

BAB I

PENDAHULUAN

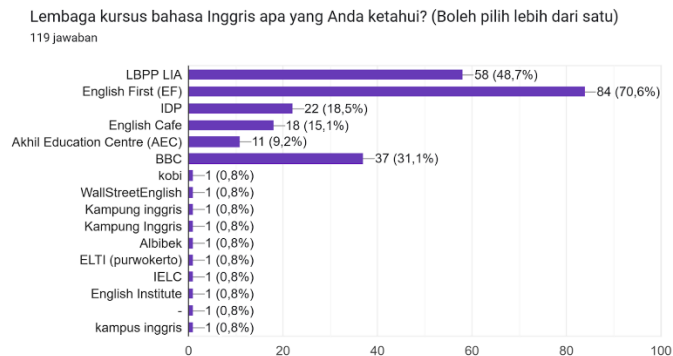
1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang seiring waktu semakin berkembang, keterampilan berkomunikasi menjadi salah satu hal penting untuk menghadapi berbagai tantangan saat ini, termasuk berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional yang digunakan untuk berkomunikasi dalam interaksi global. Sebagai bahasa universal, bahasa Inggris menjadi bahasa yang digunakan dalam dunia teknologi, pendidikan, politik, bisnis, dan lain sebagainya (Wengrum & Nurhartanto, 2021). Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris menjadi sangat penting karena dalam lingkup bisnis mampu memudahkan individu dalam berinteraksi dengan mitra bisnis dari berbagai negara. Dalam peluang karir pun terbuka lebih lebar lagi bagi individu yang menguasai kemampuan bahasa Inggris dengan baik, terutama di perusahaan multinasional serta membantu individu dalam memperluas wawasan dan kompetensi profesional mereka (Butar et al., 2024).

Kemampuan berbahasa Inggris menjadi poin penting karena dapat menjadikan individu lebih percaya diri dan bisa mendapatkan informasi lebih luas melalui interaksi dalam lingkup internasional. Kini bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling banyak digunakan di dunia dan setiap hari jutaan orang menggunakan bahasa Inggris di tempat kerja maupun di kehidupan sosial. Menurut Iriance (2018), bahasa Inggris merupakan bahasa pengantar resmi dari 42 negara di dunia dan merupakan bahasa yang sangat populer dipelajari di seluruh dunia sehingga bahasa Inggris kini merupakan bahasa pengantar internasional. Ketika orang-orang dari bangsa yang berbeda saling bertemu, bahasa Inggris adalah satu-satunya bahasa penghubung yang digunakan oleh mereka. Penggunaan bahasa Inggris digunakan sebagai bahasa *Lingua Franca*, adalah bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi antar orang-orang yang berasal dari berbagai latar belakang

bahasa yang berbeda. Lingua Franca merupakan bahasa pengantar atau bahasa pergaulan agar masing masing pihak yang berbeda bahasa dapat sama-sama mengerti dengan apa yang disampaikan. Tantangan era globalisasi yang didukung oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan pada saat ini menuntun pemahaman dan penggunaan Bahasa Inggris menjadi hal yang krusial sehingga kemampuan berbahasa Inggris sudah menjadi kebutuhan global untuk dikuasai dan dipelajari (Sari et al., 2023). Oleh karenanya, di era globalisasi yang semakin berkembang dan adanya persaingan yang ketat ini, pemahaman dan penguasaan bahasa Inggris menjadi aset berharga dalam menghadapi persaingan global. Berdasarkan urgensi keterbutuhan tersebut, lembaga kursus bahasa Inggris menjadi salah satu alternatif yang dapat membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam belajar menguasai bahasa Inggris.

Saat ini di Semarang sudah banyak lembaga kursus bahasa inggris yang menyediakan program-program yang sesuai dengan kebutuhan target pasarnya, seperti English First (EF), BBC (Build Better Communication), Alfalink, LIA, English Cafe, Kampung Inggris, NCEEC (New Concept English Education Center), English today, English Academy dan lain lain. Dalam rangka mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Semarang mengenai lembaga kursus bahasa Inggris, penulis melakukan survei pada tanggal 26 Februari s.d 3 Maret 2025 dengan jumlah responden sebanyak 119 dari target 100 responden dimana gender perempuan menjadi responden terbanyak dengan presentase 77,3% rata-rata usia terbanyak responden yaitu 17-24 tahun dengan presentase 89,9%, dan status mahasiswa menjadi responden terbanyak dengan presentase 81,5%.



