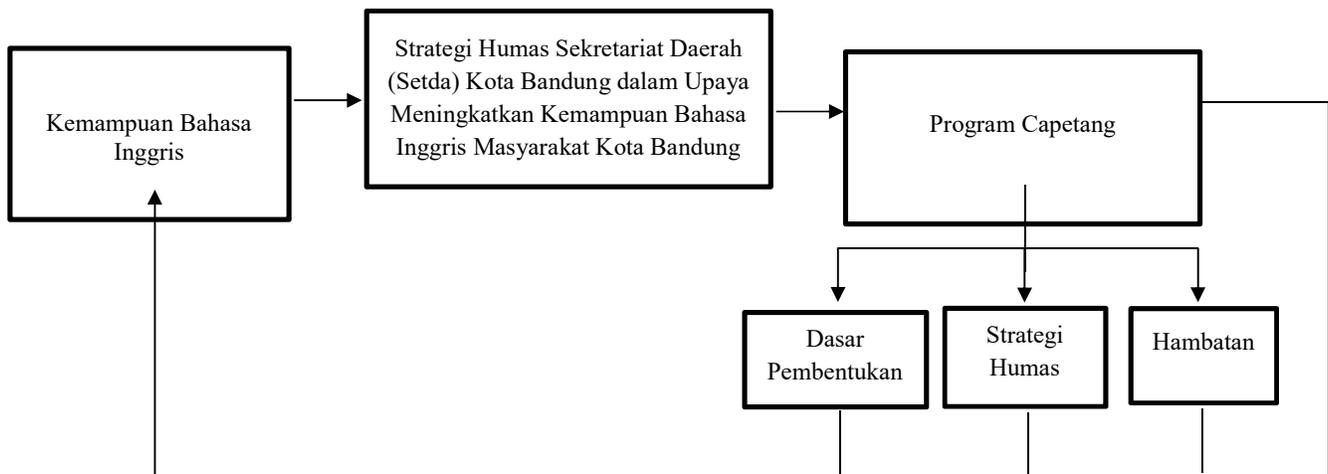
Selain bentuk komunikasinya yang terencana, kegiatan yang dilakukan oleh praktisi PR juga tentunya tidak terlepas dari sebuah perencanaan. Meskipun manajemen dan *public relations* merupakan ilmu yang berkembang secara terpisah, namun *public relations* sering dikatakan erat kaitannya dengan fungsi manajemen. Sebagaimana pengertian *public relations* menurut Cutlip dan Center (dalam Effendy, 2009:116) mengatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Selain itu, Cutlip dan Center (dalam Soemirat dan Ardianto, 2012: 90) menyatakan terdapat beberapa langkah dari strategi *public relations* yang mengacu pada proses *public relations* (telah direvisi oleh Kasali) yaitu terdiri dari :

1. *Fact finding* adalah mencari dan mengumpulkan fakta/data sebelum melakukan

tindakan. Misalnya *public relations* sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya: apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk ke dalam publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai faktor.

2. *Planning* adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu.
3. *Communicating* adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta/data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
4. *Evaluation* adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah suatu tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan *public relations* selanjutnya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

(Sumber: Peneliti)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini didapatkan berdasarkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Pernyataan penelitian disini diantaranya mengapa dibuatnya program Capetang, bagaimana strategi Humas Setda Kota Bandung dalam upaya meningkatkan kemampuan bahasa Inggris melalui program Capetang dan bagaimana hambatan dari pelaksanaan program Capetang.

1. Dasar Pembentukan program Capetang

Ketika memutuskan untuk membuat program Capetang, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung tentunya mempunyai beberapa alasan. Program Capetang merupakan salah satu program kerja dari Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung. Program Capetang ini dibuat untuk mencapai salah satu tujuan dari kota Bandung yaitu menciptakan masyarakat yang berkualitas dan mampu berdaya saing. Selain untuk mewujudkan salah satu tujuan kota Bandung, ternyata program Capetang ini juga dibuat untuk merealisasikan salah

satu misi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung. Salah satu misi dari Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung tersebut adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan informasi kepada masyarakat. Dalam hal ini, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung menilai bahwa kesadaran dan kemampuan bahasa Inggris yang dimiliki PNS dan masyarakat kota Bandung masih sangat rendah. Hal tersebut dianggap menjadi salah satu permasalahan internal dan eksternal Pemerintah Kota Bandung saat ini, maka dari itu akhirnya Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung memutuskan membuat program Capetang ini untuk mengatasi permasalahan tersebut. Selain itu, program Capetang juga dibuat untuk menyongsong Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang sudah mulai diberlakukan di Indonesia pada awal bulan Januari 2016 dan terakhir, program ini dibuat karena kota Bandung telah terpilih menjadi destinasi wisata terfavorit di Asia.

