

Jenis-Jenis Saluran Komunikasi dalam Difusi Inovasi Pendidikan

Rindah Meijustika¹✉, Rahmi Susanti², Siti Dewi Maharani³, Yenny Anwar⁴
(1,2,3,4) Teknologi Pendidikan, Universitas Sriwijaya, Indonesia

✉ Corresponding author
[rindahmjustika@gmail.com]

Abstrak

Saluran komunikasi berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan dari satu individu ke individu lainnya. Kualitas interaksi dalam pertukaran informasi menentukan apakah suatu inovasi akan berhasil disampaikan serta dampak yang ditimbulkan dari penyebaran informasi tersebut. Rogers (1983) memberi dua contoh jenis saluran komunikasi yakni media massa dan komunikasi interpersonal. Artikel ini bertujuan membahas lebih lanjut mengenai berbagai jenis saluran komunikasi dalam difusi inovasi di dunia pendidikan, serta contoh-contohnya dalam pendidikan di Indonesia. Belum banyak penelitian pustaka Penelitian studi pustaka membahas topik ini belum banyak, oleh sebab itu pemahaman mengenai konsep ini diharapkan dapat membantu para pendidik, pengambil kebijakan, dan peneliti pendidikan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perubahan dan kemajuan pendidikan di era digital ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi pustaka dimana pengumpulan data dengan melakukan kajian terhadap berbagai literatur buku, dan media online.

Kata Kunci: *saluran komunikasi, media massa, komunikasi interpersonal*

Abstract

Communication channels serve as a medium for conveying messages from one individual to another. The quality of interaction in the exchange of information determines whether an innovation will be successfully conveyed and the impact resulting from its dissemination. Rogers (1983) provides two examples of types of communication channels, namely mass media and interpersonal communication. This article aims to further discuss various types of communication channels in the diffusion of innovation in the world of education, as well as examples of these in education in Indonesia. There hasn't been much literature research. Library research on this topic is still limited; therefore, understanding this concept is expected to help educators, policymakers, and education researchers in developing more effective strategies to support changes and advancements in education in this digital era. This research is a qualitative study using the literature review method, where data collection is conducted by examining various books and online media.

Keywords: *communication channel, mass media, interpersonal communication*

PENDAHULUAN

Difusi inovasi adalah proses penyebaran ide, praktik, atau teknologi baru dari satu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lainnya dalam suatu sistem sosial. Rogers (2003) dalam teorinya tentang difusi inovasi mengemukakan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh beberapa unsur, termasuk karakteristik inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Dalam konteks pendidikan, difusi inovasi sering kali dikaitkan dengan pengenalan teknologi pendidikan, metode pembelajaran baru, dan kebijakan sekolah yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

Saluran komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam proses difusi inovasi. Rogers (2003) mengklasifikasikan saluran komunikasi dalam dua bentuk utama, yaitu media massa dan komunikasi interpersonal. Media massa, seperti televisi, radio, dan internet, sering digunakan untuk

memperkenalkan inovasi kepada khalayak luas dengan cepat. Misalnya, kebijakan Kurikulum Merdeka diperkenalkan melalui siaran televisi, website resmi Kementerian Pendidikan, serta webinar daring untuk memberikan pemahaman awal kepada para pendidik. Di sisi lain, komunikasi interpersonal yang terjadi melalui diskusi antar guru atau pelatihan langsung lebih efektif dalam meyakinkan individu untuk mengadopsi inovasi. Seorang guru yang sudah berhasil menerapkan teknologi dalam pembelajaran dapat berbagi pengalaman dengan rekan-rekannya, sehingga mempercepat adopsi inovasi di tingkat sekolah.

