

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan kegiatan menyampaikan pesan atau informasi dari suatu organisasi kepada publik yang bertujuan membangun serta menjaga Hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan audiensnya. Penyampaian pesan dilakukan secara terencana dan bertahap, melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, perancangan pesan yang akan disampaikan, dan pelaksanaan penyampaian pesan kepada publik. Penyampaian pesan atau informasi dalam komunikasi humas dilakukan dengan cara memastikan pesan yang diterima dengan jelas, dan mendukung tujuan instansi melalui berbagai saluran informasi seperti media sosial, *poster*, *banner* dan sosialisasi. Tujuan komunikasi humas adalah untuk membangun citra positif instansi, serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap program dan kegiatan yang dilaksanakan.

Komunikasi humas menjadi salah satu unsur penting yang menentukan kelangsungan suatu instansi atau organisasi, karena memiliki peran strategis dalam membangun, membina, serta mempertahankan hubungan yang positif dan harmonis dengan masyarakat. Melalui komunikasi yang efektif, manusia dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan program instansi, memperkuat citra lembaga, serta membantu tercapainya tujuan institusional secara menyeluruh. Salah satu bentuk nyata dari peran komunikasi humas adalah melalui kegiatan sosialisasi, yaitu proses penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara dirancang

sistematis dan terarah. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah agar informasi penting seperti kebijakan, program, atau layanan dapat diterima dengan jelas, akurat, dan dapat dipahami oleh audiens.

Agar kegiatan sosialisasi berjalan optimal, diperlukan perencanaan yang matang melalui penerapan strategi komunikasi humas yang tepat sasaran. Strategi tersebut meliputi pemilihan pesan, media, waktu, serta pendekatan komunikasi yang relevan dengan karakteristik audiens. Tanpa strategi yang tepat, kegiatan sosialisasi yang berisiko tidak menjangkau target secara maksimal, bahkan dapat menimbulkan kesalahpahaman informasi. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya, kegiatan sosialisasi tidak bisa lepas dari peran penting strategi komunikasi humas yang dirancang untuk menciptakan keterhubungan yang efektif antara instansi dan masyarakat.

Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) bagi calon guru (prajabatan) adalah program pendidikan yang dirancang untuk mempersiapkan lulusan S-1 Kependidikan dan S-1/D-IV Non Kependidikan agar menguasai kompetensi guru secara utuh sesuai dengan standar pendidikan guru. Program ini bertujuan untuk sertifikasi guru sebagai pendidik profesional untuk mewujudkan lahirnya guru profesional, meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan guru, menciptakan keseimbangan antara kebutuhan dan ketersediaan guru di satuan pendidikan serta mendorong pembelajaran yang berpihak pada murid.

Calon guru yang ingin meraih sertifikasi pendidik perlu menempuh Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) Prajabatan. Program ini dirancang khusus untuk membekali lulusan S-1 Kependidikan maupun non-Kependidikan dengan

serangkaian kompetensi keguruan yang komprehensif, sesuai dengan standar pendidikan guru yang berlaku. Tujuan utama dari PPG Prajabatan adalah untuk menghasilkan guru-guru profesional yang tersertifikasi, yang pada gilirannya akan meningkatkan mutu pendidikan secara keseluruhan. Dengan adanya guru profesional, diharapkan kompetensi dan kesejahteraan guru akan meningkat, tercipta pemerataan antara kebutuhan dan ketersediaan guru di berbagai satuan pendidikan, serta terwujud pembelajaran yang fokus dan berorientasi pada kebutuhan murid.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen disebutkan bahwa Guru wajib memiliki kualifikasi akademik, Kompetensi, sertifikat pendidik sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, melalui kegiatan sosialisasi program PPG akan memastikan bahwa para calon guru memahami pentingnya pendidikan profesi ini, serta dapat mempersiapkan diri dengan baik untuk memenuhi standar kompetensi yang diatur dalam UU tersebut.

