

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Tugas dan Fungsi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang biasa disingkat dengan Kemdikbud, merupakan salah satu lembaga yang terdapat dalam pemerintahan eksekutif Indonesia yang mengurus segala kebijakan di bidang pendidikan, mulai dari pendidikan usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan masyarakat. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan juga mengurus kebijakan tentang pengelolaan kebudayaan Indonesia (Neliti Pty Ltd., 2020). Nama Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia diganti menjadi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) pada tahun 2021 seturut dengan Peraturan Presiden Nomor 62 Tahun 2021. Perbedaannya terletak pada cakupan kerjanya yang tidak hanya berfokus pada pendidikan dan kebudayaan, melainkan juga ilmu pengetahuan dan teknologi.



Gambar 4.1 Logo Kemendikbudristek

Sumber: <https://www.kemdikbud.go.id/main/informasi-publik/logo-kemdikbudristek>, diakses pada 29 Juni 2022

Gambar logo Kemdikbudristek ini terdiri atas beberapa komponen dengan masing-masing makna. Bidang segi lima berwarna biru pada logo memiliki makna alam kehidupan Pancasila. Lalu, semboyan Tut Wuri Handayani dimasukkan ke dalam logo sebagai bentuk apresiasi kepada bapak pendidikan nasional Indonesia yakni Bapak Alm. Ki Hajar Dewantara. Kemudian, lambang Belencong Menyala Bermotif Garuda Belencong merepresentasikan lampu yang digunakan untuk pertunjukan budaya wayang kulit. Lalu, ada Burung Garuda yang merepresentasikan sifat dinamis, gagah, dan berani. Burung Garuda pada Logo di atas memiliki lima ekor dan lima sayap sebagai representasi nilai Pancasila. Lalu, simbol buku melambangkan sumber dari segala ilmu. Terakhir, pewarnaan putih pada sayap dan ekor Burung Garuda, serta buku melambangkan kesucian, pewarnaan kuning emas pada nyala api berarti keagungan, dan pewarnaan biru muda pada segi lima melambangkan pengabdian sepanjang masa berdasarkan pandangan hidup yang mendalam (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016).

Kemdikbudristek RI sendiri memiliki serangkaian tugas dan fungsi sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2021 tentang Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Tugas dari Kemdikbudristek adalah merencanakan dan melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar dan menengah, pendidikan tinggi, pendidikan masyarakat, pengembangan kebudayaan Indonesia, pengembangan ilmu pengetahuan, serta pengembangan teknologi. Tugas ini dilaksanakan Kemdikbudristek untuk membantu Presiden RI dalam menjalankan pemerintahan negara (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2015).

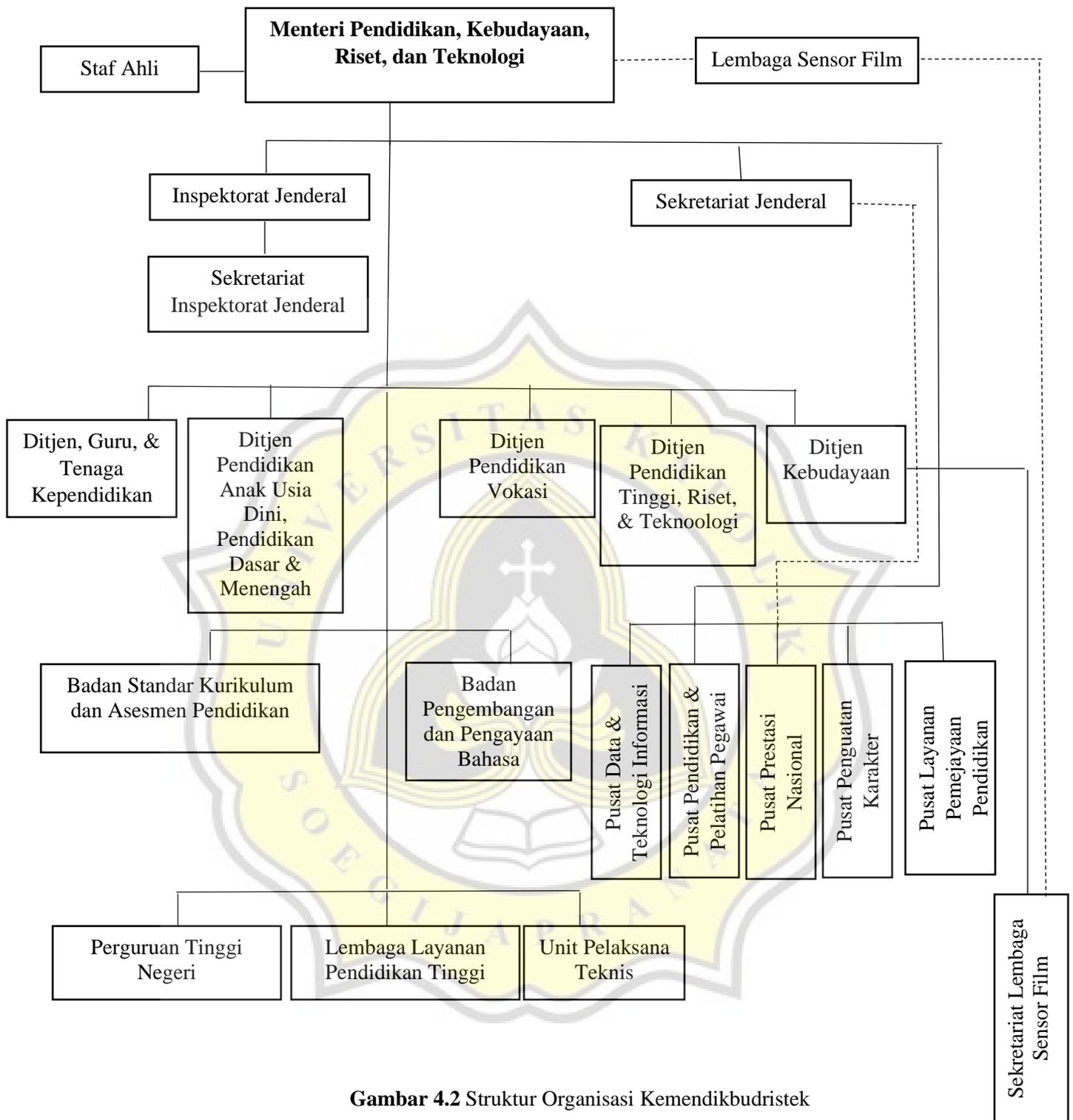
Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 62 tahun 2021, Kemdikbudristek terdiri atas (Peraturan Presiden (PERPRES) Tentang Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2019):

1. Fungsi perumusan kebijakan di bidang pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi, pendidikan masyarakat, dan pengelolaan kebudayaan;
2. Fungsi perumusan dan penyelenggaraan kebijakan tentang standar kualitas sumber pembelajaran, lembaga pendidikan tinggi, sumber daya manusia (SDM), sarana dan prasarana pendidikan tinggi, serta menjamin aksesibilitas layanan pendidikan tinggi;
3. Fungsi pelaksanaan kebijakan peningkatan mutu dan kesejahteraan guru dan tenaga pendidik lainnya, serta tenaga kependidikan;

4. Fungsi pengadaan fasilitas bagi pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi, pendidikan kemasyarakatan, dan pengembangan kebudayaan;
5. Fungsi koordinasi pelaksanaan tanggungjawab, koordinasi pembinaan, dan koordinasi fasilitas administrasi kepada seluruh unsur yang ada pada organisasi di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
6. Fungsi pengelolaan kekayaan negara yang sudah menjadi tanggungjawab Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
7. Fungsi pengawasan tugas di tiap bagian, unit, atau divisi yang ada di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
8. Fungsi pelaksanaan bimbingan teknis dan pengawasan atas pelaksanaan kebijakan atau program Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
9. Fungsi pengembangan, pembinaan, dan perlindungan Bahasa dan Sastra Indonesia;
10. Fungsi pengelolaan sistem perbukuan;
11. Fungsi penelitian dan pengembangan di bidang pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi, pendidikan masyarakat, dan pengembangan kebudayaan;
12. Fungsi pemberian dukungan substantif guna melancarkan tugas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Kemdikbudristek memiliki susunan organisasi yang terdiri atas 1) Sekretariat Jenderal, Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan, 2) Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, Pendidikan Menengah, 3) Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, 4) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 5) Direktorat Jenderal Kebudayaan, 6) Inspektorat Jenderal, 7) Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan, 8) Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 9) Staf Ahli Bidang Hubungan Kelembagaan dan Masyarakat, 10) Staf Ahli bidang Inovasi, 11) Staf Ahli Bidang Regulasi, 13) Staf Ahli Bidang Manajemen Talenta, dan 14) Staf Ahli Bidang Warisan Budaya. Berikut adalah gambar struktur organisasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi secara fungsional:





Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kemendikbudristek

Sumber: <https://www.kemdikbud.go.id/main/tentang-kemdikbud/struktur-organisasi>, diakses pada 29 Juni 2022

4.1.2 Program Merdeka Belajar

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program kebijakan dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi tentang pemberian ruang memadai kepada Universitas di Indonesia untuk berkembang mengikuti zaman. Kemdikbudristek mengeluarkan program Merdeka Belajar dengan tujuan bisa memberi kelonggaran bagi proses akreditasi universitas, memberi hak kepada mahasiswa di Indonesia untuk belajar di luar kelas, memberi wewenang pembukaan program studi baru, dan kemudahan untuk menuju Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) (Suteja, 2020:2).

Seperti nama programnya yang menekankan kata merdeka, program Merdeka Belajar ini memang menitikberatkan prinsip kemerdekaan akademik. Sebagaimana yang dikatakan oleh Nadiem Makarim, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, perguruan tinggi di Indonesia perlu inovasi besar dari sisi pendidikan dan pengajarannya, dari sisi penelitian, dan juga sisi pengabdian masyarakat. Inovasi besar ini bisa dilakukan apabila tidak ada pembatasan ekosistem seperti sistem pendidikan zaman dulu. Pendidikan Indonesia tidak bisa berinovasi tanpa ruang bergerak yang luas. Oleh karena itu, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menginsiasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka sebagai bentuk upaya mengembangkan pendidikan Indonesia sesuai dengan zaman (Suteja, 2020:1).

Program Merdeka Belajar ini berusaha untuk melakukan transformasi pada beberapa indikator perguruan tinggi yang masuk ke tiga cakupan. Cakupan pertama yakni

kualitas lulusan yang meliputi indikator pekerjaan yang layak bagi lulusan dan indikator pengalaman di luar kampus untuk mahasiswa. Cakupan kedua adalah kualitas dosen dan pengajar yang terdiri atas indikator kegiatan di luar kampus untuk dosen, indikator penerapan tenaga praktisi untuk mengajar di lingkup kampus, dan indikator hasil riset dosen dan tenaga pengajar digunakan sebagai referensi dan diakui secara internasional. Cakupan terakhir ialah kualitas kurikulum yang meliputi indikator program studi berstandar internasional, indikator kelas yang berkooperasi, dan indikator kerjasama program studi dengan mitra kelas dunia (Kemendikbud, 2021:2).

