



Analisis Komunikasi Eksternal dalam Mempertahankan Citra Lembaga Bahasa LIA Palembang

Elza Saputri¹, Hamidah², Anita Trisiah³

¹ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; elsaasputri57478@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; hamidah_uin@radenfatah.ac.id

³ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; anitatrishah_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak: Penelitian ini membahas bagaimana komunikasi eksternal digunakan oleh Lembaga Bahasa LIA Palembang dalam mempertahankan citra sebagai lembaga pendidikan bahasa yang profesional dan terpercaya. Melalui pendekatan kualitatif, data diperoleh dari wawancara dengan pihak internal dan eksternal lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LIA Palembang memanfaatkan media sosial, media cetak, dan situs web untuk menjangkau masyarakat. Komunikasi eksternal terbukti efektif dalam membangun kepercayaan publik, meskipun masih perlu peningkatan pada aspek kecepatan respons dan variasi konten. Strategi komunikasi yang tepat dinilai mampu mempertahankan citra positif lembaga di tengah persaingan.

Kata Kunci: Komunikasi Eksternal, Citra, Lembaga Bahasa LIA

DOI: <https://doi.org/10.47134/converse.v1i4.4311>

*Correspondence: Elza Saputri, Hamidah, Anita Trisiah

Email: elsaasputri57478@gmail.com,

hamidah_uin@radenfatah.ac.id,

anitatrishah_uin@radenfatah.ac.id

Received: 12-02-2025

Accepted: 19-03-2025

Published: 29-04-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research explores how external communication is utilized by LIA Language Institute Palembang to maintain its image as a professional and trustworthy educational institution. Using a qualitative approach, data were collected through interviews with internal and external parties. The findings reveal that LIA Palembang employs social media, print media, and its official website to reach the public. External communication is proven effective in building public trust, though improvements are needed in response speed and content variation. A well-implemented communication strategy plays a key role in sustaining the institution's positive image amid competition.

Keywords: External Communication, Image, Language Institution LIA

Pendahuluan

Pendidikan merupakan landasan utama dalam membentuk masa depan suatu bangsa, karena pendidikan membantu melahirkan generasi yang mampu memajukan negara. Di Indonesia, pendidikan dipandang sebagai hak warga negara dan didefinisikan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 sebagai upaya sadar dan terencana untuk mengembangkan potensi peserta didik melalui proses belajar mengajar. Pendidikan mencakup pengembangan spiritual, moral, intelektual, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk kehidupan bermasyarakat dan berbangsa. Istilah "pendidikan" sendiri mengacu pada

proses pembimbingan atau pelatihan individu, yang umumnya diberikan melalui sekolah sebagai lembaga pendidikan dasar

Pendidikan dikategorikan menjadi jenis formal dan nonformal. Pendidikan formal, seperti sekolah, diatur oleh negara dan mengikuti kurikulum nasional. Pendidikan nonformal terjadi di luar sistem formal dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan peserta didik melalui kegiatan belajar yang lebih fleksibel. Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) merupakan bagian dari pendidikan nonformal, yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui program-program seperti keterampilan hidup, pendidikan anak usia dini, pemberdayaan pemuda dan perempuan, literasi, pelatihan kejuruan, dan inisiatif lain untuk mengembangkan potensi individu (Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor 81 Tahun 2013 Pasal 1 Ayat 8)

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, Indonesia pun beradaptasi dengan perubahan global, termasuk semakin pentingnya bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Keterbatasan kemampuan bahasa Inggris dapat menghambat komunikasi, terutama di luar negeri. Kemampuan berbahasa Inggris menawarkan keuntungan yang signifikan, seperti peluang kerja yang lebih baik dan gaji yang lebih tinggi, karena banyak perusahaan mensyaratkan kefasihan berbahasa Inggris dan sertifikasi seperti TOEFL atau IELTS. Menyadari pentingnya hal ini, pemerintah telah memasukkan bahasa Inggris dalam kurikulum sekolah. Namun, siswa sering kali mengalami kesulitan karena statusnya sebagai bahasa asing yang jarang digunakan sehari-hari. Untuk mengatasi hal ini, banyak tokoh masyarakat telah mendirikan lembaga pendidikan bahasa Inggris untuk mendukung pembelajaran siswa.

