

Strategi Humas Kemendikbudristek dalam Menyosialisasikan Kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community

Syifa Albalqis Danayomi¹, Christina Tri Hendriyani^{2*}

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

The Ministry of Education, Culture, Research, and Technology (Kemendikbudristek) is the ministry responsible for the education sector in Indonesia. During Nadiem Makarim's tenure, Kemendikbudristek introduced a new policy in the field of education called the "Merdeka Belajar" policy. This policy is regarded as a transformative initiative in Indonesia's education system. To disseminate the Merdeka Belajar policy, Kemendikbudristek sought the assistance of change agents, including Sidina Community. Kemendikbudristek considers Sidina Community to be a vital player in the Merdeka Belajar initiative as its members are parents of students directly affected by the policy.

This research aims to understand the communication strategy employed by the Public Relations Division of the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology in socializing the Merdeka Belajar policy to Sidina Community as one of the change agents. The study is a qualitative case study, utilizing data collection techniques such as interviews, literature review, and observation. The findings indicate that the communication strategy used by Kemendikbudristek's Public Relations Division comprises four stages: planning, which incorporates the communication elements from Lasswell's model, including Who says What in Which channel to Whom with what Effect; organizing, which involves team and communicator coordination; actuating, carried out through seminars, webinars, and training; and controlling, which includes evaluation, report preparation, and stakeholder satisfaction surveys.

Keywords:

Communication strategy, Public Relations, Merdeka Belajar, Sidina Community

Pendahuluan

Pendidikan adalah elemen penting dalam kehidupan setiap manusia. Melalui pendidikan, manusia tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga pemahaman mengenai dunia dan diri mereka sendiri. Hal ini yang membuat manusia dapat saling memanusiakan satu sama lain, berpikir kritis, serta bertindak secara bijak (Hendri, 2020). Di Indonesia, institusi yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan urusan di bidang pendidikan adalah Kementerian Pendidikan,

* Corresponding Author: Christina Tri Hendriyani, christinath@staff.uns.ac.id

Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek). Kemendikbudristek merupakan wujud usaha pemerintah serta para ahli untuk bersinergi dalam memajukan pendidikan di Indonesia. Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi telah meluncurkan berbagai kebijakan strategis, salah satunya adalah hadirnya kebijakan Merdeka Belajar.

Merdeka Belajar pertama kali diluncurkan pada tanggal 11 Desember 2019 oleh Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Mendikbudristek). Adanya Merdeka Belajar berlandaskan pada temuan dari *Programme for International Student Assessment (PISA)* yang menunjukkan bahwa 70% siswa berusia 15 tahun berada di bawah tingkat kompetensi minimum dalam pemahaman bacaan sederhana atau penerapan konsep matematika dasar. Selama sepuluh hingga lima belas tahun terakhir, skor PISA ini tidak menunjukkan peningkatan signifikan (Pusat Informasi Guru Kemdikbud, 2024). Melihat keadaan ini, Kemendikbudristek berinisiatif untuk melakukan penyederhanaan kurikulum dalam kondisi khusus yang dianggap darurat untuk mengatasi ketertinggalan pembelajaran (*learning loss*).

Kehadiran Merdeka Belajar dibuat untuk melakukan perubahan secara drastis pada mutu pendidikan di Indonesia. Merdeka Belajar dianggap sebagai gebrakan yang mengedepankan aspek kebebasan pendidikan dalam berinovasi secara mandiri dan kreatif (Wijaya et al., 2020). Dalam keberjalanannya, kebijakan Merdeka Belajar membutuhkan agen-agen perubahan dari berbagai pemangku kepentingan yang diharapkan dapat membantu menyebarkan pengembangan pendidikan di Indonesia. Menyukkseskan kebijakan Merdeka Belajar membutuhkan sinergi dari berbagai golongan, salah satunya lingkungan keluarga. Keterlibatan keluarga yang aktif akan membuat pembelajaran terintegrasi dengan baik antara lingkungan sekolah dengan lingkungan keluarga. Menyadari pentingnya dukungan orang tua terhadap pelaksanaan kebijakan Merdeka Belajar membuat Mendikbudristek bersinergi dengan Komunitas Ibu Penggerak Sidina Community untuk mendukung penyelenggaraan Merdeka Belajar. Sidina Community merupakan komunitas yang berasal dari kalangan orang tua peserta didik. Menurut Nadiem Makarim, keterlibatan orang tua diprioritaskan karena berhubungan langsung dengan pendidikan karakter dalam proses belajar (Kemdikbud, 2022). Untuk memastikan kebijakan ini dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat terutama orang tua, diperlukan sebuah strategi komunikasi yang tepat dari Humas Kemendikbudristek selaku pemangku kebijakan untuk terus menyebarkan kebijakan Merdeka Belajar. Dalam melakukan proses penyebaran kebijakan Merdeka Belajar, tim Humas Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi telah menyusun rencana dengan baik yang bertujuan agar strategi yang dibuat tepat sasaran atau berhasil.

