

## Lampiran 1

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

No.	Indikator	Aspek yang Dikaji
1.	<b>Ciri-ciri Komunikasi Publik</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa saja bentuk publikasi dan sosialisasi Kemdikbud tentang program merdeka belajar?</li><li>2. Bagaimana respon publik saat Kemdikbud melakukan sosialisasi atau publikasi tentang program merdeka belajar?</li></ol>
2.	<b>Fungsi Komunikasi Publik</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bagaimana cara Kemdikbud menyebarkan informasi tentang program merdeka belajar?</li><li>2. Bagaimana cara Kemdikbud dalam memberi sosialisasi kepada publik tentang program merdeka belajar?</li><li>3. Bagaimana cara Kemdikbud memotivasi publik untuk menekuni dan mengikuti program merdeka belajar?</li></ol>
3.	<b>Strategi Komunikasi Publik</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa tujuan komunikasi Kemdikbud tentang program merdeka belajar menurut Bapak/Ibu?</li><li>2. Bagaimana Kemdikbud memilih dan menetapkan komunikator untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li><li>3. Bagaimana kemdikbud menetapkan target sasaran komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li><li>4. Bagaimana kemdikbud menganalisis kebutuhan audiens tentang komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li></ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Bagaimana kemdikbud menyusun pesan komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li> <li>6. Apa saja teknik penyusunan pesan komunikasi kemdikbud dalam membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li> <li>7. Bagaimana kemdikbud memilih media untuk melakukan komunikasi publik guna membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li> <li>8. Bagaimana kemdikbud memilih saluran untuk melakukan komunikasi publik guna membangun pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?</li> </ol>
4.	<b>Pemahaman Mahasiswa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah strategi komunikasi yang sudah dijalankan hingga saat ini tentang program merdeka belajar sudah efektif dalam membangun pemahaman mahasiswa?</li> </ol>

## Lampiran 2

### Transkrip wawancara I

**Informan** : Bapak Anang Ristanto (Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek)

**Tanggal wawancara** : Jumat, 1 Juli 2022

#### Ciri-ciri Komunikasi

1. **Peneliti:** Apa saja bentuk publikasi dan sosialisasi Kemendikbud tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:**

- **Bentuk publikasi:** siaran pers, infografik, artikel, video/videografik, foto, dan buku saku Soal Sering Ditanya (*Frequently Asked Question/FAQ*) tentang program Merdeka Belajar.
- **Bentuk sosialisasi:** Sosialisasi langsung ke pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal berupa surat edaran, pertemuan rutin, dan ajang khusus (*special event*).

2. **Peneliti:** Bagaimana respons publik saat Kemendikbud melakukan sosialisasi atau publikasi tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** Sampai dengan saat ini, berdasarkan hasil pemantauan media (*media monitoring*) dan survei, sebagian besar publik mendukung dan merasakan kebermanfaatannya program Merdeka Belajar.

#### Fungsi Komunikasi Publik

1. **Peneliti:** Bagaimana cara Kemendikbud menyebarkan informasi tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:**

- Media milik sendiri (*owned media*): 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.
- Media yang diperoleh (*earned media*): membangun keterlibatan

(*engagement*) dengan warganet di media sosial dan mengoptimalkan peran aktivitas hubungan media nasional dan daerah melalui Forum Wartawan Pendidikan dan Kebudayaan (Fortadikbud).

2. **Peneliti:** Bagaimana cara Kemendikbud dalam memberi sosialisasi kepada publik tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** Kolaborasi dengan komunitas dan pemangku kepentingan (diskusi publik dan webinar).

3. **Peneliti:** Bagaimana cara Kemendikbud memotivasi publik untuk menekuni dan mengikuti program Merdeka Belajar?

**Informan:** 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.

### Strategi Komunikasi Publik

1. **Peneliti:** Apa tujuan komunikasi Kemendikbud tentang program Merdeka Belajar menurut Bapak/Ibu?

