

Strategi Komunikasi Sidina Community Dalam Memasyarakatkan Program Merdeka Belajar Tahun 2023

Anang Kusuma, Hadiati Hadiati, Yunita Sari

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia
E-mail penulis pertama/korespondensi : an.kusuma812@gmail.com

Abstract

Education in Indonesia faces various challenges, such as an overly dense curriculum, less innovative learning methods, and disparities in access to education in various regions. To address these issues, the Merdeka Belajar program was designed as an effort to provide greater freedom and flexibility for educational units, teachers, and students in creating a more contextual, creative, and participatory learning process. This study aims to determine and analyze the communication strategies implemented by the Sidina Community in popularizing the Merdeka Belajar program in 2023. The focus of the study is on the challenges, results, and evaluation of the implementation of the communication strategies carried out. This study uses a case study approach to explore in depth the process carried out by the community in conveying educational messages to the public. The results of the study show that the communication strategy is carried out through webinars, social media, especially Instagram, and training for members as a form of message extension. The evaluation shows that this strategy is relevant and quite effective in responding to existing challenges.

Keywords: *communication; communication strategy; Merdeka Belajar*

Abstrak

Pendidikan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti kurikulum yang terlalu padat, metode pembelajaran yang kurang inovatif, serta kesenjangan akses pendidikan di berbagai wilayah. Untuk menjawab persoalan tersebut, program Merdeka Belajar dirancang sebagai upaya untuk memberikan kebebasan dan fleksibilitas lebih besar bagi satuan pendidikan, guru, dan siswa dalam menciptakan proses pembelajaran yang lebih kontekstual, kreatif, dan partisipatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Sidina Community dalam memasyarakatkan program Merdeka Belajar pada tahun 2023. Fokus kajian terletak pada tantangan, hasil, dan evaluasi pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam proses yang dijalankan oleh komunitas tersebut dalam menyampaikan pesan edukatif kepada publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilakukan melalui webinar, media sosial khususnya Instagram, serta pelatihan kepada anggota sebagai bentuk perpanjangan pesan. Evaluasi menunjukkan bahwa strategi ini relevan dan cukup efektif dalam menjawab tantangan yang ada. Meski demikian, Sidina Community tetap melakukan evaluasi berkala untuk memastikan kesesuaian strategi dengan dinamika lapangan dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Kata kunci: Komunikasi; Strategi Komunikasi; Merdeka Belajar.

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan kebutuhan dasar manusia yang berperan penting dalam membentuk karakter, kecerdasan, dan keterampilan individu untuk menghadapi tantangan kehidupan. Pendidikan tidak hanya menjadi sarana mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga merupakan proses pembudayaan nilai-nilai yang membangun kepribadian dan integritas bangsa. Dalam konteks global, kualitas pendidikan menjadi tolak ukur kemajuan suatu negara karena dari sistem pendidikan yang baik akan lahir sumber daya manusia yang unggul dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Namun, kenyataannya pendidikan di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, antara lain kurikulum yang padat dan kaku, metode pengajaran yang belum inovatif, serta ketimpangan akses pendidikan antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Selain itu, perkembangan teknologi yang begitu pesat menuntut adaptasi sistem pendidikan agar mampu menghadirkan pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan masa kini. Oleh karena itu, diperlukan terobosan dan inovasi kebijakan pendidikan yang mampu menjawab tantangan-tantangan tersebut secara sistemik.

Sebagai respons terhadap berbagai permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) meluncurkan kebijakan "Merdeka Belajar". Program ini bertujuan untuk memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada sekolah, guru, dan peserta didik dalam proses pembelajaran. Konsep utama dari Merdeka Belajar adalah pembelajaran yang berpusat pada peserta didik, menyesuaikan dengan minat, bakat, dan kebutuhan masing-masing individu. Dalam implementasinya, Merdeka Belajar mendorong terciptanya lingkungan belajar yang inklusif, partisipatif, dan kolaboratif.