Sebagai bagian dari sosialisasi Program Pendidikan Profesi Guru, Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG menerapkan berbagai strategi komunikasi yang bersifat menyeluruh dalam penyampaian informasi. Strategi tersebut mencakup penyelenggaraan berbagai kegiatan seperti webinar, siaran langsung melalui Instagram (*Instagram Live*), pembuatan dan distribusi konten informatif di media sosial, pelibatan koordinator mahasiswa sebagai perpanjangan tangan komunikasi di tingkat universitas, serta penautan informasi terkini mengenai program PPG pada laman resmi Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK).

Langkah-langkah ini dirancang agar penyebaran informasi dapat dilakukan secara lebih sistematis, merata, dan mudah diakses oleh seluruh calon peserta serta pihak-pihak terkait. Dengan pendekatan multi-kanal ini, diharapkan pesan-pesan penting mengenai PPG dapat tersampaikan dengan jelas, akurat, dan tepat sasaran, sekaligus membangun pemahaman yang lebih luas di kalangan mahasiswa dan masyarakat.

Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG menerapkan strategi komunikasi dalam melakukan sosialisasi guna meningkatkan pemahaman dan kesadaran publik khususnya calon guru dalam memahami tujuan, manfaat dan pentingnya program PPG. Melalui upaya sosialisasi yang dilakukan oleh Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG, diharapkan calon guru dapat menerima secara akurat dan terpercaya yang diperoleh langsung dari akun resmi yang dimiliki Direktorat PPG.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan Tim Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi Guru (PPG), tercatat bahwa jumlah sasaran dan lulusan dari tahun 2022 sampai tahun 2024 mencapai 71.574 orang. Angka tersebut menunjukkan tingginya perhatian masyarakat terhadap program PPG sebagai jalur profesionalisasi guru di Indonesia. Namun, tingginya angka pendaftar juga menjadi indikator pentingnya peran komunikasi publik dalam mendukung keberhasilan program ini. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis dan strategis guna mendukung proses sosialisasi program PPG secara lebih efektif. Strategi tersebut diharapkan mampu menyampaikan informasi secara jelas, membangun pemahaman yang menyeluruh mengenai prosedur dan manfaat program, serta menumbuhkan kepercayaan dan ketertarikan calon peserta.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari situs resmi Direktorat PPG melalui laman ppg.dikdasmen.go.id, menyajikan berbagai informasi terkait pelaksanaan Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) Prajabatan. Informasi yang disampaikan meliputi ketentuan pendaftaran, alur seleksi, kurikulum pelatihan, hingga kebijakan terbaru yang relevan dengan pelaksanaan program. Upaya ini menunjukkan komitmen Direktorat PPG dalam memastikan transparansi dan kemudahan akses informasi bagi calon peserta, sekaligus menjadi salah satu bentuk strategi komunikasi yang mendukung efektivitas program sosialisasi kepada publik.

Sosialisasi tersebut tidak sekadar disampaikan melalui laman resmi Direktorat PPG tetapi juga media sosial Instagram @ppgkemendikdasmen, Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG secara aktif menjalankan kegiatan kehumasan dengan menyajikan konten yang informatif dan menarik. Fokus utama dari kegiatan ini adalah memberikan informasi mengenai proses pendaftaran, persyaratan, dan prosedur yang perlu diikuti oleh calon peserta PPG. Konten tersebut dikemas secara interaktif, menggunakan elemen visual yang menarik, infografis, serta video singkat yang memudahkan pemahaman.

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi yang disampaikan secara jelas dan mudah dipahami kepada masyarakat serta calon PPG yang ingin mendaftar sebagai guru. Melalui pendekatan yang menarik dan mudah diakses, diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat terhadap program PPG. Interaksi melalui komentar dan pesan langsung di Instagram juga memberikan kesempatan bagi Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG untuk mendengarkan masukan dan pertanyaan dari audiens, sehingga

komunikasi dua arah dapat terjalin. Melalui aktivitas ini, Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG bukan hanya bertindak sebagai penyampai informasi, melainkan juga berperan sebagai fasilitator yang mendukung calon guru dalam mempersiapkan diri untuk mengikuti program pendidikan yang berkualitas.

Berdasarkan data observasi pada akun Instagram resmi Direktorat Pendidikan Profesi Guru @ppgkemendikdasmen, Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG secara konsisten menjalankan berbagai inisiatif kehumasan yang bersifat inovatif dan strategis. Beragam program seperti Webinar, Jumpa PPG, hingga siaran langsung melalui Instagram *live*, diselenggarakan dengan tujuan utama untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat, menyampaikan informasi yang jelas dan terpercaya terkait Program PPG, serta membantu mengatasi berbagai hambatan yang mungkin dihadapi calon peserta selama proses pendaftaran. Inisiatif-inisiatif ini mencerminkan upaya serius Direktorat PPG dalam memperkuat komunikasi dua arah dan membangun hubungan yang lebih inklusif dengan publik.

Tujuan utama dari kegiatan-kegiatan ini adalah untuk menyampaikan informasi yang relevan, menjawab pertanyaan, serta membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya PPG dalam meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Melalui *event* daring akan terciptanya interaksi langsung antara audiens dan narasumber sehingga dapat memperdalam pemahaman calon mahasiswa PPG tentang informasi yang disampaikan, karena peserta dapat langsung bertanya dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut dari narasumber.

Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG berupaya mendorong partisipasi calon guru PPG dan pemangku kepentingan lainnya untuk berpartisipasi aktif dalam

program PPG melalui konten-konten yang dibagikan di media sosial Instagram. Konten tersebut menunjukkan komitmen mereka dalam membangun lingkungan yang kondusif dan mendorong partisipasi publik untuk aktif berkontribusi pada dunia pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG, terungkap bahwa upaya sosialisasi Program Pendidikan Profesi Guru tidak terbatas pada pemanfaatan media sosial semata. Direktorat PPG juga mengembangkan strategi komunikasi melalui kerja sama kemitraan yang melibatkan berbagai pihak, salah satunya adalah koordinator mahasiswa PPG di masing-masing perguruan tinggi penyelenggara.

Kemitraan ini terdiri atas perwakilan mahasiswa dari setiap universitas yang mengikuti Program PPG, dan memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan informasi. Tujuan utama dari kolaborasi ini adalah untuk mendukung koordinator Humas di Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK) dalam menyampaikan informasi terkait PPG Prajabatan secara efektif kepada para mahasiswa peserta program. Selain itu, kemitraan ini juga berfungsi sebagai wadah komunikasi dan pertukaran informasi antar mahasiswa maupun alumni PPG Prajabatan, sehingga tercipta jaringan komunikasi yang lebih solid dan responsif di lingkungan akademik.

Direktorat PPG bekerja sama dengan koordinator mahasiswa PPG setiap universitas dalam menyebarkan informasi terkait program Pendidikan Profesi Guru. Koordinator mahasiswa berperan sebagai penghubung antara Direktorat PPG dan mahasiswa untuk memastikan bahwa informasi mengenai pendaftaran,

persyaratan, jadwal, dan manfaat program PPG tersampaikan dengan jelas dan efektif. Kemitraan ini dapat memperkuat komunikasi dua arah, meningkatkan transparansi informasi, serta memperlancar jalannya komunikasi dan koordinasi antara pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan program pendidikan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG, sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru menggunakan *influencer* guru yang merupakan lulusan program PPG yang dibina dalam pembuatan konten kemudian dijadikan sebagai Duta PPG. Tujuan lulusan PPG dijadikan sebagai Duta PPG adalah untuk mensosialisasikan program PPG melalui konten-kontennya menarik dan informatif.

Duta Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) memiliki peran penting untuk mempromosikan program PPG kepada publik, khususnya calon guru. Duta PPG memiliki pengalaman dalam menjalani program PPG, yang di mana pengalaman tersebut dijadikan sebagai konten menarik dan informatif oleh Duta PPG. Konten tersebut berisi informasi mengenai manfaat dan pentingnya program PPG. Hal tersebut membuat informasi yang disampaikan lebih kredibel dan lebih terpercaya, sehingga dapat membangun kepercayaan audiens terhadap program PPG.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru Bagi Calon Guru (Prajabatan). Ketertarikan ini berdasarkan pentingnya peran humas dalam menyebarkan informasi yang tepat kepada publik mengenai program pendidikan profesi guru. Program PPG dalam upaya meningkatkan kualitas

pendidikan memerlukan pendekatan komunikasi yang tepat agar mudah diterima dan dimengerti oleh publik. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini didasarkan pada teori 7C PR *Communication* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, and Broom (2011).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka diperoleh fokus penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)”. Sebagai upaya untuk memperjelas fokus penelitian, disusun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana proses perencanaan Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan) ?
2. Bagaimana proses pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)?
3. Bagaimana proses evaluasi Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, tujuan dari penelitian ini meliputi beberapa hal, antara lain:

1. Untuk mengetahui proses perencanaan Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)
2. Untuk mengetahui proses pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)
3. Untuk mengetahui proses evaluasi Strategi Komunikasi Humas Direktorat PPG dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan)

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Hasil ini diharapkan berkontribusi dalam memberikan sumbangsih pengetahuan yang dapat berguna terutama dalam bidang ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan bagi mahasiswa mengenai bagaimana suatu instansi dapat menyampaikan pesan kepada publik secara efektif, khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Program Studi Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi praktisi humas dalam bidang komunikasi humas dalam upaya menyampaikan pesan secara efektif kepada publik. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terhadap praktisi Humas agar dapat mengembangkan strategi komunikasi lebih efektif untuk menginformasikan program tersebut khususnya dalam menarik perhatian terhadap

program tertentu.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis adalah kerangka pemikiran yang mendasari suatu penelitian, berfungsi untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang sedang diteliti. Landasan teoritis pada penelitian “Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Profesi Guru Bagi Calon Guru (Prajabatan)” yaitu dengan menggunakan Teori 7C merupakan proses komunikasi dalam *Public Relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, and Broom (2011).

Cutlip, Center, and Broom menjelaskan bahwa teori 7C *PR Communication* merupakan prinsip utama pada proses komunikasi yang efektif, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- A. Kredibilitas/*Credibility*: Komunikasi dimulai dengan dengan iklim rasa saling percaya. Iklim ini dibangun melalui kinerja di pihak institusi, yang merefleksikan keinginan untuk melayani stakeholder dan publik. Penerima harus percaya kepada pengirim informasi dan menghormati kompetensi sumber informasi terhadap topik informasi.
- B. Konteks/*Context* : Program Komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan. Media massa hanyalah suplemen untuk ucapan dan tindakan dalam kehidupan sehari-hari. Harus disediakan konteks untuk partisipasi dan umpan balik. Konteks harus menginformasikan, bukan menentang, isi pesannya. Komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung,

yang sebagian besar dipengaruhi media massa.

- C. *Isi/Content* : Pesan harus mengandung makna bagi penerimanya dan harus relevan dengan situasi penerima. Adapun *Content* (isi) bisa dilihat dari isi pesan yang disampaikan.
- D. *Kejelasan/Clarity* : Pesan harus diberikan dalam istilah sederhana. Kata harus bermakna sama menurut bagi pengirim dan bagi penerima. Isu kompleks yang harus dipadatkan ke dalam tema, slogan, atau *stereotype* yang mengandung kesederhanaan dan kejelasan.
- E. *Kontinuitas dan Konsistensi/Contiuity and Consistency* : Pesan harus disampaikan secara berulang dan konsisten untuk memperkuat ingatan dan pemahaman audiens.
- F. *Saluran/Channels*: Dibutuhkan pemilihan saluran yang sesuai dengan publik sasaran. Saluran yang berbeda punya efek berbeda dan efektif pada tingkat yang berbeda-beda pada saat distribusi pesan (proses penyebaran pesan).
- G. *Kemampuan Audiens/Capability of Audience*: Pesan harus disesuaikan dengan kemampuan dan pengetahuan audiens untuk memahaminya. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan ini antara lain faktor waktu yang mereka miliki, kebiasaan, kemampuan membaca, dan pengetahuan yang telah mereka miliki.

1.5.2 Landasan Konseptual

a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi humas adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Middleton (dalam Cangara 2014:61) menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi komunikasi diperlukan dalam menjalankan kegiatan sosialisasi yang merupakan program kehumasan karena berfungsi untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan relevan, efektif, dan mencapai target audiens yang tepat. Program kehumasan dapat berjalan lebih terarah, efisien, dan memberikan hasil yang optimal sehingga dapat mencapai tujuan instansi atau organisasi dengan strategi komunikasi yang tepat.

b. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat menekankan pentingnya perencanaan strategis dan pengertian dua arah dalam hubungan antara instansi atau organisasi dan publiknya. Jefkins (dalam Zainal 2015:46) menjelaskan bahwa hubungan masyarakat adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Hubungan masyarakat berfungsi untuk menjembatani antara instansi dengan publiknya untuk menyampaikan informasi yang diperlukan oleh publik melalui kegiatan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan sebuah instansi.

Humas berperan penting dalam sebuah instansi atau organisasi karena tidak hanya bertugas untuk menyampaikan informasi. Humas merupakan bagian dari fungsi manajemen yang menerapkan strategi komunikasi dengan tujuan

memperoleh hubungan yang baik antara perusahaan atau organisasi dengan pihak-pihak di dalam maupun di luar organisasi, *goodwill*, kepercayaan, saling pemahaman yang tepat dan pembentukan reputasi positif di kalangan publik

c. Sosialisasi

Kebijakan yang telah ditetapkan perlu disosialisasikan kepada masyarakat agar pelaksanaannya berjalan optimal dan memperoleh dukungan publik. Dari sisi substansi kajian kebijakan publik, proses di mana masyarakat memahami suatu kebijakan hingga akhirnya menaati atau terlibat dalam implementasinya termasuk dalam ruang lingkup kajian kebijakan publik. Narwoko dan Suyanto (2004:45) menjelaskan bahwa sosialisasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyebarluasan informasi oleh lembaga tertentu kepada masyarakat.

Sosialisasi merupakan langkah penting yang harus dilakukan dalam proses penyampaian informasi, khususnya ketika informasi tersebut ditujukan kepada kelompok atau individu tertentu. Melalui proses sosialisasi, pesan yang ingin disampaikan dapat dikemas dan disampaikan secara sistematis, terstruktur, dan sesuai dengan karakteristik sasaran yang dituju. Upaya ini ditujukan agar informasi yang disampaikan bukan sekadar diterima oleh audiens, tetapi juga dapat dimengerti dengan jelas, diterima dengan baik, dan memperoleh tanggapan yang positif. Tanpa adanya sosialisasi yang tepat, risiko terjadinya kesalahpahaman, penolakan, atau ketidakpedulian terhadap pesan sangat besar. Oleh karena itu, proses sosialisasi harus dirancang secara cermat agar dapat menjembatani komunikasi antara pengirim dan penerima pesan secara efektif, serta mendukung tercapainya tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

d. Pendidikan Profesi Guru

Program Pendidikan Profesi Guru adalah program pendidikan lanjutan bagi lulusan sarjana (S1) kependidikan maupun nonkependidikan yang ingin menjadi guru profesional di jenjang pendidikan dasar dan menengah. Program ini diselenggarakan oleh pemerintah melalui perguruan tinggi yang telah ditetapkan, sebagai bagian dari upaya menyiapkan guru yang kompeten, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan dunia Pendidikan.

Mengacu pada Permendikbudristek No. 19 Tahun 2024 tentang Standar Pendidikan Guru, PPG Prajabatan adalah program pendidikan profesi yang dilaksanakan setelah memperoleh gelar sarjana dan merupakan syarat untuk memperoleh sertifikat pendidik. Sertifikat pendidik ini menjadi bukti legal formal bahwa seseorang telah memenuhi kompetensi sebagai guru profesional.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Paradigma dan Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada kantor Direktorat Pendidikan Profesi Guru Ditjen GTKPG Kemendikdasmen yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman, Gedung C Lantai 19 Senayan, Jakarta 10270. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Profesi Guru Prajabatan karena profesi guru memegang peran penting dalam membentuk generasi bangsa yang berkualitas. Melalui Program PPG Prajabatan, pemerintah menunjukkan komitmennya dalam mempersiapkan calon guru yang memiliki profesionalisme dan berkompeten. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian

di kantor Kemendikdasmen Direktorat Pendidikan Profesi Guru Ditjen GTKPG yang memiliki data untuk melengkapi data yang di butuhkan oleh peneliti.

1.6.2 Pendekatan

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Mulyana (2004) menjelaskan bahwa konstruktivisme adalah memandang kebenaran sebagai realitas sosial yang beragam, di mana sesuatu dikonstruksikan berdasarkan realitas yang ada seperti pengalaman sosial dan interaksi dengan individu lain. Paradigma konstruktivisme melihat kebenaran sebagai realitas sosial dan bagaimana sesuatu itu dikonstruksi berdasarkan pengalaman sosial dan sangkutan terhadap orang yang melakukan. Paradigma ini menekankan pentingnya pengamatan, serta realitas yang terjadi di masyarakat yang merupakan hasil dari konstruksi sosial.

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini karena dapat membantu peneliti memahami bagaimana Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG mengkonstruksikan strategi komunikasi mereka berdasarkan interpretasi terhadap realitas sosial. Paradigma konstruktivisme memungkinkan peneliti mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG dalam mensosialisasikan Program PPG prajabatan berlangsung secara interaktif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Creswell (2015:260) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan untuk membangun pengetahuan melalui perspektif partisipatori. Pengetahuan diperoleh berdasarkan gambaran atau pemahaman dari partisipan yang terlibat secara

langsung dalam fenomena yang diteliti yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, catatan lapangan, foto, dokumentasi, atau memo.

Pendekatan kualitatif dapat memberikan gambaran mengenai fenomena yang diteliti. Melalui pendekatan kualitatif dapat menggambarkan secara rinci bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Direktorat PPG dalam mensosialisasikan program Pendidikan Profesi Guru dengan data yang berasal dari hasil observasi dan wawancara mendalam, kemudian diinterpretasikan dalam bentuk tulisan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Biklen (dalam Sugiyono 2018:7) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah pengumpulan data yang berbentuk kata-kata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Metode deskriptif kualitatif berfokus pada menggambarkan keadaan, subjek, dan objek penelitian berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan, bukan mencari hubungan sebab akibat.

Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan karena dapat bermanfaat dalam memperoleh data-data terkait fenomena yang terjadi di lapangan kemudian dilakukan analisis. Metode deskriptif kualitatif dapat menggambarkan secara rinci bagaimana Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan dilakukan sesuai dengan Teori 7C PR *Communication*.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang bersifat deskriptif yang menggunakan data berupa kata-kata dalam bentuk tulisan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi tentang Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru PraJabatan. Data yang diperlukan oleh peneliti yaitu:

1. Data tentang aspek Kredibilitas (*Credibility*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).
2. Data tentang aspek Konteks (*Context*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).
3. Data tentang aspek Isi (*Content*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru (Prajabatan).
4. Data tentang aspek Kejelasan (*Clarity*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).
5. Data tentang aspek Konsistensi dan Keberlanjutan (*Continuity and Consistency*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).
6. Data tentang aspek Saluran (*Channel*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).
7. Data tentang Kemampuan Audiens (*Capability of Audience*) pada sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan).

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari informan yang terlibat dalam kegiatan yang diteliti. Sugiyono (2016:137) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan selama berlangsungnya penelitian dan memiliki relevansi langsung dengan permasalahan yang sedang dikaji.

Moleong (2007) menambahkan bahwa data primer memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Tim Komunikasi Publik PPG dan pegawai yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pelengkap yang mendukung data primer dalam penelitian ini. Arikunto (1996:172) menjelaskan bahwa data yang dikumpulkan melalui pihak kedua ialah data sekunder. Data sekunder dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen, situs web, dan media sosial. Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang bersumber dari media sosial Instagram Direktorat Pendidikan Profesi Guru.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan kapasitas informan dalam memberikan informasi yang mendalam mengenai Strategi Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi

Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru Bagi Calon Guru (Prajabatan) yang dilakukan Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG. Pemilihan informan harus dilakukan dengan cermat dan tepat agar data yang diperoleh mencakup aspek yang diteliti. Informan dalam penelitian ini dibagi ke dalam tiga kategori utama:

1. Informan merupakan pihak Direktorat Pendidikan Profesi Guru yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru Bagi Calon Guru (Prajabatan), Informan ini dipilih karena dianggap dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai mekanisme, pelaksanaan, serta tantangan yang dihadapi dalam sosialisasi program yang dijalankan oleh Tim Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi Guru.
2. Informan merupakan Tim Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi Guru Sebagai pelaksana program sosialisasi Pendidikan Profesi Guru bagi Calon Guru (Prajabatan), karena didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman mendalam terkait proses, strategi, dan pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh Tim Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi Guru.
3. Informan merupakan Calon Guru, karena dirasa dapat memberikan *insight* terkait program sosialisasi yang dilakukan oleh Tim Komunikasi Publik Direktorat Pendidikan Profesi Guru.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam atau *in-depth interview*. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui informasi lisan yang diperoleh dari informan. Moleong (2005:185) menjelaskan bahwa wawancara mendalam adalah proses bertemunya dua orang untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab yang berlangsung secara mendalam, bebas, dan terbuka. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai topik atau subjek tertentu.

b. Observasi Partisipatif Pasif

Observasi digunakan untuk mengamati dan menganalisis pelaksanaan sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru yang dilakukan dengan mengunjungi ke tempat yang akan diteliti untuk mengamati beberapa kegiatan yang akan diteliti. Sugiyono (2016:227) menjelaskan bahwa partisipatif pasif adalah peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Observasi partisipatif pasif dilakukan dengan mengamati situasi atau fenomena secara langsung tanpa terlibat aktif dalam aktivitas yang diamati.

Observasi dilakukan dengan mengamati di tempat yang dijadikan untuk penelitian dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru. Observasi partisipatif pasif dilakukan dengan datang secara langsung ke Direktorat PPG untuk mengamati kegiatan sosialisasi program Pendidikan Profesi Guru.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu proses atau metode yang dilakukan secara sistematis untuk menghimpun, mengatur, dan memanfaatkan berbagai dokumen berisi informasi yang relevan sebagai data pendukung penelitian, baik berupa buku, arsip, dokumen tertulis, gambar, foto, rekaman, maupun bahan lain yang dapat memberikan bukti serta keterangan yang menunjang penelitian. Sugiyono (2020:124) menjelaskan bahwa dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan uraian peristiwa yang telah terjadi, baik dalam bentuk teks, foto, atau hasil karya bermakna dari individu/instansi. Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini meliputi gambar atau foto yang diperoleh saat Tim Komunikasi Publik Direktorat PPG melakukan sosialisasi sosialisasi program PPG (Prajabatan).

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses yang mengacu pada pengelolaan data yang diperoleh selama penelitian. Creswell (2018) menjelaskan bahwa analisis data diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mempermudah pemahaman data penelitian. Terdapat empat langkah analisis data kualitatif yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Menyiapkan dan Mengelola Data

Langkah awal yang dilakukan yaitu menyiapkan data. Data primer dan sekunder terkait strategi komunikasi humas diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif dengan pihak Direktorat PPG. Data yang telah diperoleh kemudian disusun dan dipilah secara terstruktur untuk melihat data yang sesuai dan akurat dengan penelitian.

2. Membaca Data Secara Menyeluruh

Membaca data secara menyeluruh memiliki tujuan agar dapat memberi gambaran secara rinci terkait strategi komunikasi humas yang telah didapatkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif mendalam dengan Direktorat PPG.

3. Membuat Deskripsi dan Tema

Membuat deskripsi dan proses untuk menghasilkan deskripsi dari ranah dan partisipan sesuai dengan tema yang dipilih yaitu strategi komunikasi humas. Deskripsi meliputi penggabungan berbagai informasi mengenai partisipan, tempat ataupun fenomena mengenai Strategi Komunikasi Humas Direktorat Pendidikan Profesi Guru dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Profesi Guru Bagi Calon Guru (Prajabatan).

4. Menyajikan Deskripsi dan Tema

Menyajikan deskripsi dan tema terkait strategi komunikasi humas yang didapatkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif dengan pihak Direktorat PPG ke dalam laporan penelitian kualitatif.