Berdasarkan publikasi Kemdikbudristek (2021:3), kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka ini menjadikan indikator pengalaman di luar kampus untuk mahasiswa sebagai fokus utama program. Indikator ini menekankan bahwa mahasiswa diberi kesempatan untuk melakukan magang, proyek desa, proyek mengajar, penelitian, berwirausaha, dan pertukaran belajar sebagai substitusi dari kegiatan pembelajaran di kelas seperti biasa. Lebih spesifik lagi, kegiatan mahasiswa di luar kampus ini dihitung sebagai kegiatan perkuliahan selama tiga dari delapan semester yang sudah ditetapkan (Kemendikbud, 2021:3).

Untuk menunjang pencapaian indikator-indikator yang dicita-citakan, program merdeka belajar kampus merdeka memiliki beberapa program spesifik. Beberapa yang sedang berjalan saat ini adalah program magang dan program studi independen. Kedepannya beberapa program baru akan dibuka, mulai dari program Bangkit by Google, GoTo, Traveloka, program Indonesian International Student Mobility Awards, program

kampus mengajar, program Kementerian ESDM – GERILIYA, dan program-program lainnya (Kemendikbud, 2021).

Penelitian telah dilakukan kepada pimpinan, dosen, dan mahasiswa perguruan tinggi di Indonesia, dengan jumlah responden masing-masing 824 pimpinan, 14.869 dosen, dan 124.562 mahasiswa. Penelitian ini ingin mencari tahu kebermanfaatan program merdeka belajar setelah berjalan selama satu tahun. Hasil menunjukkan bahwa 99% pimpinan yang diteliti menyatakan program merdeka belajar itu bermanfaat. Begitu juga dengan hasil penelitian pada dosen yang menunjukkan 98% dosen yang diteliti mengakui program merdeka belajar itu bermanfaat. Terakhir, hasil penelitian pada mahasiswa juga menunjukkan bahwa 98% setuju kalau program merdeka belajar itu bermanfaat (Kemendikbud, 2021:6).

4.1.3 Tugas dan Fungsi Kehumasan dan Struktur Organisasi Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia

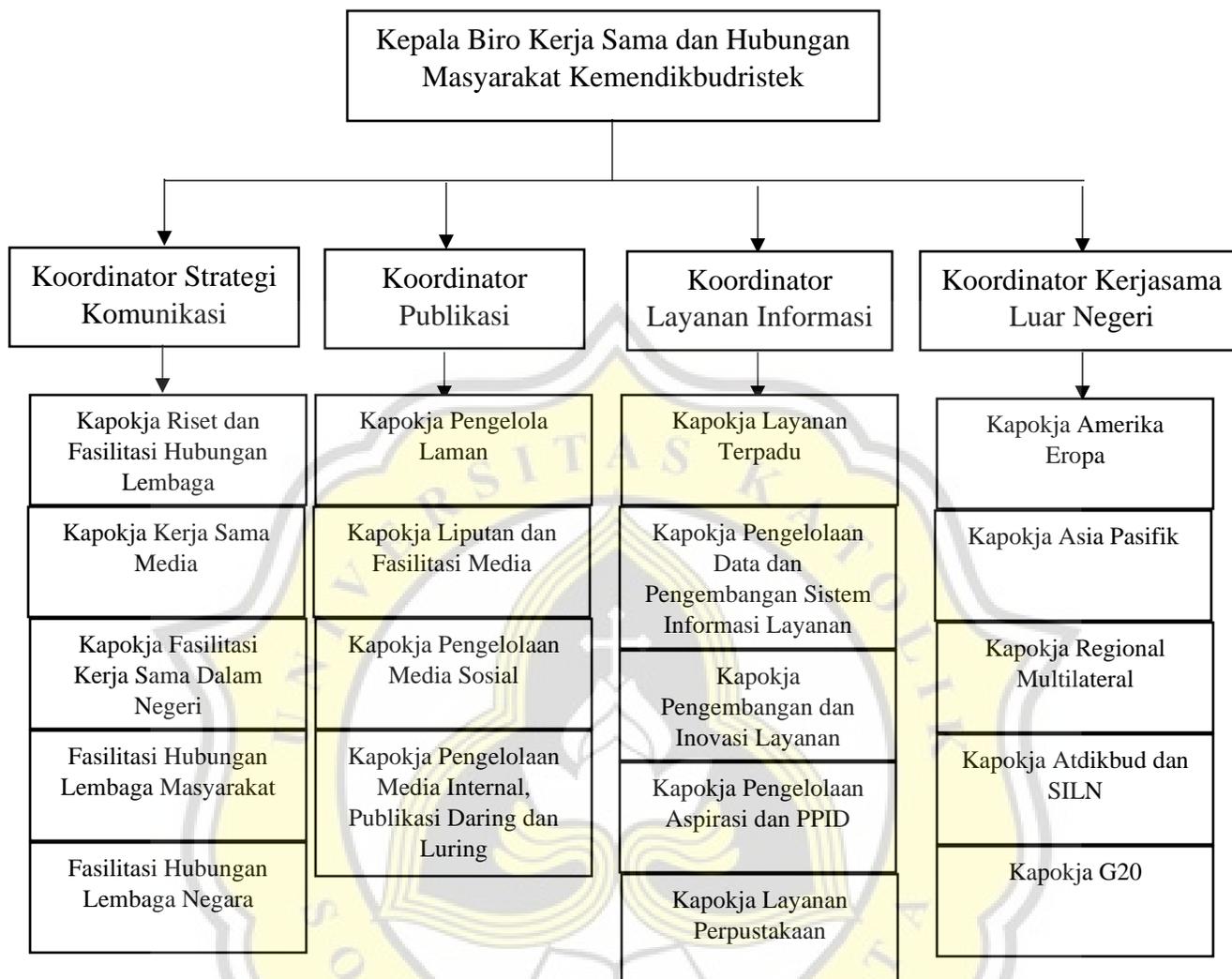
Pada rangka penyelenggaraan publikasi, pengelolaan informasi, dan hubungan antar lembaga, Kemendikbudristek dibantu oleh satuan kerja di bawahnya yakni Biro Kerja sama dan Hubungan Masyarakat. Satuan kerja ini di atas bawahi oleh Kepala Biro yang bertanggungjawab langsung pada Sekretaris Jenderal. Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat pada dasarnya membantu Kemendikbudristek dalam menyiapkan bahan pembinaan, melaksanakan kerja sama luar negeri, dan pengelolaan informasi serta informasi. Sebagaimana yang diuraikan dalam Pasal 39 Permendikbudristek Nomor 28

tahun 2021, Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat menjalankan beberapa fungsi yakni (Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, 2021):

1. Fungsi penyiapan bahan komunikasi untuk penguatan kerja sama dengan kelompok atau organisasi luar negeri khususnya dalam bidang kebudayaan, pendidikan, teknologi, dan riset guna mengamalkan Tri Dharma dari Perguruan Tinggi;
2. Fungsi koordinasi/organisasi dan pelaksanaan kerja sama dengan pihak luar negeri di bidang kebudayaan, pendidikan teknologi, dan riset;
3. Fungsi fasilitas untuk segala urusan kerja sama dalam negeri;
4. Fungsi koordinasi tanggungjawab atase pendidikan dan kebudayaan, delegasi Indonesia pada *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, *The Southeast Asian Ministers of Education Organization*, Sekolah Diplomatik, dan Sekolah Indonesia di luar negeri;
5. Fungsi fasilitas dan pengadministrasian agenda dari (UNESCO) *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*;
6. Fungsi penyiapan/persiapan bahan untuk pembinaan terkait pengelolaan hubungan antar lembaga, informasi, dan publikasi;
7. Fungsi koordinasi/organisasi serta pengendalian hubungan antar lembaga, publikasi, dan informasi;

8. Fungsi pelaksanaan publikasi terkait pendidikan, kebudayaan, riset, dan teknologi guna mengamalkan Tri dharma dalam Perguruan Tinggi;
9. Fungsi pengaktualan hubungan kerja sama antar tiap masyarakat/ individu, kementerian, lembaga non-pemerintahan, lembaga pemerintahan serta media di Indonesia;
10. Fungsi pengendalian perpustakaan Kementerian;
11. Fungsi pelayanan informasi dalam bidang riset, teknologi, pendidikan, dan kebudayaan;
12. Fungsi pengawasan, evaluasi, dan pelaporan yang terdapat di dalam tiap bidang kerja sama serta hubungan masyarakat;
13. Fungsi pengaktualan urusan ketatausahaan Biro.

Tugas dan fungsi di atas dijalankan oleh struktur fungsional Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek. Struktur Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek tahun 2022 diuraikan dalam bagan di bawah ini:



Gambar 4.3 Struktur Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek

Sumber: Olahan Peneliti (2022), Draft Wawancara Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek (2022)

4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

Pada bagian ini, penulis memperlihatkan dan menyajikan data hasil serta analisis penelitian yang telah peneliti lakukan melalui kegiatan wawancara serta studi kepustakaan. Hasil analisis dari penelitian ini meliputi strategi *public communication* yang dilakukan oleh Biro Humas Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) RI dengan rangka memberi pemahaman tentang program merdeka belajar kepada mahasiswa. Seperti yang kita ketahui bahwa ketika membahas strategi komunikasi, maka sekiranya ada tiga tahapan yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada audiensnya. Tahap pertama adalah tahap perencanaan, tahap kedua ialah tahap pelaksanaan, dan tahap terakhir adalah tahap evaluasi. Setelah memaparkan hasil ketiga tahap ini, selanjutnya penulis akan melakukan analisis hasil menggunakan teori yang dipilih sebelumnya.

4.2.1 Tahap Perencanaan Strategi Komunikasi Publik Humas Kemendikbudristek terkait Program Merdeka Belajar

Strategi komunikasi tentu disusun dengan rencana atau taktik sistematis yang berguna sebagai pondasi pelaksanaan komunikasi itu sendiri. Begitu halnya dengan Kemendikbudristek yang menjalankan strategi komunikasi publiknya pasti melewati tahap perencanaan terlebih dahulu. Tahap perencanaan komunikasi dinilai sangat penting karena komunikator bisa mengidentifikasi tujuan komunikasinya di awal, menentukan

cara penyusunan pesan yang sesuai kebutuhan, menentukan siapa target penerima pesan tersebut, serta media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.