Merdeka Belajar juga menekankan pentingnya peran aktif guru sebagai fasilitator yang mampu menciptakan pembelajaran bermakna. Di sisi lain, peserta didik diharapkan menjadi subjek aktif dalam menentukan strategi belajar yang paling sesuai bagi dirinya. Pemerintah menyediakan berbagai platform digital dan sumber daya terbuka guna mendukung proses pembelajaran yang lebih mandiri dan adaptif. Namun, sebagaimana kebijakan publik lainnya, keberhasilan implementasi Merdeka Belajar sangat bergantung pada strategi komunikasi yang tepat, efektif, dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, keterlibatan aktor-aktor non-pemerintah seperti komunitas pendidikan, lembaga pelatihan, dan organisasi masyarakat sipil menjadi sangat penting. Salah satu komunitas yang aktif berkontribusi dalam menyukseskan program Merdeka Belajar adalah Sidina Community. Komunitas ini merupakan organisasi sosial yang berfokus pada pengembangan kapasitas pendidikan dan literasi masyarakat. Dengan jaringan yang luas dan pemahaman mendalam terhadap isu pendidikan, Sidina Community dipercaya untuk menjadi mitra strategis

Kemendikbudristek dalam menyosialisasikan dan mengimplementasikan program Merdeka Belajar.

Sidina Community tidak hanya bertugas menyampaikan informasi seputar kebijakan pendidikan, tetapi juga turut mendampingi proses transformasi pembelajaran di lapangan. Mereka melakukan pelatihan, pendampingan, serta menyediakan ruang diskusi untuk guru, siswa, dan pemangku kepentingan pendidikan lainnya. Peran strategis ini menjadikan Sidina Community sebagai salah satu pilar penting dalam ekosistem Merdeka Belajar. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Sidina Community dalam mengampanyekan kebijakan Merdeka Belajar, khususnya selama tahun 2023.

Strategi komunikasi merupakan seperangkat rencana dan pendekatan yang dirancang untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada khalayak sasaran. Dalam konteks kebijakan pendidikan, strategi komunikasi tidak hanya menyangkut aspek penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana membangun pemahaman, keterlibatan, dan komitmen dari para penerima pesan. Strategi komunikasi yang efektif mampu membentuk opini publik yang positif, memperkuat dukungan terhadap kebijakan, dan mendorong perubahan perilaku yang diharapkan.

Sidina Community sebagai organisasi pelaksana tentu menghadapi berbagai tantangan dalam menyampaikan pesan kebijakan Merdeka Belajar. Tantangan tersebut meliputi keberagaman latar belakang sasaran audiens, keterbatasan akses informasi di daerah terpencil, resistensi terhadap perubahan, hingga kesenjangan digital. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang digunakan harus bersifat kontekstual, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan lapangan. Pendekatan ini penting agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga diinternalisasi oleh para penerima.

Selama tahun 2023, Sidina Community diketahui menjalankan sejumlah strategi komunikasi, antara lain melalui penyelenggaraan webinar edukatif, kampanye media sosial, serta pelatihan langsung kepada para anggotanya. Webinar menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan informasi secara cepat dan interaktif. Sementara itu, penggunaan media sosial seperti Instagram memungkinkan pesan Merdeka Belajar tersebar luas dan menjangkau generasi muda dengan bahasa yang lebih akrab dan visual menarik. Pelatihan kepada anggota juga merupakan strategi penting sebagai bentuk "perpanjangan tangan" dalam menjangkau komunitas yang lebih luas.

Meskipun telah menunjukkan hasil yang cukup positif, Sidina Community tetap melakukan proses evaluasi secara berkala guna menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika yang terjadi di lapangan. Hal ini penting untuk menjaga relevansi dan efektivitas pesan yang disampaikan, serta memastikan bahwa tujuan utama dari program Merdeka Belajar dapat tercapai. Evaluasi ini mencakup analisis terhadap respon audiens, efektivitas media yang digunakan, serta hambatan-hambatan yang muncul selama pelaksanaan.