Gambar 1. 1 Diagram Pengetahuan Lembaga Bahasa Inggris

(Sumber: Data kuesioner Penelitian Kesadaran Masyarakat Semarang
Tentang Lembaga Kursus Bahasa Inggris)

Hasil survei menyatakan bahwa dari 119 responden telah menyebutkan beberapa lembaga kursus bahasa Inggris yang mereka ketahui. English First (EF) menjadi lembaga kursus yang paling banyak diketahui masyarakat Semarang yaitu ada 84 dari 119 responden. Dari beberapa pilihan lembaga kursus bahasa Inggris dalam survei, English Cafe menjadi salah satu yang diketahui oleh masyarakat Semarang, tetapi masih dalam estimasi kecil yaitu dengan presentase 15,1% atau hanya 18 dari 119 responden.

English Cafe Semarang sendiri merupakan lembaga kursus bahasa Inggris dengan konsep kafe pertama di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2012 yang berpusat di Jogja dan sudah memiliki beberapa cabang di 11 kota, salah satunya kota Semarang. English Cafe menjadi lembaga kursus bahasa Inggris yang fokus pada keberanian siswanya untuk berbicara dalam bahasa Inggris. Keunikan yang dimiliki English Cafe yaitu mengusung konsep belajar di kafe dengan suasana yang santai, interaktif, dan informal seperti sedang *hangout* bersama teman. English Cafe mengusung konsep belajar ala nongkrong di kedai kopi atau kafe yang saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup dari berbagai kalangan, sehingga proses pembelajarannya menjadi lebih menyenangkan dan tidak membosankan.



Gambar 1. 2 Skor Kecakapan Bahasa Inggris Penduduk Indonesia
(Sumber: English First (EF))

Berdasarkan laporan English Proficiency Index (EPI) yang dirilis oleh English First (EF), kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya keterampilan berbicara bahasa Inggris terus meningkat karena adanya peningkatan skor indeks kecakapan bahasa Inggris di Indonesia dari 469 pada tahun 2022 menjadi 473 pada tahun 2023. Namun, meskipun sudah banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya keterampilan berbicara bahasa Inggris di era saat ini, masih ada beberapa faktor yang memicu hambatan dan kesulitan individu dalam praktek berbicara bahasa Inggris seperti kurang percaya diri dan kurangnya dukungan dari lingkungan belajar. Menurut Lubis et al., (2024), untuk terampil dalam bercakap bahasa Inggris tidak akan berhasil jika tidak ada praktek berbicara secara langsung, berkomunikasi menggunakan bahasa asing yang bukan merupakan bahasa ibu adalah bukan suatu proses yang mudah untuk dilakukan. Menurut Hakim (2019), ada beberapa faktor yang kemungkinan besar dirasakan oleh individu ketika mereka belajar dan bercakap menggunakan bahasa Inggris yaitu kecemasan, gugup, dan tidak percaya diri. Berbicara di depan orang lain terkadang menjadi hal yang paling sering menimbulkan kecemasan terlebih ketika berbicara dalam bahasa Inggris, perasaan ini biasanya muncul karena merasa takut akan membuat kesalahan ketika proses belajar.

Berdasarkan fenomena tersebut, English cafe pun menjadi lembaga kursus yang berorientasi dan berprinsip untuk memfokuskan pada kemampuan berbicara siswanya ketimbang kemampuan tertulis. Untuk mewujudkan prinsip tersebut, English Cafe Semarang membangun suasana kelas yang santai dalam proses pembelajarannya sehingga dapat mengurangi rasa cemas dan takut siswanya dalam proses belajar. Metode pembelajaran English Cafe memberi dukungan kepada masyarakat yang ingin belajar bahasa Inggris dengan suasana belajar yang menyenangkan. Namun, dari hasil survei terbilang masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya keberadaan English Cafe Semarang sebagai lembaga kursus bahasa Inggris karena informasi mengenai perusahaan belum tersebar luas di kalangan masyarakat Semarang.