**Informan:** Agar para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal mengetahui kebijakan Merdeka Belajar dengan meningkatnya kesadaran (*awareness*), pengetahuan, atau perubahan sikap dan perilaku.

2. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbud memilih dan menetapkan komunikator untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** 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.

3. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbud menetapkan target sasaran komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** 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*, yaitu pemangku kepentingan yang pendapatnya dapat memengaruhi opini publik secara luas. *Key players* dapat dikatakan sebagai *stakeholders* kunci/penting.
  - *Meet their needs*, yaitu pemangku kepentingan yang perlu dipenuhi kebutuhannya.
  - *Show consideration*, yaitu pemangku kepentingan yang perlu diperhatikan.
  - *Least important*, yaitu pemangku kepentingan yang memiliki hubungan tidak strategis dengan Kemendikbudristek tetapi perlu dibina.
4. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbud menganalisis kebutuhan audiens tentang komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** 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.

5. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbud menyusun pesan komunikasi untuk membangun pemahaman mahasiswa tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:**

Membangun tujuan komunikasi ke dalam tiga tahapan:

- Tahap kognitif: dampak komunikasi yang bersifat pengetahuan dengan memantik kesadaran target audiens agar memiliki pengetahuan tentang narasi yang kita sampaikan.

- Tahap afektif: dampak komunikasi yang bersifat sikap/opini dengan meyakinkan target audiens agar mempertimbangkan dukungan ataupun perubahan sikap terhadap narasi kita sampaikan.
- Tahap konatif: 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.

6. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbud memilih media untuk melakukan komunikasi publik guna membangun pemahaman mahasiswa tentang program Merdeka Belajar?

**Informan:** Pemilihan media/saluran komunikasi dilakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran. Varian media yang digunakan adalah media berbayar, media miliki sendiri, dan media yang diperoleh.

#### **Pemahaman Mahasiswa**

1. **Peneliti:** Apakah strategi komunikasi yang sudah dijalankan hingga saat ini tentang program Merdeka Belajar sudah efektif dalam membangun pemahaman mahasiswa?

**Informan:** Sampai dengan saat ini, kami melihat strategi komunikasi yang sudah dijalankan sudah cukup efektif. Hal ini dapat dilihat melalui hasil Survei Kepuasan Pemangku Kepentingan Tahun 2021 dan Survei Opini Publik Terhadap Kebijakan Kemendikbudristek Tahun 2022.

### Lampiran 3

#### Transkrip Wawancara II

**Informan** : Bapak Anang Ristanto (Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek)

**Tanggal wawancara** : Kamis, 14 Juli 2022

1. **Peneliti:** Bagaimana Biro Humas Kemendikbudristek menganalisis tren publik sebelum melakukan komunikasi publiknya terkait program merdeka belajar?

**Informan:** 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.

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

2. **Peneliti:** Bagaimana Kemendikbudristek memilih saluran/media komunikasi publik?

**Informan:** 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. Tahap keempat ialah bagaimana kita mendistribusikan pesan melalui saluran. Tahap kelima adalah melakukan monitoring dan evaluasi atas komunikasi yang telah dilakukan.

3. **Peneliti:** Apakah ada hambatan dan kendala selama komunikasi publik tentang program merdeka belajar?

**Informan:** Salah satu indikator bahwa program Kemendikbudristek ini cenderung sukses itu ditunjukkan dari survei yang menyatakan program merdeka belajar dirasa kebermanfaatannya.

4. **Peneliti:** Sudah berapa banyak webinar dan diskusi publik yang telah dilaksanakan?

**Informan:** 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”

5. **Peneliti:** Apakah Kemendikbudristek pernah melakukan sosialisasi secara langsung kepada mahasiswa?

**Informan:** Pastinya, apalagi ke perguruan tinggi yang sudah berbadan hukum, artinya perguruan tinggi tersebut bisa mengelola perguruan tingginya dengan baik. Sehingga frekuensi sosialisasinya lebih banyak daripada yang belum. Bentuk sosialisasinya berupa sosialisasi kerjasama dengan ikatan alumni dan sosialisasi kerjasama dengan BEM perguruan tinggi.