Salah satu fakta yang menunjukkan pentingnya difusi inovasi dan saluran komunikasi dalam pendidikan adalah implementasi teknologi digital dalam pembelajaran. Berdasarkan laporan UNESCO tahun 2021, lebih dari 90% negara di dunia mengadopsi teknologi pendidikan selama pandemi COVID-19 untuk memastikan keberlangsungan pembelajaran (Perajaka & Ngamal, 2021). Namun, efektivitas adopsi teknologi ini sangat bervariasi, bergantung pada bagaimana inovasi tersebut diperkenalkan, disebarluaskan, dan diterima oleh para guru dan siswa. Di Indonesia, penerapan platform pembelajaran daring seperti Google Classroom, Zoom, dan Learning Management System (LMS) lainnya menunjukkan bahwa tidak semua guru mampu mengadopsinya dengan cepat, terutama di daerah yang memiliki keterbatasan infrastruktur dan minimnya pelatihan bagi tenaga pendidik (Fahmi, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa proses komunikasi dalam penyebaran inovasi menjadi faktor kunci dalam keberhasilannya.

Selain teknologi, inovasi dalam metode pembelajaran seperti Project-Based Learning (PjBL), Blended Learning, dan Student-Centered Learning juga mengalami tantangan dalam difusinya. Banyak guru yang masih menggunakan metode pembelajaran konvensional karena keterbatasan informasi atau kurangnya dukungan dalam mengadopsi metode baru (Wahyudi & Jatun, 2024). Dalam kondisi ini, komunikasi interpersonal antara guru, pelatihan berkelanjutan, serta komunitas belajar guru berperan penting dalam mempercepat difusi inovasi dan meningkatkan kesiapan guru dalam menerapkan strategi pembelajaran yang lebih inovatif.

Artikel ini bertujuan membahas lebih lanjut mengenai berbagai jenis saluran komunikasi dalam difusi inovasi, di dunia pendidikan, serta contoh-contohnya dalam pendidikan di Indonesia. Pemahaman mengenai konsep ini diharapkan dapat membantu para pendidik, pengambil kebijakan, dan peneliti pendidikan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perubahan dan kemajuan pendidikan di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini ditulis dengan menggunakan metode kajian pustaka dimana pengumpulan data dengan melakukan kajian terhadap berbagai literatur. Penulis mengumpulkan data dari jurnal, buku, dan media online yang terkait dengan kajian. Menurut Sutrisno dalam Kurniawan (2013) sebuah penelitian disebut penelitian kepustakaan karena data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian tersebut berasal dari perpustakaan baik berupa buku, ensiklopedia, kamus, jurnal, dokumen, majalah dan sebagainya. Variabel dalam penelitian tersebut tidak baku. Data yang diperoleh dituangkan dalam subbab-subbab sehingga menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Zed dalam Melfianora (2019) bahwa riset pustaka (Library research) penelusuran pustaka tidak hanya untuk langkah awal menyiapkan kerangka penelitian (research design), akan tetapi sekaligus memanfaatkan beberapa sumber perpustakaan. Sumber perpustakaan tersebut digunakan untuk memperoleh data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis-jenis Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan dari satu individu ke individu lainnya. Kualitas interaksi dalam pertukaran informasi menentukan apakah suatu inovasi akan berhasil disampaikan serta dampak yang ditimbulkan dari penyebaran informasi tersebut. Rogers (1983) memberi dua contoh jenis saluran komunikasi yakni media massa dan komunikasi interpersonal.

Media Massa

Saluran media massa seringkali merupakan cara yang paling cepat dan efisien untuk memberitahu khalayak calon pengadopsi tentang keberadaan suatu inovasi, yaitu, untuk menciptakan kesadaran-pengetahuan. Definisi media massa menurut beberapa ahli:

Menurut Fatimah (2022)

Saluran media massa adalah segala bentuk media masa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Saluran komunikasi, juga dikenal sebagai media, adalah alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari sumber ke penerima. Saluran komunikasi dapat datang dalam berbagai bentuk, termasuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa. Dengan menggunakan saluran komunikasi, umpan balik dari informasi atau pengaduan yang diperlukan dan diajukan oleh masyarakat dapat dijawab.

