

## **Peran Hubungan Masyarakat Yayasan Kursus Bahasa Inggris Best Binjai Dalam Pengelolaan Isu Dan Pembentukan Citra Positif**

### **The Role of the Public Relations Department of the Best Binjai English Course Foundation in Issue Management and Positive Image Building**

**Nazwa Fazriana Kalicha, Sigit Hardiyanto**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,  
Indonesia

*\*email: nazwafazriana72@gmail.com*

#### **ABSTRACT**

*This study is motivated by the intense competition among both local and online English course institutions, which demands a strategic public relations role in managing issues and building a positive image. The BEST Binjai English Course Foundation faces external challenges such as perceptions of value for money and the need for responsive communication. A descriptive qualitative approach was employed. Data were collected through semi-structured interviews, field observations, and documentation studies. Nine informants were selected using purposive sampling, consisting of public relations staff, foundation employees, instructors, and parents. Data analysis followed Creswell's model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. Findings show that PR manages issues through systematic complaint handling, internal coordination, and responsive communication. PR roles reflect Cutlip's four functions, communication technician, expert prescriber, communication facilitator, and problem-solving facilitator. Positive image building is achieved through excellent service, need-based programs (private classes, integrated curriculum, parent reports), and optimized interpersonal, group, and social media. The strategy's effectiveness is evidenced by parent testimonials citing ease of communication, quick responsiveness, and significant improvement in their children's English skills*

**Keywords:** *Public Relations Role, Issue Management, Positive Image, Communication Strategy, English Course Foundation*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan antarlembaga kursus bahasa Inggris, baik lokal maupun daring, yang menuntut peran humas yang strategis dalam mengelola isu dan membangun citra positif. Yayasan Kursus Bahasa Inggris BEST Binjai menghadapi tantangan eksternal seperti persepsi nilai terhadap uang (*value for money*) dan kebutuhan akan komunikasi yang responsif. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Sembilan informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang terdiri dari atas staf humas, staf yayasan, instruktur, dan orang tua murid. Analisis data mengikuti model Creswell, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Temuan menunjukkan bahwa Humas mengelola isu melalui penanganan keluhan yang sistematis, koordinasi internal, dan komunikasi yang responsif. Peran Humas mencerminkan empat fungsi Cutlip,

yaitu teknisi komunikasi, *expert prescriber*, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecahan masalah. Pembentukan citra positif dicapai melalui layanan unggul, program yang sesuai dengan kebutuhan (kelas privat, kurikulum terpadu, laporan perkembangan anak) serta mengoptimalkan media interpersonal, kelompok, dan media sosial. Keefektifan strategi ini dibuktikan dengan testimoni orang tua yang menyatakan kemudahan komunikasi, respons cepat, dan peningkatan pada kemampuan berbahasa Inggris anak-anak.

**Kata Kunci:** Citra Positif, Pengelolaan Isu, Peran Humas, Strategi Komunikasi, Yayasan Kursus Bahasa Inggris

## **Pendahuluan**

Globalisasi membawa perubahan yang cepat dalam pergerakan informasi, bisnis, serta ketenagakerjaan, yang pada akhirnya turut membentuk kebutuhan individu akan keterampilan berbahasa Inggris. Bahasa Inggris kini menguasai berbagai sektor pekerjaan dan jalur akses informasi, sehingga menjadi instrumen penting bagi individu maupun negara dalam menjalankan diplomasi, perdagangan internasional, serta kerja sama antarbangsa. Namun, institusi pendidikan formal kerap menghadapi hambatan, baik dari segi materi maupun kurikulum yang kurang sesuai dengan kebutuhan peserta didik, ditambah pendekatan pengajaran yang masih fokus pada teori dan tata bahasa semata (Anggraeni et al., 2021).