Salah satu strategi yang dipilih oleh Kemendikbudristek adalah dengan membangun kemitraan dengan komunitas pemangku kepentingan yaitu golongan orang tua yang diambil dari Sidina Community untuk memperkuat pemahaman publik terkhusus orang tua peserta didik terkait kebijakan ini. Kemendikbudristek berharap Sidina Community mampu menjadi agen perubahan yang tidak hanya mengerti apa itu kebijakan Merdeka Belajar tetapi mampu untuk ikut menyebarkan informasi mengenai kebijakan ini dan mengimplementasikannya

di lingkungan keluarga dan sekolah. Berdasarkan uraian di atas, peneliti melihat bahwa kebijakan Merdeka Belajar merupakan kebijakan yang berperan penting dalam transformasi pendidikan di Indonesia. Peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai kebijakan Merdeka Belajar sebagai sebuah kebijakan yang masih memerlukan dukungan dari masyarakat luas, terutama orang tua sebagai pendukung yang utama dalam pendidikan anak. Peneliti ingin melihat bagaimana strategi komunikasi dilakukan oleh Kemendikbudristek, khususnya dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community yang merupakan sebuah komunitas orang tua yang peduli terhadap pendidikan di Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Strategi diambil dari bahasa Yunani klasik yakni *stratos* yang memiliki arti tentara dan *agein* yang artinya memimpin. Jadi, strategi ini merupakan konsep militer yang bisa didefinisikan sebagai seni perang oleh para jenderal atau sebuah rancangan terbaik yang dibuat untuk memenangkan pertempuran (Cangara, 2014). Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi cenderung berfokus kepada upaya mengemas pesan agar dapat dikomunikasikan secara efektif (Effendy, 2016). Hal ini selaras dengan teori perencanaan Charles Berger atau *theory of planning* yang menjelaskan bagaimana proses individu merencanakan perilaku komunikasi mereka (Littlejohn & Foss, 2009).

Dalam penerapan strategi komunikasi terdapat komponen-komponen yang akan mendukung keberhasilan. Komponen ini merupakan jawaban dari konsep yang dibuat oleh Lasswell (dalam Suryadi, 2017) yaitu:

- 1) *Who?* (siapa komunikatornya).
- 2) *Says what* (pesan apa yang dinyatakannya.)
- 3) *In which channel* (media apa yang digunakannya).
- 4) *To whom* (siapa komunikannya).
- 5) *With what effect* (efek apa yang diharapkan).

Banyak teori terkait komunikasi yang berkembang, tetapi dalam strategi komunikasi teori yang paling memadai yaitu teori Laswell. Untuk memastikan strategi komunikasi yang tepat, aspek dalam strategi komunikasi harus dihubungkan dengan teori komunikasi Laswell yaitu *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Effendy, 2006). Strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, strategi komunikasi juga dapat dilihat dari pendekatan manajemen komunikasi (Effendy, 2016).

Manajemen komunikasi sendiri memiliki tujuan untuk memberikan gambaran terkait suatu perspektif, model, teori, paradigma, metode penelitian, serta konsep komunikasi dan konsep manajerial yang digunakan dengan tujuan mengelola sumber daya komunikasi untuk meraih efektivitas dalam berkomunikasi (Riinawati, 2019). Terdapat fungsi-fungsi utama dalam proses manajemen yaitu: *planning*,

organizing, directing, dan controlling. Fungsi ini yang menjadi implementasi dalam kegiatan manajemen komunikasi perusahaan (Yusuf & Ridwan, 2018)

Prinsip manajemen komunikasi terkait POAC diperkenalkan oleh George R. Terry pada tahun 1958. George menjelaskan bahwa manajemen merupakan usaha yang sangat penting dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Syahputra & Aslami, 2023). Dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management* George menjelaskan bahwa terdapat empat fungsi penting yaitu (Saputro et al., 2023): *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan).