Menurut Bungin (2006)

Media massa adalah media komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diaksesoleh masyarakat secara masal pula.

Menurut Rogers (1983)

Saluran media massa adalah semua cara penyampaian pesan yang melibatkan media massa, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya, yang memungkinkan satu atau beberapa orang untuk menjangkau khalayak yang banyak jumlahnya. Media massa sangat efektif dalam tahap penyadaran (knowledge stage), yaitu tahap awal di mana individu atau kelompok mulai mengetahui keberadaan suatu inovasi. Namun, media massa cenderung kurang efektif dalam membujuk (persuasion) individu untuk benar-benar mengadopsi inovasi tersebut karena sifatnya yang satu arah dan kurang interaktif.

Menurut Suwantoro (2004)

Saluran media massa adalah segala bentuk media massa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka

Salah satu keunggulan utama media massa adalah kemampuannya dalam menginformasikan masyarakat secara luas tentang adanya inovasi tertentu. Misalnya, sebuah program televisi atau artikel dalam surat kabar dapat mengumumkan peluncuran inovasi baru, memberikan informasi tentang cara kerja inovasi tersebut, serta menyoroti manfaat yang ditawarkannya. Media massa sering kali digunakan oleh pemerintah, institusi pendidikan, atau organisasi lainnya untuk memperkenalkan suatu inovasi secara masif sebelum individu mulai mengadopsinya. Selain itu dalam pendidikan informal Tanzhenova (2024) menyatakan bahwa penggunaan media digital dalam kegiatan pendidikan informal memiliki dampak positif pada kelengkapan perilaku dan emosional peserta, sementara kelengkapan kognitif tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik antara kelompok-kelompok tersebut.

Selain itu, media massa berfungsi sebagai alat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu inovasi. Penggunaan narasi yang menarik, data yang meyakinkan, serta testimoni dari individu yang telah mengadopsi inovasi dapat meningkatkan daya tarik suatu inovasi bagi calon adopter. Dengan strategi komunikasi yang efektif, media massa dapat membentuk opini publik dan mempercepat adopsi inovasi di berbagai lapisan masyarakat.

Namun, meskipun media massa efektif dalam membangun kesadaran, ia sering kali bersifat satu arah, di mana informasi mengalir dari sumber ke audiens tanpa adanya interaksi langsung. Hal ini membuat individu yang menerima informasi melalui media massa mungkin hanya memahami inovasi secara umum, tanpa memiliki kesempatan untuk mengklarifikasi atau mendiskusikan detail lebih lanjut. Oleh karena itu, meskipun media massa dapat mempercepat penyebaran informasi, sering kali diperlukan pendekatan lain untuk memastikan bahwa individu benar-benar memahami dan tertarik untuk mengadopsi inovasi tersebut.

Sebagai contoh, pemerintah meluncurkan program "Gerakan Literasi Sekolah" melalui televisi dan media sosial untuk memperkenalkan metode membaca berbasis digital bagi siswa SD. Iklan dan webinar nasional di YouTube membantu guru-guru memahami manfaat teknologi dalam meningkatkan literasi siswa. Contoh lain, sebuah sekolah menengah atas mengadopsi sistem pembelajaran berbasis Learning Management System (LMS), seperti Google Classroom atau Moodle. Kementerian Pendidikan menyiarkan program di televisi dan media online tentang manfaat LMS dalam mendukung pembelajaran daring dan hybrid.

Komunikasi Interpersonal

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama makna. Dengan kata lain, memahami bahasa seseorang tidak selalu berarti memahami makna yang dibawakan oleh bahasa tersebut. Percakapan antara dua orang dapat dianggap komunikatif hanya jika mereka keduanya tidak hanya memahami bahasa yang digunakan, tetapi juga memahami bahan yang dibahas (Effendy, 2004). Komunikasi, menurut (Shannon dan Weaver dalam Cangara, 2007; Rahman, E. 2015; Purnama, S. 2016) adalah jenis interaksi di mana orang berpengaruh satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Ini tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal, tetapi juga ekspresi wajah, lukisan, seni, dan teknologi.