Dengan mempertimbangkan peran penting Sidina Community dalam ekosistem Merdeka Belajar, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang mereka terapkan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan praktik komunikasi yang dilakukan, tetapi juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu keberhasilan strategi tersebut. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan strategi komunikasi kebijakan pendidikan di masa mendatang, baik oleh pemerintah maupun oleh mitra-mitranya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang dijalankan oleh Sidina Community dalam menyosialisasikan kebijakan program Merdeka Belajar kepada kelompok sasaran yang telah ditentukan, khususnya selama pelaksanaan program di tahun 2023. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi, serta mengevaluasi sejauh mana strategi komunikasi tersebut berhasil mencapai tujuannya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan kebijakan komunikasi pendidikan yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, yaitu sebuah paradigma yang melihat ilmu sosial sebagai suatu analisa sistematis terhadap aktivitas sosial yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung. Paradigma penelitian ini digunakan oleh penulis untuk melihat pengembangan pemahaman yang digunakan untuk membantu proses interpretasi fenomena yang diteliti. Pemilihan ini dinilai tepat untuk menelaah sudut pandang yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sidina Community untuk memasyarakatkan program Merdeka Belajar di tahun 2023.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian dengan metode kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif. Yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan tujuan manajemen dan usaha yang dilakukan untuk memanfaatkan sebuah teknik guna membantu proses penelitian yang dilakukan sehingga data dan informasi yang diperoleh dapat dideskripsikan secara menyeluruh dan berurutan (Suyatno, 2011 dalam Khazna, 2023). Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif merupakan metode yang banyak digunakan menggunakan dasar filosofis untuk melakukan suatu proses penelitian yang diikuti dengan beberapa unsur aturan ilmiah.

Penulis juga memanfaatkan strategi penelitian dengan menggunakan studi kasus karena dianggap sesuai dengan penelitian yang dijalankan. Studi kasus juga dianggap sebagai strategi yang tepat karena memiliki tujuan untuk memberikan gambaran secara terperinci mengenai latar belakang, sifat dan karakter yang unik pada masing-masing fenomena yang diangkat oleh karena itu, sifat dan karakter yang unik tersebut kemudian akan dijadikan sebagai karakter atau sifat yang umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tujuan Strategi Komunikasi Sidina Community

Sebagai sebuah lembaga yang terpercaya, Sidina Community memiliki peranan penting agar program Merdeka Belajar ini dapat dijalankan secara maksimal sehingga memiliki dampak yang baik bagi masyarakat Indonesia. Dengan adanya kolaborasi ini, Sidina Community memiliki beberapa tujuan strategi komunikasi yang dijalankan untuk memasyarakatkan program Merdeka Belajar.

a. *Announcing*

Announcing program Merdeka Belajar menjadi salah satu tujuan dari strategi komunikasi yang dijalankan oleh Sidina Community. Sebagai lembaga yang bekerja sama dengan Kemendikbudristek, Sidina Community berperan penting dan bertanggung jawab penuh dalam proses ini khususnya yang terkait program awareness agar masyarakat memiliki informasi yang jelas terhadap program yang dijalankan serta mampu menarik minat mereka.

b. *Motivating*

Sebagai mitra Kemendikbudristek, Sidina Community bertanggung jawab juga untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan bisa memberikan motivasi bagi masyarakat untuk mendukung dan mengikuti program Merdeka Belajar. Strategi komunikasi yang menarik, relevan, dan mudah dimengerti.

Sidina Community juga mempertimbangkan tujuan strategi komunikasinya untuk bisa memotivasi Audiens agar ikut berpartisipasi dalam setiap aktivitas atau pelatihan yang dijalankan. Kemasan strategi komunikasi yang dilakukan juga harus didesain sedemikian rupa agar dapat menarik minat masyarakat.

c. *Educating*

Tujuan strategi komunikasi yang dijalankan oleh Sidina Community terhadap sosialisasi program Merdeka Belajar selalu memiliki unsur edukasi di dalamnya. Mereka juga selalu memastikan agar setiap informasi yang terkandung dalam strategi yang dijalankan, dapat dimengerti dan dipahami secara baik sehingga maksudnya tersampaikan.

Lebih lanjut, Sidina Community juga selalu memastikan setiap informasi yang terdapat pada strategi komunikasi akan dirumuskan dan dikategorikan sesuai dengan tatanan dan juga target Audiens. Dengan adanya pembagian ini, mereka meyakini bahwa masyarakat atau target Audiens dapat memahami dan lebih mengerti akan informasi yang ingin disampaikan sehingga objektif dari strategi komunikasi yang dijalankan dapat diterima dengan baik.

d. *Supporting Decision Making*

Setiap pengambilan keputusan akan tujuan atau objektif dari strategi komunikasi yang dijalankan oleh Sidina Community terhadap program Merdeka Belajar, selalu dibarengi dengan *insight* atau data yang diperoleh dari semua pihak termasuk dari kalangan masyarakat dan juga dari pihak eksternal.

Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil harus sejalan dan sesuai dengan keinginan yang dikehendaki oleh pihak Kemendikbudristek. Lebih lanjut, dengan adanya *alignment* ini diharapkan mampu untuk lebih memberikan efisiensi dan efektivitas yang mampu untuk memenuhi harapan semua pihak.

2. Langkah-Langkah Yang Dilakukan Sidina Community Dalam Menentukan Strategi Komunikasi

Setelah menentukan tujuan atau objektif yang ingin dicapai dalam penerapan strategi komunikasi, tahapan selanjutnya yang perlu untuk dilakukan adalah menjalankan langkah-langkah dalam menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk program Merdeka Belajar.

Peneliti mendapatkan jawaban mengenai langkah-langkah yang dilakukan Sidina Community dengan mengaitkan langkah penting dalam merumuskan strategi komunikasi menurut Suprpto (2011) dalam Harahap, Dkk., (2022), sebagai berikut:

a. Mengenal Target Audiens

Sidina Community menargetkan beberapa segmentasi masyarakat yang menjadi sasaran dari strategi komunikasi yang dijalankan. Target utama dari program ini adalah masyarakat Indonesia khususnya adalah perempuan. Sebagai sebuah lembaga yang memiliki strength terhadap isu-isu perempuan dan sosial yang erat dengan situasi di lapangan, peranan ibu-ibu dan wanita muda sebagai penggerak menjadi penting bagi Sidina Community, khususnya dalam memasyarakatkan program Merdeka Belajar, sangat signifikan dan berdampak besar. Namun demikian, Sidina Community tidak menutup peluang untuk laki-laki terlibat dalam aktivitas mereka.

Sidina Community tidak hanya berfokus kepada masyarakat atau target audiens yang berdomisili di Jakarta atau daerah sekitarnya, tapi juga menargetkan audiens yang tersebar di daerah-daerah lain yang belum terjangkau secara penuh oleh program-program formal serupa.

b. Penyusunan Pesan

Setiap proses penyusunan pesan yang akan dimuat dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sidina Community, khususnya terkait sosialisasi program Merdeka Belajar, selalu mempertimbangkan berbagai macam faktor. Mulai dari faktor internal yaitu objektif serta tujuan yang diharapkan dari penyusunan strategi komunikasi tersebut, serta faktor eksternal yaitu kondisi di lapangan dan target audiens yang ingin disasar.

Dengan adanya beragam faktor tersebut, tentunya bukan hal yang mudah untuk dilakukan pihak Sidina Community. Akan tetapi, Sidina Community selalu mengedepankan komunikasi yang baik khususnya dengan pihak Kementerian selaku inisiator program Merdeka Belajar agar *alignment* yang dibangun tetap dapat terjaga. Begitupun sebaliknya, pihak Kementerian selalu memberikan ruang

kepada Sidina Community untuk dapat mengeksplorasi sesuai dengan *style* dan gaya yang tetap mencerminkan ciri khas Sidina Community.

c. Penetapan Metode

Dalam menetapkan metode yang digunakan untuk strategi komunikasi khususnya memasyarakatkan program Merdeka Belajar, Sidina Community menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan yang dilakukan untuk mempersuasi target audiens yang disasar agar mereka mau untuk berpartisipasi dalam program Merdeka Belajar, serta pendekatan informatif yaitu dengan memberikan informasi dan edukasi terkait program Merdeka Belajar serta manfaat apa saja yang diperoleh.

Kedua pendekatan itu dianggap sejalan dengan misi dan objektif dari program yang dijalankan, serta tetap menyesuaikan dengan target audiens yang memiliki keberagaman latar belakang baik dari sisi letak geografis, ekonomi, pendidikan maupun keberagaman lainnya.

d. Proses Seleksi dan Penggunaan Media

Kaitannya dengan proses seleksi dan penggunaan media yang dipakai untuk strategi komunikasi yang dijalankan, Sidina Community mempertimbangkan berbagai aspek diantaranya anggaran yang tersedia, target audiens yang ingin disasar, kondisi geografis, serta evaluasi dari media yang dipakai. Dalam wawancara yang dijalankan, narasumber melihat aspek-aspek tersebut sebagai penentu dalam menentukan media untuk distribusi strategi komunikasi memasyarakatkan program Merdeka Belajar.

Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut, Sidina Community menganggap bahwa pemanfaatan media baru seperti media sosial Instagram, aplikasi Zoom untuk webinar dan teknologi lain menjadi pilihan yang sesuai dengan kondisi atau kriteria yang sudah dijelaskan di atas.

e. Hambatan atau Tantangan

Dalam menjalankan strategi komunikasi, Sidina Community tidak terlepas dari berbagai macam hambatan dan juga tantangan yang dihadapi di lapangan. Tantangan-tantangan seperti jumlah peserta yang tidak sesuai dengan target, pesan yang tidak tersampaikan dengan baik, kondisi geografis yang sulit untuk dijangkau dan masih banyak lagi.

Untuk mengatasi beragam masalah dan tantangan tersebut Sidina Community memiliki berbagai langkah yang dilakukan diantaranya dengan menjalankan proses penyampaian pesan yang dikemas dengan menarik, jelas, dan informatif agar masyarakat memahami serta tertarik untuk mengikuti program Merdeka Belajar.

Selain itu, setiap program pelatihan yang ditawarkan juga melibatkan instruktur-instruktur yang memiliki pemahaman dan pengalaman di bidang yang ditekuni agar setiap pelatihan yang dijalani bisa memberikan kesan dan manfaat yang diharapkan. Sidina Community juga menggunakan berbagai platform dan metode untuk mengakomodir target audiens yang memiliki letak geografis

berbeda sehingga semua pihak dapat tetap menerima pesan yang terkandung meskipun berlokasi di daerah lain.

3. Strategi Komunikasi Sidina Community dalam Memasyarakatkan Program Merdeka Belajar 2023

Kaitannya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sidina Community untuk memasyarakatkan program Merdeka Belajar 2023, terdapat beberapa strategi yang dijalankan diantaranya:

- a. Webinar yang dilakukan oleh Sidina Community untuk memberikan sosialisasi terkait program Merdeka Belajar.
- b. Menggunakan media sosial Instagram @sidina.community untuk membantu proses sosialisasi dan promosi program Merdeka Belajar.
- c. Mengadakan kegiatan pelatihan kepada member Sidina Community sebagai bagian dari perpanjangan tangan dalam proses sosialisasi program Merdeka Belajar.

Faktor penentu yang menjadi landasan ditentukannya strategi komunikasi untuk memasyarakatkan program Merdeka Belajar oleh Sidina Community tahun 2023 adalah sebagai berikut:

- a. Faktor anggaran – setiap strategi komunikasi yang dipilih harus sesuai dengan anggaran yang tersedia.
- b. Faktor geografis – setiap strategi komunikasi yang dipilih harus mempertimbangan letak geografis dari target audiens yang disasar.
- c. Faktor latar belakang audiens – setiap strategi komunikasi yang dipilih harus menyesuaikan latar belakang target audiens yang disasar mulai dari latar belakang ekonomi, sosial budaya, pendidikan, dan masih banyak lagi.
- d. Faktor pendekatan metode – setiap strategi komunikasi yang dipilih harus sejalan dengan metode pendekatan yang dipilih, dalam kasus ini pendekatan metode yang dipilih adalah persuasif dan informatif sehingga setiap strategi komunikasi yang diambil harus menyesuaikan dengan unsur persuasive dan informatif.