Di tengah kondisi tersebut, lembaga kursus bahasa Inggris muncul sebagai solusi atas kesenjangan yang ada. Sebagai institusi yang bergerak di bidang pendidikan, kepercayaan masyarakat dan reputasi menjadi pondasi utama bagi pertumbuhan lembaga kursus (Sarleni et al., 2022). Dalam konteks ini, fungsi Humas memegang peran utama sebagai pengelola reputasi sekaligus menjadi jembatan komunikasi dua arah yang menghubungkan pihak internal (pengajar, manajemen) dengan stakeholder eksternal (calon murid, orang tua, dan publik). Semakin kuat kepercayaan publik, semakin tinggi pula angka pendaftaran, sementara citra negatif dapat langsung memengaruhi operasional maupun keberlanjutan finansial lembaga (Ruslan, 2018). Keberhasilan komunikasi dalam membangun kepercayaan ini sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi untuk membuat program-program yang langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, sebagaimana diungkapkan (Saleh et al., 2020) dalam pembahasan mengenai strategi komunikasi.

Penelitian ini dipusatkan pada Yayasan Kursus Bahasa Inggris BEST Binjai yang telah berdiri sejak 1999 di Kota Binjai, Sumatera Utara. BEST Binjai telah menjadi salah satu pilihan

utama bagi pelajar yang ingin mendalami bahasa Inggris, dan sejak 2021 telah bekerja sama dengan pemerintah. Saat ini, yayasan tersebut tengah mengalami kepengurusan baru yang membawa beberapa perubahan yang signifikan, terutama dalam pendekatan membangun citra yang sesuai dengan isu terkini. Meski demikian, BEST Binjai masih dihadapkan pada tantangan eksternal, seperti persaingan ketat dengan lembaga kursus lokal dan platform online yang menawarkan harga terjangkau dan kemudahan mengakses. Isu mengenai value for money menjadi perhatian utama calon murid, sehingga peran Humas dituntut untuk tanggap dalam mengelola isu sekaligus membangun citra positif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran Humas Yayasan BEST Binjai dalam menangani isu dan membentuk citra positif, serta strategi yang diterapkan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan fenomena secara alami melalui kata-kata dan gambar, bukan melalui angka statistik (Rusli et al., 2014). Penelitian kualitatif berupaya menemukan serta menyajikan temuan secara naratif terkait rangkaian kegiatan dan dampak yang ditimbulkan (Fadli, 2021). Penelitian dilaksanakan di Yayasan Kursus Bahasa Inggris BEST Binjai yang beralamat di Jalan Limau Bali No. 2A, Limau Mungkur, Kecamatan Binjai Barat, Kota Binjai, Sumatera Utara. Pemilihan informan dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yang menetapkan sembilan orang informan yaitu, assistant Manager sekaligus Staf Humas, Divisi Humas, Resepsionis, Sekretaris, Instruktur, Academic Supervisor merangkap Instruktur (dua orang), serta dua orang tua murid.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: (1) wawancara semi terstruktur dengan panduan yang memberi kesempatan bagi informan untuk mengembangkan jawaban secara mendalam (Creswell, 2014); (2) observasi langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi secara objektif (Iba, 2023); (3) studi dokumentasi dengan memanfaatkan berbagai sumber tertulis maupun visual yang telah tersedia (Saat, 2020). Analisis data dilakukan mengacu pada model Creswell (2014) yang terdiri dari beberapa tahapan: pengumpulan data, reduksi data (memilih informasi yang tidak relevan), penyajian data (menyusun informasi menjadi sistematis), serta penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah diolah dan relevan dengan fokus pengkajian.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan BEST Binjai memiliki sistem pengelolaan isu yang terstruktur melalui prosedur penanganan keluhan secara bertahap. Keluhan ringan ditangani oleh *front office* (resepsionis dan marketing) yang telah dibekali Standar Operasional Prosedur (SOP), sementara keluhan yang lebih kompleks direspons oleh manajemen melalui forum tertutup. Dalam menjembatani komunikasi ketika terjadi kesalahpahaman, Humas menerapkan pendekatan yang mengutamakan sikap mendengarkan aktif, memberikan klarifikasi dengan tenang, serta melakukan *follow up* hingga permasalahannya selesai. Koordinasi internal antara Humas, tim akademik, dan instruktur berlangsung dalam menangani keluhan, di mana masukan dari orang tua disampaikan secara cepat kepada pengajar untuk segera ditindaklanjuti. Dari sisi orang tua, kemudahan akses untuk konsultasi dan respons yang sigap menjadi nilai positif yang dirasakan.