Strategi komunikasi dapat dijalankan oleh tim humas. Humas menjadi sebuah kegiatan yang dilaksanakan secara terorganisir, berkesinambungan, serta teratur. Humas harus memiliki kemampuan untuk menghadapi perubahan dan permasalahan yang menimpa atau akan menimpa perusahaan dan harus mampu membuat citra positif untuk perusahaan (Sandyakala, 2020). Pada instansi-instansi pemerintahan, komunikasi dengan publiknya lebih sering dilakukan oleh seorang kepala hubungan masyarakat dikarenakan pada pemeritahan ruang lingkupnya terlalu luas. Komunikasi yang terjalin ini terdiri dari dua jalur timbal balik yaitu komunikasi dari organisasi kepada publiknya serta publiknya kepada organisasi (Effendy, 2016).

Sosialisasi adalah sarana penyampaian informasi yang memungkinkan individu untuk berperilaku dan bertindak sesuai dengan norma-norma masyarakat secara efektif, serta membantu masyarakat memahami dan menyadari peran sosialnya. Dominick mengatakan bahwa sosialisasi adalah transmisi nilai-nilai yang berpatokan terhadap langkah-langkah untuk seseorang mengambil perilaku serta nilai dari suatu kelompok (Effendy, 2016).

Komunitas secara umum didefinisikan sebagai adanya hubungan antara sekelompok orang yang biasanya berada dalam lokasi tertentu. Hubungan ini lebih erat dibandingkan hubungan biasa karena kelompok ini berbagi tujuan, nilai, dan cara hidup yang sama untuk menguatkan satu sama lain, menciptakan perasaan positif, dan menghasilkan tingkat saling menguntungkan (Bruhn, 2005).

Metode Penelitian

Pada penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Kemendikbudristek dalam Menyosialisasikan Kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community” merupakan penelitian kualitatif studi kasus. penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah makna, keunikan, fenomena, serta menemukan hipotesis (Sugiyono, 2019). Menurut Moleong (dalam Puspitasari & Afifi, 2022) penelitian kualitatif sumber data utamanya merupakan kata-kata atau tindakan yang dibuktikan dengan data tambahan seperti dokumen, foto, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2019) Studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif yang fokus memahami sebuah program, kejadian, proses, kegiatan, terhadap satu atau lebih orang. Apabila dilihat dari pemilihan wilayah, studi kasus ini menggunakan daerah subjek yang lebih sempit. Dalam penelitian ini, peneliti memilih Humas Kemendikbudristek. Apabila

dilihat dari sisi sifat penelitian, penelitian dengan studi kasus lebih mendalam seperti pada penelitian ini yaitu mengambil topik strategi komunikasi, tetapi lebih terfokus lagi yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar melalui komunitas Sidina Community.

Dalam memilih informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan terhadap kriteria tertentu dengan syarat-syarat khusus yang relevan dengan topik penelitian ini. Pegawai Humas Kemendikbudristek yang menentukan serta menyusun strategi komunikasi, pegawai yang menjadi penanggung jawab menjaga hubungan dengan komunitas, anggota Sidina Community yang memahami hubungan Sidina Community dengan Humas Kemendikbudristek, dan anggota Sidina Community yang berperan aktif. Informan pada penelitian ini terdapat 5 orang yaitu Kepala Biro Humas Kemendikbudristek, Ketua Tim Manajemen Komunikasi Kemendikbudristek, Ketua Sub-Tim Fasilitasi Hubungan Komunitas, Pendiri Sidina Community, dan Anggota aktif Sidina Community. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, studi kepustakaan, dan observasi. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menjelaskan terdapat tiga alur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Kriyantono, 2022).

