

CODING DAY SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI EDUCOURSE.ID DALAM PROGRAM GERAKAN SEJUTA SISWA DIGITAL (GESSIT)**Dinda Maharani Aprilia¹, Susanne Dida², Evi Novianti³****Email:** apriliadinda.dma@gmail.com¹, susanne.dida@unpad.ac.id², evi.novianti@unpad.ac.id³**Universitas Padjadjaran**

Abstrak: Implementasi pembelajaran coding di sekolah masih menghadapi berbagai tantangan, sehingga relevan bagi sekolah untuk menjalin kerja sama dengan pihak eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Coding Day yang dilakukan oleh Educourse.id dalam menjangkau kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda pada program Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT). Objek pada penelitian ini merupakan Coding Day pada program GESSIT yang diinisiasi oleh Educourse sehingga subjek penelitian terdiri dari pihak Educourse.id, pihak SMP Inovatif Al-Ibda, pihak Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung, dan praktisi IT dari Vylera Labs. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang pada penelitiannya dipandu oleh konsep strategi komunikasi dan AIDA Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coding Day efektif sebagai strategi komunikasi karena memberikan pengalaman belajar secara langsung sehingga sekolah dapat memahami manfaat program, mengevaluasi kualitas kurikulum, kompetensi pengajar, dan sistem pembelajaran Educourse.id. Respons positif dari guru dan siswa memperkuat ketertarikan sekolah, sementara proses komunikasi dua arah selama kegiatan memungkinkan penyesuaian skema kerja sama sesuai kebutuhan sekolah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman langsung melalui Coding Day mampu meningkatkan kredibilitas program dan mendorong terbentuknya kerja sama. Temuan ini berimplikasi pada pentingnya experiential communication sebagai strategi komunikasi dalam membangun kemitraan antara penyedia layanan pendidikan dan institusi sekolah.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Coding Day, Educourse.Id, Komunikasi Berbasis Pengalaman, Kerja Sama.

Abstract: The implementation of coding education in schools continues to face various challenges, making collaboration between schools and external organizations increasingly relevant. This study aimed to examine the Coding Day communication strategy implemented by Educourse.id to establish a partnership with SMP Inovatif Al-Ibda through the Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT) program. The object of this study was the Coding Day activity within the GESSIT program initiated by Educourse.id. The research subjects consisted of representatives from Educourse.id, SMP Inovatif Al-Ibda, the Bandung Regency Education Office, and an IT practitioner from Vylera Labs. This study employed a qualitative method using a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis, guided by the concepts of communication strategy and the AIDA Model. The findings indicated that Coding Day was effective as a communication strategy because it provided participants with direct learning experiences, enabling schools to understand the program's benefits and evaluate the quality of the curriculum, instructors' competencies, and Educourse.id's learning system. Positive responses from teachers and students strengthened the school's interest, while two-way communication during the activity facilitated adjustments to the partnership scheme according to the school's needs. The study concluded that direct experience through Coding Day enhanced the program's credibility and encouraged the establishment of a partnership. These findings implied the importance of experiential communication as a communication strategy for developing partnerships between educational service providers and educational institutions.

Keywords: *Economic Behavior, Tkw Family, Consumption Strategy, Long-Term Investment, Child-Rearing Shift.*

PENDAHULUAN

Program Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT) diinisiasi oleh Educourse.id pada 2022 sebagai program pembelajaran coding yang diintegrasikan dengan AI dan AR untuk para siswa sekolah di Indonesia. Program GESSIT dijalankan melalui skema kerja sama institusional antara Educourse.id dan pihak sekolah, sehingga implementasinya berlangsung dalam konteks pendidikan formal di sekolah. Dalam pelaksanaan program, pembelajaran coding dilakukan oleh tenaga pendidik dari Educourse.id secara langsung dalam intrakurikuler atau ekstrakurikuler di sekolah dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Hadirnya program GESSIT merupakan salah satu strategi guna memperluas keterampilan coding, khususnya di lingkungan sekolah. Hal ini sejalan dengan tujuan program GESSIT yang disampaikan oleh Branch Manager Educourse Bandung, Hudzaifah Afif Fadhlurrahman.

“Tujuan utamanya (GESSIT) adalah pemerataan akses dan kualitas pendidikan digital di sekolah. Kami ingin sekolah yang sudah maju maupun yang masih berkembang sama-sama punya kesempatan belajar teknologi dan literasi digital, bukan cuma sekolah-sekolah di kota besar saja.” Ucap Hudzaifah.

Educourse.id dalam program GESSIT melakukan kerja sama dengan berbagai jenjang sekolah, salah satunya adalah SMP Inovatif Al-Ibda yang berada di Kabupaten Bandung. Dalam praktiknya, dibutuhkan strategi komunikasi yang baik dalam memperluas pemahaman dan membangun penerimaan pihak sekolah terhadap program pembelajaran coding yang ditawarkan. Proses kerja sama Educourse dengan SMP Inovatif Al-Ibda melalui proses komunikasi dengan negosiasi program untuk mengakomodasi kepentingan kedua pihak sehingga menciptakan proses jalinan kerja sama yang menarik.