2. Strategi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris
Ketika hendak memutuskan untuk membuat program Capetang sebagai strategi untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat kota Bandung, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung melakukan hal-hal sebagai berikut :
 - a. Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung memanfaatkan hasil pengamatan di lingkungan Pemkot dan hasil survey kemampuan bahasa Inggris masyarakat Indonesia yang masih sangat rendah
 - b. Melakukan perencanaan strategis dalam membuat program Capetang. Proses perancangan dimulai dengan pembahasan tujuan dari program Capetang, kemudian pemberian nama, sasaran, jenis kegiatan dan pembahasan-pembahasan lainnya yang menyangkut program Capetang.
 - c. Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam pelaksanaan program Capetang ini, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung memanfaatkan figur Non-manajemen dan peran komunitas untuk membangun kredibilitas dari program Capetang. Kemudian, memanfaatkan fasilitas umum yaitu taman sebagai lokasi pelaksanaan program Capetang. Taman tersebut dipilih karena banyak dikunjungi sehingga program ini dapat terlihat banyak orang. Selain itu juga untuk menciptakan suasana belajar yang berbeda dan menyenangkan dan sebagai upaya persentuhan fisik antara Pemkot dengan masyarakat yang nantinya dapat membangun citra positif Pemerintah Kota Bandung. Bentuk kegiatan belajar di dalam program Capetang hanya difokuskan pada dialog yang dinilai sebagai cara yang efektif untuk bisa berbahasa Inggris dengan cepat. Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung juga sering menghadirkan penata asing agar peserta lebih semangat dalam menghadiri Capetang. Selain itu, di dalam program Capetang, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung berusaha menyeimbangkan antara kepentingan organisasi dan publik dan terakhir, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung memilih untuk lebih mengedepankan edukasi publik dalam melakukan sosialisasi program Capetang.
 - d. Evaluasi akan dilakukan Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung pada akhir tahun 2018 saat Pemerintah Kota Bandung akan melakukan tutup buku. Namun, Humas Setda Kota Bandung sudah mempunyai beberapa

rencana ke depan untuk program Capetang salah satunya yaitu bekerjasama dengan sekolah- sekolah agar pelayanan dapat merata di kalangan pelajar.

3. Hambatan Pelaksanaan program Capetang

Dalam pelaksanaan program Capetang ini terdapat beberapa hal yang dianggap menjadi hambatan, diantaranya :

- a. Minat masyarakat kota Bandung untuk mengikuti program Capetang. Selama ini, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung menilai bahwa masih rendahnya minat masyarakat untuk mengikuti program Capetang merupakan hambatan utama dari pelaksanaan program Capetang. Hal ini dikatakan sebagai hambatan, karena Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung sangat menyayangkan program yang sudah di konsep sedemikian rupa tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat. Apalagi, program ini tidak dipungut biaya sama sekali.
- b. Kebisingan yang ditimbulkan kendaraan sekitar. Karena pelaksanaan program Capetang ini dilakukan di area terbuka yaitu taman. Maka, gangguan berupa kebisingan kendaraan sekitar dapat terjadi. Namun, dalam mengatasi hal ini, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung mengantisipasinya dengan menerapkan konsep belajar dengan cara berdiri melingkar. Dengan melakukan konsep belajar dengan berdiri melingkar, maka kebisingan yang ditimbulkan kendaraan sekitar tidak akan mengganggu proses belajar. Selain itu, peserta juga menjadi tidak mudah mengantuk karena proses belajar bukan hanya sekedar duduk dan mendengarkan saja.
- c. Hal lain yang dinilai dapat menjadi hambatan di dalam program Capetang ini adalah cuaca yang tidak bisa diprediksi. Meskipun jarang terjadi, namun hujan yang tiba- tiba turun pernah terjadi saat pelaksanaan program Capetang ini berlangsung. Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung mengantisipasinya dengan memindahkan lokasi pelaksanaan program Capetang ke Bandung Planning Gallery (BPG) atau ruangan yang ada di dalam kantor Pemerintah Kota Bandung.
- d. Selain itu, terdapat hambatan lain yang dapat terjadi dalam pelaksanaan program Capetang yaitu salah pengertian. Karena program Capetang ini merupakan sarana belajar bahasa asing, maka kemungkinan terjadinya salah pengertian itu bisa saja terjadi. Namun, selama ini hambatan berupa salah pengertian itu jarang terjadi di dalam pelaksanaan program Capetang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Humas dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris melalui Program Capetang, peneliti menarik kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. Dasar Pembentukan program Capetang