Gambar 1. 3 Diagram Pengetahuan English Cafe

(Sumber: Data kuesioner Penelitian Kesadaran Masyarakat Semarang
Tentang Lembaga Kursus Bahasa Inggris)

Berdasarkan hasil survei, dari 119 jawaban terdapat 94 responden yang belum pernah mendengar English Cafe, lalu sebanyak 25 Responden sudah pernah mendengar mengenai English Cafe.



Gambar 1. 4 Diagram Perbedaan English Cafe

(Sumber: Data kuesioner Penelitian Kesadaran Masyarakat Semarang
tentang Lembaga Kursus Bahasa Inggris)

Namun, dari 25 responden yang pernah mendengar tentang English Cafe, tidak sepenuhnya paham dengan konsep dan model pembelajaran yang dimiliki English Cafe. English Cafe memiliki metode pembelajaran yang lebih santai dan interaktif, tetapi pada diagram di atas menunjukkan bahwa terdapat 12 Responden atau sekitar 52% Responden yang tidak memahami konsep dan model pembelajaran yang dimiliki English Cafe. Seperti pada perusahaan umum lainnya, lembaga kursus English Cafe Semarang memiliki keinginan untuk unggul dan dikenal di antara para kompetitor lembaga kursus lainnya sehingga English Cafe Semarang telah berupaya memperkenalkan diri kepada publik melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan penyelenggaraan *workshop* yang diadakan 3-4 kali dalam sebulan. Pemanfaatan *platform* Instagram dalam mengenalkan dan mempromosikan jasa berpotensi untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas.



Gambar 1.5 Instagram English Cafe Semarang (@englishcafe_semarang)

(Sumber: https://www.instagram.com/englishcafe_semarang/)

Akun Instagram English Cafe Semarang saat ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 6.698 orang dengan 294 jumlah konten. Konten yang paling sering diunggah meliputi feed dan reels yang menampilkan tips dan trik belajar bahasa Inggris. Meskipun sudah memiliki *platform* Instagram, penulis mengobservasi bahwasannya English Cafe tidak memiliki *media public relations* sebagai sarana media informasi yang digunakan untuk memperkenalkan dan menyampaikan apa yang mereka miliki kepada masyarakat, konten yang diposting di akun Instagram English Cafe Semarang pun tidak ada konten yang secara khusus membahas secara

spesifik tentang program-program kursus yang ditawarkan. Berikut analisis dari 14 konten yang diunggah pada Instagram English Cafe Semarang.

Tabel 1.1 Analisis Konten Instagram @englishcafe_semarang

(Sumber : Instagram @englishcafe_semarang)

Analisis Konten Instagram English Cafe Semarang				
No	Judul Konten	Tanggal Posting	Keterangan	Jenis Konten
1	<i>Phrasal Verbs</i> yang biasa digunakan dalam bahasa Inggris	8 Oktober 2024	<i>Reels</i> Instagram yang menjelaskan kalimat-kalimat <i>phrasal verbs</i> yang biasa digunakan dalam bahasa Inggris.	Konten Edukatif
2	<i>Other way to say "I don't like"</i>	30 September 2024	<i>Reels</i> Instagram yang menjelaskan alternatif penggunaan kalimat " <i>I don't like</i> ".	Konten Edukatif
3	Perbedaan penggunaan kalimat bahasa Inggris antara <i>basic</i>	26 September 2024	<i>Feeds</i> Instagram yang menjelaskan penggunaan kalimat yang digunakan oleh <i>basic english</i> dan <i>native speaker</i> .	Konten Edukatif

	<i>english</i> dengan <i>native</i> <i>speaker</i>			
4	Apa arti “ <i>We’ll be a fine line</i> ”?	9 September 2024	<i>Reels</i> Instagram yang menjelaskan arti dari kalimat “ <i>We’ll be a fine line</i> ”.	Konten Edukatif
5	Kata-kata dalam bahasa Inggris yang jarang orang tau	1 Agustus 2024	<i>Feeds</i> Instagram yang menyebutkan kata-kata bahasa Inggris yang jarang orang tau.	Konten Edukatif
6	Serba-serbi kesalahan dalam bahasa Inggris	25 Juli 2024	<i>Feeds</i> Instagram yang menyebutkan beberapa kesalahan dalam penggunaan kalimat bahasa Inggris.	Konten Edukatif
7	Bahasa gaul sehari-hari dalam bahasa Inggris yang bisa kamu pake	6 Juli 2024	<i>Reels</i> Instagram yang membahas tentang bahasa gaul sehari-hari yang bisa kita gunakan.	Konten Edukatif

Berdasarkan analisis dari 7 konten di atas, English Cafe Semarang lebih dominan fokus pada konten edukasi pengetahuan tentang penggunaan bahasa Inggris dan belum ada konten yang menjelaskan secara spesifik gambaran tentang English Cafe termasuk program dan kelas apa saja yang tersedia di English Cafe. Hal ini menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui secara jelas dan mendalam mengenai English Cafe termasuk model pembelajaran dan layanan program yang tersedia.