Sebelum masuk ke tahap perencanaan, penting diketahui bahwa organisasi bisa mengenali tren dan situasi publik yang sedang terjadi. Pengenalan tren dan situasi publik yang terbaru bisa dilakukan dengan survei publik, observasi tren yang berkembang, monitoring media, dan beberapa instrumen lain. Tahap pengenalan tren dan situasi ini tidak bisa dilewatkan karena bisa menjadi pondasi penentuan komunikator, pesan, media, dan tujuan komunikasi yang akan dijalankan agar efektif. Berikut ini adalah kutipan wawancara dengan Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek:

“Untuk melihat tren, sekarang kan lagi pandemi ya jadi lebih menggunakan alat-alat teknologi, makanya banyak aplikasi-aplikasi yang digunakan, dan sosialisasi juga lebih secara virtual. Kami punya yang namanya itu monitoring media untuk melakukan riset perkembangan isu di media nasional baik itu media cetak atau media digital yang kita pantau tiap hari. Jadi apabila ada suatu kebijakan misalnya terkait dengan kampus merdeka, itu kita melihat sejauh mana respon dari pemangku kepentingan” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, 2022)

Dari kutipan wawancara di atas, Biro Humas Kemendikbud Ristek telah melakukan pengenalan dan analisis tren dan situasi di Indonesia saat ini. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan strategi pemilihan media dan penentuan pesan dengan tren terbaru. Dalam proses pengenalan tren dan situasi, Humas Kemendikbudristek menemukan bahwa masyarakat Indonesia saat ini menghabiskan lebih banyak waktunya di dalam rumah dan kegiatan lainnya dilakukan dengan daring. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor pandemi

yang mengharuskan masyarakat untuk jaga jarak dan tetap di rumah. Akhirnya, kegiatan sehari-hari pun mengalami transformasi dari yang awalnya berkegiatan di luar rumah menjadi berkegiatan di rumah saja. Kegiatan di rumah ini tentu didukung oleh akses internet dan aplikasi digital sehingga memudahkan orang berkomunikasi.

Kondisi dan tren yang ditemukan Humas Kemendikbud Ristek ini kemudian dijadikan pertimbangan strategi komunikasi publik yang akan dijalankan mengenai program merdeka belajar. Humas Kemendikbudristek memilih untuk menggunakan media digital berbasis internet untuk penyebaran informasi. Contohnya ialah promosi melalui media sosial, seminar *online*, rapat *online*, dan semua aktivitas berbasis virtual. Hal ini sangat sesuai dengan aktivitas masyarakat Indonesia yang lebih banyak dilakukan menggunakan media digital dan internet di masa pandemi ini.

Selain mengenali tren dan situasi terbaru dari masyarakat, Humas Kemendikbud Ristek juga melakukan monitoring media nasional, baik media cetak ataupun media digital. Upaya ini menjadi langkah strategis yang dilakukan Humas Kemendikbud Ristek sebab mereka akan menghimpun tanggapan para pemangku kepentingan yang beredar di media-media terkait. Tanggapan yang dikumpulkan akan dijadikan pertimbangan pengambilan keputusan kebijakan di masa depan. Langkah strategis ini dilakukan setiap hari sehingga data yang diperoleh benar-benar aktual.

Kedua tahap pengenalan tren dan situasi yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa Humas Kemendikbudristek sudah menjalankannya dengan baik. Dikatakan berjalan dengan baik karena Humas Kemendikbudristek mengobservasi berbagai pemangku

kepentingan secara langsung. Pengenalan tren dan situasi juga dilakukan secara intens sehingga data yang didapatkan memang benar-benar data aktual dan faktual.

Setelah mengetahui tren dan situasi terbaru di masyarakat, Humas Kemendikbudristek melangkah ke tahap perencanaan strategi komunikasi publik untuk memberi pemahaman kepada mahasiswa terkait program merdeka belajar. Berdasarkan konsep perencanaan komunikasi Cangara (2013), sekiranya ada lima komponen yang harus diperhatikan dalam perencanaan komunikasi. Lima komponen tersebut antara lain:

A. Identifikasi Tujuan Komunikasi

Sebuah komunikasi dilakukan karena memiliki tujuan umum dan tujuan khususnya. Pentingnya mengetahui tujuan komunikasi adalah komunikator bisa mengerti arah komunikasi yang dilakukan. Arah komunikasi yang dimaksud itu tidak lain tentang akan seperti apa pesan disampaikan, akan seperti apa media-media yang digunakan, dan siapa audiens yang akan menerima pesan. Dengan mengetahui tujuan komunikasi, maka komunikator bisa mengetahui efek apa yang akan diberikan kepada komunikan melalui pesan (Nurhadi & Kurniawan, 2017:91). Dalam kasus penelitian ini, Kemendikbudristek juga memiliki tujuan komunikasi publik yang dilakukan terkait program merdeka belajar ini. Artinya, Kemendikbudristek sudah mengetahui arah komunikasi yang akan dilakukan.

“Komunikasi dari Kementerian pada dasarnya bertujuan agar para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal mengetahui kebijakan Merdeka Belajar dengan meningkatnya kesadaran (awareness),

pengetahuan, atau perubahan sikap dan perilaku” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan kutipan wawancara bersama Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, kita dapat mengetahui bahwa Kemendikbudristek memiliki tujuan khusus dari komunikasi yang dijalankannya ini yaitu untuk memperkenalkan program merdeka belajar yang relatif masih baru. Kemendikbudristek mengharapkan kesadaran dan perubahan perilaku ke arah yang lebih baik itu bisa membawa para pemangku kepentingan untuk mendalami program merdeka belajar ini.

Pada dasarnya penetapan tujuan komunikasi sebagai perencanaan komunikasi itu membutuhkan pemahaman dan pendalaman tentang tujuan inti mengapa komunikasi itu dikerjakan. Dalam kasus komunikasi publik yang dikerjakan Biro Humas Kemendikbudristek, tujuan utamanya adalah memberi pengetahuan kepada pemangku kepentingan di dalam maupun di luar Kementerian mengenai program merdeka belajar. Biro Humas juga ingin menggerakkan kesadaran pemangku kepentingan mengenai permasalahan pendidikan tinggi di Indonesia dan bagaimana program merdeka belajar ini bisa menjadi solusinya.

Sebagaimana yang tercantum dalam kutipan wawancara bahwasanya Biro Humas Kemendikbudristek sudah paham betul dengan tujuan inti komunikasi publiknya. Biro Humas dapat menjabarkan secara rinci tujuan dan visinya dari sebuah komunikasi publiknya. Biro Humas Kemendikbudristek tidak hanya sekedar menyebutkan tujuan

umum yang masih sangat luas, melainkan Biro Humas Kemendikbudristek juga menjabarkan secara rinci apa yang ingin dicapai, siapa target dari visi tersebut, dan komponen apa yang bisa diukur dari visi tersebut.

Berdasarkan temuan pada hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tujuan komunikasi Biro Humas Kemendikbudristek ini masuk ke dalam tujuan komunikasi *to change the society* (untuk mengubah masyarakat). Sebagaimana yang dikonsepsikan Effendy dalam (Rizkiana, 2017:25), tujuan komunikasi untuk mengubah masyarakat menitikberatkan perubahan kelompok individu secara massal akibat persebaran informasi. Dalam kasus ini, tujuan komunikasi publik Humas Kemendikbudristek mendukung konsep Effendy tersebut. Dikatakan sebagai komunikasi untuk mengubah masyarakat karena komunikasi publik Humas Kemendikbudristek cenderung ingin mengubah sikap, kesadaran, dan perilaku pemangku kepentingan terkait program merdeka belajar. Target audiens yang ingin diubah sikap, perilaku, dan kesadarannya juga berada dalam cakupan yang luas dan massal yakni kelompok internal Kemendikbudristek dan eksternalnya seperti mahasiswa dan perguruan tinggi.

B. Menetapkan Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang berperan sebagai pengirim atau pembuat pesan untuk penerima pesan. Komunikator menjadi komponen utama sebuah aktivitas komunikasi karena komunikator bisa mengatur jalan dan arah pesan. Karena menjadi komponen utama, penetapan komunikator itu menjadi tugas besar. Komunikator yang harus dipertimbangkan itu harus memiliki keterampilan

komunikasi yang baik dan memiliki ide atau gagasan yang kreatif. Komunikator yang baik juga harus memiliki kemampuan untuk menarik perhatian komunikan atau audiens, bisa memutuskan penggunaan media yang paling efektif, serta bisa menganalisis kebutuhan pesan audiens (Buamona & Murliasari, 2017).

Komunikasi publik Kemendikbudristek terkait program belajar menetapkan komunikatornya berdasarkan wewenang fungsional Kementerian itu sendiri, yaitu Pejabat Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat. Penetapan komunikator Kemendikbudristek ini mempertimbangkan kapabilitas dan kompetensi yang dimiliki oleh Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat yang memang menjadi syarat utama pejabat itu dipilih. Berikut ini adalah kutipan wawancara penulis dengan Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat terkait penetapan komunikator:

“Komunikator atau juru bicara Kemendikbudristek, dalam hal ini adalah Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat sesuai tugas dan fungsinya atau pejabat yang ditunjuk sesuai kesepakatan dan arahan menteri. Sebagai juru bicara tentu harus menguasai materi atau konsep dari sebuah kebijakan di Kemendikbudristek serta harus mampu membatasi informasi yang boleh dibagikan dan yang tidak boleh dibagikan. Beberapa kompetensi yang harus dimiliki juru bicara yakni memahami kaidah-kaidah jurnalistik, memahami karakter para pemangku kepentingan, menguasai bauran media komunikasi, memiliki akses langsung ke pimpinan tinggi di Kemendikbudristek, mampu berkomunikasi dengan efektif agar mudah dipahami dan tidak multitafsir, dapat dihubungi kapan pun dan di mana pun serta tidak boleh abai atau bersikap “no comment” kepada para pemangku kepentingan” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa biro Humas Kemendikbudristek memilih komunikatornya berdasarkan tugas dan wewenang yang dipegang oleh pejabat. Pemilihan komunikator seperti Humas Kemendikbudristek ini bisa saja terjadi karena mengacu pada target audiens komunikasinya. Jika kita telaah kalimat wawancara Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, komunikasi publiknya berhubungan langsung dengan jajaran pimpinan di Kementerian dan bisa memahami karakter pemangku kepentingan. Artinya, komunikasi publik yang dijalankan Humas Kemendikbudristek lebih banyak berhubungan dengan satuan kerja di dalam Kementerian dan pimpinan perguruan tinggi di Indonesia. Biro Humas Kemendikbudristek lebih fokus pada sosialisasi program merdeka belajar ke satuan kerja dalam Kemendikbudristek dan perguruan tinggi dibandingkan ke mahasiswa secara langsung.

Pemilihan komunikator dalam komunikasi publik Humas Kemendikbudristek terkait program merdeka belajar ini mendukung teori dari Mulyawan & Arsana (2019) dan teori dari Buamona & Murliasari (2017) bahwasanya komunikator yang ideal itu bisa berkomunikasi dengan baik, bisa memahami karakter audiens, dan bisa menggunakan media/strategi komunikasi yang efektif. Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek sebagai komunikator komunikasi publik Kemendikbudristek ini dapat dikatakan memenuhi syarat komunikator ideal. Hal ini terjadi karena Kepala Biro Kerja Sama dan Humas tentu memiliki akses kepada audiens di internal Kementerian dan perguruan tinggi. Wewenang fungsional yang dimiliki

Kepala Biro Kerja Sama dan Humas juga membuat Kepala Biro bisa mengakses seluruh data kependidikan untuk keperluan analisis audiensnya.