Lembaga kursus dan pelatihan bertujuan untuk membekali individu dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk pengembangan pribadi, kemajuan karier, kewirausahaan, atau pendidikan lanjutan. Lembaga kursus dan pelatihan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut, terutama dalam meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris yang semakin dibutuhkan. Tantangan yang dihadapi masyarakat dan pelajar dalam mempelajari bahasa Inggris telah mendorong pertumbuhan lembaga kursus bahasa Inggris di seluruh Indonesia. Lembaga pendidikan nonformal ini didirikan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku (Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor 81 Tahun 2013 Pasal 1 Ayat 1).

LB-LIA Palembang merupakan lembaga kursus bahasa Inggris populer yang terkenal akan program-programnya yang berkualitas, termasuk Bahasa Inggris Umum, Percakapan, dan Persiapan Ujian. Program Bahasa Inggris Umum khususnya GEYL dan GEA tetap menjadi yang paling diminati di kalangan mahasiswa dan profesional (Marianne, 2024)

LIA Language Institute adalah penyedia kursus bahasa Inggris terkemuka di Indonesia, yang dikenal dengan program-programnya yang terstruktur, instruktur yang terampil, dan jaringan yang luas. Meskipun memiliki beberapa kekurangan seperti biaya yang tinggi dan fleksibilitas yang terbatas, lembaga ini tetap menjadi pilihan yang solid untuk pembelajaran bahasa Inggris profesional. Didirikan pada tahun 1995, LB-LIA Palembang, yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman, melayani sekitar 2.000 siswa dan

mengadopsi format sesi 90 menit yang menyenangkan dan interaktif selama 22 pertemuan per tingkat.

Meski berdiri sejak 1995, LB-LIA Palembang masih mengoperasikan satu cabang saja, menghadapi persaingan ketat dari penyedia kursus bahasa Inggris lain di kota tersebut. Meski demikian, lembaga ini terus tumbuh dengan mempertahankan kualitas pendidikan, pengajaran yang inovatif, dan kepercayaan publik. Untuk mempertahankan citra positifnya, LIA menekankan komunikasi publik yang kuat dan keterbukaan. Pengamatan awal menunjukkan bahwa LIA Palembang tetap stabil di tengah persaingan, yang memicu minat peneliti terhadap strategi komunikasi eksternalnya.

Metodologi

Metode penelitian adalah langkah-langkah yang diikuti peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Metode ini menguraikan desain penelitian, termasuk prosedur, alur waktu, sumber data, dan pemrosesan data. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang berupaya memahami fenomena sosial atau manusia secara mendalam dengan menggambarkan perspektif terperinci dari para partisipan dalam lingkungan alami mereka. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fakta dan hubungan secara sistematis dan akurat sebagaimana adanya, tanpa mengubah variabel apa pun (fadli, 2021:33). Lokasi penelitian ini dilakukan di Lembaga Bahasa LIA Palembang beralamat di Jl. Jendral. Sudirman No.2953 Ilir D. III, Kec. Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatra Selatan 30129.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Komunikasi Eksternal dalam Mempertahankan Citra Lembaga Bahasa LIA Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi eksternal dijalankan oleh Lembaga Bahasa LIA Palembang dalam upaya mempertahankan citra positif lembaga di tengah masyarakat. Temuan diperoleh dari hasil wawancara dengan 1 orang supervisor, 2 pegawai lembaga, serta 4 informan dari kalangan publik eksternal yang terdiri dari 2 calon siswa tingkat SMP dan 2 masyarakat umum usia dewasa. Penjabaran temuan disusun berdasarkan indikator dalam instrumen penelitian, yang meliputi aspek tujuan komunikasi, sasaran, media, efektivitas, hingga rekomendasi strategis ke depan.

1. Tujuan Komunikasi Eksternal LIA Palembang

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan internal LIA Palembang, yaitu Budi Santoso dan Hmidin, dapat disimpulkan bahwa komunikasi eksternal yang diterapkan oleh lembaga ini memiliki dua orientasi utama, yaitu sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus alat strategis untuk membangun dan mempertahankan citra lembaga. Dalam wawancara, informan menyatakan:

“Tujuan utama dari komunikasi eksternal yang dilakukan oleh lembaga ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai program-program unggulan kursus Bahasa Inggris kepada masyarakat luas, serta membangun dan mempertahankan citra

sebagai lembaga profesional dan berkualitas. Komunikasi eksternal diposisikan sebagai sarana penting untuk memperkuat eksistensi lembaga di tengah persaingan dengan lembaga bahasa lainnya." (Budi, 2025).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi eksternal memiliki peran sentral dalam branding institusi dan bukan hanya sebagai bentuk promosi biasa. Dalam dunia pendidikan non-formal seperti lembaga kursus bahasa, citra dan reputasi menjadi faktor utama dalam menarik minat peserta didik. Hal ini dikuatkan oleh Hamidin yang menyebutkan:

"Menyampaikan informasi program dan menjaga kepercayaan publik." (Hamidin, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa menjaga kepercayaan publik tidak kalah pentingnya dari promosi. Artinya, komunikasi eksternal yang dilakukan bukan semata-mata untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai strategi hubungan jangka panjang untuk membentuk dan memelihara public trust. Kepercayaan inilah yang menjadi fondasi utama dalam mempertahankan eksistensi lembaga di tengah banyaknya lembaga kursus serupa yang menjadi pesaing.