Hasil Penelitian

Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat (BKHM) merupakan salah satu unit yang berada di bawah naungan Sekretaris Jenderal Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Salah satu tugas humas Kemendikbudristek adalah menyebarkan kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemendikbudristek. Kebijakan Merdeka Belajar dirilis oleh Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yaitu Nadiem Makarim pada 11 Desember 2019. Nadiem menjelaskan bahwa Merdeka Belajar adalah kebebasan dalam dunia pendidikan yaitu sekolah, guru, serta murid untuk berinovasi dan belajar secara mandiri dan kreatif (Wijaya et al., 2020). Dalam menyebarkan kebijakan ini, Kemedikbudristek menggandeng sebuah komunitas dari golongan orang tua yang bernama Sidina Community. Sidina Community adalah komunitas yang mendorong para ibu untuk bisa saling belajar, memberikan dukungan, serta menumbuhkan koneksi dengan anggota-anggota lain dalam komunitas ini. Sidina Community ingin mengajarkan anggota komunitasnya untuk tetap mengembangkan diri dengan baik tanpa menghilangkan peran ibu di rumah. Dengan potensi-potensi yang diberikan ini harapannya seorang ibu dapat lebih berdaya dan bahagia dalam menjalani perannya sebagai seorang ibu yang baik (Sukaesih, 2021).

Strategi Komunikasi Humas Kemendikbudristek

Dalam sebuah instansi pemerintahan dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi merupakan salah satu instansi yang menerapkan strategi komunikasi dalam melakukan sosialisasi terkait kebijakan Merdeka Belajar. Sebuah strategi komunikasi digunakan untuk menyebarkan kebijakan Merdeka Belajar secara lebih terfokus agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Humas

Kemendikbudristek menjelaskan bahwa terdapat lima strategi komunikasi yang dijalankan oleh Kemendikbudristek di antaranya:

- 1) Konten
Konten merupakan hal yang penting dalam suatu strategi dikarenakan isi konten ini dapat menarik kesadaran dan pemikiran dari target sasaran.
- 2) Konteks
Keterhubungan antara narasi atau program-program yang dibuat dengan target sasaran.
- 3) Kreatif
Dalam membuat konten Kemendikbudristek mengusahakan agar konten dikemas dengan semenarik mungkin agar menarik masyarakat luas.
- 4) Kanal
Kanal atau media yang digunakan oleh Kemendikbudristek mulai dari media sosial dan media *mainstream*.
- 5) Komunitas
Komunitas menjadi salah satu strategi karena komunitas dianggap memiliki jaringan luas yang dapat membantu penyebaran kebijakan Merdeka Belajar.

Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara dengan Plh. Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek yang menjelaskan terdapat lima strategi komunikasi dalam menyebarkan Merdeka Belajar. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan para informan, peneliti mendapatkan jawaban terkait strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar kepada komunitas Sidina Community di antaranya:

1. Tahap Perencanaan Komunikasi
 - A. Menentukan Tujuan Komunikasi
Tujuan utama yang ingin diraih dengan menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar ini agar Sidina Community mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat lain untuk menjelaskan terkait kebijakan Merdeka Belajar. Orang tua harus berperan aktif karena orang tua lah yang berhubungan langsung dengan anak-anak selaku peserta didik yang merasakan adanya kebijakan Merdeka Belajar ini.
 - B. Menentukan Target Komunikasi
Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa penentuan target merupakan langkah yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek. Dikarenakan kebijakan yang ingin disebarkan yaitu kebijakan Merdeka Belajar maka Humas Kemendikbudristek mengambil target sasaran sosialisasi ini orang tua dari peserta didik yang diambil melalui komunitas Sidina Community. Penentuan target ini bukan tanpa alasan, Kemendikbudristek memahami bahwa orang tua merupakan aspek penting dalam pendidikan anak, terkhusus pada kebijakan Merdeka Belajar ini.
 - C. Melakukan Koordinasi Rencana
Setelah mengetahui target apa yang ingin disasar Humas Kemendikbudristek akan melakukan koordinasi terkait rencana tersebut dengan bekerja sama dengan target yaitu Sidina Community. Koordinasi

internal ini dilakukan untuk mempertimbangkan kegiatan serta program yang akan dilaksanakan apakah sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Koordinasi yang dilakukan dalam tahap perencanaan ini menghadirkan beberapa pemangku kebijakan di lingkungan Kemendikbudristek. Koordinasi internal dapat dilakukan dengan menghadirkan pegawai-pegawai dari struktur jajaran yang ada di Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat serta pengurus Sidina Community.

D. Pemilihan Komunikasi

Untuk saat ini media bantu yang digunakan oleh Humas Kemendikbudristek berfokus kepada media sosial. Media sosial yang digunakan seperti WhatsApp, Instagram Kemendikbudristek, Instagram anggota komunitas Sidina Community, serta blog pribadi anggota Sidina Community.