Selain itu, dalam penyelenggaraan workshop yang telah dilakukan sebelumnya, media penyampaian pesan yang digunakan English Cafe Semarang kepada audiens berupa PowerPoint (PPT) dan media cetak *leaflet*. Namun, penggunaan *leaflet* sebagai media informasi dinilai kurang efektif karena tidak dapat menjangkau masyarakat lebih luas yang tidak ikut serta dalam kegiatan *workshop*, hal ini pun didukung oleh hasil survei tingkat pengetahuan masyarakat Semarang mengenai lembaga kursus bahasa Inggris yang telah dilakukan penulis menyatakan bahwa dari 119 Responden, terdapat 79% yang masih belum mengetahui tentang English Cafe sehingga menandakan bahwa upaya yang sudah dilakukan English Cafe Semarang di atas tidak efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Semarang dalam menyampaikan program-program yang tersedia. Manager English Cafe Semarang, Dida Young pun turut menambahkan dalam wawancara langsung pada periode prasurvei bulan Maret hingga April 2025, *“Leaflet yang dibagikan kepada audiens pada saat workshop sebelum-sebelumnya itu sebenarnya tidak efektif karena kebanyakan hanya dibaca sekilas dan kemudian ditinggalkan begitu saja ketika acara selesai, tidak membantu dalam membangun kesadaran audiens”* (4/9). Jika upaya branding tidak efektif maka besar kemungkinan *brand* ataupun perusahaan itu sendiri tidak akan mampu berkembang dan dikenal oleh publik secara luas.

Media informasi berupa media cetak memang kurang berdampak di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sudah sangat pesat saat ini karena pola perilaku masyarakat telah mengalami perubahan yang signifikan dalam mencari

dan memperoleh informasi. (Butarbutar et al., 2022) menyatakan bahwa penggunaan media informasi yang mengandalkan kertas printing/ selebaran itu belum efektif dan kurang berdampak secara signifikan terhadap kemajuan bisnis dan menjangkau konsumen lebih luas. Penyebaran media informasi berbasis media cetak dianggap kurang efektif karena penyebaran informasinya terbatas. Masyarakat juga lebih memilih akses informasi berbasis digital karena informasi dapat diakses lebih cepat dibandingkan media cetak.



Gambar 1. 6 Data Digital Indonesia: 2025

(Sumber: Hootsuite (We are Social))

Berdasarkan data laporan dari Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2025, yang menyatakan bahwa saat ini kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi telah beralih secara signifikan ke ranah digital. Pada awal tahun 2025 diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 212 juta jiwa dengan tingkat penetrasi internet sebanyak 74,6% dari total populasi, jumlah pengguna internet meningkat sekitar 17 juta pengguna (+8,7%) dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan pengguna internet ini menunjukkan adanya adopsi digital yang semakin meluas di berbagai lapisan masyarakat. Data ini menyatakan bahwa saat ini perilaku sebagian besar masyarakat Indonesia semakin terhubung secara digital dengan memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan hiburan. Hal ini menunjukkan potensi besar pasar digital yang terus berkembang di Indonesia. Masyarakat Indonesia dapat lebih mudah memperoleh informasi melalui media digital dan internet secara

cepat, praktis, dan efektif daripada mengandalkan media konvensional seperti media cetak *leaflet*.

Dari fenomena di atas, dibutuhkan media informasi efektif bagi English Cafe untuk memperkenalkan jasa yang dimilikinya. Media informasi berbasis digital dapat dimanfaatkan English Cafe Semarang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan efektif dan meningkatkan pengetahuan target audiens. Pembuatan media informasi khususnya dalam bentuk e-katalog dapat menjadi langkah strategis yang relevan atau sesuai dengan tren perilaku digital masyarakat Indonesia saat ini dalam mengakses informasi. Media digital berupa e-katalog memiliki potensi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe karena memberikan kemudahan dalam mengakses informasi produk dan jasa yang tersedia lebih lengkap secara *online*. Penelitian oleh Alfandi et al., (2023), menunjukkan bahwa penggunaan e-katalog yang informatif sebagai sumber informasi dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk-produk yang ditawarkan.