2. Target Komunikasi

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi eksternal, LIA Palembang menargetkan berbagai kalangan masyarakat yang relevan dengan layanan yang ditawarkan.

"Menjadi target utama adalah pelajar, mahasiswa, karyawan, dan ibu rumah tangga bisa juga." (Siti, 2025).

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa LIA Palembang tidak membatasi target komunikasinya hanya pada siswa sekolah atau mahasiswa saja, melainkan juga menjangkau kelompok masyarakat dewasa yang memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi bahasa Inggris, baik untuk keperluan pekerjaan, pendidikan, atau pengembangan diri. Pendekatan ini menunjukkan bahwa lembaga memiliki visi inklusif dan berorientasi pada kebutuhan pasar yang luas. Dengan memperluas segmentasi audien, maka strategi komunikasi yang diterapkan harus lebih adaptif dan multiformat agar sesuai dengan karakteristik masing-masing segmen.

3. Media Komunikasi yang Digunakan

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa media komunikasi eksternal yang digunakan LIA Palembang cukup beragam dan bersifat komplementer antara media digital dan media konvensional.

"Media bisa melalui media sosial seperti Instagram (@lbliapalembang) dan Facebook (@Lembaga Bahasa LIA Palembang) digunakan secara aktif untuk menyampaikan informasi dan menjalin interaksi dengan publik. Selain itu, media cetak seperti brosur, spanduk, dan leaflet masih digunakan dalam kegiatan promosi tatap muka atau pameran pendidikan. Website resmi lembaga juga menjadi sarana penting untuk publikasi program dan pendaftaran." (Hamidin, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa LIA Palembang memanfaatkan strategi komunikasi multiplatform yang memadukan kekuatan digital dan kehadiran fisik. Media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk menjangkau audiens

yang lebih muda dan aktif secara daring. Sementara itu, media cetak tetap digunakan dalam konteks tertentu, seperti dalam pameran pendidikan atau promosi lokal. Keberadaan website resmi menjadi media utama yang berfungsi sebagai pusat informasi dan pendaftaran daring, serta menunjukkan profesionalisme lembaga di era digital.

4. Frekuensi Penggunaan Media Sosial

Dari keterangan informan, diketahui bahwa media sosial digunakan secara rutin dan strategis, terutama dalam momentum-momentum penting seperti saat pembukaan pendaftaran program baru. Siti Zubaida mengatakan:

“Sering, setiap kita pembukaan pendaftaran, kita selalu mengandalkan media sosial.” (Siti, 2025).

Selain itu, Budi Santoso menyampaikan:

“LIA Palembang secara rutin menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan publik, terutama untuk mempromosikan program, memberikan informasi terbaru, dan berinteraksi dengan masyarakat.” (Budi, 2025).

Pernyataan ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial oleh LIA Palembang tidak bersifat insidental, melainkan berkala dan sistematis. Aktivitas media sosial bukan hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai media interaksi dua arah dengan masyarakat. Hal ini sangat penting karena menjadikan komunikasi lebih bersifat dialogis daripada sekadar informatif satu arah.

5. Efektivitas Media Sosial dalam Menarik Siswa Baru

Media sosial terbukti sangat efektif dalam menarik minat siswa baru, terutama di era digital saat ini. Siti Zubaida menjelaskan:

“Sangat membantu, kan kita sekarang jaman digital, jadi kita harus lebih aktif ke media sosial.” (Siti, 2025).

Sementara Budi Santoso menambahkan:

“Media sosial sangat membantu dalam menarik siswa baru ke LIA Palembang. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, LIA dapat menjangkau audiens lebih luas, mempromosikan program-program terbaru, serta membangun citra positif lembaga, yang akhirnya mendorong minat calon siswa untuk mendaftar.” (Budi, 2025).