C. Menentukan Sasaran Khalayak dan Kebutuhannya

Jika berbicara tentang khalayak dalam konteks komunikasi, maka itu akan merujuk istilah penerima pesan dalam rangkaian proses komunikasi. Khalayak atau yang biasa juga disebut dengan audiens atau komunikan ini menjadi salah satu faktor penentu sebuah komunikasi itu bisa berhasil atau tidak. Peran krusial ini menjadikan penentuan khalayak atau segmentasi khalayak itu menjadi sangat dipertimbangkan. Menurut Vogel dalam (Poentarie, 2013:166) khalayak itu terdiri atas dua jenis, yakni khalayak yang mendukung pesan yang dikomunikasikan dan khalayak potensial yang kemungkinan besar mau menerima pesan yang dikomunikasikan. Untuk jenis khalayak yang kedua ini, mereka cenderung bisa menerima pesan yang arahnya persuasif, pesan yang dirancang secara hati-hati, dan bisa menerima pesan dalam frekuensi yang sering.

Biro Humas Kemendikbudristek sendiri melakukan penetapan khalayak berdasarkan ruang lingkup pesan dan jenis kelompok pemangku kepentingannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Biro Humas Kemendikbudristek, mereka memetakan sasaran komunikasinya berdasarkan lingkup internal dan lingkup eksternal. Berikut ini penjelasan Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek terkait sasaran komunikasi program merdeka belajar:

“Untuk pemangku kepentingan internal tentu terdiri atas satuan kerja di lingkungan Kemendikbudristek ya, termasuk Bapak Menteri. Sedangkan, untuk pemangku kepentingan eksternal itu sangat banyak, mulai dari lembaga pendidikan, lembaga legislatif, Pemerintah Pusat dan Daerah, Konstituen, masyarakat, media, dan masih banyak lagi” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022).

Selain itu, Biro Humas Kemendikbudristek juga memetakan sasaran komunikasinya berdasarkan tingkat urgensi dan pengaruh pemangku kepentingan, dimana Biro Humas Kemendikbudristek itu memiliki empat jenis mulai dari yang paling berpengaruh dan urgen, hingga paling kurang berpengaruh dan kurang urgen.

“Penetapan sasaran meliputi pihak internal dan eksternal. Internal merupakan sasaran kehumasan yang berada di lingkungan kementerian. Sedangkan, eksternal merupakan sasaran kehumasan yang berada di luar lingkungan kementerian. Selain itu, pemetaan pemangku kepentingan juga dapat didasarkan pada empat jenis kelompok, yaitu: Key players atau pemangku kepentingan yang pendapatnya dapat memengaruhi opini publik secara luas. Key players dapat dikatakan sebagai stakeholders kunci/penting. Kedua, Meet their needs, yaitu pemangku kepentingan yang perlu dipenuhi kebutuhannya. Ketiga, Show consideration atau pemangku kepentingan yang perlu diperhatikan. Terakhir, Least important atau pemangku kepentingan yang memiliki hubungan tidak strategis dengan Kemendikbudristek tetapi perlu dibina” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Tugas komunikator setelah menetapkan sasaran khalayak komunikasi adalah menganalisis kebutuhan khalayak. Analisis kebutuhan khalayak sangat berpengaruh terhadap isi pesan yang akan disampaikan (Muslimin, 2020:274). Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, penetapan khalayak komunikasinya didasarkan pada tingkat urgensi atau prioritas pemangku kepentingan yang memang membutuhkan informasi tentang program

merdeka belajar ini. Artinya, Biro Humas Kemendikbudristek sudah menganalisis kebutuhan khalayak komunikasi mereka. Kegiatan analisis kebutuhan khalayak tersebut dilakukan melalui serangkaian proses. Berikut ini adalah hasil wawancara Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek terkait analisis kebutuhan khalayak.

“Melakukan analisis situasi yang meliputi identifikasi situasi (berdasarkan tujuan-tujuan program monitoring dan analisis media dan/atau hasil survei atau kajian), rumusan permasalahan, dan pendekatan solusi komunikasi” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan temuan dalam hasil penelitian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa biro Humas Kemendikbudristek sudah menetapkan khalayak sasaran dan kebutuhan khalayaknya secara rinci dan bersekat. Komunikasi publik Humas Kemendikbudristek bertujuan untuk memberi pemahaman kepada pemangku kepentingan di internal dan eksternal Kementerian terkait program merdeka belajar. Tujuan ini disasarkan kepada pemangku kepentingan yang sudah diukur prioritasnya oleh biro Humas Kemendikbudristek. Penyusunan prioritas khalayak ini menandakan bahwa biro Humas sudah melakukan pengkajian mendalam terhadap khalayak yang sangat luas ini. Oleh karena itu, didapatkanlah kelompok mulai dari yang kepentingannya paling besar hingga kelompok yang kepentingannya paling kecil.

Empat kelompok pemangku kepentingan yang dikategorikan oleh biro Humas Kemendikbudristek ini mencirikan kebutuhan khalayak komunikasi. Mulai dari kelompok *key players* yang memiliki kepentingan untuk mempengaruhi perilaku dan opini mahasiswa secara luas. Lalu, ada kelompok pemangku kepentingan *Meet their*

needs yang membutuhkan informasi mendalam terkait program merdeka belajar. Kemudian, ada kelompok *Show consideration* yang membutuhkan cukup informasi terkait program merdeka belajar. Terakhir, ada kelompok *least important* yang membutuhkan binaan sekalipun tidak memiliki kaitan dengan Kemendikbudristek.

Dari keempat kelompok pemangku kepentingan ini, dua kelompok paling atas itu menjadi fokus dalam komunikasi publik Humas Kemendikbudristek jika ditinjau dari tujuan komunikasinya. Kelompok *key players* merujuk kepada satuan kerja di Kemendikbudristek dan juga Konstituen seperti tenaga pendidik dari instansi perguruan tinggi. Dua pihak ini memiliki kapabilitas untuk mempengaruhi mahasiswa di Indonesia agar lebih memahami program merdeka belajar. Kedua, kelompok *Meet their needs* merujuk kepada seluruh mahasiswa di Indonesia itu sendiri karena program merdeka belajar ini memang merupakan program bagi mahasiswa. Oleh karena itu, Humas Kemendikbudristek juga menyediakan bentuk komunikasi langsung kepada mahasiswa melalui publikasi.

D. Menentukan Teknik Penyusunan Pesan

Pesan merupakan komponen terpenting dalam sebuah komunikasi karena pesan menjadi inti informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Oleh karena itu, setelah mengetahui sasaran audiens serta kebutuhannya maka selanjutnya komunikator tersebut harus mengetahui strategi penyusunan pesan yang relevan dengan tujuan komunikasinya. Pesan yang disusun itu bisa dalam bentuk kalimat, simbol, lambang, ikon, ataupun pesan verbal. Penyusunan pesan harus berdasarkan sasaran dan

tujuan komunikasi agar isi pesannya bisa diarahkan apakah komunikasi itu digunakan untuk sekedar menginformasikan, mengubah perilaku, membujuk, atau menghibur audiens (Fitria, 2017).

“Kita membagi tujuan komunikasi ke dalam tiga tahap, pertama itu tahap kognitif atau dampak komunikasi yang bersifat pengetahuan dengan memantik kesadaran target audiens agar memiliki pengetahuan tentang narasi yang kita sampaikan. Kedua, tahap afektif atau dampak komunikasi yang bersifat sikap/opini dengan meyakinkan target audiens agar mempertimbangkan dukungan ataupun perubahan sikap terhadap narasi kita sampaikan. Ketiga, tahap konatif atau dampak komunikasi yang bersifat tindakan, di mana target audiens terpantik untuk memberikan keputusan mendukung atau mengikuti atau mengubah sikap sesuai dengan narasi ajakan yang kita sampaikan” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, Humas Kemendikbudristek menggunakan teknik penyusunan pesan berdasarkan pengaruh kepada khalayaknya. Humas Kemendikbudristek menyusun pesan-pesannya tahap demi tahap, mulai dari tahap membangkitkan kesadaran khalayak, tahap meyakinkan khalayak, dan tahap mengubah sikap khalayak. Teknik penyusunan bertahap seperti ini akan membantu Humas Kemendikbudristek dalam menilai apakah pesannya itu sudah berfungsi atau belum. Jika pesan yang disusun itu belum membangkitkan kesadaran khalayak, maka Humas Kemendikbudristek akan mempertimbangkan lagi apabila ingin melangkah kepada pesan untuk meyakinkan khalayaknya. Begitu juga yang terjadi dari pesan tahap meyakinkan khalayak ke tahap mengubah tindakan khalayak.

Teknik penyusunan pesan bertahap seperti ini juga mendukung teori dari Fitria (2017), dimana pesan itu disusun harus berdasarkan sasaran dan tujuan komunikasinya, apakah komunikasi itu digunakan untuk sekedar menginformasikan, mengubah perilaku, membujuk, atau menghibur khalayak. Dalam kasus komunikasi publik Humas Kemendikbudristek ini, Kementerian ingin memberi pemahaman dan mengubah perilaku para pemangku kepentingan agar bisa mengetahui dan mengikuti program merdeka belajar ini. Karena tujuan tersebut, maka Humas Kemendikbudristek harus melewati ketiga tahap penyusunan pesan tadi. Humas Kemendikbudristek harus menyusun pesan yang bisa membangkitkan kesadaran, meyakinkan, dan mengubah perilaku pemangku kepentingan terkait program merdeka belajar ini (Fitria, 2017).

E. Memilih Media Penyampaian Pesan

Pemilihan media juga menjadi komponen penting terakhir dalam tahap perencanaan strategi komunikasi. Pemilihan media menjadi sangat penting karena media bertugas untuk menyebarkan pesan kepada khalayak. Pemilihan media yang tepat akan berdampak pada efektifitas pesan bisa diterima oleh khalayak (Atmadi & Widati, 2013:88). Dalam tahap perencanaan komunikasi publik oleh Biro Humas Kemendikbudristek ini, media yang dipilih cukup beragam karena hampir memanfaatkan segala jenis media atau saluran yang potensial. Sebut saja seperti media sosial, publikasi kolaborasi, sosialisasi, bahkan melalui kerjasama dengan perguruan tinggi seluruh Indonesia. Berikut ini adalah kutipan wawancara dengan

Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek terkait pemilihan media komunikasi publik program merdeka belajar:

“Pemilihan media/saluran komunikasi dilakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran. Varian media yang digunakan adalah, media miliki sendiri, dan media yang diperoleh”
(Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan temuan di atas, kita dapat melihat jika pemilihan media komunikasi publik Humas Kemendikbudristek mempertimbangkan kebutuhan khalayak. Pada bagian sebelumnya, Humas Kemendikbudristek telah menemukan bahwa khalayak membutuhkan informasi terkait program merdeka belajar. Khalayak atau yang disebut pemangku kepentingan oleh Kemendikbudristek ini terdiri atas empat kelompok, dua diantaranya merupakan fokus utama komunikasi publik Kemendikbudristek.