Saluran interpersonal lebih efektif dalam membujuk seseorang untuk mengadopsi ide baru, terutama jika saluran interpersonal menghubungkan dua atau lebih orang yang merupakan teman sebaya. Saluran interpersonal melibatkan pertukaran tatap muka antara dua atau lebih orang. Hasil dari berbagai penyelidikan difusi menunjukkan bahwa sebagian besar orang tidak mengevaluasi suatu inovasi berdasarkan studi ilmiah tentang konsekuensinya, meskipun evaluasi objektif tersebut tidak sepenuhnya tidak relevan, terutama bagi orang pertama yang mengadopsi. Sebaliknya, sebagian besar orang terutama bergantung pada evaluasi subjektif suatu inovasi yang disampaikan kepada mereka dari orang lain seperti mereka yang sebelumnya telah mengadopsi inovasi tersebut. Ketergantungan pada pengalaman yang dikomunikasikan oleh rekan sejawat dekat menunjukkan bahwa inti dari proses difusi adalah pemodelan dan peniruan oleh pengadopsi potensial terhadap mitra jaringan mereka yang telah mengadopsi sebelumnya (Rogers, 1983).

Komunikasi interpersonal melibatkan interaksi langsung antara individu atau kelompok dalam bentuk diskusi, pelatihan, konsultasi, atau kerja sama. Saluran ini lebih efektif dalam tahap persuasi (persuasion stage) karena memungkinkan adanya pertukaran informasi dua arah, umpan balik, dan pemecahan masalah secara langsung. Dalam konteks pendidikan, komunikasi interpersonal sering terjadi antara guru dengan sesama guru (melalui diskusi, pelatihan, atau workshop), guru dengan siswa (melalui bimbingan langsung dalam kelas) atau kepala sekolah dengan guru (dalam sosialisasi kebijakan pendidikan).

Dalam difusi inovasi, komunikasi interpersonal berperan penting dalam membangun pemahaman yang lebih mendalam serta mempengaruhi keputusan adopsi inovasi. Ketika seseorang berinteraksi langsung dengan individu lain yang telah mengadopsi inovasi, mereka cenderung lebih percaya dan lebih terdorong untuk mencoba inovasi tersebut. Hal ini karena komunikasi interpersonal memberikan kesempatan bagi individu untuk mengajukan pertanyaan, mendiskusikan manfaat dan tantangan inovasi, serta memperoleh informasi yang lebih kontekstual sesuai dengan kebutuhan mereka.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi interpersonal adalah pengaruh hubungan sosial. Orang cenderung lebih terbuka terhadap inovasi jika rekomendasi datang dari orang-orang yang mereka kenal dan percaya. Dalam konteks pendidikan, misalnya, seorang guru yang ragu-ragu untuk mengadopsi metode pembelajaran baru mungkin lebih yakin untuk mencobanya jika mendapat dorongan dari kolega yang telah sukses mengimplementasikan metode tersebut. Dengan demikian, komunikasi interpersonal memungkinkan adanya proses pemodelan dan imitasi, di mana individu meniru perilaku orang lain yang telah lebih dulu mengadopsi inovasi.

Selain itu, komunikasi interpersonal juga bersifat dua arah, yang berarti ada ruang bagi individu untuk bertanya, mengklarifikasi, dan bahkan menyesuaikan inovasi dengan kebutuhan mereka. Hal ini membuat komunikasi interpersonal lebih efektif dalam mengatasi resistensi terhadap inovasi, karena individu merasa didukung dalam proses adaptasi.