Dari keterangan di atas, dapat dianalisis bahwa media sosial bukan hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai alat akuisisi peserta didik. Kemampuan media sosial dalam menjangkau target yang luas, penyampaian pesan secara visual dan interaktif, serta kemudahan akses menjadi nilai lebih yang sangat relevan bagi target audiens modern.

6. Tanggapan Siswa dan Masyarakat terhadap Komunikasi Eksternal

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada informan internal, diketahui bahwa komunikasi eksternal yang dilakukan oleh LIA Palembang mendapatkan tanggapan positif dari siswa dan masyarakat umum. Hal ini disampaikan oleh Budi Santoso:

“Sejauh ini tanggapan siswa dan masyarakat umum baik terhadap LIA Palembang dengan jumlah siswa yang sudah mencapai 2000.” (Budi, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi eksternal yang dilakukan oleh LIA berdampak langsung terhadap pertumbuhan jumlah siswa, yang menjadi indikator keberhasilan strategi komunikasi tersebut. Keberhasilan ini juga diperkuat oleh pernyataan Hamidin yang menekankan pentingnya kualitas komunikasi:

“Siswa dan masyarakat umum memberikan tanggapan positif terhadap komunikasi eksternal LIA Palembang. Mereka menghargai kecepatan respons dan kejelasan informasi yang disampaikan melalui media sosial serta saluran komunikasi lainnya, yang pada gilirannya memperkuat hubungan dan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga.” (Hamidin, 2025)

Dari dua pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat merasa terlayani dengan baik melalui komunikasi eksternal yang dilakukan lembaga. Kecepatan dan kejelasan dalam menyampaikan informasi menjadi poin penting dalam menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap citra lembaga. Kualitas komunikasi inilah yang berkontribusi dalam membentuk hubungan timbal balik yang sehat dan terpercaya antara lembaga dan publiknya.

7. Tingkat Kepuasan terhadap Informasi yang Disampaikan

Tingkat kepuasan siswa terhadap informasi yang diberikan oleh LIA Palembang secara umum terbilang tinggi. Berdasarkan wawancara dengan dua siswa, yaitu Calista dan Aisyah, diperoleh pandangan yang memperlihatkan kombinasi antara apresiasi dan kritik membangun.

“Informasi yang diberikan oleh LIA Palembang tergolong cukup lengkap dan memudahkan mereka dalam memahami layanan lembaga. Namun demikian, ada kritik membangun yang menyebutkan bahwa kecepatan respon di media sosial perlu ditingkatkan agar calon siswa tidak menunggu terlalu lama dalam mendapatkan informasi.” (Calista, 2025).

“Siswa merasa cukup puas dengan informasi yang disampaikan oleh LIA Palembang. Informasi yang diberikan dinilai mudah dipahami, lengkap, dan jelas, sehingga memudahkan mereka dalam mengambil keputusan untuk bergabung.” (Aisyah, 2025).

Kedua pernyataan tersebut menggambarkan bahwa substansi informasi yang disampaikan LIA Palembang sudah sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi calon siswa. Namun, dari sisi responsivitas digital, masih diperlukan peningkatan agar pengalaman komunikasi publik menjadi lebih efisien dan menyenangkan. Di era digital, kecepatan dalam merespons pertanyaan atau permintaan informasi menjadi aspek vital dalam membangun citra lembaga yang adaptif dan profesional.

8. Saran untuk Meningkatkan Komunikasi Eksternal

Beberapa saran diberikan oleh siswa yang telah atau akan bergabung di LIA Palembang. Mereka mengusulkan agar komunikasi eksternal lebih aktif dan disesuaikan dengan preferensi generasi muda saat ini. Calista menyampaikan:

“Calon siswa menyarankan agar LIA Palembang lebih aktif dalam menyebarkan informasi melalui media sosial yang digemari remaja, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Mereka berharap konten yang dibagikan tidak hanya berupa promosi, tetapi

juga edukatif dan menarik, seperti video pembelajaran singkat, tips belajar bahasa Inggris, atau testimoni siswa. Selain itu, calon siswa juga menyarankan agar LIA lebih sering mengadakan kegiatan terbuka seperti seminar, lomba, atau workshop yang bisa diikuti oleh pelajar dari luar agar mereka lebih mengenal LIA sebelum mendaftar.” (Calista, 2025).

Aisyah menambahkan gagasan yang bersifat interaktif:

“LIA Palembang sebaiknya lebih sering mengadakan webinar atau live di media sosial supaya calon siswa bisa langsung bertanya dan mengenal program-program yang ditawarkan.” (Aisyah, 2025).