2. Tahap Pengorganisasian

A. Pembagian Tugas

Pembagian tugas di Humas Kemendikbudristek untuk menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar dilakukan sesuai dengan struktur organisasi yang ada. Jabatan tertinggi di Humas Kemendikbud di isi oleh seorang kepala biro, kepala biro bertugas sebagai pengarah segala keputusan yang ada di Humas Kemendikbud. Selanjutnya, terdapat tim manajemen komunikasi dan hubungan antar lembaga yang diketuai oleh Anandes Languana. Pada tim ini terbagi lagi beberapa sub tim dan terdapat sub tim khusus yang memang bertanggung jawab untuk menjembatani antara Kemendikbudristek dengan komunitas-komunitas binaannya. Sub tim tersebut bernama sub-tim fasilitasi hubungan komunitas dan lembaga masyarakat yang diketuai oleh Bayu Pratama. Sub tim ini memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menaungi komunitas-komunitas binaan Kemendikbudristek, salah satunya Sidina Community. Pengorganisasian yang dilakukan di internal Humas Kemendikbudristek dilakukan dengan mengadakan rapat koordinasi yang dilakukan secara luring maupun daring. Pengorganisasian yang dilakukan ini bertujuan untuk memantau, membagikan informasi terkait kondisi-kondisi tertentu, serta menjadi wadah menyampaikan aspirasi. Pengorganisasian yang dilakukan ini penting dilakukan karena dengan cara ini pegawai humas dapat mengetahui tanggung jawab masing-masing anggota dalam melaksanakan sosialisasi.

B. Memilih Komunikator Sosialisasi

Tahapan selanjutnya yaitu memilih komunikator yang menjadi wajah dari Kemendikbudristek dalam melakukan sosialisasi. Memilih komunikator ini masuk kepada tahap pengorganisasian karena memilih komunikator harus disesuaikan dengan kapasitas diri dan kebutuhan dari target sasaran sosialisasi. Kriteria yang dipilih dari Humas Kemendikbudristek dalam memilih komunikator yaitu pejabat di bidangnya yang sesuai dengan materi sosialisasi yang dibawakan. Komunikator yang dipilih ini merupakan pejabat eselon dua dan pejabat lain di unit utama Kemendikbudristek.

3. Tahap Pelaksanaan

A. Seminar atau *Talkshow*

Seminar atau *talkshow* menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Kemendikbudristek untuk menyebarkan kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community. Seminar ini akan mendatangkan narasumber-narasumber atau komunikator yang dipilih oleh Humas Kemendikbudristek dan sudah disesuaikan dengan topik atau tema yang sedang dibawakan. Pada kegiatan seminar ini pelaksanaannya dilakukan secara tatap muka sehingga antara komunikator dengan komunikan dapat memberikan *feedback* langsung. Seminar yang dilakukan Humas Kemendikbudristek ini biasanya berpusat di Jakarta. Selain mengadakan kegiatan di Jakarta, Humas Kemendikbudristek juga melakukan koordinasi dengan pengurus Sidina untuk mengadakan seminar skala regional.

B. Webinar

Webinar atau seminar yang diadakan *online* menjadi kegiatan lain yang dipilih oleh Humas Kemendikbudristek dalam upaya menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar. Dikarenakan pelaksanaannya secara daring peserta Sidina Community yang ikut akan lebih fleksibel. Pelaksanaan webinar ini hampir sama dengan seminar yang dilakukan *offline*. Humas Kemendikbudristek akan memilih narasumber yang sesuai dengan tema yang dibawakan.

C. Pelatihan

Pelatihan menjadi salah satu kegiatan yang dianggap sukses oleh Humas Kemendikbudristek. Pelaksananya dilakukan secara tatap muka dengan pemilihan tempat di Jakarta dan sekitarnya. Humas Kemendikbudristek membuat pelatihan-pelatihan kepada anggota Sidina Community sebagai salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membantu menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar ini. Seperti dari hasil wawancara bahwa Humas Kemendikbudristek membuat pelatihan terkait kepenulisan di blog pribadi dengan tujuan agar anggota Sidina Community memiliki kemampuan menulis terkait kebijakan-kebijakan Merdeka Belajar di blog pribadi mereka. Jika setiap anggota Sidina Community mempublikasikan di blog pribadi terkait kebijakan Merdeka Belajar, maka kebijakan Merdeka Belajar akan semakin meluas.

4. Melakukan Evaluasi

A. Rapat Evaluasi

Rapat evaluasi dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek yang dipimpin oleh kepala biro setiap bulan, semester (enam bulan), dan tahunan. Dalam rapat evaluasi ini berisi pembahasan terkait pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran. Selain itu, rapat ini juga mengevaluasi laporan-laporan yang dibuat oleh Sidina Community yang telah dikumpulkan terlebih dahulu di sub-tim fasilitasi hubungan komunitas dan lembaga masyarakat.

B. Membuat Laporan Pertanggungjawaban

Selain melakukan rapat evaluasi, Humas Kemendikbud juga harus membuat laporan pertanggungjawaban yang digunakan sebagai bentuk tanggung jawab atas penggunaan anggaran negara. Laporan pertanggungjawaban ini berisi dokumentasi kegiatan, daftar hadir, daftar

narasumber, notula acara, serta rangkaian acara yang dibuat oleh sub-tim fasilitasi hubungan komunitas dan lembaga masyarakat.

C. Melakukan Survei Kepuasan

Survei kepuasan ini dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek untuk mengukur sejauh mana komunikasi publik yang digunakan oleh Humas Kemendikbudristek. Survei kepuasan ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana respons dari masyarakat terkait kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemendikbudristek dan melihat apakah informasi yang selama ini disebar dapat dipahami oleh para penerima program dari Kemendikbudristek. Jumlah responden yang diambil pada survei ini menurut data dari Kemendikbudristek terdapat 12.340. Pengambilan data survei ini dilakukan dengan metode *face to face* dengan menggunakan kuesioner dengan komunikasi terstruktur sesuai sasaran survei. Indikator keberhasilan dari survei ini adalah meningkatnya indeks kepuasan dari para pemangku kebijakan dibandingkan tahun sebelumnya (Kemendikbud, 2023).

Pembahasan

Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa strategi komunikasi adalah gabungan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) serta manajemen (*management communication*) yang digunakan untuk meraih tujuan (Effendy, 2004). Tahapan yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek yaitu tahapan *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*. Berikut ini strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community di antaranya:

1. Perencanaan (*Planning*)

Banyak teori terkait komunikasi yang berkembang, tetapi dalam strategi komunikasi teori yang paling memadai yaitu teori Laswell. Untuk memastikan strategi komunikasi yang tepat, aspek dalam strategi komunikasi harus dihubungkan dengan teori komunikasi Laswell yaitu *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Effendy, 2006). Berikut ini penjelasan terkait kegiatan-kegiatan yang termasuk tahapan perencanaan oleh Humas Kemendikbudristek sesuai dengan teori komunikasi Laswell:

1) *Who*

Who atau siapa dalam hal ini adalah komunikator yang mengirimkan pesan. Selaras dengan teori perencanaan oleh Charles Berger yang menjelaskan bahwa pelaku komunikasi dapat berupa individu atau organisasi yang dihadapkan kepada rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. *Who* pada bagian ini yaitu Humas Kemendikbudristek yang kemudian melanjutkan pemilihan komunikator yang sesuai untuk menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar. Komunikator yang dipilih merupakan pejabat di lingkungan Kemendikbudristek yang sesuai dengan bidang atau tema yang dibawakan dalam sosialisasi.

Peranan komunikator dalam komunikasi ini penting karena dapat memperlancar jalannya komunikasi dengan dua faktor, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Humas Kemendikbudristek. Pada komponen komunikasi ini Humas Kemendikbudristek memilih komunikator

yang ahli di bidangnya untuk menyampaikan sosialisasi. Pemilihan komunikator ini dilakukan dengan melihat kriteria seperti komunikator adalah pejabat di unit utama yang memang ahli di bidangnya sehingga paham pesan yang akan disampaikan yaitu terkait kebijakan Merdeka Belajar.

2) *Says What*

Says what ini memiliki arti pesan apa yang dibawakan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini Humas Kemendikbudristek sesuai tujuan awal yaitu membawa pesan terkait kebijakan Merdeka Belajar. Kebijakan Merdeka Belajar ini disosialisasikan kepada Sidina Community dengan harapan ibu-ibu dari orang tua peserta didik ini memahami apa itu kebijakan Merdeka Belajar secara umum.