Dari perspektif peran Humas, keempat fungsi utama Cutlip teridentifikasi dalam praktik di BEST Binjai. Peran sebagai teknisi komunikasi dijalankan melalui produksi konten media sosial dan dokumentasi kegiatan. Peran sebagai expert prescriber terlihat dari strategi komunikasi yang tidak berlebihan (*overclaiming*). Peran sebagai fasilitator komunikasi menjadi yang paling dominan, dengan Humas bertindak sebagai jembatan dua arah antara yayasan dan publik. Peran sebagai fasilitator pemecahan masalah diwujudkan melalui kolaborasi dengan berbagai divisi.

Dalam strategi pembentukan citra positif, BEST Binjai mementingkan pada pengembangan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau. Program unggulan seperti kelas privat dengan rasio kecil (maksimal dua murid per instruktur) memberikan porsi latihan berbicara yang jauh lebih besar. Kurikulum yang menggabungkan grammar dan speaking dalam satu sesi menjadi nilai pembeda, sementara program parent's report setiap empat bulan menjadi alat pemantau perkembangan anak. Pemanfaatan media beragam, mulai dari komunikasi langsung, telepon, media sosial, hingga grup Whatsapp dengan orang tua. Keberhasilan strategi ini dapat dilihat dari testimoni positif orang yang merasakan peningkatan signifikan pada kemampuan berbahasa Inggris anak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan BEST Binjai menjalankan peran dalam pengelolaan isu melalui pendekatan yang sistematis dan kolaboratif. Sistem penanganan keluhan bertahap yang diterapkan mencerminkan pemahaman bahwa setiap isu memiliki tingkat

kompleksitas dan risiko yang berbeda terhadap reputasi organisasi sesuai dengan Krisyanto (2014). Pendekatan ini sejalan dengan teori manajemen isu Chase (2015) yang menekankan bahwa pentingnya identifikasi dan respons cepat sebelum isu menyebar ke publik. Dengan membekali *front office* melalui Standar Operasional Prosedur (SOP), yayasan memastikan keluhan ringan dapat ditangani secara cepat dan profesional, sementara keluhan berat ditangani secara tertutup untuk menjadi kondusifitas.

Dalam perspektif peran Humas menurut Cutlip (2011), keempat fungsi utama teridentifikasi dengan jelas dalam kegiatan di BEST Binjai. Peran sebagai teknisi komunikasi dijalankan melalui produksi konten media sosial dan dokumentasi kegiatan yang tidak hanya berfungsi sebagai promosi tetapi juga sebagai wujud keterbukaan yang memperkuat kredibilitas yayasan. Peran sebagai expert prescriber terlihat dari strategi komunikasi yang tidak berlebihan, di mana yayasan secara konsisten menyampaikan bahwa setiap anak memiliki progres belajar yang berbeda, sehingga mencegah kekecewaan publik akibat janji yang tidak terpenuhi. Strategi ini menjadi bentuk perlindungan reputasi yang aplikatif dan jangka panjang.

Peran sebagai fasilitator komunikasi menjadi yang paling dominan dalam aktivitas Humas BEST Binjai. Dalam setiap interaksi dengan publik, Humas mengutamakan mendengarkan, memberikan klarifikasi menenangkan, dan memastikan hingga masalahnya tuntas. Pendekatan ini menciptakan rasa dihargai dan dipahami di kalangan masyarakat, sehingga Humas benar-benar berfungsi sebagai jembatan komunikasi dua arah yang efektif antara yayasan dan publik (Rachmadi, 1992). (Sari et al., 2018) menekankan bahwa komunikasi organisasi yang efektif, baik secara formal maupun informal, berperan penting dalam menciptakan sinergi antar elemen di organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Peran sebagai fasilitator pemecahan masalah diwujudkan melalui kolaborasi antar divisi. Humas secara aktif melibatkan tim akademik dan instruktur dalam mendiskusikan keluhan yang diterima, sehingga solusi yang dihasilkan lebih menyeluruh dan memuaskan. Keterlibatan berbagai pihak memastikan bahwa solusi yang diambil dapat diaplikasikan secara efektif di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa Humas tidak berjalan sendiri, melainkan menjadi bagian penting dari struktur organisasi yang mendukung pencapaian visi dan misi (Mahmud et al., 2024).