Dari masukan tersebut terlihat bahwa generasi muda tidak hanya menginginkan konten promosi, tetapi juga konten yang bersifat edukatif, inspiratif, dan interaktif. Dengan menyajikan konten seperti video singkat, tips belajar, dan sesi live, LIA dapat membangun keterlibatan emosional dengan calon siswa serta memperkuat kedekatan psikologis dengan audiens. Kegiatan terbuka seperti seminar dan workshop juga menjadi sarana komunikasi yang berorientasi pada pengalaman langsung (*experiential marketing*), yang berdampak lebih kuat dalam membentuk citra lembaga.

9. Persepsi Masyarakat terhadap Citra LIA Palembang

Citra LIA Palembang di mata masyarakat pada umumnya dianggap positif. Hal ini berkaitan dengan reputasi lembaga yang sudah lama berdiri dan konsisten menjaga mutu pengajaran. Sheila menyatakan:

“Lembaga ini dinilai sebagai institusi pendidikan bahasa yang memiliki kualitas pengajaran yang baik dan telah berdiri lama, sehingga menumbuhkan kepercayaan di kalangan masyarakat. Namun, terdapat juga pendapat yang menyebutkan bahwa promosi LIA masih belum seagresif lembaga bahasa lain, sehingga informasi tentang program-program LIA belum menjangkau semua kalangan secara optimal.” (Sheila, 2025).

Tiara Lidia juga mengemukakan pandangan yang serupa:

“Citra LIA Palembang di mata masyarakat cukup positif karena reputasinya yang sudah lama dan konsisten menjaga mutu pendidikan.” (Tiara, 2025).

Dari dua pendapat ini, dapat dianalisis bahwa meskipun citra LIA Palembang sudah kuat dari sisi kualitas akademik dan rekam jejak historisnya, tetapi dari sisi intensitas promosi dan penyebaran informasi, masih terdapat kesenjangan. LIA Palembang perlu mempertimbangkan peningkatan aktivitas promosi yang lebih agresif dan menysasar berbagai lapisan masyarakat untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkuat keberadaan brand di tengah persaingan lembaga bahasa lainnya.

10. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Komunikasi Eksternal

Strategi komunikasi eksternal LIA Palembang dinilai sudah cukup efektif, namun tetap memiliki beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Siti Zubaida mengungkapkan:

“Kelebihannya sih kita melalui media sosial, sekarang anak-anak lebih banyak di medsos jadi barangkali mereka lebih banyak melalui media sosial untuk melihat konten-

konten kita. Kekurangannya siswa harus datang ke LIA biar mereka tahu informasi tentang kita.” (Siti, 2025).

Sementara Hamidin menambahkan penilaian yang lebih menyeluruh:

“Secara umum, strategi komunikasi eksternal LIA Palembang sudah berjalan baik dalam membangun citra positif di mata masyarakat, khususnya melalui media sosial dan kerja sama dengan berbagai pihak. Kelebihannya adalah mampu menjangkau audiens luas dan meningkatkan kesadaran publik terhadap program-program yang ditawarkan. Namun, kekurangannya terletak pada konsistensi dan kecepatan dalam menanggapi perubahan tren komunikasi digital.” (Hamidin, 2025).

Analisis terhadap kedua pendapat ini menunjukkan bahwa strategi yang telah diterapkan sudah relevan dengan tren saat ini, yaitu penggunaan media sosial sebagai sarana utama. Namun demikian, dibutuhkan konsistensi dalam penyampaian konten, serta kepekaan dalam merespon tren komunikasi yang terus berubah. Selain itu, kebutuhan untuk menyediakan akses informasi yang lebih fleksibel dan tidak bergantung pada kunjungan fisik ke lembaga menjadi catatan penting untuk pengembangan strategi ke depan.

11. Langkah Peningkatan Komunikasi Eksternal di Masa Depan

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi eksternal ke depan, LIA Palembang telah mempertimbangkan beberapa langkah strategis. Budi Santoso menjelaskan:

“Meningkatkan intensitas kegiatan promosi secara langsung di sekolah-sekolah, memperbanyak kolaborasi dengan institusi lain, serta memperkuat interaksi dua arah melalui media sosial.” (Budi, 2025).

Sementara itu, Siti Zubaida menekankan pentingnya adaptasi dengan tren digital dan keterlibatan sosial:

“LIA Palembang bisa memperbaiki komunikasi eksternal dengan mempercepat respons di platform digital dan lebih sering melakukan kolaborasi dengan influencer atau komunitas lokal untuk meningkatkan jangkauan.” (Siti, 2025).