Kelompok khalayak *key players* yang terdiri atas beberapa pemangku kepentingan termasuk satuan kerja Kemendikbudristek, lembaga pendidikan di daerah, dan pimpinan perguruan tinggi lebih cocok menggunakan media sosialisasi *online* melalui rapat tatap muka, *Zoom meeting* atau *Live YouTube*. Media rapat tatap muka, *zoom meeting* dan *Live YouTube* seperti ini memfasilitas diskusi dua arah yang sangat aktif dibandingkan publikasi media *online*. Baik komunikator dan juga komunikan saling memberikan efek dan timbal balik sehingga *output* pertemuan itu lebih jelas dirasakan (Rakhmadani & Gusti, 2022:160). Terlebih lagi, khalayak yang

diberikan sosialisasi seperti ini merupakan kelompok khalayak yang paling bisa mempengaruhi sikap dan opini mahasiswa di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan interaksi dua arah untuk mengklarifikasi pesan secara langsung.

Berbeda dari media yang digunakan untuk khalayak *key players*, kelompok khalayak *meet their needs* cenderung lebih cocok menggunakan publikasi *online*, baik itu melalui media sosial ataupun laman resmi. Dikatakan lebih cocok karena publikasi *online* akan menyebar secara luas tanpa batasan ruang dan waktu kepada mahasiswa di seluruh Indonesia. Berbeda dari media sosialisasi *zoom meeting* atau *Live YouTube* yang memiliki batasan-batasan. Humas Kemendikbudristek akan kesulitan juga apabila harus mengumpulkan mahasiswa yang berasal dari berbagai perguruan tinggi yang berada di Indonesia guna melakukan rapat *zoom* bersama. Publikasi *online* juga bisa disusun lebih kreatif dibandingkan sosialisasi formal sehingga mahasiswa yang membacanya tidak bosan dan tidak melewatkan publikasi tersebut.

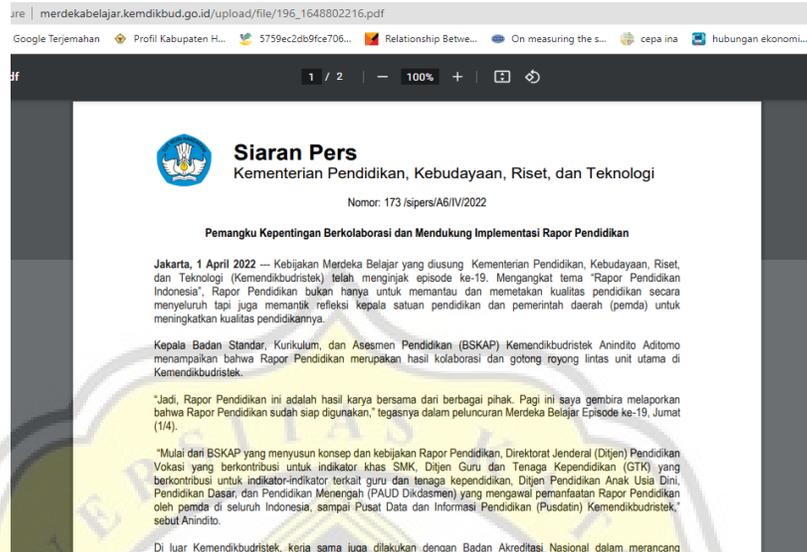
Perbedaan kebutuhan-kebutuhan ini membuat Humas Kemendikbudristek menggunakan dua jenis media komunikasi. Humas Kemendikbudristek harus mensosialisasikan program merdeka belajar secara langsung dan aktif kepada satuan kerja Kemendikbudristek dan perguruan tinggi agar mereka bisa mempengaruhi opini mahasiswa di Indonesia. Di sisi yang lain, Humas Kemendikbudristek juga harus menyokong informasi yang lebih aktual dan menarik melalui publikasi *online* yang ditujukan langsung untuk mahasiswa.

4.2.2 Tahap Pelaksanaan Strategi Komunikasi Publik Humas Kemendikbudristek terkait Program Merdeka Belajar

Strategi komunikasi yang dijalankan Biro Humas Kemendikbudristek untuk memberi pemahaman kepada mahasiswa terkait program Merdeka Belajar itu memanfaatkan dua metode penyebaran informasi. Bentuk pertama adalah publikasi dan bentuk kedua adalah sosialisasi. Masing-masing bentuk penyebaran informasi ini memanfaatkan beberapa media dan aktivitas juga, contohnya seperti aktivitas pertemuan rutin dengan pemangku kepentingan atau publikasi pers. Berikut ini adalah kutipan wawancara penulis bersama informan Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek terkait bentuk komunikasi publik program merdeka belajar:

“Bentuk komunikasinya ada yang berbentuk publikasi dan ada juga yang berbentuk sosialisasi. Bentuk publikasinya terdiri atas siaran pers, infografik, artikel, video/videografik, foto, dan buku saku Soal Sering Ditanya (Frequently Asked Question/FAQ) tentang program Merdeka Belajar” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

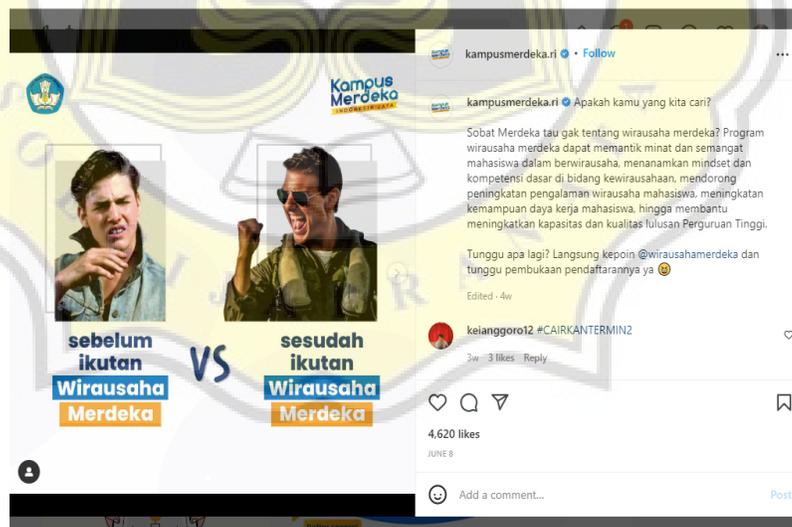
Berdasarkan kutipan wawancara di atas, Biro Humas Kemendikbudristek mencoba untuk diversifikasi bentuk publikasinya agar informasi yang ingin disampaikan kepada mahasiswa itu bisa tersebar secara luas dan menjangkau ke seluruh kelompok mahasiswa. Berikut ini beberapa contoh bentuk publikasi Biro Humas Kemendikbudristek terkait program merdeka belajar:



Gambar 4.4 Siaran Pers Undangan Sosialisasi Program Merdeka Belajar

Sumber: http://merdekabelajar.kemdikbud.go.id/upload/file/196_1648802216.pdf

Diakses pada 6 Juli 2022



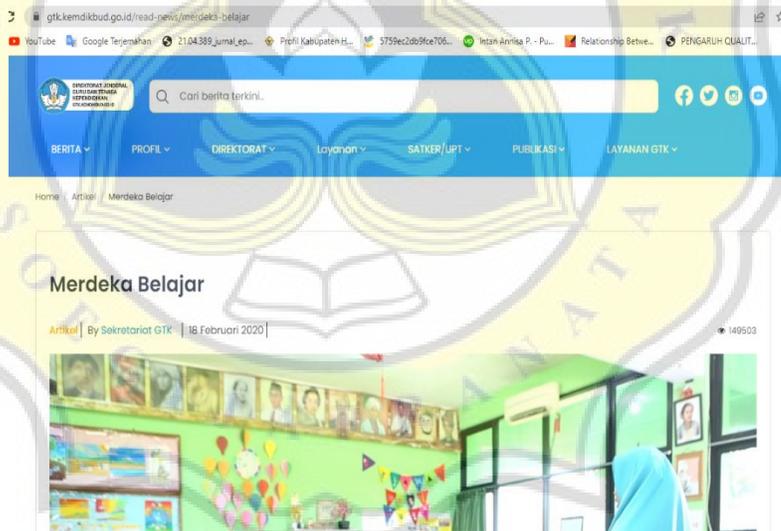
Gambar 4.5 Infografik Program Merdeka Belajar

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Ceib2ZXu2W/> / diakses pada 6 Juli 2022



Gambar 4.6 Videografik Program Merdeka Belajar

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CchsICXgRzK/> diakses pada 6 Juli 2022



Gambar 4.7 Artikel Program Merdeka Belajar Kemendikbudristek

Sumber: <https://gtk.kemdikbud.go.id/read-news/merdeka-belajar> diakses pada 6 Juli 2022

Prosedur Pengaduan Laporan Kendala Teknis

Jika Anda mengalami kendala teknis terkait platform, seperti tidak bisa login atau tidak bisa mengisi laporan, maka Anda dapat menghubungi kami melalui Pusat Bantuan sesuai langkah-langkah berikut:

1. Sebelum mengajukan laporan/membuat tiket, pastikan Anda telah menyiapkan beberapa hal berikut:
 - Tangkapan layar penuh (screenshot full screen) dari kendala yang dialami
 - Video rekaman (screen recording) yang menunjukkan aktivitas penggunaan platform hingga kendala muncul
2. Ajukan laporan dengan menghubungi layanan bantuan kami melalui Pusat Bantuan yang tersedia pada setiap halaman akun Kampus Merdeka (ikon di sebelah kanan halaman)

Gambar 4.8 FAQ Program Merdeka Belajar Kemendikbudristek

Sumber:

<https://sites.google.com/wartek.belajar.id/faqmahasiswakhm/home/program-magang-bersertifikat/panduan-platform/prosedur-pengajuan-laporan-kendala-teknis> diakses pada 6 Juli 2022

Selain dalam bentuk publikasi, komunikasi publik Humas Kemendikbudristek juga memiliki komunikasi berbentuk sosialisasi. Berbeda dari bentuk publikasi yang langsung ditujukan kepada mahasiswa secara luas, bentuk sosialisasi menysasar pemangku kepentingan relevan untuk diberi pembinaan, pembekalan, dan kampanye terkait program merdeka belajar. Berikut ini adalah kutipan wawancara dengan informan Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek terkait sosialisasi program merdeka belajar:

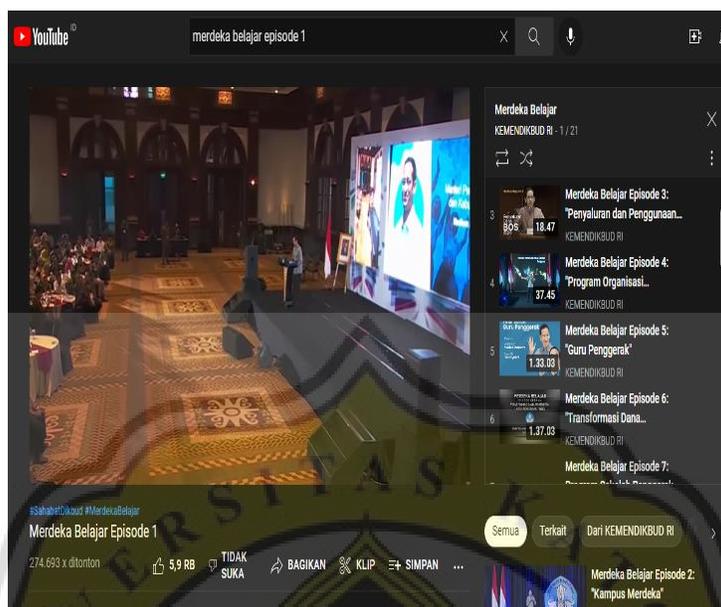
“Sosialisasi langsung ke pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal berupa surat edaran, pertemuan rutin, dan ajang khusus

(special event)” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, bentuk sosialisasi yang diadakan Humas Kemendikbudristek terkait program belajar ini menasar kepada pihak berkepentingan dalam ranah internal Kementerian itu sendiri, serta ranah eksternal yang meliputi lembaga pendidikan daerah dan instansi perguruan tinggi seluruh Indonesia. Humas Kemendikbudristek juga melakukan diversifikasi pada metode sosialisasinya untuk memaksimalkan penyampaian pesan sesuai kelompok khalayak penerima pesan.