Dalam proses difusi inovasi, komunikasi interpersonal seringkali berperan sebagai tahap lanjutan setelah individu memperoleh kesadaran awal melalui media massa. Setelah mengetahui tentang inovasi dari media massa, individu mungkin mencari informasi lebih lanjut melalui diskusi dengan teman sejawat, pelatihan, atau bimbingan langsung dari pihak yang telah lebih dulu mengadopsi inovasi tersebut. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan memastikan bahwa inovasi benar-benar dapat diimplementasikan dengan sukses dalam suatu sistem sosial.

Sebagai contoh, seorang kepala sekolah SD mengadakan pelatihan internal untuk guru-guru tentang penggunaan aplikasi Augmented Reality (AR) dalam pembelajaran sains. Melalui sesi tatap muka, guru bisa langsung mencoba teknologi tersebut dan berdiskusi tentang manfaat serta tantangan dalam implementasinya di kelas. Contoh lainnya, seorang guru matematika yang telah berhasil menerapkan metode flipped classroom (kelas terbalik) berbagi pengalamannya dengan rekan-rekan guru dalam forum diskusi di sekolah. Guru lain tertarik dan mulai mencoba metode ini dengan bimbingan dari guru yang lebih dulu mengadopsinya.

Tabel 1. Kelebihan dan Kekurangan Media Massa dan Komunikasi Interpersonal

| NNo | Jenis | Kelebihan | Kekurangan |
|-----|--------------------------|---|---|
| 11 | Media Massa | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cepat menjangkau banyak orang 2. Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan awal tentang inovasi 3. Bisa menyebarluaskan contoh praktik baik (best practices) 4. Mempengaruhi persepsi publik | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bersifat satu arah 2. Kurang interaktif dan sulit membangun pemahaman mendalam 3. Tidak semua individu langsung terdorong untuk mengadopsi inovasi |
| 22 | Komunikasi Interpersonal | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dua arah 2. Lebih meyakinkan karena ada interaksi langsung 3. Bisa menyesuaikan dengan kebutuhan individu atau kelompok 4. Memungkinkan adanya umpan balik dan klarifikasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan terbatas (hanya bisa dilakukan dalam kelompok kecil) 2. Memerlukan waktu lebih lama untuk menyebarkan inovasi ke banyak orang |

Berdasarkan Arah Komunikasi

Dalam konteks difusi inovasi dalam dunia pendidikan, komunikasi memainkan peran penting dalam menyebarkan ide-ide baru dan memastikan inovasi dapat diterima serta diadopsi oleh berbagai pihak di sekolah. Menurut Katz & Kahn (1970), arah aliran informasi dapat mengikuti pola otoritas posisi hierarkis (downward communication), dapat bergerak di antara rekan sejawat pada tingkat organisasi yang sama (horizontal communication), atau dapat menaiki tangga hierarkis (upward communication).

Komunikasi ke bawah dalam difusi inovasi adalah proses di mana informasi tentang suatu inovasi disampaikan dari otoritas yang lebih tinggi ke pihak-pihak di bawahnya dalam hierarki sekolah. Misalnya, ketika pemerintah atau dinas pendidikan memperkenalkan kurikulum Merdeka Belajar, kepala sekolah bertugas menyampaikan kebijakan ini kepada para guru. Kepala sekolah dapat mengadakan pelatihan atau rapat kerja untuk menjelaskan bagaimana kurikulum baru harus diterapkan dalam proses pembelajaran. Begitu pula saat sekolah menerapkan penggunaan Learning Management System (LMS) seperti Google Classroom, kepala sekolah dan tim IT sekolah memberikan pelatihan kepada guru tentang cara menggunakannya. Dalam hal ini, komunikasi ke bawah sangat berperan dalam memastikan inovasi diterima, dipahami, dan diterapkan oleh guru dan staf sekolah.