Berdasarkan dua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah perbaikan komunikasi eksternal LIA ke depan mencakup sinergi offline dan online, melalui promosi langsung ke sekolah-sekolah serta digital engagement yang lebih luas. Kolaborasi dengan influencer atau komunitas lokal juga menjadi pendekatan strategis yang sangat relevan di era media sosial, mengingat publik saat ini lebih mudah terpengaruh oleh figur atau komunitas yang mereka ikuti secara daring. Respons yang cepat di platform digital juga menjadi kunci untuk menunjukkan profesionalisme lembaga serta membangun kesan bahwa LIA adalah lembaga yang responsif dan komunikatif.

Dalam bagian ini, peneliti akan mengaitkan hasil wawancara yang diperoleh dengan teori-teori yang relevan. Pembahasan ini bertujuan untuk mengaitkan hasil temuan lapangan dengan teori-teori yang relevan dalam konteks komunikasi eksternal dan citra lembaga. Setiap subbagian akan diuraikan berdasarkan indikator penelitian, yakni: tujuan komunikasi eksternal, sasaran audiens, media yang digunakan, serta bagaimana persepsi publik terbentuk terhadap LIA Palembang.

Komunikasi Eksternal sebagai Sarana Pembentukan Citra

Komunikasi eksternal merupakan upaya yang dilakukan suatu lembaga untuk membangun hubungan, memperkenalkan diri, serta membentuk persepsi yang positif di mata publik. Berdasarkan teori komunikasi eksternal tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bersifat strategis dan persuasif (Cutlif, 2021). Hal ini tergambar jelas dari tujuan komunikasi eksternal LIA Palembang yang tidak hanya ingin memperkenalkan program-programnya, tetapi juga membentuk citra sebagai lembaga yang berkualitas dan profesional.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa komunikasi eksternal LIA Palembang diarahkan untuk menyampaikan informasi serta menjaga kepercayaan publik. Strategi ini mencerminkan bahwa komunikasi eksternal dijalankan secara terarah untuk mempertahankan citra lembaga di tengah persaingan. Ini sesuai dengan pandangan Jefkins yang menyatakan bahwa komunikasi eksternal yang baik dapat membantu organisasi membangun reputasi dan citra yang positif di mata masyarakat luas (Jefkins, 2020).

Penentuan Sasaran Komunikasi yang Beragam

Sasaran komunikasi yang dituju oleh LIA Palembang cukup luas, meliputi pelajar, mahasiswa, hingga orang dewasa seperti karyawan dan ibu rumah tangga. Pendekatan ini mencerminkan prinsip adaptif dalam komunikasi eksternal, yaitu menyusun pesan berdasarkan karakteristik audiens yang beragam.

Dalam teori hubungan masyarakat (*public relations*) dikenal konsep komunikasi simetris di mana lembaga dituntut untuk mempertimbangkan kebutuhan dan ekspektasi audiens agar pesan yang disampaikan lebih efektif (Grunig, 2019). Dengan memahami siapa yang dituju, LIA Palembang dapat menyesuaikan bentuk dan isi pesan secara tepat, sehingga efektivitas komunikasi meningkat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pendekatan ini cukup berhasil karena informasi yang diberikan dinilai jelas dan mudah dipahami oleh publik.

Penggunaan Media yang Beragam

Media merupakan saluran penting dalam proses penyampaian pesan komunikasi eksternal. LIA Palembang menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial (Instagram, Facebook), media cetak (brosur, leaflet, spanduk), dan situs resmi. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga telah menerapkan pendekatan komunikasi multikanal (*multichannel communication*), yang memungkinkan mereka menjangkau berbagai segmen masyarakat dengan pendekatan yang sesuai.

Dalam konteks teori komunikasi organisasi, media atau saluran komunikasi sangat mempengaruhi bagaimana pesan diterima oleh khalayak. Oleh karena itu, penyesuaian media dengan kebiasaan dan preferensi audiens menjadi kunci keberhasilan komunikasi (Laswell, 2022). Media sosial dinilai cocok untuk generasi muda karena kecepatan dan kemudahan aksesnya, sementara media cetak masih efektif dalam kegiatan tatap muka atau promosi langsung. Kombinasi media ini menunjukkan bahwa LIA Palembang berupaya

mengoptimalkan seluruh potensi saluran komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Persepsi Publik terhadap LIA Palembang

Persepsi publik terhadap suatu lembaga sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi eksternal yang dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat memberikan tanggapan yang positif terhadap LIA Palembang. Lembaga ini dinilai memiliki kualitas pengajaran yang baik dan telah membangun reputasi yang stabil di tengah masyarakat. Namun, masih terdapat masukan mengenai kurang agresifnya promosi jika dibandingkan dengan lembaga bahasa lain.