“Secara umum, program merdeka belajar itu sudah ada 21 episode. Di setiap episode itu banyak program yang dikeluarkan, mulai dari beasiswa, pembiayaan, penguatan vokasi, dan kampus merdeka” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan temuan dalam wawancara di atas, Humas Kemendikbudristek sudah mengeluarkan webinar dan diskusi publik yang sangat banyak. Meskipun tidak ada rekap jumlah webinar dan diskusi publik yang bisa diambil, namun secara umum Kemendikbudristek sudah memiliki 21 episode program merdeka belajar. Dalam setiap episode tersebut, Humas Kemendikbudristek memperkenalkan dan mempromosikan seluruh sub-program yang dimiliki program merdeka belajar melalui sosialisasi langsung dari Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI. Sosialisasi disampaikan dengan melalui *live* di akun YouTube Kemendikbudristek, namun video tetap dapat diakses kembali di lain waktu di akun YouTube Kemendikbudristek.



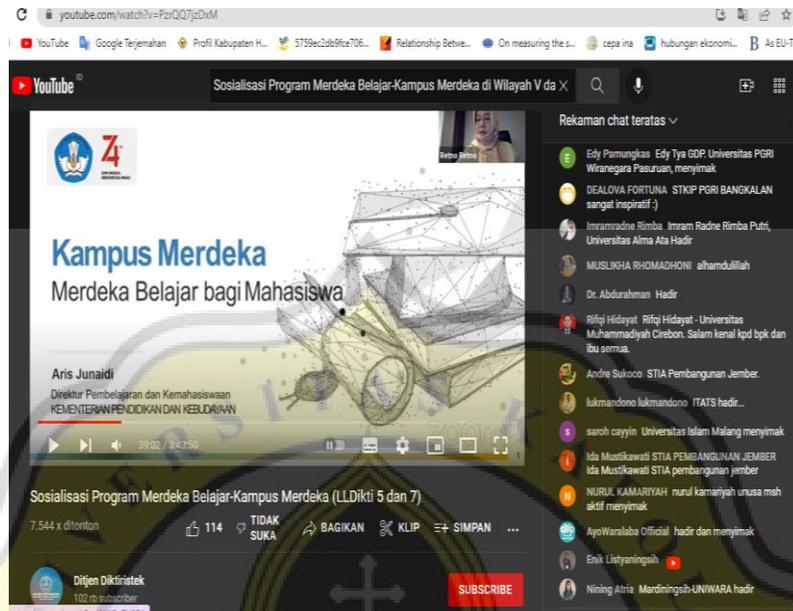
Gambar 4.9 Merdeka Belajar Episode 1-21

Sumber: Akun YouTube Kemendikbudristek (https://www.youtube.com/watch?v=vh-rdXvt0Dw&list=PL6nNxrzL_jfhjBOMh4UH6_5AIqn9zm0dx), diakses pada 16 Juli 2022



Gambar 4.10 Surat Edaran Undangan Sosialisasi Program Merdeka Belajar

Sumber: <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Surat-Undangan-Sosialisasi-MBKM-bagi-PTN.pdf> diakses pada 6 Juli 2022



Gambar 4.11 Sosialisasi Program Merdeka Belajar Kemendikbudristek

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=PzrQQ7jzDxM> diakses pada 8 Juli 2022

Pelaksanaan komunikasi dalam bentuk publikasi dan sosialisasi yang sudah dijabarkan di atas tentu mendapatkan respon dari audiens yang menerima pesan. Mengacu kepada hasil statistik survei yang dikembangkan oleh Kemendikbudristek, program merdeka belajar ini mendapat respon positif dari publik/audiens karena sudah merasakan manfaat dari program. Lebih lengkapnya, informan Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat menjelaskan sebagai berikut:

“Sampai dengan saat ini, berdasarkan hasil pemantauan media (media monitoring) dan survei, sebagian besar publik mendukung dan merasakan kebermanfaatannya program Merdeka Belajar” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Bentuk komunikasi dengan publikasi dikatakan sebagai bentuk komunikasi tepat guna karena publikasi yang diunggah di internet itu bisa dikemas secara menarik dan atraktif (Kussanti et al., 2021:165). Tampilan publikasi yang menarik itu tidak menghilangkan fungsi informatif dan edukatifnya karena publikasi memuat informasi-informasi yang dibutuhkan audiens dalam kasus ini mahasiswa di seluruh Indonesia terkait program merdeka belajar. Sebagai generasi Z yang hanya menaruh perhatiannya pada hal-hal yang menarik saja, mahasiswa memang lebih tepat apabila disuguhkan informasi berupa publikasi yang menarik. Oleh karena itu, penulis percaya bahwa bentuk komunikasi publikasi ini menjadi bentuk paling efektif dalam menyebarkan informasi terkait program merdeka belajar ke seluruh mahasiswa di Indonesia.

Berbeda dengan khalayak dari kelompok *meet their needs*, kelompok *key players* lebih relevan dengan bentuk sosialisasi. Sebagai kelompok yang dapat mempengaruhi opini dan sikap mahasiswa, kelompok *key players* harus dibekali informasi secara intens dan mendalam. Hal ini digunakan sebagai pondasi para kelompok *key players* dalam menanamkan pengaruh pada mahasiswa di Indonesia. Mengapa kelompok khalayak ini sesuai dengan bentuk komunikasi sosialisasi karena pada dasarnya sosialisasi itu terdiri atas komunikasi yang intens dan interaktif. Sifat intens dari sosialisasi membuat model komunikasi ini lebih rendah tingkat kesalahpahamannya (Hartika, 2016:5). Oleh karena itu, Humas Kemendikbudristek lebih memilih metode sosialisasi yang intens daripada publikasi semata untuk mengedukasi para satuan kerja dalam lingkungan

Kemendikbudristek, lembaga pendidikan di daerah, dan pimpinan perguruan tinggi di Indonesia.

Bentuk *public communication* yang dilaksanakan oleh Humas Kemendikbudristek ini mencirikan *public communication* seperti konsep dari Farid (2020) dan Rengkung *et. al.* (2021). Dalam konsep ciri-ciri komunikasi publik yang dijabarkan itu menyebutkan bahwa komunikasi publik itu bersifat pasif karena komunikannya memiliki keterbatasan dalam merespon pesan yang diterima. Selain itu, komunikasi publik juga disebutkan memiliki karakteristik persuasif dan edukatif. Artinya, pesan yang terkandung dalam komunikasi tersebut berusaha untuk membujuk khalayak untuk mengikuti dan merubah sikapnya atas suatu hal. Pesan komunikasi publiknya juga mampu memberi pengetahuan tambahan kepada khalayak yang dulunya tidak tahu menjadi tahu.

Ciri-ciri komunikasi publik ini didukung oleh temuan penelitian yang menyatakan bentuk komunikasi publik Humas Kemendikbudristek itu berbentuk publikasi dan sosialisasi. Kedua bentuk komunikasi ini memiliki khalayak atau audiens yang cenderung pasif karena tidak ada keperluan untuk membalas pesan komunikasinya. Selain itu, bentuk publikasi dan sosialisasi Kemendikbudristek juga bersifat persuasif dan edukatif sebab isi pesannya berusaha untuk menambah pengetahuan para pemangku kepentingan tentang program merdeka belajar. Komunikasi publikasi dan sosialisasi yang dijalankan Humas Kemendikbudristek juga berusaha untuk mengubah perilaku dan sikap para pemangku kepentingan agar memahami dan mengikuti program merdeka belajar.

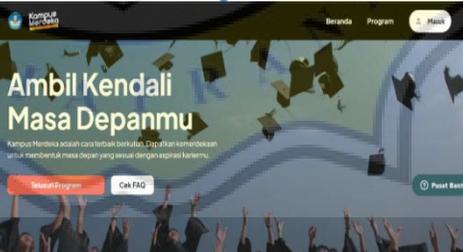
Pada bagian perencanaan disebutkan bahwa pemilihan media komunikasi menjadi elemen krusial karena dengan media yang tepat maka pesan bisa tersampaikan secara

efisien. Dalam studi kasus komunikasi publik oleh Humas Kemendikbudristek, komunikasi publik terkait program merdeka belajar itu memanfaatkan tiga jenis media, yakni media milik Kementerian, media berbayar, dan media yang diperoleh (*earned media*). Media pertama yakni media milik Kementerian atau media yang dibuat dan dikembangkan sendiri oleh Kemendikbudristek. Sebagaimana yang dikatakan oleh Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek dalam wawancara, Kemendikbudristek memiliki media milik sendiri, mulai dari media sosial, laman resmi, TV Edukasi, hingga media sosial dari satuan kerja yang masih dalam lingkup Kemendikbudristek. Berikut kutipan wawancara dengan informan Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek terkait media sendiri Kemendikbud untuk keperluan komunikasi program Merdeka Belajar:

“Untuk media kita menggunakan dua jenis, yang pertama itu media milik sendiri (owned media) yang terdiri atas Media sosial Kemendikbudristek (Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, dan Facebook), laman Kemendikbudristek, laman Merdeka Belajar, majalah Jendela Kemendikbudristek, dan TV Edukasi serta media sosial sekitar 323 satuan kerja di lingkungan Kemendikbudristek” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Tabel 4.1 *Owned Media* Kemendikbudristek

No.	<i>Owned Media</i>	Tampilan Media	Jumlah Pengikut/Jangka uan
1.	Instagram Kampus Merdeka	 <p>https://www.instagram.com/kampusmerdeka.ri/</p>	425.988 Pengikut
2.	Instagram Kemdikbudristek	 <p>https://www.instagram.com/kemdikbud.ri/</p>	2.439.174 Pengikut
3.	Twitter Kemdikbudristek	 <p>https://twitter.com/Kemdikbud_RI</p>	1.897.234 Pengikut
4.	Facebook Kemendikbudristek	 <p>https://www.facebook.com/Kemdikbud.RI</p>	2.000.000 Pengikut