3) *In Which Channel*

Pada era digital seperti saat ini Humas Kemendikbudristek berfokus kepada sosial media. Sosial media yang digunakan oleh Humas Kemendikbudristek beragam mulai dari Instagram resmi Kemendikbudristek, Instagram Sidina Community, hingga WhatsApp. Untuk meraih target sasaran komunikasi dapat memilih media yang ingin digunakan bergantung kepada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang ingin disampaikan, teknik komunikasi yang digunakan (Effendy, 2006). Humas Kemendikbudristek juga mengadakan kegiatan-kegiatan seperti yang telah dipaparkan pada temuan yaitu seminar dan pelatihan yang dilakukan secara *face to face* atau komunikasi secara langsung. Dengan cara ini Humas Kemendikbudristek bisa mendapatkan *feedback* atau saran langsung dari ibu-ibu komunitas yang memang menghadapi masalah-masalah di lapangan.

4) *To Whom*

Humas memandang bahwa orang tua peserta didik merupakan target sasaran yang tepat untuk diberikan sosialisasi terkait kebijakan Merdeka Belajar ini. Orang tua-orang tua ini adalah golongan yang belum memahami kebijakan Merdeka Belajar dan karena hal tersebut Humas Kemendikbudristek melihat bahwa golongan ini harus diberikan sosialisasi agar pemahaman terkait kebijakan Merdeka Belajar sampai kepada sasaran dengan tepat.

5) *With What Effect*

Efek yang diharapkan oleh Humas Kemendikbudristek setelah melakukan sosialisasi kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community yaitu golongan orang tua ini memahami kebijakan Merdeka Belajar dengan benar dan dari sumber pertama yang terpercaya. Efek yang diharapkan oleh Humas Kemendikbudristek seperti yang dijelaskan yaitu menyebarnya kebijakan Merdeka Belajar ini.

Tahapan perencanaan pada strategi komunikasi Humas Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar ini sesuai dengan teori perencanaan (*theory of planning*) Charles Berger. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses mencapai tujuan. Rencana-rencana dibuat sebagai panduan untuk menyusun dan menyebarkan pesan-pesan dalam mencapai sebuah keinginan. Rencana-rencana menjadi gambaran dari langkah-langkah yang diambil oleh orang ataupun organisasi untuk memenuhi tujuan. Oleh karena itu, teori ini mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses pengambilan rencana tindakan (Littlejohn & Foss, 2009). Tahap perencanaan yang dijalankan oleh Humas Kemendikbudristek meliputi penetapan tujuan,

penetapan target sasaran yaitu Sidina Community, melakukan koordinasi dengan Sidina Community, dan menetapkan media apa yang akan digunakan untuk sosialisasi.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Organizing ini menjadi tahapan dimana terdapat pembagian tugas dan fungsi untuk humas melaksanakan kegiatan sosialisasi. Seperti yang telah dijelaskan oleh Humas Kemendikbudristek bahwa dalam Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek memiliki peran dan tanggung jawab antara pegawai. Dalam melaksanakan sosialisasi yang dilakukan kepada Sidina Community ini menjadi tanggung jawab pegawai dari sub-tim fasilitasi hubungan komunitas dan lembaga masyarakat. Dalam melaksanakan sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek sesuai struktur organisasi yang ada. Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat bertanggung jawab sebagai pengarah segala urusan yang ada di biro. Dilanjutkan terdapat Ketua Tim Manajemen Komunikasi dan Hubungan antar Lembaga yang lebih spesifik lagi menaungi urusan terkait manajemen komunikasi di Humas Kemendikbudristek dan menjadi tim yang mengelola hubungan dengan pihak eksternal. Kemudian, ada sub-tim fasilitasi hubungan komunitas dan lembaga masyarakat yang mengelola semua urusan terkait komunitas binaan Kemendikbudristek. Pengorganisasian ini ada untuk membagi beban kerja antar pegawai dan memudahkan pekerjaan untuk lebih cepat selesai.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Implementasi sosialisasi dilakukan dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan dan telah dikoordinasikan dengan pengurus Sidina Community. Kegiatan tersebut mulai dari sosialisasi dengan kegiatan seminar, webinar, hingga membuat pelatihan-pelatihan atau *workshop* untuk komunitas Sidina. Tahapan pelaksanaan ini juga menjadi sarana Humas Kemendikbudristek untuk melihat bagaimana partisipasi dari Sidina Community terhadap sosialisasi yang dibuat. Setiap melakukan sosialisasi ini dapat dilihat bagaimana tingkat kehadiran partisipan, saran yang diberikan pada sesi tanya jawab, dan implementasi lanjutan dari komunitas Sidina setelah sosialisasi berhasil diadakan.