4. Keberlangsungan Strategi Komunikasi Sidina Community Terhadap Sosialisasi Program Merdeka Belajar di Masa Depan

Keberlangsungan strategi komunikasi terhadap sosialisasi program Merdeka Belajar 2023 tetap akan dilakukan oleh tim Sidina Community. Meskipun akan tetap dijalankan, mereka tetap akan terus menjalankan evaluasi secara berkala dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang diambil tetap relevan dan tetap bisa dijadikan sebagai alat untuk menjawab objektif-objektif yang ditetapkan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Sidina Community menerapkan tiga strategi utama dalam menyosialisasikan program Merdeka Belajar tahun 2023, yaitu melalui penyelenggaraan webinar, promosi melalui media sosial Instagram, serta pelatihan kepada para anggota komunitas sebagai agen penyampai informasi. Dalam pelaksanaannya, Sidina Community menghadapi tantangan seperti bagaimana membuat strategi komunikasi yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens yang beragam. Untuk mengatasi hal tersebut, mereka mengadaptasi pesan komunikasi agar lebih sederhana dan menarik sesuai latar belakang sasaran. Dalam menjaga keberlanjutan program, Sidina Community berkomitmen untuk tetap menerapkan strategi yang telah berjalan sambil terus melakukan evaluasi dan penyempurnaan sesuai dinamika di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Sidina Community terus mengembangkan pendekatan komunikasi yang berbasis pada karakteristik target audiens, termasuk penggunaan media digital yang lebih interaktif dan data-driven. Evaluasi rutin terhadap efektivitas strategi komunikasi perlu dilakukan dengan melibatkan umpan balik langsung dari peserta program untuk mengetahui dampaknya secara lebih komprehensif. Selain itu, kolaborasi lebih luas dengan institusi pendidikan dan komunitas lokal juga dapat memperluas jangkauan pesan kebijakan Merdeka Belajar secara lebih merata. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus diperluas pada analisis dampak jangka panjang dari strategi komunikasi terhadap perubahan perilaku dan persepsi masyarakat terhadap program Merdeka Belajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, D. K. (2020). Merdeka belajar dalam pandangan Ki Hadjar Dewantara dan relevansinya bagi pengembangan pendidikan karakter. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 3(3). <https://doi.org/10.xxxxx>
- Algiwity, D., Majid, A., & Muttagin, A. (2021). Strategi komunikasi publik melalui media publisitas Universitas Muslim Indonesia Makassar dalam penyebaran informasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka tahun 2021. Makassar: Universitas Muslim Indonesia.
- Ansori, F. P. (2022). Merdeka belajar dalam pendidikan Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Pembelajaran (JUMPA)*, 3(2). <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/jumpa>
- Batubara, J. (2017). Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Darlis, A., et al. (2022). Pendidikan berbasis Merdeka Belajar. *Analytica Islamica*, 11(2), 393–402.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku ajar manajemen dan strategi komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

- Elyas, H., Iskandar, E., & Suardi. (2020). Inovasi model sosialisasi peran serta masyarakat Kecamatan Hamparan dalam pemilu. *Jurnal Warta*, 14(1), 2–8.
- Golagil, V. A., Tsabit, M., & Syarief, F. (2020). Pemanfaatan webinar sebagai media komunikasi pemasaran di masa pandemi Covid-19 (Studi kasus: Webinar BSI Digination). *Cakrawala*, 20(2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi komunikasi organisasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Haryanto, E. (2008). *Teknologi informasi dan komunikasi: Konsep dan perkembangannya*. Yogyakarta: Penerbit tidak disebutkan.
- Kurniati, D. P. Y. (2016). *Model komunikasi verbal dan non-verbal*. Bali: Universitas Udayana.
- Lumoidong, C. (2023). Strategi komunikasi pemasaran Lion Parcel untuk meningkatkan brand awareness dengan menggunakan Denny Sumargo sebagai brand ambassador di media sosial Instagram. Jakarta: Universitas Paramadina.
- Marina, R. (2022). Strategi komunikasi Pemerintah Kota Bandung dalam sosialisasi Mal Pelayanan Publik melalui media sosial Instagram. Bandung: Universitas Pasundan.
- Munirah. (2015). Sistem pendidikan di Indonesia: Antara keinginan dan realita. *Jurnal Pendidikan Islam*. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/article/879>
- Nainggolan, N. T., et al. (2021). *Komunikasi organisasi: Teori, inovasi, dan etika*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Nawawi, H., & Hadari, M. (1992). *Instrumen penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Nur, E. (2018). Strategi komunikasi Pemerintah Kota Makassar dalam sosialisasi program Makassar Tidak Rantasa. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 103–116.
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma interpretif*. Malang: Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Severin, W. J., & Tankard Jr., J. W. (2014). *Teori komunikasi: Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa* (Edisi ke-5). Jakarta: Kencana Persada.
- Simmons, R. E. (1990). *Communication campaign management: A system approach*. London: Longman.
- Sugiyono. (2015a). *Metode penelitian pendidikan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2018). *Teknik sampling untuk survei dan eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suhartono, O. (2021). Kebijakan Merdeka Belajar dalam pelaksanaan pendidikan di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1).

- Tamsuri, A. (2022). Literatur review penggunaan metode Kirkpatrick untuk evaluasi pelatihan di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8).
- Wisman, Y. (2017). Komunikasi efektif dalam dunia pendidikan. *Jurnal Nomosleca*, 3(2), 646–654.