5.	Youtube Kemendikbudristek	 <p>https://www.youtube.com/c/KEMENDIKBUDRI2021</p>	670.000 Subscribers
6.	TikTok Kemendikbudristek	 <p>https://www.tiktok.com/@kemdikbud.ri?lang=en</p>	213.600 Pengikut/1.1 juta likes
7.	Laman Kemdikbud	 <p>https://www.kemdikbud.go.id/main/?lang=id</p>	-
8.	Laman Kampus Merdeka	 <p>https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/</p>	-

9.	Majalah Jendela Kemendikbudristek	 <p>https://jendela.kemdikbud.go.id/</p>	-
10	TV Edukasi	 <p>http://tve.kemdikbud.go.id/</p>	-
11	Youtube Ditjen Dikristek	 <p>https://www.youtube.com/watch?v=kL2QfioMPE&t=9s</p>	102.000 Subscribers/220.000 penonton

Sumber: Laman resmi *owned media* Kemendikbudristek, diakses pada 8 Juli 2022

Berdasarkan hasil temuan penelitian, media yang dimiliki oleh Kemendikbudristek ini dapat dikatakan berhasil menjangkau audiens cukup luas. Hal ini dibuktikan dari jumlah pengikut dan *subscriber* akun media sosial resmi Kemendikbudristek maupun Kampus Merdeka RI. Belum lagi ditambah dengan pengikut dan *subscriber* akun media sosial satuan kerja lain di lingkup Kemendikbudristek itu sendiri yang mencapai 323 satuan kerja. Artinya, biro Humas Kemendikbudristek diekspektasikan bisa menyebarkan pesan dan informasi ke audiens secara luas karena adanya media sosial sebagai tempat biro

Humas Kemendikbudristek mengirim pesan. Media-media sosial itu diikuti oleh banyak audiens yang artinya setiap audiens akan menerima informasi dari Kemendikbudristek terkait program merdeka belajar setiap kali Kemendikbudristek mengunggah.

Penggunaan media sosial dan internet sebagai media komunikasi memang tengah menjadi tren dan populer saat ini. Pasalnya operasi media sosial dan internet ini sangat mudah dan fleksibel sehingga instansi pemerintahan sekalipun telah menjadikan media sosial sebagai upaya strategisnya. Media sosial dan internet yang sedang populer ini membuat penggunaannya juga melambung tinggi. Hal ini menandakan kalau audiens yang dapat dijangkau pun semakin mudah karena mereka bisa mengakses informasi yang disebarkan Kemendikbudristek melalui *gadget* mereka sendiri. Intensitas akses informasi melalui media sosial oleh publik ini membuat mereka mudah terpengaruh terhadap isi pesan. Bahkan tidak jarang juga media sosial bisa dengan cepat mengubah perilaku publik (Rohmiyati, 2018:30). Kekuatan yang dimiliki oleh media sosial dan internet menjadikannya sebagai media yang paling efektif untuk menyebarkan pesan secara luas dan terbuka seperti yang dilakukan Humas Kemendikbudristek ini.

“Media lain yang kita gunakan adalah media yang diperoleh (earned media). Untuk media ini kita fungsikan untuk membangun keterlibatan (engagement) dengan warganet di media sosial dan mengoptimalkan peran aktivitas hubungan media nasional dan daerah melalui Forum Wartawan Pendidikan dan Kebudayaan (Fortadikbud)” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Pada kutipan wawancara di atas, informan menyebutkan istilah *earned media* atau media yang diperoleh. *Earned media* merupakan istilah dalam aktivitas pemasaran yang merujuk kepada kegiatan media yang bukan dimiliki oleh perusahaan/organisasi melainkan oleh entitas lain (Zhou et al., 2020). Contoh dari *earned media* yang sering dijumpai adalah postingan konsumen di Instagram atau artikel yang dirilis oleh jurnalis di *platform* mediana sendiri.



Gambar 4.12 Earned Media Kemendikbudristek

Sumber: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/merdeka-belajar-kampus-merdeka-dan-prestasi-mahasiswa-indonesia> (Kiri) dan <https://www.detik.com/edu/ Perguruan-Tinggi/d-5882082/12-program-kampus-merdeka-buat-mahasiswa-banyak-manfaatnya> (Kanan)

Diakses pada 8 Juli 2022

Berdasarkan penemuan dari penelitian di atas, kita bisa melihat *earned media* yang dimanfaatkan biro Humas Kemendikbudristek itu berupa artikel-artikel yang dinaikkan oleh media nasional maupun media daerah. Artikel yang diunggah media nasional ini

dikatakan sebagai *earned media* karena Kemendikbudristek bisa mendapatkan publikasi secara gratis tanpa adanya perjanjian kerjasama dengan media terkait. Media yang menaikkan artikel tentang program merdeka belajar ini memiliki manajemen pribadi sehingga memang Kemendikbudristek tidak memiliki wewenang untuk menulis, menggagas, menyunting, atau menaikkan artikel tersebut.

Hasil beberapa penelitian seperti yang dilakukan Wan (2019:6) dan Lovett & Staelin (2016:156) menunjukkan bahwa efek positif dari *owned media* dalam hal promosi memang tidak begitu signifikan. Perusahaan atau instansi disarankan untuk menggunakan lebih dari satu media promosi. Kedua penelitian ini juga menunjukkan bahwa *earned media* menjadi jenis media yang bisa mempengaruhi konsumen atau audiens yang menerima pesan. *Earned media* juga menunjukkan adanya keterlibatan audiens secara langsung terkait topik yang dipromosikan. Promosi yang dilakukan oleh konsumen langsung membuat konsumen lain tertarik untuk mengetahui lebih lanjut terkait produk atau program yang sedang dibicarakan. Hal inilah yang terjadi pada *earned media* yang digunakan Humas Kemendikbudristek untuk mempromosikan program merdeka belajar. Humas Kemendikbudristek bisa mengambil manfaat dari artikel-artikel yang dinaikkan oleh media lain secara gratis. Manfaatnya terdiri atas eksposur program merdeka belajar dan peningkatan *brand awarness* khalayak agar bisa mendalami program merdeka belajar lebih jauh lagi.

Melalui media-media yang telah dijabarkan di atas, biro Humas Kemendikbudristek menekankan beberapa strategi khusus. Strategi ini ditujukan untuk memotivasi mahasiswa di Indonesia untuk paham dan mengikuti program merdeka belajar. Strategi khusus yang

dimaksud berarti komunikasi publik yang dijalankan Humas Kemendikbudristek ini memprioritaskan langkah-langkah ini untuk memberi pemahaman kepada mahasiswa terkait program merdeka belajar. Strategi tersebut meliputi kolaborasi bersama komunitas dan pemangku kepentingan program ini. bentuk kolaborasi yang paling sering dijalankan Humas Kemendikbudristek antara lain diskusi dan webinar bersama perwakilan perguruan tinggi di seluruh Indonesia.

“Kolaborasi dengan komunitas dan pemangku kepentingan (diskusi publik dan webinar). Selain memberdayakan pesan-pesan komunikasi melalui media sosial, Kemendikbudristek juga berkolaborasi dengan komunitas-komunitas dan para pemangku kepentingan terkait untuk membantu menyebarkan pesan-pesan komunikasi terkait Merdeka Belajar” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, kita menemukan bahwa Humas Kemendikbudristek berfokus pada kerjasama langsung dengan pemangku kepentingan dalam bentuk diskusi publik dan webinar. Artinya, komunikasi publik yang dijalankan Humas Kemendikbudristek tidak begitu fokus pada komunikasi langsung ke mahasiswa melalui media sosial dan internet melainkan menggunakan komunikasi dua tahap. Komunikasi dua tahap seperti ini membantu meringankan tugas Humas Kemendikbudristek sebab Kemendikbudristek tidak bisa menghimpun seluruh mahasiswa di Indonesia dalam satu pertemuan diskusi. Begitu juga dengan media sosial yang tidak semua mahasiswa itu mempunyai akses pada media sosial dan internet sehingga pesan yang disebarkan melalui media sosial dan internet itu tidak cukup untuk menjangkau mahasiswa secara keseluruhan.

Pendekatan komunikasi dua tahap ini juga lebih memiliki kekuatan untuk mempengaruhi dibandingkan komunikasi langsung melalui media sosial. Hal ini terjadi karena pemangku kepentingan yang menjadi penghubung ialah satuan kerja Kemendikbudristek seperti Ditjen Dikti, lembaga pendidikan di daerah, serta pimpinan perguruan tinggi. Apabila pemangku kepentingan ini bisa dibekali dengan informasi optimal, maka baik satuan kerja Kemendikbudristek dan pimpinan perguruan tinggi ini bisa mengajak mahasiswa secara intens untuk memahami program merdeka belajar. Khususnya bagi para pimpinan perguruan tinggi yang rutin diundang dalam diskusi program merdeka belajar ini, mereka memiliki pengaruh yang besar di perguruan tinggi sehingga akan lebih mudah untuk mempengaruhi sikap dan perilaku mahasiswa untuk mendalami dan berpartisipasi dalam program merdeka belajar.

4.2.3 Tahap Evaluasi Strategi Komunikasi Publik Humas Kemendikbudristek terkait Program Merdeka Belajar

Implementasi atau pelaksanaan suatu strategi komunikasi publik tentu harus selalu dibenahi untuk keperluan pengembangan di masa depan. Pembenahan itu bisa dimulai dari proses evaluasi dan monitoring. Menurut Sullivan dalam Muntadliroh (2020:17), evaluasi strategi komunikasi adalah rangkaian proses komunikasi yang bertujuan untuk menemukan hasil implementasi komunikasi agar kelak dapat dijadikan bahan pengambilan keputusan. Dalam tulisan (Muntadliroh, 2020:17), evaluasi itu berguna untuk meningkatkan efektivitas komunikasi yang dijalankan, untuk membangun keterlibatan organisasi dengan khalayaknya, untuk mengidentifikasi perubahan tren dan

kondisi terkini, serta untuk membantu organisasi untuk mengatur distribusi sumber daya secara tepat. Evaluasi strategi komunikasi menjadi krusial karena organisasi bisa mengukur sejauh mana tujuan dan sasaran program itu terealisasi.

Sebagaimana yang diuraikan oleh Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, Biro Kerja Sama dan Humas tentu melakukan evaluasi rutin di lingkup internal unit. Hal ini sejalan dengan tahap proses bisnis yang juga diterapkan oleh Kemendikbudristek, bahwasanya terdapat lima tahapan yang digunakan untuk melakukan komunikasi publik, salah satunya ialah tahap evaluasi dan monitoring. Berikut ini kutipan wawancara dengan Kepala Biro Kerja Sama dan Humas terkait tahapan dalam proses bisnis:

“Tahap pertama itu analisis data dari monitoring media, survei, dan diskusi publik. Tahap kedua itu manajemen isu, bagaimana kita melihat perkembangan isu. Tahap ketiga adalah bagaimana kita memproduksi pesan dalam berbagai bentuk. Contohnya tren saat ini banyak publik yang lebih memanfaatkan aplikasi digital karena efek pandemi, berarti pesan yang diproduksi itu bisa dalam bentuk unggahan foto di Instagram atau video di YouTube. Lalu, tahap keempat ialah bagaimana kita mendistribusikan pesan melalui saluran. Tahap kelima adalah melakukan monitoring dan evaluasi atas komunikasi yang telah dilakukan” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek, 2022)

Berdasarkan temuan di atas, kita dapat melihat bahwa tahap evaluasi strategi komunikasi publik oleh Humas Kemendikbudristek itu selalu dijalankan. Humas Kemendikbudristek memegang teguh prinsip proses bisnis yang terdiri atas lima tahapan tadi, termasuk tahap evaluasi dan monitoring. Humas Kemendikbudristek secara khusus

melakukan evaluasi rutin menggunakan hasil-hasil survei nasional, pemantauan media, dan diskusi publik tentang respon pemangku kepentingan atas program merdeka belajar. Metode survei yang dilakukan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih dalam terkait sejauh mana program merdeka belajar itu dirasakan kebermanfaatannya oleh pemangku kepentingan.