4. Evaluasi (*Controlling*)

Pada tahapan *controlling* ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kemendikbudristek yaitu melakukan rapat evaluasi, membuat laporan pertanggungjawaban, serta melakukan survei kepuasan. Semua kegiatan ini merupakan hal yang penting karena dengan tahapan ini lah yang menjadi pertimbangan langkah selanjutnya yang akan diambil oleh Humas Kemendikbudristek.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, dapat diketahui bahwa strategi komunikasi Humas Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan kebijakan Merdeka Belajar kepada Sidina Community dapat digambarkan dengan model strategi komunikasi POAC yang meliputi empat tahapan strategi komunikasi. Tahapan tersebut mulai dari *planning* (perencanaan)

tahapan kegiatan ini sudah memasukkan unsur komunikasi Lasswell yaitu *Who says What in Which channel to Whom with what Effect, organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (evaluasi).

Daftar Pustaka

- Bruhn, J. G. (2005). *The Sociology of Community Connections* . New York: Plenum Publishers.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy , O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi* . Bandung : Remaja Rosdakarya .
- Hendri, N. (2020). Merdeka Belajar; Antara Retorika dan Aplikasi. *E-Tech: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 8(1), 1-29.
- Kemdikbud. (2022, Mei 25). Mendikbudristek : Komunitas Merdeka Belajar Berperan Besar dalam Transformasi Sistem Pendidikan. Retrieved Mei 10, 2024, from [Kemdikbud.go.id: https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/05/mendikbudristek--komunitas-merdeka-belajar-berperan-besar-dalam-transformasi-sistem-pendidikan](https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/05/mendikbudristek--komunitas-merdeka-belajar-berperan-besar-dalam-transformasi-sistem-pendidikan)
- Kemdikbud. (2023). *Hasil Survei Kepuasan Pemangku Kepentingan (Stakeholders Satisfaction Survey) di bidang pendidikan dan kebudayaan*:. Retrieved Juni 2024, from [Kemdikbud.go.id: https://www.kemdikbud.go.id/main/informasi-publik/hasil-survei-kepuasan-pemangku-kepentingan](https://www.kemdikbud.go.id/main/informasi-publik/hasil-survei-kepuasan-pemangku-kepentingan)
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* . Jakarta: Prenada Media .
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of Human Communication*, 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pusat Informasi Guru Kemdikbud. (2024). Latar Belakang Kurikulum Merdeka. Retrieved Juli 10, 2024, from [pusatinformasi.guru.kemdikbud.go.id: https://pusatinformasi.guru.kemdikbud.go.id/hc/id/articles/6824331505561-Latar-Belakang-Kurikulum-Merdeka](https://pusatinformasi.guru.kemdikbud.go.id/hc/id/articles/6824331505561-Latar-Belakang-Kurikulum-Merdeka)
- Puspitasari, S. A., & Afifi, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Klinik Kesehatan Gigi di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi CANTRIK*, 2(1).
- Riinawati. (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sandyakala, M. C. (2020). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*, 30(2), 184-198.
- Saputro, E., Hartini, S., Putro, F. H., Prajoko, R., & Dewi, N. N. (2023). Strategi Komunikasi Pengelolaan Radio Karysma Fm dalam Mempertahankan Konsistensi dan Eksistensi di Era Digital. *KINESIK*, 10(2), 173-192.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaesih, S. (2021). *Ibu Penggerak Sidina Merdeka Belajar Mengasuh dengan Hati dan Logika*. Bekasi: Mikro Media Teknologi.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 51-61.
- Wijaya, A., Mustofa, S. M., & Husain, F. (2020). Sosialisasi Program Merdeka Belajar dan Guru Penggerak Bagi Guru SMPN 2 Kabupaten Maros. *Jurnal PURUHITA*, 2(1).
- Yusuf, B., & Ridwan, H. (2018). Manajemen Komunikasi dalam Pengelolaan Informasi Pembangunan Daerah (Pada Biro Humas dan PDE Sekretariat Daerah Propinsi Sulawesi Tenggara). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 50-64.