E-katalog memanfaatkan teknologi digital sehingga dapat disebarkan melalui media sosial Instagram English Cafe Semarang sehingga dapat memudahkan audiens untuk mengaksesnya tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Hal ini pun didukung dengan pernyataan Manager English Cafe Semarang, Dida Young menambahkan dalam wawancara langsung pada periode prasurvei bulan Maret hingga April 2025, *“Karena saat ini media digital lebih mudah diakses orang-orang, mungkin kebutuhan kami sekarang lebih ke digital, bukan lagi berbentuk cetak”* (4/9). Dengan demikian, penggunaan media digital tidak hanya akan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, tetapi juga memperkuat posisi dan citra perusahaan atau organisasi di mata masyarakat yang semakin digital ini.

Berdasarkan survei di atas, diketahui masih terbilang banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya lembaga kursus bahasa Inggris English Cafe di Semarang. Dari sebagian masyarakat yang pernah mendengar tentang English Cafe Semarang, tidak sepenuhnya paham dengan konsep dan model pembelajaran yang dimiliki English Cafe Semarang. Hal ini dikarenakan upaya penyebaran informasi

yang telah dilakukan English Cafe Semarang tidak efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan adanya keterbutuhan keterampilan berbicara bahasa Inggris di era globalisasi yang semakin berkembang ini agar mampu berkomunikasi di lingkup Internasional. English Cafe Semarang hadir sebagai lembaga kursus bahasa Inggris yang mendukung masyarakat yang memiliki keinginan untuk terampil dalam berbicara bahasa Inggris. Dari data yang diperoleh, masih banyak masyarakat Semarang yang belum mengetahui keberadaan dan informasi tentang English Cafe Semarang secara mendalam. Tingkat pengetahuan masyarakat yang mengetahui adanya English Cafe Semarang pun tidak sepenuhnya memahami dengan jelas tentang English Cafe itu sendiri. English Cafe Semarang telah memiliki *platform* Instagram dan memproduksi *leaflet* yang dibagikan saat *workshop* dalam rangka menyampaikan informasi program yang tersedia dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe Semarang. Namun, upaya tersebut tidak efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat karena penyebaran informasinya terbatas sehingga dibutuhkan media informasi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe Semarang.

1.3 Tujuan Karya Bidang

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari pelaksanaan project Tugas Akhir ini adalah menyajikan informasi mengenai apa yang dimiliki English Cafe Semarang sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe Semarang melalui pembuatan e-katalog sebagai media informasi.

1.4 Manfaat Karya Bidang

Berdasarkan tujuan penulis, maka tugas akhir ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil project tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang hubungan masyarakat khususnya terkait pembuatan e-katalog sebagai media informasi bagi masyarakat.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari proyek tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi English Cafe Semarang

Hasil proyek ini diharapkan dapat membantu English Cafe Semarang dalam mengenali media-media yang efektif untuk dapat dijadikan sebagai media informasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat serta menjadi media informasi jangka panjang sehingga memberikan nilai tambah bagi citra English Cafe Semarang.

2. Bagi Penulis

Hasil proyek ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan secara nyata, khususnya di bidang kehumasan. Tugas akhir ini memberikan pengalaman langsung yang bermanfaat bagi pengembangan diri penulis untuk menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Hasil proyek ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi mengenai English Cafe Semarang secara cepat dan praktis bagi masyarakat, serta memberikan pengetahuan dan kesadaran bahwa media informasi berbasis digital dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi yang informatif dan interaktif.

1.5 Luaran

Luaran yang dihasilkan dalam proyek tugas akhir ini adalah e-katalog sebagai media informasi yang menyajikan informasi tentang English Cafe Semarang, kemudian diunggah di Linktree pada bio Instagram English Cafe

Semarang. Dalam e-katalog memuat 3 video yang menjelaskan tentang deksripsi program yang tersedia di English Cafe, yaitu program Regular, Private, dan Fullhouse.