Sebaliknya, komunikasi ke atas dalam difusi inovasi terjadi ketika guru atau siswa memberikan umpan balik mengenai implementasi inovasi kepada pihak yang lebih tinggi dalam hierarki sekolah. Contohnya, setelah satu semester menerapkan pembelajaran berbasis proyek (Project-Based

Learning - PjBL), para guru dapat melaporkan pengalaman mereka kepada kepala sekolah, baik mengenai keberhasilan metode ini maupun tantangan yang dihadapi. Jika guru merasa bahwa inovasi ini perlu disesuaikan dengan kondisi sekolah, mereka dapat menyampaikan saran atau meminta dukungan tambahan, seperti pelatihan lebih lanjut atau penyediaan sarana yang lebih memadai. Selain itu, siswa juga dapat berperan dalam komunikasi ke atas, misalnya dengan memberikan masukan melalui survei tentang efektivitas metode pembelajaran digital yang diterapkan dalam kelas. Dengan adanya komunikasi ke atas, pimpinan sekolah dan pembuat kebijakan dapat memahami respons dari para pengguna inovasi dan menyesuaikan kebijakan agar lebih efektif.

Sementara itu, komunikasi horizontal dalam difusi inovasi terjadi ketika individu di tingkat yang sama saling bertukar informasi dan bekerja sama untuk mengadopsi inovasi. Dalam lingkungan sekolah, komunikasi ini dapat ditemukan dalam komunitas belajar guru, di mana para guru berbagi pengalaman dalam menerapkan strategi pembelajaran berbasis teknologi, seperti penggunaan aplikasi Kahoot atau Quizizz dalam evaluasi pembelajaran. Guru dapat saling mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi serta berbagi solusi terbaik dalam mengadaptasi inovasi tersebut di kelas mereka. Begitu pula dengan siswa yang menggunakan komunikasi horizontal dalam mengadopsi teknologi baru. Misalnya, ketika sekolah mulai menggunakan platform e-learning, siswa yang sudah terbiasa dengan sistem ini dapat membantu teman-temannya dalam memahami cara mengakses materi dan mengumpulkan tugas secara daring.

Ketiga bentuk komunikasi ini memiliki peran penting dalam keberhasilan difusi inovasi di sekolah. Komunikasi ke bawah memastikan inovasi diperkenalkan dengan jelas dan diterapkan sesuai dengan kebijakan yang telah ditentukan. Komunikasi ke atas memungkinkan penerima inovasi menyampaikan pengalaman mereka, sehingga inovasi dapat disesuaikan dan diperbaiki berdasarkan umpan balik. Sementara itu, komunikasi horizontal mendukung kolaborasi dan percepatan adopsi inovasi di antara sesama guru, staf, atau siswa. Dengan sistem komunikasi yang efektif, inovasi dalam dunia pendidikan dapat lebih mudah diterima dan diimplementasikan secara berkelanjutan, sehingga menciptakan lingkungan belajar yang lebih adaptif dan inovatif.

Saluran Aktif dan Pasif

Saluran komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi saluran aktif dan saluran pasif, yang masing-masing memiliki peran berbeda dalam proses penyebaran inovasi (Rogers, 2003). Saluran komunikasi pasif bersifat informatif, memberikan data umum tentang inovasi seperti cara kerja, manfaat, dan bagaimana memperolehnya. Karena sifatnya yang lebih luas dan kurang spesifik terhadap individu, saluran ini umumnya disebarluaskan melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, atau media sosial. Di sisi lain, saluran komunikasi aktif bersifat lebih personal dan langsung, bertujuan untuk mendorong seseorang agar benar-benar mengadopsi inovasi. Saluran ini bekerja melalui komunikasi interpersonal, seperti diskusi antarindividu atau rekomendasi dari orang yang dipercaya. Karena lebih menyesuaikan informasi dengan kebutuhan individu, saluran aktif lebih efektif dalam membujuk seseorang untuk mengadopsi inovasi.