Hal ini sejalan dengan teori citra organisasi yang menyatakan bahwa citra organisasi adalah persepsi kolektif masyarakat terhadap identitas, kinerja, dan komunikasi organisasi tersebut. Citra tidak hanya dibentuk oleh satu pesan atau satu kampanye, melainkan merupakan hasil dari serangkaian interaksi dan pengalaman publik terhadap lembaga secara keseluruhan (Fambrun, 2021).

Dalam konteks LIA Palembang, persepsi positif dibangun atas dasar reputasi, mutu pembelajaran, serta responsivitas lembaga dalam memberikan informasi. Namun untuk menjaga dan memperkuat citra tersebut di era yang kompetitif, komunikasi eksternal perlu diperkuat melalui pendekatan promosi yang lebih proaktif dan menyeluruh, agar lembaga semakin dikenal oleh berbagai lapisan masyarakat.

Evaluasi Strategi Komunikasi Eksternal

Strategi komunikasi eksternal LIA Palembang dinilai cukup berhasil dalam menjangkau audiens dan membentuk citra yang positif. Kelebihan yang diidentifikasi dalam temuan lapangan adalah pemanfaatan media sosial secara aktif dan rutin, serta penggunaan media cetak yang tetap relevan untuk promosi langsung. Namun demikian, terdapat pula beberapa kelemahan yang ditemukan, seperti belum konsistennya kecepatan dalam merespons pertanyaan di media sosial serta masih adanya informasi yang hanya bisa diakses dengan datang langsung ke lembaga.

Dalam perspektif teori manajemen komunikasi strategis yang baik harus mengutamakan komunikasi dua arah yang simetris, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga aktif mendengarkan umpan balik dari publik. Selain itu, komunikasi strategis harus mampu merespon perubahan tren media dan perilaku konsumen secara adaptif (Grunig, 2020).

Evaluasi terhadap strategi komunikasi LIA menunjukkan bahwa meskipun sudah berjalan efektif dalam membangun citra, masih diperlukan perbaikan di beberapa aspek agar strategi yang diterapkan tetap relevan dengan dinamika komunikasi publik masa kini.

Langkah Perbaikan untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Eksternal

Sebagai tindak lanjut dari evaluasi, informan memberikan beberapa saran untuk meningkatkan kualitas komunikasi eksternal LIA Palembang. Beberapa di antaranya adalah mempercepat respon terhadap pertanyaan di media sosial, meningkatkan

kolaborasi dengan komunitas atau influencer lokal, serta lebih aktif menggunakan platform yang digemari generasi muda seperti TikTok dan YouTube. Selain itu, penyelenggaraan kegiatan interaktif seperti webinar, seminar terbuka, dan workshop juga dinilai efektif untuk memperluas jangkauan komunikasi.

Langkah-langkah ini sejalan dengan konsep *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang menekankan pentingnya konsistensi pesan dalam berbagai saluran, kolaborasi dengan pihak eksternal, serta integrasi komunikasi digital dengan kegiatan langsung (offline) (Belch, 2021). Dengan menerapkan pendekatan yang lebih kreatif, responsif, dan partisipatif, komunikasi eksternal LIA Palembang tidak hanya dapat memperkuat citra lembaga, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional dengan calon siswa dan masyarakat luas.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi eksternal memainkan peran penting dalam menjaga dan memperkuat citra Lembaga Bahasa LIA Palembang di tengah kompetisi lembaga pendidikan nonformal. Komunikasi eksternal di lembaga ini tidak sekedar digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai program pembelajaran, tetapi juga menjadi bagian dari strategi yang dirancang secara sadar untuk membangun kepercayaan dan reputasi positif di mata masyarakat.

Strategi yang diterapkan oleh LIA Palembang menunjukkan bahwa komunikasi eksternal memiliki dua fungsi utama: sebagai alat promosi program dan sebagai sarana pembentukan citra yang kredibel. Beragam media digunakan secara sinergis, mulai dari media sosial seperti Instagram dan Facebook, situs web resmi, hingga media cetak seperti spanduk dan brosur. Pendekatan ini membuat pesan lembaga dapat menjangkau audiens dengan lebih luas dan efektif.