“Kita bekerja sama dengan lembaga survei indikator untuk mensurvei provinsi-provinsi di Indonesia termasuk mahasiswa. Survei yang dihasilkan menunjukkan mahasiswa merasa kebijakan yang dikeluarkan Kemendikbudristek itu bermanfaat. Jadi, setelah mengetahui survei tersebut, maka kita berani untuk melanjutkan implementasi kebijakan”
(Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Sejalan dengan penjabaran sebelumnya bahwasanya Humas Kemendikbudristek melakukan survei nasional, pemantauan media, dan diskusi publik untuk mengetahui sejauh mana program merdeka belajar itu dipahami dan dirasakan manfaatnya oleh pemangku kepentingan. Humas Kemendikbudristek bahkan menjalin kolaborasi dengan lembaga survei profesional untuk mengembangkan survei pada seluruh provinsi yang ada di Indonesia guna mencari tahu tanggapan para pemangku kepentingan tentang program merdeka belajar. Hasil survei nasional yang dikembangkan oleh Kemendikbudristek itu menunjukkan adanya pemahaman yang diterima oleh pemangku kepentingan termasuk mahasiswa terkait program merdeka belajar. Tidak hanya itu, hasil survei juga

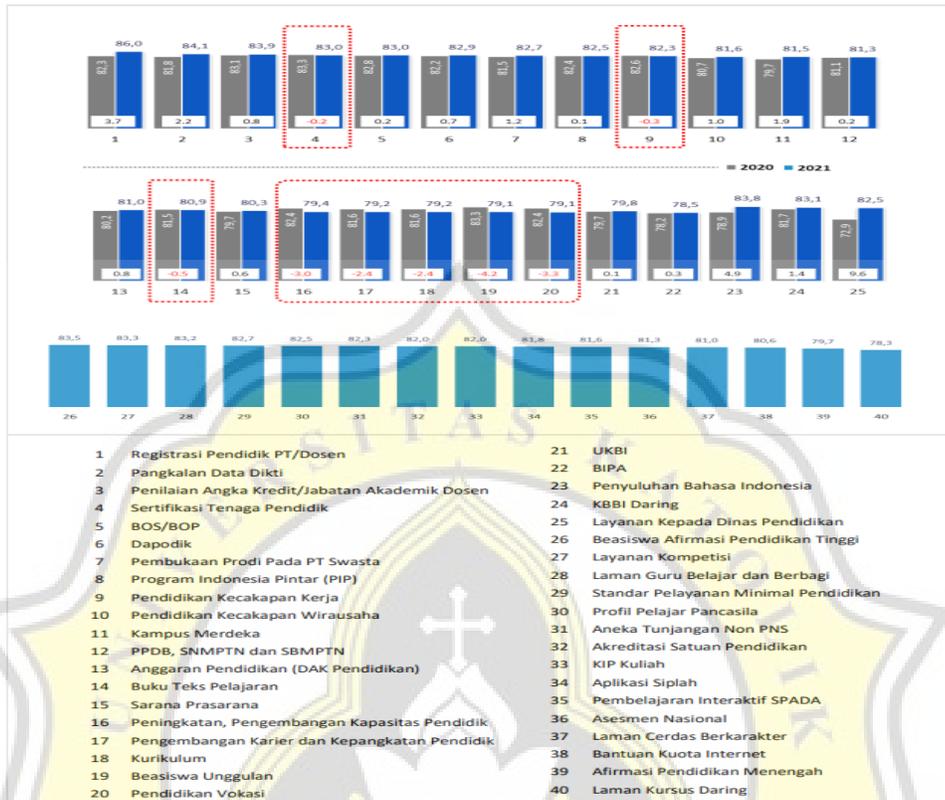
menunjukkan perkembangan program merdeka belajar per periodenya, kendala apa yang harus diperbaiki, dan hasil lainnya.

“Mereka itu punya semacam unit khusus yang memang mengevaluasi perguruan tinggi yakni direktorat jenderal dikti. Survei evaluasi itu akan menunjukkan perkembangan program merdeka belajar seperti apa di periode apa. Terlebih lagi program dari Kemendikbudristek semacam merdeka belajar kan sifatnya berkelanjutan. Program ini tidak akan berhenti pada masa pemerintah Mendikbudristek saat ini, melainkan di masa pemerintahan selanjutnya juga. Jadi, evaluasi itu penting bagi keberlangsungan program di masa depan” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Dari kutipan wawancara di atas, dapat kita ketahui bersama bahwa Humas Kemendikbudristek menyadari pentingnya proses evaluasi dalam komunikasi yang mereka jalankan. Dengan adanya survei nasional, pemantauan media, dan diskusi publik Kemendikbudristek bisa melihat efek dan pengaruh komunikasi publik yang dijalankan. Hasil ini dijadikan proyeksi rencana komunikasi publik yang lebih baik di waktu mendatang. Hal ini sejalan dengan kutipan wawancara di bawah terkait penerapan hasil evaluasi sebagai referensi pelaksanaan komunikasi di masa depan:

“Hasil survei dijadikan data untuk menilai apakah program tersebut membutuhkan perbaikan atau tidak” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Di bawah ini adalah hasil survei nasional tentang kepuasan pemangku kepentingan di seluruh Indonesia terhadap Kinerja Kemendikbudristek tahun 2020-2021:



Gambar 4.13 Indeks Kepuasan Pemangku Kepentingan tahun 2020-2021

Sumber: Ringkasan Eksekutif (Kemendikbudristek, 2021), diakses pada 16 Juli 2022

Survei nasional dikembangkan dengan menggunakan 12.815 responden dari seluruh provinsi di Indonesia. Setiap provinsi terdiri atas satu Kota dan satu Kabupaten. Sampel diambil secara acak sederhana dan *purposive sampling*, dengan pengambilan data dilakukan pada 10 November – 10 Desember 2021. Hasil survei kepuasan pemangku kepentingan menunjukkan program kampus merdeka atau merdeka belajar (lihat nomor 11) memperoleh angka 79,7 pada tahun 2020 dan angka 81,5 pada tahun 2021. Angka tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 1.9 selama satu tahun berjalan. Tren kenaikan ini

menunjukkan bahwa pemangku kepentingan sudah cukup puas dengan merdeka belajar itu sendiri, baik dari sisi substansi program dan promosi program. Meskipun belum sampai angka sembilan, namun untuk program yang baru berjalan satu tahun, merdeka belajar cukup dikatakan sukses memberi manfaat kepada pemangku kepentingan.

“Salah satu indikator bahwa program Kemendikbudristek ini cenderung sukses itu ditunjukkan dari survei yang menyatakan program merdeka belajar dirasa kebermanfaatannya” (Anang Ristanto, Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, 2022)

Setelah memaparkan hasil penelitian tentang evaluasi strategi komunikasi publik Biro Humas Kemendikbudristek di atas, penulis akan menganalisis upaya evaluasi-evaluasi tersebut menggunakan konsep evaluasi yang dikonsepsikan oleh Muntadliroh sebelumnya. Konsep evaluasi yang dijabarkan oleh Muntadliroh (2020:17) menerangkan bahwa evaluasi itu memiliki empat tujuan. Dari keempat tujuan evaluasi, tiga tujuan sudah berhasil dicapai oleh Humas Kemendikbudristek dari hasil evaluasinya. Tujuan pertama yang dicapai yakni peningkatan efektivitas komunikasi. Dengan adanya survei nasional, Humas Kemendikbudristek bisa mengambil hasilnya untuk keperluan peningkatan kinerja komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya. Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bagian hasil penelitian, Humas Kemendikbudristek dan unit lain di lingkungan Kemendikbudristek itu menjadikan hasil survei nasional untuk referensi implementasi komunikasi di masa yang akan datang. Karena survei nasional itu menunjukkan kepuasan pemangku kepentingan terhadap program merdeka belajar, maka Humas

Kemendikbudristek bisa mempertahankan strategi komunikasinya dengan tetap membenahi hambatan-hambatan yang masih ditemukan.

Tujuan evaluasi kedua yang sudah dicapai oleh Humas Kemendikbudristek adalah membangun hubungan dengan audiens. Melalui survei nasional, pemantauan media, dan diskusi publik yang sudah dijalankan, Humas Kemendikbudristek berhasil menghimpun umpan balik dari audiensnya terkait program mereka belajar. Dalam survei, pemantauan media, dan diskusi publik tersebut, Humas Kemendikbudristek bisa mengetahui rentang usia responden, efek yang diterima responden tentang program merdeka belajar, hingga sejauh mana program merdeka belajar itu bermanfaat bagi responden. Oleh karena instrumen evaluasi tersebut, Humas Kemendikbudristek bisa memahami kebutuhan responden yang belum dan yang sudah terpenuhi dari adanya program merdeka belajar tersebut.

Tujuan evaluasi ketiga yang berhasil dicapai Humas Kemendikbudristek adalah mengetahui perubahan tren dan kondisi terbaru di kalangan pemangku kepentingan. Misalnya, dengan pemantauan media cetak dan digital yang dilakukan Humas Kemendikbudristek, mereka bisa mengetahui perkembangan isu di media nasional yang terus berubah setiap harinya. Pemantauan ini memudahkan Humas Kemendikbudristek mengidentifikasi respon pemangku kepentingan terkait program merdeka belajar.

Dari hasil analisis tujuan evaluasi yang berhasil dicapai Humas Kemendikbudristek ini, penulis menyimpulkan bahwa tahap evaluasi strategi komunikasi yang dilakukan Humas Kemendikbudristek terkait program merdeka belajar ini sudah cukup komprehensif. Sebagai lembaga pemerintahan yang mapan, Kemendikbudristek mampu mengembangkan

riset nasional dengan menggerakkan lembaga atau komunitas yang ada. Kemendikbudristek mampu memanfaatkan unit khusus, lembaga riset profesional, dan komunitas publik untuk menghimpun data-data terkait perkembangan program merdeka belajar itu sendiri. Selayaknya organisasi pemerintahan yang sistematis, Kemendikbudristek berhasil menjalankan tahap demi tahap evaluasi yang dimulai dari riset yang dianalisis secara internal. Hasil analisis riset tersebut kemudian dijadikan referensi implementasi program di masa depan.