Alasan Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung membuat program Capetang adalah sebagai upaya untuk mewujudkan salah satu tujuan Pemerintah Kota Bandung. Selain itu, program Capetang ini juga dibuat sebagai perwujudan dari salah satu misi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung. Masih rendahnya kesadaran maupun kemampuan yang dimiliki Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan masyarakat kota Bandung dianggap menjadi permasalahan internal dan eksternal Pemerintah Kota Bandung, sehingga Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung membuat strategi berupa program Capetang yang diharapkan mampu mengatasi permasalahan tersebut. Apalagi, saat ini Indonesia sedang dihadapi dengan kondisi pasar bebas

ASEAN dan Kota Bandung telah terpilih sebagai salah satu destinasi wisata favorit di kawasan Asia, sehingga pembuatan program Capetang ini sangat dibutuhkan.

2. Strategi Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat kota Bandung
 Dalam membuat program Capetang ini, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung melakukan beberapa hal yang dinilai sebagai penunjang keberhasilan program ini, diantaranya memanfaatkan hasil pengamatannya di lingkungan Pemkot Bandung dan hasil survey kemampuan bahasa Inggris masyarakat Indonesia yang masih sangat rendah sebagai bahan untuk pengembangan Kamis Inggris. Setelah itu, melakukan perencanaan strategis. Proses perancangan dimulai dengan pembahasan tujuan dari program Capetang, pemberian nama, sasaran, jenis kegiatan dan pembahasan-pembahasan lainnya yang menyangkut program Capetang. Kemudian, melakukan kegiatan operasional. Seperti, melibatkan figur non-manajemen sebagai fasilitator program Capetang, memanfaatkan fasilitas umum yaitu taman sebagai lokasi pelaksanaan program Capetang, menghadirkan penata asing selama 2 bulan sekali untuk menambah semangat peserta, lebih mengedepankan edukasi publik dalam melakukan sosialisasi, kegiatan belajar hanya difokuskan dengan berdialog karena dinilai sebagai cara mudah untuk bisa berbahasa Inggris dengan cepat, dan menyeimbangkan antara kepentingan Pemkot dan kepentingan masyarakat. Terakhir, Humas Setda Kota Bandung akan melakukan evaluasi terhadap program Capetang di akhir tahun 2018, ketika Pemerintah Kota Bandung akan melakukan tutup buku.
3. Hambatan Pelaksanaan program Capetang
 Hal yang dianggap menjadi hambatan utama dari pelaksanaan program Capetang adalah minat masyarakat yang masih kurang. Kurangnya minat masyarakat tersebut dapat membuat program Capetang menjadi kurang maksimal. Untuk hambatan lainnya seperti kebisingan dari kendaraan sekitar, hujan yang tidak bisa diprediksi, salah pengertian dan sarana prasarana dianggap bukan sebagai hambatan yang begitu serius di dalam pelaksanaan program Capetang.

E. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar membuat penelitian ini dengan menggunakan metode yang berbeda yakni metode jenis kuantitatif. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keefektifitasan program Capetang ini dalam meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat Kota Bandung.
2. Peneliti menyarankan sebaiknya, bagian Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung segera melakukan evaluasi khusus terhadap program Capetang. Dengan melakukan evaluasi, Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dapat mengetahui mengapa program Capetang ini masih kurang diminati oleh masyarakat kota Bandung, sehingga Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung dapat segera memperbaiki hal-hal yang dinilai masih kurang di dalam program Capetang ini.
3. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar Humas Sekretariat Daerah (Setda) Kota Bandung tetap berpikir dan bertindak secara inovatif meskipun sebentar lagi akan adanya pergantian kepemimpinan di Pemerintah Kota Bandung.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.