6. **Peneliti:** Dari internal biro Humas Kemendikbudristek, evaluasi terkait komunikasi program merdeka belajar seperti apa ya?

**Informan:** Kita pertama memiliki monitoring dan evaluasi dari survei dan media monitoring. Untuk melihat sejauh mana program merdeka belajar itu dirasakan kebermanfaatannya

7. **Peneliti:** Apakah ada laporan evaluasi khusus terkait program merdeka belajar yang bisa diakses?

**Informan:** Kita ada namanya survei pemangku kepentingan, itu bisa diakses di laman kemdikbud. Kita juga bekerjasama dengan lembaga profesional dalam hal riset.

8. **Peneliti:** Apakah ada survei tentang sejauh mana pemahaman mahasiswa tentang program merdeka belajar?

**Informan:** Mereka itu punya semacam unit khusus yang memang mengevaluasi perguruan tinggi yakni direktorat jenderal dikti bahwa program ini seperti ini dan seperti ini.

9. **Peneliti:** Bagaimana evaluasi tersebut dijadikan referensi implementasi komunikasi publik di masa depan?

**Informan:** Hasil monitoring dijadikan data untuk menilai apakah program tersebut membutuhkan perbaikan atau tidak.

10. **Peneliti:** Siapa saja pemangku kepentingan dari Kemendikbudristek?

**Informan:** Kita ada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Kalau internal itu seperti Menteri, Sekretariat Jenderal, Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Inspektorat Jenderal, dan masih banyak lagi. Sedangkan, untuk pemangku kepentingan eksternal itu terdiri atas Pemerintah Pusat dan Daerah, Konstituen (orang tua, guru, pendidik), Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah, Lembaga Pendidikan Vokasi, media, dan lain-lain.

11. **Peneliti:** Bagaimana struktur organisasi Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek?

**Informan:** Pada bagian teratas itu ada Kepala biro (Eselon 2). Di bawahnya ada koordinator-koordinator, mulai dari koordinator strategi komunikasi, koordinator publikasi, koordinator layanan informasi, dan koordinator kerja sama luar negeri. Di bawah koordinator strategi komunikasi ada Kapokja Riset dan Penyusunan Program Komunikasi, Kapokja Kerja Sama Media, Kapokja Fasilitasi Kerja Sama Dalam Negeri, Fasilitasi Hubungan Lembaga Masyarakat, dan Fasilitasi Hubungan Lembaga Negara. Di bawah Koordinator publikasi ada Kapokja Pengelola Laman, Kapokja Liputan dan Fasilitasi Media, Kapokja Pengelolaan Media Sosial, dan Kapokja Pengelolaan Media Internal, Publikasi Daring dan Luring. Di bawah koordinator layanan informasi ada Kapokja Layanan Terpadu, Kapokja Pengelolaan Data dan Pengembangan Sistem Informasi Layanan, Kapokja Pengembangan dan Inovasi Layanan, Kapokja Pengelolaan Aspirasi dan PPID, dan Kapokja Layanan Perpustakaan. Terakhir, di bawah koordinator kerja sama luar negeri ada Kapokja Amerika Eropa, Kapokja Asia Pasifik, Kapokja Regional Multilateral, Kapokja Atdikbud dan SILN, dan Kapokja G20.

## Lampiran 4



**Rekaman Wawancara dengan Kepala Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek**



**Kantor Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi**

PAPER NAME

**TA-18.M1.0149 Maura Geraldhine Vidhany Laras**

WORD COUNT

**15148 Words**

CHARACTER COUNT

**104456 Characters**

PAGE COUNT

**85 Pages**

FILE SIZE

**379.0KB**

SUBMISSION DATE

**Jul 28, 2022 1:48 PM GMT+7**

REPORT DATE

**Jul 28, 2022 1:51 PM GMT+7**

● **13% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 12% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 9% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks

