

**STRATEGI KOMUNIKASI AIDDA MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN MINAT PESERTA
(Studi deskriptif pada Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan
Kemendikbudristek RI)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Putri Bela Oktaviani

NIM. 19107030087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Putri Bela Oktaviani

Nomor Induk : 19107030087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 11 September 2023

Yang Menyatakan,



Putri Bela Oktaviani

NIM. 19107030087

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Putri Bela Oktaviani
NIM : 19107030087
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI AIDDA MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN MINAT PESERTA (Studi Deskriptif pada Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan Kemendikbudristek RI)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Pembimbing

Rahmah Attavmini, M.A
NIP. 19921216 201903 2 015

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1122/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta (Studi deskriptif pada Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan Kemendikbudristek RI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI BELA OKTAVIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030087
Telah diujikan pada : Senin, 25 September 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6528464038a



Penguji I

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 6526464038a



Penguji II

Mohammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6526464038a



Yogyakarta, 25 September 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6526464038a

HALAMAN MOTTO

“It’s okay, never give up, keep going till the end”

-Joshua of Seventeen-

“Kejarlah ilmu sampai ke negeri korea, karena di china gaada Hong Jisoo”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :



Almamater

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah melimpahkan berkah dalam penulisan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Rama Kertamukti S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, waktu, arahan, serta dukungan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom. selaku Penguji 1 dan Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si. selaku Penguji 2 yang memberikan masukan dan saran yang sangat membantu dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang berharga kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
7. Alm. Aguswar dan Almh. Supriyanti selaku orang tua dari peneliti yang telah merawat, memberikan kasih sayang serta menjadi motivasi peneliti untuk menyelesaikan studi. Lidia Handayani dan Indah Novitasari selaku saudara peneliti yang senantiasa memberikan doa dan dukungan selama peneliti menempuh pendidikan.
8. Temu Ismal, S.Pd., M.Si. selaku Direktur Pendidikan Profesi Guru yang telah memberi izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Direktorat Pendidikan Profesi Guru.
9. Anyes Sedayu Pramesti, Ana Budi Kuswandani, dan Karina Putri Aulia selaku informan dari Direktorat Pendidikan Profesi Guru.
10. Dr. Romi Siswanto, S.Sos., M.Si. selaku triangulasi ahli dalam penelitian ini.
11. Rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 yang kebersamaan peneliti dalam suka dan duka menempuh pendidikan, memberikan inspirasi, dorongan, dan pelajaran yang berharga.
12. Rekan dan sahabat peneliti yaitu Berlian, Fifi, Ambi, Nabila, Anin, Fairuz, Mita, Tasya, Mba Shintia, Vania, Chia, Acha, Safieq, Nanda, Qori, Ilzam, Eden yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk moral dan materil pada peneliti.

13. Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Seo Myungho, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Chwe Hansol, Lee Chan yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan motivasi pada peneliti.

14. Pihak-pihak lain tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam membantu peneliti.

Peneliti sangat bersyukur dan berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak, Aamiin Ya Rabalamin.

Yogyakarta, 24 Juli 2023

Peneliti,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Putri Bela Oktaviani
NIM. 19107030087

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Landasan Teori.....	15
G. Kerangka Pemikiran	27
H. Metodologi Penelitian.....	28
BAB II	37
A. Profil Instansi.....	37
B. Visi dan Misi.....	39
C. Struktur Organisasi.....	40
1. Bagan Struktur Organisasi.....	40
2. Informasi Pegawai.....	41
D. Alamat Direktorat Pendidikan Profesi Guru	42

E. Program Direktorat Pendidikan Profesi Guru.....	1
1. Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan	1
2. Pendidikan Profesi Guru Prajabatan.....	2
3. Program Beasiswa <i>Microcredential</i>	11
BAB III.....	12
A. Analisis SWOT Program PPG Prajabatan Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset, Dan Teknologi.	13
1. <i>Strengths</i>	14
2. <i>Weakness</i>	19
3. <i>Opportunity</i>	22
4. <i>Threats</i>	26
B. Strategi Komunikasi AIDDA Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan	31
1. <i>Attention</i> (Perhatian)	32
2. <i>Interest</i> (Minat)	38
3. <i>Desire</i> (hasrat).....	47
4. <i>Decision</i> (Keputusan)	53
5. <i>Action</i> (Tindakan).....	59
C. Relevansi QS. Al-Anfal ayat 60 terhadap Strategi Komunikasi Program PPG Prajabatan Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset, dan Teknologi. ...	65
BAB IV.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data jumlah peserta PPG Prajabatan 2022.....	4
Gambar 2. Konten media sosial PPG Kemendikbud	6
Gambar 3. Logo PPG Kemendikbudristek.....	37
Gambar 4. Struktur Organisasi Direktorat PPG	40
Gambar 5. Informasi Pegawai.....	41
Gambar 6. Tata Cara Pendaftaran dan Seleksi.....	5
Gambar 7. Halaman utama laman PPG Kemdikbud.....	7
Gambar 8. Halaman utama Instagram PPG Kemdikbud	8
Gambar 9. Halaman utama TikTok PPG Kemdikbud	9
Gambar 10. Halaman utama YouTube PPG Kemdikbud	9
Gambar 11. Halaman utama Facebook PPG Kemdikbud.....	10
Gambar 12. Kurikulum PPG Prajabatan	15
Gambar 13. Antusias Calon Peserta di Media Sosial.....	23
Gambar 14. Komentar yang tidak direspon	26
Gambar 15. Komentar di instagram ppgkemdikbud	27
Gambar 16. Konten Instagram ppgkemdikbud	34
Gambar 17. Slogan PPG Prajabatan.....	36
Gambar 18. Webinar SAPA GTK.....	40
Gambar 19. Komentar yang tidak direspon	43
Gambar 20. Cerita inspiratif alumni PPG Prajabatan	45
Gambar 21. Webinar Sosialisasi PPG Prajabatan Tahun 2022.....	49
Gambar 22. Rapat Bersama FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	56

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	13
Tabel 2. Kelompok Kerja Kemitraan dan Komunikasi Publik	3
Tabel 3. Kelompok Kerja PPG Prajabatan.....	4



ABSTRACT

The Directorate of Teacher Professional Education, under the auspices of the Ministry of Education, Culture, Research and Technology, has several programs, one of which is Pre-Service Teacher Professional Education. This is a program that attracts prospective teachers to meet the needs of teachers in quantity and quality. This study aims to analyze the AIDDA communication strategy using SWOT Analysis in increasing participants' interest in the Pre-Service Teacher Professional Education program. This research used qualitative research by collecting data through observation, interviews, documentation, and literature study. Then, the data obtained was analyzed using descriptive methods and inductive mindset analysis. By analyzing specific data, general conclusions are drawn relating to the AIDDA communication strategy using SWOT Analysis in increasing participants' interest in the Pre-Service Teacher Professional Education program. The results of this study indicate that the Pre-Service Teacher Professional Education successfully implements a communication strategy in increasing participant interest using the AIDDA concept by utilizing strengths and opportunities in the form of a structured curriculum, an experienced teaching team, and has extensive access and networks, high participant enthusiasm that can attract attention, arouse interest, arouse desire, and influence prospective participants' decisions. However, there are still weaknesses and threats in this program that can influence the actions of prospective participants, namely regarding career path policies, the lack of response to Pre-Service Teacher Professional Education for prospective participants, economic factors, commitment, and awareness of prospective participants.

Keywords: *Communication Strategy, Participant Interest, Pre-Service Teacher Professional Education Program.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dalam memimpin pelaksanaan tugas dan fungsi kementerian didukung oleh 9 (Sembilan) unit Eselon I. Setiap unit memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda dan spesifik. Sekretariat Jenderal, sebagai sekretaris pimpinan dalam mengoordinasikan pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administratif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan kementerian. Sementara itu, masing-masing direktorat jenderal dan badan merumuskan, melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis sesuai bidangnya masing-masing.

Adapun Inspektorat Jenderal melaksanakan pengawasan internal di lingkungan kementerian. Selain unit-unit Eselon I, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan juga didukung oleh Staf Ahli bidang Regulasi Pendidikan dan Kebudayaan yang bertugas untuk memberikan telaahan dan masukan kepada Menteri Pendidikan dan Kebudayaan terkait regulasi bidang pendidikan dan kebudayaan.

Salah satu Direktorat Jenderal dari kemendikbud yaitu Direktorat jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan. Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan

pelaksanaan kebijakan di bidang pembinaan guru, pendidik lainnya, dan tenaga kependidikan. Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan memiliki satuan kerja pusat dalam menjalankan tugas serta mencapai visi dan misi. Satuan kerja pusat tersebut diantaranya Direktorat Guru Dikdas, Direktorat Guru Dikmendisus, Direktorat Guru PAUD Dikmas, Direktorat KSPS Tendik, dan Direktorat Pendidikan Profesi Guru (PPG).

Direktorat Pendidikan Profesi Guru sangat penting dalam upaya memenuhi ketersediaan guru secara kualitas dan kuantitas yang menjadi faktor penting dalam pembangunan pendidikan. Direktorat PPG menjalankan program-program yang berhubungan dengan profesi guru seperti PPG Prajabatan dan PPG Dalam Jabatan. PPG Prajabatan ditujukan untuk mereka yang belum menjabat sebagai guru, sedangkan PPG Dalam Jabatan diperuntukkan bagi yang sudah menjabat sebagai guru.

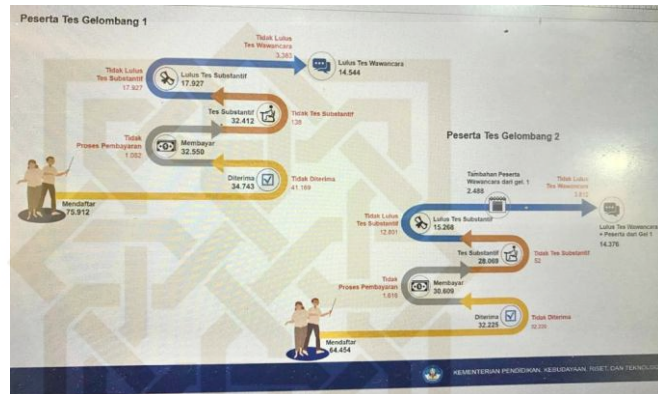
Berdasarkan data dari Direktorat Pendidikan Profesi Guru (PPG) diketahui bahwa pada tahun 2022 terdapat 39.604 orang guru memasuki usia pensiun, dan pada tahun 2023 meningkat 19.97% menjadi 46.867 orang. Sehubungan dengan hal tersebut, pada tahun 2022, Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan Kemendikbudristek melalui Direktorat Pendidikan Profesi Guru menyelenggarakan program PPG Prajabatan sebagai upaya dalam memenuhi ketersediaan guru secara kualitas dan kuantitas (Claudia, 2022).

PPG Prajabatan adalah program pasca sarjana atau sarjana terapan yang diselenggarakan bagi lulusan sarjana dan diploma IV baik dari bidang pendidikan maupun non kependidikan bagi calon guru untuk mendapatkan mandat pendidik pada pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah. Sesuai dengan jumlah pembukaan formasi guru pada tahun 2023, Program PPG Prajabatan membuka kuota nasional sebanyak 40.000 calon peserta pada tahun 2022 (Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2023b).

Program PPG Prajabatan menjaring calon guru baru dengan persyaratan antara lain, lulusan S1 atau D4 dengan bidang studi tertentu dan kualifikasi yaitu usia maksimal 32 tahun dan IPK minimal 3.00. Program PPG Prajabatan menawarkan sejumlah keuntungan kepada pesertanya, antara lain kesempatan untuk mendapatkan sertifikat pendidik serta kesempatan untuk meningkatkan keterampilan pedagogik, sosial, profesional, dan kepribadian sebagai persiapan masa depan guru profesional. Ada tiga langkah untuk prosedur seleksi: seleksi administrasi, pengujian substantif, dan tes wawancara. Pelaksanaan PPG Prajabatan pada tahun 2022 melalui perkuliahan dengan masa studi selama 2 (dua) semester atau 1 (satu) tahun. Dimulai dengan kegiatan orientasi, lalu rangkaian kegiatan pendidikan yang berlangsung serentak di kampus, di kelas, dan di masyarakat, dan terakhir Uji Kompetensi Profesi Guru. Program PPG Prajabatan dilaksanakan di perguruan tinggi/LPTK pilihan Kementerian

Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2023a).

Gambar 1. Data jumlah peserta PPG Prajabatan 2022



Sumber: Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2023

Berdasarkan data dari Direktorat Pendidikan Profesi Guru (Claudia, 2023), data jumlah peserta yang mendaftar PPG Prajabatan tahun 2022 pada gelombang 1 sebanyak 75.912 dan gelombang 2 sebanyak 64.454. Peserta yang mendaftar pada pendaftaran awal adalah mereka yang membuat akun melalui laman <http://ppg.kemdikbud.go.id>. Pada tahapan selanjutnya, yaitu pengisian data diri peserta berkurang sangat banyak hingga mencapai 50% dari pendaftar awal. Selanjutnya jumlah peserta akhir yang dinyatakan lulus pada gelombang 1 dan 2 terakumulasi berjumlah 28.920 peserta (Claudia, 2023). Jumlah total peserta tersebut menunjukkan tidak tercapainya target 40.000 peserta oleh Direktorat PPG Kemdikbud (Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2023a). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penyelenggaraannya, Program PPG Prajabatan

terkendala pada masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dengan para calon peserta yang menjadi sasaran pada program ini. Masalah komunikasi yang terjadi diantaranya terkait penyampaian informasi mengenai program hingga media komunikasi yang digunakannya.

QS. Al-Anfal [8] : 60

اَللّٰهُ عَدُوٌّ بَـٰئِذٍ تُرْهِبُوْنَ اَلْخَيْلِ رِّبَاطٍ وَّ مِنْ قُوَّةٍ مِّنْ اَسْتَطَعْتُمْ مَّا لَھُمْ وَاَعِدُّوْا
فِیْ شَیْءٍ مِّنْ تُنْفِقُوْا وَّمَا یَعْلَمُھُمْ اَللّٰهُ تَعْلَمُوْنَھُمْ لَا دُوْنِھُمْ مِنْ وَّءَاخِرِیْنَ وَعَدُوْکُمْ
تُظْلَمُوْنَ لَا وَاَنْتُمْ اِلَیْکُمْ یُوْفِّ اَللّٰهُ سَبِیْلٍ

Artinya:

“Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah dan musuhmu dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; sedang Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalasi dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan).” QS. Al Anfal [8]: 60)

Tafsir oleh Al Azhar menjelaskan bahwa Allah memerintahkan secara tegas dalam ayat tersebut untuk bersiap dengan segala macam senjata yang ada untuk berperang, selain itu ayat ini juga menjelaskan agar kita terus bersiap dan tetap mengikuti perkembangan persenjataan itu (Al-Azhar, t.t.). Berkaitan dengan hal tersebut, PPG prajabatan juga perlu menyiapkan langkah-langkah

yang tepat untuk menjalankan programnya agar dapat mencapai tujuan dari program tersebut. Tidak tercapainya target peserta yang ditentukan dapat terjadi karena kurangnya persiapan yang dilakukan oleh pengelola PPG Prajabatan, diantara lain yaitu pengelola PPG Prajabatan kurang responsif dalam menanggapi pertanyaan/komentar dari calon peserta serta kurangnya melakukan *branding* terhadap profesi guru sehingga calon peserta kurang berminat.

Gambar 2. Konten media sosial PPG Kemendikbud



Sumber : Instagram ppgkemendikbud, 2023

Pengelola PPG Prajabatan Kemendikbud RI telah melakukan branding secara luar jaringan (luring) dan dalam jaringan (daring). Branding yang dilakukan secara luring yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung ke beberapa LPTK, sedangkan daring yaitu dengan mengadakan webinar dan

membuat postingan disosial media Instagram ppgkemendikbud dengan memberi informasi mengenai program PPG Prajabatan Kemendikbud RI.

Program PPG Prajabatan yang dianggap mampu menyediakan calon-calon guru profesional yang siap meningkatkan kualitas Pendidikan di Indonesia dan diharapkan dapat mengisi kekosongan guru yang akan pensiun, ternyata dalam penyelenggaraanya program ini masih memerlukan perbaikan. Kurang responsifnya Direktorat PPG pada pertanyaan yang diajukan calon pesertanya juga dapat menjadi salah satu penyebab dari tidak tercapainya target peserta yang diinginkan karena penyampaian informasi menjadi tidak massif serta kurangnya minat peserta yang berakibat pada jumlah pendaftar pada program PPG Prajabatan. Oleh karena itu dipandang perlu adanya strategi komunikasi pada Program PPG Prajabatan dalam meningkatkan minat pesertanya. Setelah meninjau hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan?”.

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk peneliti lainnya dalam bidang strategi komunikasi pada program instansi pemerintahan serta dapat bermanfaat bagi berkembangnya ilmu pengetahuan khususnya bidang Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi, evaluasi serta menjadi inovasi bagi Direktorat Pendidikan Profesi Guru untuk menyusun Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai penelitian sebelumnya yang mempunyai bahasan serupa. Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai referensi diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Arifin Saleh dan Mislan Sihite dalam Jurnal Interaksi Volume 4 No. 1 Tahun 2020 dengan Judul “Strategi Komunikasi Untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat”. Dalam rangka pemberdayaan masyarakat, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui keterkaitan antara CSR dan pemberdayaan masyarakat serta mengidentifikasi dan mengkaji teknik komunikasi yang digunakan oleh program-program CSR. Temuan studi menunjukkan bahwa program CSR tidak dapat dipisahkan dari pemberdayaan lingkungan sekitar bisnis dengan menggunakan taktik komunikasi yang efektif, seperti media massa dan komunikasi lintas budaya. Studi ini dan penelitian yang hendak dilaksanakan, keduanya menggunakan metodologi kualitatif untuk menguji taktik komunikasi dalam sebuah program. Perbedaannya terdapat pada metode pengumpulan data dimana penelitian yang dilaksanakan oleh Arifin Saleh dan Mislan Sihite mengumpulkan data dengan teknik data sekunder yang didapatkan dari pencarian buku-buku yang sesuai. Sedangkan penelitian milik peneliti memanfaatkan metode pengumpulan data dengan wawancara secara mendalam dan melakukan dokumentasi.

2. Jurnal penelitian (eJurnal Ilmu Komunikasi, Volume 11 Nomor 2, 2023) yang ditulis oleh Venna Try Anggraeni, Sugandi, dan Kheyene Molekandella dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Baru Di SMA Plus Melati Kota Samarinda”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi sekolah dalam meningkatkan

jumlah minat calon siswa baru di SMA Plus Melati Kota Samarinda. Temuan studi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak sekolah yakni mulai dari pemasangan baliho, penyebaran brosur, web sekolah, media sosial, *word of mouth*, kegiatan sekolah, dan pemasaran secara langsung. Penelitian yang dilaksanakan dan penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi langsung dari instansi terkait, serta teori strategi komunikasi yang digunakanpun sama yaitu model AIDDA oleh Wilbur Schramm. Perbedaan antar penelitian yaitu pada tujuan penelitian dimana penelitian ini meneliti minat pada calon siswa baru di SMA Plus Melati Kota Samarinda sedangkan peneliti meneliti minat peserta pada program Pendidikan Profesi Guru (PPG) Prajabatan.

3. Penelitian dari Jurnal Koneksi Volume 6, Nomor 1, Tahun 2022 oleh Syifa Nurhaliza dan Farid Rusdi dengan judul “Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan sejak awal perencanaan, evaluasi, pengelolaan, dan tantangan yang dihadapi radio Suara Edukasi dalam mengelola dan menyebarluaskan informasi di masa pandemi Covid-19. Dijelaskan pula strategi komunikasi yang digunakan radio Suara Edukasi untuk menyebarluaskan informasi pembelajaran guna menjaga dan menarik pendengar melalui program siarannya di saat pandemi Covid-19 masih berlangsung. Menurut temuan studi tersebut, radio Suara Edukasi harus

mengatasi sejumlah kendala, namun mampu menyelesaikan setiap tahapan rencana komunikasi dengan sukses untuk mencapai tujuan organisasi. Persamaan penelitiannya terletak pada metode pengumpulan data yaitu sama-sama melakukan wawancara. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Syifa Nurhaliza dan Farid Rusdi yaitu pada program Radio Pendidikan sedangkan peneliti dalam penelitian ini yaitu pada program Pendidikan Profesi Guru (PPG) Prajabatan.

4. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No. 1 tahun 2020 oleh Rachmat Nurdien Maulana dan Ida Ri'aeni berjudul “Analisis SWOT Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Taman Air Sri Baduga, Purwakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran 4P (*Place, Price, People, and Promotion*) Dinas Pariwisata Purwakarta. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata mengelola wisata Taman Air Mancur Sri Baduga dengan sebaik mungkin untuk memenuhi kewajibannya mendirikan taman air mancur untuk menarik wisatawan. Persamaan penelitian yang dilakukan antar peneliti terletak pada penggunaan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama menggunakan analisis SWOT pada penelitiannya. Sedangkan perbedaannya yaitu pada tujuan penelitian, Penelitian Rachmat dan Ida bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi komunikasi 4P sedangkan peneliti bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam meningkatkan minat peserta dengan menggunakan strategi komunikasi AIDDA.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Fieka Nurul Arifa dan Ujianto Singgih Prayitno dalam Jurnal Masalah-Masalah Sosial Volume 10 No. 1 Tahun 2019 dengan Judul “Peningkatan Kualitas Pendidikan: Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Guru Profesional di Indonesia”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebijakan PPG Prajabatan dan bagaimana pengaruhnya terhadap pengembangan keprofesian guru. Temuan menunjukkan bahwa Manajemen PPG Prajabatan di bawah standar, menciptakan hambatan untuk pemenuhan guru profesional. Selain itu, peningkatan LPTK sangat penting untuk meningkatkan pelaksanaan PPG Prajabatan berkualitas tinggi. Peneliti yang menggunakan metode kualitatif dan menggunakan buku untuk mengumpulkan data memiliki karakteristik tertentu. Selain itu subjek yang diteliti sama yaitu, Program PPG Prajabatan. Perbedaannya yaitu pada tujuan penelitian, tujuan pada jurnal ini yaitu untuk mengetahui tentang kebijakan PPG Prajabatan serta bagaimana implikasi dalam pemenuhan guru profesional. Sedangkan peneliti pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Arifin Saleh dan Mislani Sihite	Strategi Komunikasi untuk Program <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Pemberdayaan Masyarakat	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan mengkaji strategi komunikasi pada suatu program dalam sebuah instansi.	Teknik data sekunder yang diperoleh melalui penelusuran buku-buku yang relevan. Sedangkan penelitian menggunakan Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam serta melakukan dokumentasi.
2.	Venna Try Anggraeni, Sugandi, dan Kheyene Molekandella	Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Baru Di SMA Plus Melati Kota Samarinda	Sama-sama menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi langsung dari instansi terkait. Teori strategi komunikasi yang digunakanpun sama yaitu model AIDDA oleh Wilbur Schramm.	Perbedaan antar penelitian yaitu pada tujuan penelitian dimana penelitian ini meneliti minat pada calon siswa baru di SMA Plus Melati Kota Samarinda sedangkan peneliti meneliti minat peserta pada program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan.
3.	Syifa Nurhaliza dan Farid Rusdi	Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi	Pada metode pengumpulan data yaitu sama-sama melakukan wawancara dan membahas mengenai strategi komunikasi.	Subjek penelitian berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Syifa Nurhaliza dan Farid Rusdi yaitu pada program Radio Pendidikan sedangkan peneliti dalam penelitian ini yaitu pada program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan.

4.	Rachmat Nurdien Maulana dan Ida Ri'aeni	Analisis SWOT Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Taman Air Sri Baduga, Purwakarta	Sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan SWOT untuk menganalisis pada penelitiannya.	Perbedaannya pada tujuan penelitian, Penelitian Rachmad dan Ida bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran sedangkan peneliti bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pada program PPG Prajabatan. Serta strategi komunikasi yang digunakan juga berbeda, Penelitian Rachmat dan Ida menggunakan strategi komunikasi 4P sedangkan peneliti menggunakan strategi komunikasi AIDDA.
.	Fieka Nurul Arifa dan Ujianto Singgih Prayitno	Peningkatan Kualitas Pendidikan: Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Guru Profesional di Indonesia.	Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dengan studi pustaka. Subjek yang diteliti sama yaitu, Program PPG Prajabatan.	Tujuan pada jurnal ini yaitu untuk mengetahui tentang kebijakan PPG Prajabatan serta bagaimana implikasi dalam pemenuhan guru profesional. Sedangkan peneliti pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

F. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi AIDDA

Komunikasi menurut Harold Lasswell adalah suatu proses yang menguraikan seseorang yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa (*who says what in which channel to whom and with what effect*). Secara umum, komunikasi dilaksanakan guna memberikan informasi (*to inform*), mengajar (*to educate*), menghibur (*to entertain*), serta guna memberi pengaruh (*to influence*) (Effendy, 2017). Tujuan dari komunikasi diantaranya membuat seseorang yang berkomunikasi menunjukkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, dan perubahan sosial/partisipan (Mulachela, 2022). Untuk mencapai tujuan dari komunikasi, salah satu yang dibutuhkan yaitu strategi komunikasi.

Perencanaan dan manajemen terlibat dalam strategi komunikasi untuk mencapai tujuan, tetapi untuk melakukannya, strategi harus mampu menunjukkan efektivitas taktik operasional daripada hanya bertindak sebagai peta jalan yang mengarah ke satu arah. Menurut Hafied Cangara (Cangara, 2022) “strategi komunikasi adalah suatu usaha sadar untuk menyampaikan pesan secara efektif agar diterima dan dimengerti dengan baik oleh audiens”, dalam strategi komunikasi, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor seperti karakteristik audiens, tujuan komunikasi, dan konteks komunikasi.

Menurut pengertian Effendy dalam bukunya tentang komunikasi teori dan praktek menegaskan bahwa “strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.”

(Effendy, 2017). Sesuai dengan konsep di tersebut, strategi komunikasi merupakan persiapan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan agar tujuan tersebut dapat tercapai dengan adanya strategi komunikasi sehingga perencanaan dapat dilaksanakan secara efektif tanpa hambatan. Pertimbangan yang cermat diperlukan untuk membangun strategi komunikasi yang sukses, dengan mempertimbangkan sejumlah aspek krusial. Strategi komunikasi harus memiliki kemampuan untuk menggambarkan cara-cara operasionalnya secara praktis, yang berarti bahwa pendekatan yang digunakan dapat berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada (Effendy, 2017).

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication* menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi adalah untuk mencapai tiga hal penting (Effendy, 2017). Pertama, untuk memastikan pemahaman yang jelas dari pesan yang disampaikan kepada audiens, pemahaman yang kuat akan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan telah diterima dengan baik dan tidak terjadi kesalahpahaman. Kedua, strategi komunikasi bertujuan untuk menciptakan penerimaan atau *acceptance* dari audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dengan mendapatkan penerimaan, audiens akan lebih terbuka dan menerima informasi dengan sikap yang positif. Dan yang ketiga, strategi komunikasi ditujukan untuk memotivasi tindakan atau action dari audiens. Tujuan ini mencakup ajakan untuk mengambil langkah pasti berdasarkan pesan yang telah diterima, seperti melakukan pembelian, berpartisipasi dalam acara, atau

mendukung suatu kampanye. Dengan mencapai ketiga tujuan sentral ini, strategi komunikasi dapat menciptakan dampak yang positif, mempengaruhi sikap dan perilaku audiens, serta mencapai hasil yang diinginkan oleh pengirim pesan.

Strategi komunikasi memiliki beberapa konsep atau model, salah satunya strategi komunikasi AIDDA yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. AIDDA merupakan akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan) (Effendy, 2017). Berikut keterangan dari elemen-elemen dalam AIDDA (Cangara, 2022):

- a) Perhatian (*Attention*): Tahap pertama adalah menciptakan perhatian pada audiens. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menarik perhatian mereka agar tertarik untuk mendengarkan atau melihat pesan yang disampaikan. Untuk mencapai perhatian, strategi komunikasi harus menggunakan elemen-elemen menarik, seperti judul yang kuat, gambar yang mencolok, atau cerita yang menarik.
- b) Minat (*Interest*): Setelah berhasil menarik perhatian, tahap kedua adalah membangkitkan minat pada audiens. Dalam tahap ini, strategi komunikasi harus menyampaikan informasi yang relevan dan menarik bagi audiens, sehingga mereka merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pesan yang disampaikan.

- c) *Hasrat (Desire)*: Tahap ketiga adalah membangkitkan keinginan atau motivasi pada audiens untuk melakukan tindakan tertentu. Strategi komunikasi harus fokus pada menyampaikan manfaat atau nilai-nilai yang akan diperoleh oleh audiens jika mereka mengikuti pesan yang disampaikan.
- d) *Keputusan (Decision)*: Setelah berhasil membangkitkan keinginan, tahap selanjutnya adalah membantu audiens dalam mengambil keputusan untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Strategi komunikasi harus menyediakan informasi yang jelas dan relevan tentang langkah-langkah yang harus diambil, sehingga audiens merasa yakin untuk mengambil keputusan.
- e) *Tindakan (Action)*: Tahap terakhir adalah mengajak audiens untuk melakukan tindakan konkret sesuai dengan pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi harus memberikan tautan atau petunjuk yang jelas tentang langkah-langkah yang harus diambil, sehingga audiens dapat dengan mudah melakukan tindakan yang diinginkan.

Menurut Effendy Teori AIDDA digunakan sebagai alat promosi yang bertujuan untuk membangkitkan perhatian calon penerima pesan (Effendy, 2017). Setelah perhatian berhasil dicapai, langkah selanjutnya adalah menumbuhkan minat (*interest*) yang merupakan tingkatan lebih lanjut dari perhatian tersebut. Minat ini menjadi titik awal munculnya hasrat (*desire*) untuk

melakukan kegiatan sesuai yang diharapkan oleh pengirim pesan. Meskipun hasrat muncul pada penerima pesan, hal itu belum cukup bagi pengirim pesan karena harus diikuti dengan keputusan (*decission*) untuk melakukan tindakan (*action*) sesuai yang diharapkan oleh pengirim pesan.

AIDDA juga disebut sebagai *A-A procedure*, yang tujuannya untuk memastikan bahwa tindakan (*action*) oleh komunikan terjadi setelah berhasil membangkitkan perhatian (*attention*) terlebih dahulu (Effendy, 2017). Model strategi komunikasi ini sudah lama dan beberapa pakar sudah mencoba melakukan modifikasi, namun model dasarnya tetap digunakan, selain karena sederhana juga lebih mudah diaplikasikan pada hal-hal yang bersifat praktis (Cangara, 2022). Berdasarkan teori tersebut dapat dijelaskan bahwa agar komunikasi dapat berjalan secara efektif, terlebih dahulu komunikator harus berusaha membangkitkan kesadaran komunikan, hingga dapat memunculkan perhatian disusul dengan adanya sebuah keinginan agar terjadi sebuah keputusan dan tindakan terhadap apa yang komunikasikan tersebut.

2. Analisis SWOT Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan

Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) Prajabatan yang ditawarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia merupakan mata kuliah yang ditempuh oleh mahasiswa yang telah menyelesaikan program sarjana atau sarjana terapan dengan latar belakang akademik atau non akademik. Program ini dirancang untuk membantu calon guru mencapai

sertifikasi pendidik untuk tingkat sekolah dasar, menengah pertama, dan menengah atas (Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2023a).

Program PPG Prajabatan terutama dikembangkan untuk mencapai keseimbangan antara tuntutan dan kepuasan guru (*supply & demand*) dalam hal kuantitas dan kualitas. PPG Prajabatan mendefinisikan guru profesional sebagai mereka yang dapat menjadi panutan dan pembelajar, yang mampu membuat rencana pembelajaran yang berpusat pada siswa, menerapkannya, dan mengevaluasi keefektifannya. Mereka juga harus mampu mewujudkan profil siswa yang pancasila, menciptakan lingkungan belajar yang positif, dan mendampingi siswa dalam belajarnya dengan melibatkan orang tua dan masyarakat umum (Direktorat Pendidikan Profesi Guru, 2022b). Pada tahun 2022 Program PPG Prajabatan membuka kuota nasional sebanyak 40.000 mahasiswa dengan melalui tiga tahap proses seleksi diantaranya yaitu seleksi administrasi, tes substantif, dan diakhiri dengan tes wawancara.

Direktur PPG, Temu ismail menjelaskan pada Webinar Sapa GTK episode ke lima mengenai tujuan PPG Prajabatan tahun 2022 adalah untuk menjawab kebutuhan guru dan siswa secara seimbang baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Sejalan dengan itu, kebijakan arah ke bawah dilaksanakan berdasarkan kebutuhan guru. Ia mengklaim meskipun banyak guru yang pensiun setiap tahunnya, komunikasi guru-guru tidak selalu sesuai dengan standar yang ditentukan oleh Undang-Undang Guru dan Dosen pada tahun

2005 (Biro Kerjasama dan Hubungan Masyarakat Sekjen Kemendikbudristek, 2022).

Strategi komunikasi dirancang berdasarkan visi dari perusahaan, yang bertujuan untuk mengambil dan menggunakan kesempatan sebesar-besarnya dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan guna mengatasi ancaman yang terjadi, melalui pengoptimalan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki melalui tindakan defensif dan usaha meminimalkan kelemahan yang ada.

Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan atau bisnis dinilai menggunakan proses analisis SWOT. Analisis ini membantu dalam mengevaluasi posisi saat ini suatu organisasi dan memperkirakan kemungkinan hasilnya di masa depan. Analisis SWOT sering digunakan dalam perencanaan strategis untuk membantu organisasi atau perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan dan pengembangan strategi yang tepat. Analisis SWOT sangat penting dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif dan memaksimalkan pencapaian tujuan.

Dalam analisis SWOT terdapat empat faktor diantaranya:

a) *Strengths* (Kekuatan)

Strengths adalah keadaan yang berkembang menjadi kekuatan dalam perusahaan. Penguatan karakteristik adalah keterampilan atau

manfaat unik yang dimiliki perusahaan. Unsur-unsur ini adalah keunggulan komparatif atau nilai tambah organisasi. Hal ini cukup jelas ketika sebuah perusahaan memiliki kemampuan yang lebih baik daripada para pesaingnya dan dapat memuaskan pemangku kepentingan dan klien.

b) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah aspek-aspek organisasi yang merupakan titik lemah atau kekurangan. Singkatnya, kelemahan adalah kejadian normal di sebuah perusahaan. Namun yang penting adalah bagaimana bisnis membuat aturan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kekurangan tersebut. Kelemahan yang tidak dimiliki oleh organisasi lain juga dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan.

c) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah keadaan lingkungan eksternal yang berharga yang dapat dimanfaatkan sebagai taktik untuk meningkatkan bisnis atau organisasi. Membandingkan analisis internal (kekuatan & kelemahan) perusahaan atau organisasi Anda dengan analisis internal pesaing dapat membantu Anda mengidentifikasi peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan. Pemeringkatan peluang harus memperhitungkan kemungkinan keberhasilannya karena tidak semua peluang harus diwujudkan dalam tujuan.

d) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah kebalikan dari peluang. Ancaman adalah faktor luar yang dapat mengganggu kemampuan organisasi atau bisnis untuk beroperasi secara normal. Ancaman mungkin termasuk faktor lingkungan yang berbahaya bagi perusahaan. Jika dampaknya tidak segera ditangani, hal itu dapat memburuk dan akhirnya menjadi penghalang bagi kemampuan organisasi atau bisnis untuk memenuhi tujuan dan sasarannya. Ancaman dapat diidentifikasi berdasarkan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*) dan tingkat dampaknya (Fatimah, 2016).

Menurut Ali, dkk., analisis SWOT adalah metode yang efektif untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi atau perusahaan. Analisis ini membantu organisasi atau perusahaan untuk memahami lingkungan bisnis mereka, serta untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman (Ali dkk., 2021).

3. Minat

Slameto (2003) menyatakan minat diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat (Matondang, 2018).

Menurut Crow and Crow (1984), minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan, atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri (Khairani, 2017).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya yaitu :

a. *The Factor Inner Urge/* Faktor Kebutuhan Dari Dalam

Faktor ini berhubungan dengan kebutuhan, keinginan, dan nilai-nilai individu yang mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu hal. Setiap individu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, seperti kebutuhan akan pemenuhan kebutuhan fisik, emosi, sosial, atau pencapaian pribadi. Kebutuhan-kebutuhan ini menciptakan dorongan atau *inner urge* bagi seseorang untuk mencari dan tertarik pada hal-hal yang relevan dengan kebutuhan atau tujuan pribadi mereka. Dorongan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menumbulkan minat.

b. *The Factor of Social Motive/* Faktor Motif Sosial

Faktor ini terkait dengan interaksi sosial dan pengaruh lingkungan sekitar yang mempengaruhi minat seseorang. Manusia merupakan makhluk sosial, dan lingkungan sekitar memiliki peran penting dalam membentuk minat mereka. Pengaruh dari keluarga, teman, rekan kerja, atau komunitas dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu

hal. Minat seseorang terhadap sesuatu hal dipengaruhi oleh motif sosial yaitu seperti kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.

c. *Emosional Factor/ Faktor Emosional*

Faktor emosional berkaitan dengan perasaan dan respons emosional seseorang terhadap suatu hal. Emosi memainkan peran penting dalam membentuk minat, karena seseorang cenderung tertarik pada hal-hal yang memicu perasaan positif atau menyenangkan, dan menghindari hal-hal yang menimbulkan perasaan negatif. Faktor ini juga merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

Minat merupakan aspek psikis manusia yang dapat mendorong tercapainya tujuan. Seseorang yang memiliki minat pada suatu objek, cenderung untuk memberikan perhatian atau mendapatkan kesenangan yang lebih besar kepada objek tersebut. Tetapi apabila objek tersebut tidak memberikan kesenangan, itu artinya ia tidak memiliki minat pada objek tersebut. Begitu pula dengan minat peserta dalam program PPG, minat memiliki pengaruh yang besar terhadap kuantitas pendaftar pada program tersebut. Sebab dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya, sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu.

Menurut Adityaromantika (2010), seseorang dapat dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki tiga unsur utama, yaitu perhatian, kesenangan, dan kemauan. Pertama, perhatian menjadi fondasi penting dalam memunculkan minat. Perhatian adalah kreativitas jiwa yang tinggi yang terfokus sepenuhnya pada suatu objek. Ketika seseorang memiliki perhatian yang intens terhadap suatu hal, maka objek tersebut menjadi pusat perhatian dan menarik minatnya untuk lebih mendalami dan terlibat dalam hal tersebut.

Kedua, Kesenangan menjadi faktor emosional yang mempengaruhi minat. Perasaan senang terhadap sesuatu objek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, seseorang merasa tertarik kemudian pada saatnya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian maka individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan objek tersebut. Selanjutnya, ketiga adalah kemauan yang merupakan faktor motivasional dalam membentuk minat. Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu objek. Ketika seseorang memiliki kemauan kuat terhadap suatu tujuan atau objek, maka minatnya akan tumbuh dan mendorongnya untuk mencapai atau mendapatkan hal tersebut (Yusa & Saputra, 2019).

G. Kerangka Pemikiran

Program PPG Prajabatan dinilai dapat menghadirkan calon-calon guru profesional untuk mengisi kekosongan guru yang akan pensiun namun pada kenyataannya jumlah peserta yang lolos pada seleksi PPG Prajabatan tidak mencapai target karena ketidakjelasan regulasi sehingga kurangnya minat peserta dalam mengikuti program PPG Prajabatan.

Perlu adanya strategi komunikasi yang tepat pada program PPG Prajabatan dalam menangani jumlah peserta yang tidak mencapai target.

Analisis SWOT :

- *Strengths* (Kekuatan)
- *Weaknesses* (Kelemahan)
- *Opportunities* (Peluang)
- *Threats* (Ancaman)

Strategi Komunikasi AIDDA oleh Wilbur Schramm :

- *Attention* (Perhatian)
- *Interest* (Minat)
- *Desire* (Hasrat)
- *Decision* (Keputusan)
- *Action* (Tindakan/Kegiatan)

Faktor yang mempengaruhi minat oleh Crow :

- Faktor kebutuhan dari dalam
- Faktor motif sosial
- Faktor Emosional

Implementasi strategi komunikasi yang tepat pada Program PPG Prajabatan Kemendikbud RI sehingga dapat meningkatkan minat peserta.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut definisi penelitian kualitatif Strauss dan Corbin (2007) meskipun data dapat dihitung dan disajikan dalam bentuk angka, seperti dalam sensus, namun analisis datanya bersifat kualitatif (Nugrahani & Hum, 2014). Istilah “penelitian kualitatif” menggambarkan analisis data non-matematis yang menghasilkan kesimpulan dari berbagai jenis data yang dikumpulkan melalui metode antara lain wawancara, observasi, dokumen atau arsip, dan tes.

Strategi deskriptif kualitatif digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini untuk merinci dan menjelaskan secara menyeluruh masalah yang sedang diselidiki. Menurut Sutopo dan Arief (2010), yang merangkum sudut pandang profesional penelitian kualitatif, meliputi deskripsi, pengungkapan, dan penjelasan (*to describe, explore, and explain*) (Suwendra, 2018).

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh data dibutuhkan secara rinci melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek juga dikenal sebagai informan, yang digambarkan sebagai orang-orang yang dipercaya oleh peneliti untuk dijadikan sebagai informan atau sumber informasi yang memberikan informasi yang benar untuk melengkapi data penelitian. Definisi Sugiyono tentang istilah “Informan” menyebutkan bahwa merujuk pada sampel dari penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, sampel tidak disebut responden; sebaliknya, mereka adalah narasumber, peserta, informan, teman, dan guru (Sugiyono, 2020).

Subjek dari penelitian ini adalah pengelola PPG Direktorat Pendidikan Profesi Guru Kemdikbudristek yang berperan dan terlibat langsung dalam pengelolaan program PPG Prajabatan. Informan terdiri dari satu orang dari pokja PPG Prajabatan, satu orang dari pokja kemitraan dan komunikasi publik, dan satu orang lagi dari bagian tata usaha.

b. Objek Penelitian

Menurut Fan (2010), objek penelitian merupakan ruang lingkup kecil yang menjadi fokus penelitian. Dengan objek ini nantinya peneliti mendalami kajian pustaka, teori data dan analisis objek penelitian yang beragam untuk mendapatkan hasil yang sesuai tujuan

penelitian. Objek penelitian menurut Suharsimi Arikunto yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian (Pakpahan dkk., 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang menjadi fokus dalam penelitian untuk ditinjau lebih dalam lagi. Pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan

3. Teknik Pengumpulan Data

Metodologi pengumpulan data disebut teknik pengumpulan data. Mencapai data yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan studi akan lebih mudah dengan memilih metode pengumpulan data yang tepat. Sugiyono menegaskan bahwa meskipun mendapatkan data adalah tujuan utama dari penelitian, tahap terpenting yang paling strategis dalam melakukan penelitian tersebut adalah mengembangkan metodologi pengumpulan data (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Menurut Patton (1980), tujuan dari observasi adalah untuk membuat deskripsi tentang latar belakang yang sedang diamati, mengidentifikasi kegiatan-kegiatan yang tengah berlangsung dalam latar tersebut, menggambarkan individu

yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan tersebut, serta memahami bagaimana partisipasi individu memengaruhi baik latar maupun kegiatan yang ada (Nasution, 2023).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipan (*observer as participant*). Observasi dapat membantu peneliti dalam mengamati strategi komunikasi yang dijalankan pada Program PPG Prajabatan. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi partisipan dalam Program PPG Prajabatan 2022.

2) Wawancara

Menurut Esterberg 2002 dalam (Sugiyono, 2020), wawancara adalah suatu pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, sehingga dapat terbentuk suatu makna yang berkaitan dengan topik tertentu.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan garis besar dan mendalam terkait dengan data yang ingin diperoleh. Pertanyaan-pertanyaan tersebut disusun terlebih dahulu oleh peneliti sebelum melakukan wawancara dengan narasumber. Narasumber untuk wawancara ini merupakan orang yang terlibat secara langsung dalam pengelolaan program PPG Prajabatan, yaitu satu orang dari

pokja PPG Prajabatan, satu orang dari pokja kemitraan dan komunikasi publik, dan satu orang lagi dari bagian tata usaha.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu proses pengumpulan data atau informasi mengenai hal-hal atau variable tertentu berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, langger, agenda, dan berbagai jenis dokumentasi lainnya (Arikunto, 2010). Hasil penelitian akan lebih kredibel jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2020).

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan berbagai jenis dokumentasi seperti rekaman, catatan, foto, dan dokumen lainnya yang mendukung dalam pengumpulan data mengenai Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT

Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan

4) Studi Pustaka

Menurut J. Supranto dalam buku Rosadi Ruslan, studi pustaka adalah pendekatan pengumpulan data yang menggunakan bahan data atau informasi dari publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun dari jurnal ilmiah, buku referensi, dan sumber lainnya. (Siregar & Nasution, 2020).

Studi literatur adalah metode pengumpulan fakta dan informasi melalui membaca karya sastra atau bahan tertulis, seperti buku, artikel, jurnal, atau laporan penelitian. Peneliti dapat mengumpulkan berbagai sumber menggunakan strategi ini untuk membantu dalam studi.

4. Metode Analisis Data

Pengejaran metodis dan pengumpulan data dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain dikenal sebagai analisis data. (Sugiyono, 2020). Dalam buku yang sama, Sugiyono mencatat bahwa analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu proses di mana suatu hipotesis dihasilkan berdasarkan studi terhadap data yang telah dikumpulkan. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan relevan tentang yang diteliti.

Pendekatan analisis data dari model Miles dan Huberman (1984) digunakan dalam penelitian ini. Metode ini meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2020):

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap ketika data disederhanakan untuk memenuhi persyaratan dan membuat informasi lebih mudah diperoleh. Untuk membuat data yang diperoleh lebih mudah

dipahami, maka akan dibagi menjadi kategori penting dan tidak relevan. Peneliti meneliti data wawancara untuk penelitian ini.

b. Penyajian Data

Menampilkan data dalam bentuk grafik, bagan, atau representasi visual lainnya dikenal sebagai penyajian data. Untuk mempermudah apa yang dikomunikasikan dan dipahami oleh orang lain, data ini disajikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bahasa naratif untuk menyajikan data wawancara.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau *conclusion drawing* adalah langkah ketiga dalam analisis data. Pada penarikan kesimpulan ini, peneliti mencoba untuk menganalisis data-data yang telah disimpulkan selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

5. Metode Keabsahan Data

Prosedur triangulasi sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menilai validitas atau reliabilitas data. Dalam uji keabsahan ini, triangulasi mencakup perbandingan informasi dari banyak sumber dengan berbagai cara dan pada berbagai periode (Sugiyono, 2020). Triangulasi bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian dengan mengonfirmasi atau memverifikasi data dari berbagai sumber dan melalui berbagai pendekatan. Metode triangulasi membantu

peneliti dalam mencari kesamaan atau perbedaan antara data yang diperoleh dari berbagai sumber. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh tidak hanya bersifat subjektif atau tergantung pada satu sumber data saja.

Peneliti dalam hal ini menggunakan jenis triangulasi sumber, yaitu suatu teknik untuk mengevaluasi keabsahan data dengan mereferensikan silang informasi yang telah dikumpulkan dari banyak sumber (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini untuk menguji kredibilitas data mengenai Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan melakukan observasi, wawancara mendalam dengan berbagai narasumber serta dokumentasi. Kemudian setelah menyajikan data-data yang telah diperoleh, peneliti melakukan wawancara dengan pengurus pusat PERGUNU yaitu Dr. Romi Siswanto, S. Sos., M. Si. sebagai narasumber ahli untuk melakukan verifikasi atau membandingkan informasi atau data dengan sumber lain untuk memastikan keakuratannya. Peneliti memilih melakukan wawancara dengan narasumber tersebut karena selain merupakan anggota dari PERGUNU (Persatuan Guru Nahdhatul Ulama) karena PERGUNU memiliki peran penting dalam dunia pendidikan, pemahaman tentang kebutuhan guru, jaringan yang luas, dan pengalaman praktis dalam pendidikan khususnya dalam lingkup profesi guru. Narasumber juga

merupakan seorang dosen FKIP Universitas Terbuka serta mantan pegawai di Direktorat Pendidikan Profesi Guru. Oleh karena itu memilih Dr. Romi Siswanto, S. Sos., M. Si. sebagai narasumber dalam melakukan uji kredibilitas melalui triangulasi sumber.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan, kesimpulan yang dapat diambil mengenai hasil analisis SWOT PPG Prajabatan, program ini memiliki beberapa kekuatan yang signifikan, termasuk kurikulum yang terstruktur, tim pengajar dan fasilitator yang berpengalaman, serta akses dan jaringan yang kuat. Namun, ada beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti komunikasi yang tidak efektif antar divisi dan kompleksnya tahapan seleksi.

Program ini yaitu memiliki peluang yang menjanjikan karena tingginya antusiasme dari para peserta dan penyebaran pendaftar hingga daerah terpencil. Namun ada beberapa ancaman yang harus dihadapi, termasuk kurangnya respon dan tanggapan dari pengelola program di media sosial, serta faktor-faktor ekonomi, komitmen, dan kesadaran calon peserta yang dapat mempengaruhi keberhasilan program ini. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan potensi program PPG Prajabatan, diperlukan upaya untuk meningkatkan komunikasi internal, merespons ancaman yang ada, dan memanfaatkan peluang yang tersedia, seperti mengambil langkah-langkah konkret untuk mengatasi faktor-faktor yang memengaruhi minat calon peserta.

Setelah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam analisis SWOT PPG Prajabatan, selanjutnya yaitu menerapkan strategi dengan memanfaatkan hasil dari analisis SWOT. Dalam konteks ini, Kemendikbud RI telah menggunakan pendekatan strategi AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) secara efektif. Strategi ini melibatkan kerjasama dengan influencer guru, konten media sosial, dan slogan "Yuk Jadi Guru!" untuk menarik perhatian (*attention*) calon peserta. Webinar, interaksi media sosial, serta cerita inspiratif dari Majalah PPG digunakan untuk memunculkan minat (*interest*). Penyampaian keuntungan dan manfaat digunakan untuk memunculkan keinginan (*desire*) calon peserta. Kemitraan dengan universitas dan kemudahan pendaftaran awal memengaruhi keputusan (*decision*) calon peserta. Kendala dalam kebijakan jenjang karir dan faktor ekonomi memengaruhi tindakan (*action*) calon peserta untuk tidak melanjutkan pendaftaran. Kesiapan dan komitmen peserta juga memengaruhi jumlah yang lolos seleksi PPG Prajabatan.

Program PPG Prajabatan tidak mencapai target pesertanya dikarenakan beberapa kendala yang ada. Kendala dalam memunculkan minat calon peserta salah satunya dalam memberikan respons maksimal akibat keterbatasan SDM juga ditemukan. Selanjutnya dalam melakukan tahap akhir strategi AIDDA yaitu memengaruhi keputusan (*action*) calon peserta untuk mendaftar hingga proses seleksi selesai, Kemendikbud RI khususnya Direktorat PPG tidak dapat

mempertahankan jumlah peserta pada pendaftaran awal. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, internal maupun eksternalnya. Faktor internal yaitu mengenai kebijakan jenjang karir kedepannya untuk lulusan Program PPG Prajabatan yang belum memiliki kejelasan. Faktor eksternalnya yaitu yang berasal dari peserta itu sendiri diantaranya faktor ekonomi serta kesiapan dan komitmen peserta.

Dengan adanya hasil Analisis SWOT Program PPG Prajabatan, dalam upaya untuk mengatasi kendala dan mencapai target peserta yang lebih baik dalam program PPG Prajabatan, Setelahnya Kemendikbud RI sukses menerapkan strategi AIDDA dengan menarik perhatian, memunculkan minat, membangkitkan keinginan, dan memengaruhi keputusan calon peserta. Namun, tantangan terletak pada langkah terakhir dari strategi AIDDA, yaitu memengaruhi tindakan calon peserta. Untuk mengatasi hal ini, perlu adanya upaya lebih lanjut untuk mengatasi faktor-faktor yang memengaruhi tindakan peserta, baik melalui klarifikasi kebijakan jenjang karir, insentif ekonomi, atau langkah-langkah lain yang dapat meningkatkan kesiapan dan komitmen peserta. Dengan langkah-langkah tambahan ini, diharapkan program PPG Prajabatan dapat mencapai keberhasilan yang lebih besar dalam menarik peserta dan mencetak lulusan yang berkualitas.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan selanjutnya, yaitu :

1. PPG Prajabatan sebagai program yang menjaring calon guru profesional, agar melakukan perbaikan pada kebijakan yang berkaitan dengan jenjang karir bagi peserta setelah berhasil menyelesaikan program. Dengan memperjelas jenjang karir untuk lulusan program ini agar dapat lebih memotivasi calon peserta untuk berpartisipasi dengan keyakinan dan tujuan yang lebih jelas.
2. Sebagai program yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi, aktif dalam merespon pertanyaan yang diajukan peserta perlu diterapkan oleh PPG Prajabatan. Hal tersebut dapat membangun komunikasi yang lebih terbuka dan membantu peserta dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan.
3. Perlu dilakukan upaya dalam membangun komunikasi yang efektif antar divisi yang terlibat dalam pelaksanaan Program PPG Prajabatan. Hal ini akan mendukung koordinasi yang lebih baik, meminimalkan hambatan informasi, dan memastikan bahwa seluruh aspek program dapat berjalan secara sinergis dan terkoordinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Azhar. (t.t.). *Tafsir Al-Anfal: 60*. Tafsir Learn Quran. Diambil 29 April 2023, dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-8-al-anfal/ayat-60#>
- Ali, M., Ali, A., & Yousaf, S. (2021). SWOT Analysis of Sustainable Tourism Development in Pakistan. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(1), 667–676.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aulia, K. P. (2023, Juni 19). Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.
- Biro Kerjasama dan Hubungan Masyarakat Sekjen Kemendikbudristek. (2022). *Kemendikbudristek Buka Program Pendidikan Profesi Guru Prajabatan 2022*. Direktorat Pendidikan Profesi Guru. <https://ppg.kemdikbud.go.id/news/kemendikbudristek-buka-program-pendidikan-profesi-guru-prajabatan-2022>
- Cangara, H. (2022). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Claudia, S. I. (2022). *Data Guru Pensiun 2023*.
- Claudia, S. I. (2023). *Data Jumlah Peserta PPG Prajabatan 2022*.
- Direktorat Pendidikan Profesi Guru. (2022a). *PPG Prajabatan Persyaratan Seleksi*. Publikasi Team PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/prajabatan>
- Direktorat Pendidikan Profesi Guru. (2022b). *Profil Lulusan PPG Prajabatan*. Direktorat PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/prajabatan-landing-page>
- Direktorat Pendidikan Profesi Guru. (2023a). *FAQ PPG Prajabatan*. Publikasi Team Direktorat Pendidikan Profesi Guru. <https://ppg.kemdikbud.go.id/page/faq-ppg-prajabatan>

- Direktorat Pendidikan Profesi Guru. (2023b). *Generasi Baru Guru Indonesia*. Publikasi Team Direktorat Pendidikan Profesi Guru. <https://ppg.kemdikbud.go.id/prajabatan-landing-page>
- Direktorat PPG. (2023a). *Kata Sambutan Plt. Direktur*. Publikasi Team Direktorat PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/page/kata-sambutan-direktur#>
- Direktorat PPG. (2023b). *PPG Dalam Jabatan*. Publication Team Direktorat PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/ppg-dalam-jabatan>
- Direktorat PPG. (2023c). *Profil Lulusan PPG Prajabatan*. Publication Team Direktorat PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/prajabatan>
- Direktorat PPG. (2023d). *Visi & Misi Direktorat PPG*. Publikasi Team Direktorat PPG. <https://ppg.kemdikbud.go.id/page/visi-&-misi>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Surjaman, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Fany, Y. G. (2022). Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Khairani, M. (2017). *Psikologi Belajar*. Aswaja Pressindo.
- Kuswandani, A. B. (2023, Juni 26). Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2).
- Muammarulloh, A. G. A., & Wiyani, N. A. (2023). Analisis SWOT Implementasi Website Rapor Digital Madrasah Dalam Meningkatkan Kualitas Lembaga di MA Minat Kesugihan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3).
- Mulachela, H. (2022, Januari 12). *Komunikasi adalah : Definisi, Unsur, dan Tujuannya*. Katadata.co.id.

<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>

- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). CV. Harfa Creative.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Guming, K., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Pramesti, A. S. (2023, Juni 19). Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.
- Shihab, M. Q. (2005). *Tafsir Al-Mishbah : Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Quran*. Penerbit Lentera Hati.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , 2(1), 71–75.
- Siswanto, R. (2023, Agustus 6). Strategi Komunikasi AIDDA Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Minat Peserta Pada Program PPG Prajabatan.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suwendra, I. wayan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Nilacakra.
- Yusa, V. de, & Saputra, M. (2019). Analisis Peminatan Calon Mahasiswa Terhadap Program Studi Perguruan Tinggi di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE - UMM*, 13(1).