Sasaran komunikasi juga tidak terbatas pada kalangan pelajar, melainkan mencakup mahasiswa, pekerja profesional, hingga ibu rumah tangga. Hal ini mencerminkan bahwa LIA Palembang menerapkan strategi komunikasi yang inklusif dan fleksibel mengikuti kebutuhan berbagai segmen masyarakat. Aktivitas media sosial dijalankan secara rutin, terutama saat momen-momen penting seperti pembukaan pendaftaran program baru, yang menjadi sarana utama dalam menarik minat calon siswa.

Dari perspektif efektivitas, komunikasi eksternal terbukti berkontribusi terhadap pertumbuhan jumlah siswa dan tanggapan positif dari publik. Masyarakat mengapresiasi kualitas komunikasi yang responsif dan informatif. Namun demikian, masih ditemukan kelemahan seperti respon yang belum cepat di media sosial serta penyebaran informasi yang terkadang mengharuskan datang dan langsung ke lokasi.

Secara umum, komunikasi eksternal LIA Palembang telah berjalan dengan baik dan memberi dampak positif terhadap citra lembaga. Namun, untuk tetap bersaing dan menjawab tantangan era digital, diperlukan strategi yang lebih inovatif, agresif, dan interaktif. Dengan menyesuaikan gaya komunikasi terhadap tren masyarakat serta

memperluas bentuk kolaborasi, LIA Palembang dapat semakin memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan bahasa yang unggul dan terpercaya.

Referensi

Abggoro, M. Linggar. (2017). Teori dan Profesionalisme Kehumasan. Jakarta: Bumi Aksara.

Ansar Suherman, Buku Ajar. "Teori-Teori Komunikasi". (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2020).

Ashadi, F. N., Putra, G.P., Artika, S.U., & Salsabila, T.A. "Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Sesuai EYD Di APLIKASI whatsapp Pada Remaja Di Bandung". *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*. 2024. Hlm 198-207

Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Erma, Yunia. (2022). Analisis Gangguan (Noise) Komunikasi Eksternal MTS Nurul Huda dan Masyarakat dalam Branding Sekolah. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ferawati, Tanti. (2021). Komunikasi Eksternal untuk Membangun Citra RSUD Cengkareng Melalui Kegiatan CSR. Skripsi. Universitas Indonesia Esa Unggul, Jakarta.

Guzman, Kurniawan Candra & Oktarina, Nina. (2022). "Strategi Komunikasi Eksternal untuk Menunjang Citra Lembaga." *Jurnal Komunikasi Universitas Negeri Semarang*, Vol. 14, No. 2.

Habsari, Dian Rini. (2022). Pelaksanaan Komunikasi Eksternal dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di SMK Muhammadiyah 1 Tempel. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Hendrayady, Agus dkk. "Mengenal Ilmu Komunikasi". Batam: (Yayasan Cendikia Mulia Mandiri) 2023. Hlm 6

https://effist.com/article/komunikasi-eksternal/?utm_source.com

Iskandar. "Metode Penelitian Dakwah". (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media). ISBN 978-623-555-197-5. Hlm 141

Jaya, S. "Strategi Membangun Komunikasi Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kinerja Guru Di Sekolah". (*Jurnal Pendidikan*) 2021. Hlm 10(2).

Jefkins, Frank. (2004). Public Relations. Jakarta: Erlangga.

-
- Kasman, Adi. "Atensi Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Terhadap Pendidikan Madrasah". (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2020). ISBN 978-623-7410-11-9. Hlm 28
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). Sistem Pendidikan Nasional Indonesia. Diakses dari (<https://www.kemdikbud.go.id>)
- Kompas.com. (2023). Pentingnya Komunikasi Eksternal dalam Membangun Citra Lembaga. Diakses pada 26 April 2025 dari (<https://www.kompas.com/edu>)
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks.
- Masitoh, Salt & Widiarti, Pratiwi Wahyu. (2020). "Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda D.I. Yogyakarta dalam Mengelola Citra Positif Institusi." Jurnal Komunikasi dan Informasi Publik, Vol. 10, No. 1.
- Mazaya, N N, dan Suliswaningsih. "Perancangan UI/UX Aplikasi "Dengerin" Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking". (Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika, 2023), Vol.12 No.2. ISSN 2089-9033. Hlm 41
- Rosady Ruslan. "Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi". (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020). hlm 77.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2004). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swati, Sri, dan Dimas Agung Trislianto. "Menggali Makna Perspektif Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar". (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2023). ISBN 978- 623-468-176-5. Hlm 78
- Yayasan LIA. (2023). Profil Lembaga Bahasa LIA. Diakses pada 25 April 2025 dari (<https://www.lia.or.id>)