Strategi fundamental yang diterapkan BEST Binjai dalam membangun citra positif adalah fokus pada mengembangkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, serta membiarkan produk tersebut berbicara melalui kualitas layanan yang diberikan. Pendekatan ini sejalan dengan temuan (Saleh et al., 2020) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi yang efektif dalam membangun kepercayaan publik memerlukan konsistensi di setiap pesan yang disampaikan dan dibarengi dengan kualitas layanan yang diberikan secara nyata. Dengan fokus pada pengembangan produk hingga mendekati sempurna, yayasan memastikan bahwa janji yang disampaikan sesuai dengan realita yang dirasakan oleh publik.

Program unggulan yang membedakan BEST Binjai dengan kompetitor adalah kelas privat dengan rasio maksimal dua murid per instruktur. Program ini memberikan kesempatan berbicara tiga sampai lima kali lebih besar dibandingkan kelas reguler berisi lima belas hingga dua puluh murid. Selain itu, kurikulum yang menggabungkan grammar dan speaking dalam satu sesi pembelajaran menjadi nilai lebih. Siswa tidak hanya memahami teori saja tetapi juga langsung mempraktekannya, sehingga proses belajar menjadi lebih efisien dan tidak membingungkan. Program parent's report yang dihadirkan setiap empat bulan sekali menjadi pembuktian keterbukaan perkembangan kemampuan anak kepada orang tua, yang tidak hanya memberikan laporan nilai tetapi juga deskripsi progres dan pencapaian yang telah diraih.

Dalam konteks ini, (Fahada & Hardiyanto, 2023) menegaskan bahwa penyediaan program yang memberikan solusi berdampak langsung bagi masyarakat merupakan faktor utama dalam membentuk brand image positif suatu lembaga. Keberadaan program-program solutif seperti kelas privat dan parent's report menjadi bukti bahwa yayasan serius dalam memberikan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Hikmat, 2018) bahwa semakin intensif suatu lembaga menginformasikan sisi positifnya secara jujur dan konsisten, maka semakin kuat citra positif yang terbentuk.

Pemanfaatan media dalam menyebarluaskan informasi juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi Humas. Media yang digunakan bermacam-macam, mulai dari komunikasi langsung, telepon, media sosial (Instagram, Facebook), hingga grup Whatsapp dengan orang tua murid. Pemanfaatan media baru ini sejalan dengan pendapat (Purwo et al., 2020) bahwa di era globalisasi ini, penggunaan media baru menjadi kewajiban karena arus informasi yang cepat yang menuntut organisasi untuk hadir di berbagai platform yang mudah diakses publik. Grup

Whatsapp dengan orang tua menjadi saluran yang sangat efektif untuk menjalin komunikasi dua arah karena respons yang cepat dan menciptakan kedekatan secara emosional antara yayasan dengan publik.

Perbandingan yang dilakukan orang tua dengan lembaga lain menunjukkan bahwa BEST Binjai unggul dalam melatih kemampuan berbicara (speaking), yang menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam mempelajari bahasa Inggris. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang adaptif terhadap kebutuhan publik berhasil memperkuat posisi yayasan di tengah persaingan kursus yang ketat (Ruslan, 2018). (Saleh et al., 2020) menambahkan bahwa keberhasilan komunikasi dalam membangun citra sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi yang mengutamakan program yang langsung dapat dirasakan manfaatnya oleh publik.