Pada tahap awal, media massa berperan dalam menyebarkan informasi (saluran pasif), sedangkan dalam tahap selanjutnya, interaksi antara adopter (saluran aktif) mempercepat adopsi inovasi. Dalam konteks pendidikan di Indonesia, penggunaan saluran pasif bisa terlihat dalam penyebaran informasi tentang kurikulum Merdeka melalui situs web resmi Kementerian Pendidikan atau media sosial. Sementara itu, saluran aktif terjadi dalam pelatihan guru atau diskusi kelompok, di mana mereka mendapat arahan langsung dan rekomendasi dari rekan sejawat untuk mengimplementasikan inovasi dalam pembelajaran mereka.

SIMPULAN

Media massa efektif dalam membangun kesadaran, bersifat satu arah, di mana informasi mengalir dari sumber ke audiens tanpa adanya interaksi langsung. Hal ini membuat individu yang menerima informasi melalui media massa mungkin hanya memahami inovasi secara umum, tanpa memiliki kesempatan untuk mengklarifikasi atau mendiskusikan detail lebih lanjut. Sedangkan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh hubungan sosial. Orang cenderung lebih terbuka terhadap inovasi jika rekomendasi datang dari orang-orang yang mereka kenal dan percaya. Pemahaman mengenai konsep ini diharapkan dapat membantu para pendidik, pengambil kebijakan,

dan peneliti pendidikan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perubahan dan kemajuan pendidikan di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A., & Zakir, S. (2022). Strategi peningkatan mutu lulusan melalui optimalisasi layanan bimbingan konseling. *Indonesian Research Journal on Education: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(3), 1030–1037. [Note: Judul dilengkapi berdasarkan volume/tahun].
- Barseli, M., Sembiring, K., Ifdil, I., & Fitria, L. (2019). The concept of student interpersonal communication. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(2), 129–134. <https://doi.org/10.29210/02018259>
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar ilmu komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2004). *Komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, M. H. (2020). Komunikasi synchronous dan asynchronous dalam e-learning pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Nomosleca*, 6(2), 146–158. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v6i2.4947>
- Fatimah, S., & Cangara, H. (2016). Pemanfaatan saluran komunikasi dalam penyerapan aspirasi masyarakat oleh Pusat Pelayanan Informasi dan Pengaduan (Pindu) Pemerintah Kabupaten Pinrang. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 79–91. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1885>
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1970). *The social psychology of organizations*. Wiley Eastern Private Limited.
- Kurniasari, N. D., & Arkansyah, M. (2018). Penggunaan saluran komunikasi dan minat wisatawan berkunjung ke wisata Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 11(1), 42–51. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/view/4458>
- Melfianora. (2019). *Penulisan karya tulis ilmiah dengan studi literatur*. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/efmc2>
- Perajaka, M. A., & Ngamal, Y. (2021). Pentingnya manajemen risiko dalam dunia pendidikan (sekolah) selama dan pasca COVID-19. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(1), 35–50. <https://doi.org/10.33508/jmr.v2i1.1340>
- Purnama, S. (2020). *Makna komunikasi nonverbal tradisi Api Jagau* [Skripsi/Tesis, Universitas Islam Bandung]. Repository Unisba. <http://elibrary.unisba.ac.id>
- Rahman, E. (2015). Pengaruh metode bermain peran (role playing) terhadap aktivitas komunikasi antar pribadi siswa kelas X SMA Muhammadiyah Kalirejo 2014/2015. *Jurnal Majalah Kreasi STKIP MPL*, 2(1).
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar pariwisata*. Andi Offset.
- Tazhenova, G., Mikhaylova, N., & Turgunbayeva, B. (2024). Digital media in informal learning activities. *Education and Information Technologies*, 29, 21673–21690. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12687-y>
- UNESCO. (2021). *The role of digital technologies in education*. UNESCO Publishing.
- Wahyudi, N. G., & Jatun, J. (2024). Integrasi teknologi dalam pendidikan: Tantangan dan peluang pembelajaran digital di sekolah dasar. *Indonesian Research Journal on Education*, 4 (4), 444–451. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1138>