Dari perspektif komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Banjarnahor (2022), efektivitas komunikasi yang terjalin antara manajemen, Humas, pengajar, dan orang tua membuktikan bahwa fungsi komunikasi adalah pendorong motivasi. Komunikasi yang baik tidak hanya memperkuat kepercayaan dan loyalitas orang tua, tetapi juga memotivasi pengajar untuk terus meningkatkan kualitas mengajar. Keterbukaan yayasan terhadap masukan publik, baik melalui kuesioner maupun komunikasi langsung, menunjukkan bahwa organisasi mau mendengarkan dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan yang terus berubah, yang pada akhirnya memperkuat citra positif dalam jangka panjang (Kholisoh, 2015.).

## **Penutup**

Peran Humas Yayasan BEST Binjai dalam pengelolaan isu dan pembentukan citra positif mencerminkan keempat fungsi utama menurut Cutlip: (a) teknisi komunikasi melalui pembuatan konten media sosial dan dokumentasi kegiatan; (b) *expert prescriber* melalui strategi komunikasi yang tidak melebih-lebihkan; (c) fasilitator komunikasi melalui sikap aktif mendengarkan dan peran sebagai jembatan komunikasi dua arah; (d) fasilitator pemecahan masalah melalui kolaborasi divisi dengan tim akademik dan instruktur. Strategi pembentukan citra positif yang diterapkan meliputi: (a) dedikasi seluruh elemen yayasan dalam memberikan pelayanan terbaik; (b) penyediaan program solutif seperti kelas privat dengan rasio murid kecil, kurikulum terintegrasi, dan *parent's report*; (c) pemanfaatan media secara langsung, kelompok,

dan media sosial secara optimal; (d) membangun kepercayaan melalui komunikasi yang jujur, terbuka, dan konsisten, yang terbukti dari testimoni positif orang tua murid

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini, yaitu Bapak Rio Ade Nugraha, Ibu Mentari Ramadani, Ibu Ameera Najla Syuhada, Ibu Nayla Fazira, Ibu Aisyara Sufhiadisty, Ibu Ramadhani Syahputri, Ibu Wahidayah Zulfani, Ibu Dewi Sri Ariyani, dan Ibu Dwi Susi Wardani dari Yayasan BEST Binjai yang telah memberikan dukungan, waktu, serta informasi berharga selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing, Bapak Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom., yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan ketulusan. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal.

### **Daftar Pustaka**

- Anggraeni, R., Harmayanthi, V. Y., & Nurhasanah. (2021). Hubungan Kepercayaan Diri dengan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris. *Semnara*, 268–274. <http://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/1595/1216>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Dr. Sulaiman Saat. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Muzakkir (ed.)). Pusaka Almailda.
- Dr. Zainuddin Iba. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fahada, A. I., & Hardiyanto, S. (2023). Manajemen Komunikasi CSR Dalam Membentuk Brand Image Perusahaan PT . *Cahaya Gaharu Kabupaten Langkat Communication Management of CSR in Forming the Company Brand Image of PT . Cahaya Gaharu in Langkat Regency*. 2(3), 244–252.
- Handin, R., Purwo, S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. 8, 458–467.
- Hikmat, M. M. (2018). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah Abstrak. 2.
- Kholisoh, N. 2015. *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi ( Kasus Public Relations Rumah Sakit “ X ” di Jakarta )*. 195–209.

- Mahmud, M., Fatmawati, F., Ismail, I., Jl, A., & Kemerdekaan, P. (2024). Peran dan Fungsi Humas dalam Publikasi pada Kantor Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sulawesi Selatan Universitas Cokroaminoto Makassar , Indonesia keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarkan atau untuk instansi pemerintahan. *Jurnal Kajian Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 01–10.
- Rachmadi. (1992). *Public relations dalam teori dan praktik* (I. Y. Sumiarso (ed.)). Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (1st ed.). Raja Grafindo.
- Rusli, M., Pendidikan, D., & Timur, L. (2014). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar / Deskriptif dan Studi Kasus*. 1–13