Sebagai upaya menjangkau publiknya dan mendorong proses kerja sama, Educourse.id menggunakan strategi komunikasi berupa Coding Day sebagai pengenalan program GESSIT ke berbagai sekolah secara gratis. Coding Day dilakukan sebagai upaya untuk membangun pemahaman pihak sekolah terhadap program melalui pengalaman pembelajaran secara langsung. Dalam prosesnya, terdapat strategi komunikasi persuasi dan experiential communication untuk memberikan gambaran secara mendalam bagi pihak sekolah sebelum mengambil keputusan untuk menjalin kerja sama melalui skema berlangganan terhadap program GESSIT.

Program GESSIT sejalan dengan kebijakan baru dari Kemendikdasmen mengenai kurikulum Koding dan Kecerdasan Artifisial (KKA) yang mana berupa pembelajaran coding dan AI yang masuk ke dalam kurikulum sekolah sebagai bagian yang dapat diterapkan oleh sekolah melalui berbagai jalur, yaitu intrakurikuler, ekstrakurikuler, atau kokurikuler. Dilansir dari TVRI News, Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah (Mendikdasmen), Abdul Mu'ti, menyampaikan bahwa “Mulai tahun pelajaran 2025–2026, coding dan Artificial Intelligence (AI) telah menjadi mata pelajaran pilihan mulai dari jenjang SD, SMP dan SMA”.

Sebagai startup yang lahir pada 2020 di bidang teknologi pendidikan (edutech), Program GESSIT merupakan bentuk dukungan implementatif bagi sekolah untuk mulai mengembangkan pembelajaran coding di sekolah melalui strategi komunikasi berupa pendekatan berbasis pengalaman seperti Coding Day yang diberikan secara gratis dalam satu hari. Pelaksanaan Coding Day berfungsi sebagai percobaan pembelajaran dengan menekankan strategi experiential communication agar sekolah dapat mencoba, memahami, dan menilai kesesuaian program sebelum mengadopsinya secara berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, pengalaman belajar coding dengan Educourse mendorong SMP Inovatif Al-Ibda menyetujui kerja sama. Selain karena kurikulum coding dan AI, Program GESSIT diadopsi di sekolah untuk mendukung realitas sosial yang terjadi

pada era digital.

Kebutuhan pembelajaran coding di sekolah semakin relevan seiring meningkatnya tuntutan literasi digital dan keterampilan era digital pada peserta didik. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) menyebutkan terdapat beberapa keterampilan yang perlu dimiliki anak-anak pada era digital untuk mempersiapkan diri dalam bersaing di dunia global. Kemampuan tersebut meliputi reading, mathematics, science, creative problem solving, collaborative problem solving, global competence, financial literacy, creative thinking, civic knowledge, computational thinking, dan computer and information literacy. Kemampuan tersebut merupakan penunjang dasar guna memenuhi tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan persaingan global. Melalui pembelajaran coding, sebagian besar keterampilan yang perlu dikuasai generasi muda berdasarkan standar OECD dapat terasah dengan baik.

Sebuah artikel dari *Advances in Education Journal (AEJ)* yang ditulis oleh (Fadraneli et al., 2025), menyatakan bahwa pembelajaran coding merupakan investasi penting untuk membentuk generasi yang adaptif, kreatif, kritis, dan berdaya saing tinggi. Selain itu, hasil penelitian juga menyebutkan bahwa pembelajaran coding dapat memberikan penguatan karakter yang positif dan juga berpengaruh signifikan pada critical thinking, creativity, collaboration, dan communication. Manfaat dari pembelajaran coding pada anak dapat menjadi landasan data dalam melakukan komunikasi persuasi saat proses meyakinkan sekolah mengenai adopsi program GESSIT di SMP Inovatif Al-Ibda. Pemberian pemahaman mengenai realitas sosial pada SMP Al-Ibda dapat mendorong interpretasi respons positif saat proses kerja sama.

Hadirnya mata pelajaran wajib informatika untuk jenjang SMP pada Kurikulum Merdeka juga mendukung realitas sosial untuk melakukan kerja sama antara Educourse.id dengan SMP Inovatif Al-Ibda. Hal tersebut dikarenakan pembelajaran coding berfungsi memperdalam materi elemen computational thinking dan literasi digital pada mata pelajaran Informatika. Asesmen Pendidikan Kemendikdasmen pada 2025 menyatakan bahwa pembelajaran coding pada tingkatan SMP/MTs meliputi perancangan program untuk sistem manajemen sederhana meliputi pengumpulan, pemahaman, dan pemrosesan data; penulisan program pada aplikasi sederhana berbasis simbol; dan perancangan produk digital sederhana.

Kondisi pendidikan nasional juga menunjukkan urgensi penguatan program pembelajaran computational thinking bagi peserta didik. Berdasarkan hasil Programme for International Student Assessment (PISA) 2022 yang menyangkut anak berumur 15 tahun, skor tes matematika negara Indonesia berada di angka 366. Hal tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia belum mencapai skor rata-rata, yaitu 472. Asesmen tersebut mencakup computational thinking yang meliputi dekomposisi masalah, abstraksi, pengenalan pola, dan pemikiran algoritmik. Data tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan berpikir komputasional peserta didik menengah pertama di Indonesia masih perlu diperkuat sebagai fondasi penting dalam kesiapan menghadapi tuntutan globalisasi digital.

Gambar 1. 1 Skor PISA Indonesia Tahun 2022

Sumber: OECD, Database PISA 2022, Tabel I.B1.5.5

Berdasarkan data tersebut, adaptasi pembelajaran coding relevan untuk dilakukan di sekolah. Dalam praktiknya, terdapat beberapa hal yang memengaruhi adopsi pembelajaran coding di sekolah, yaitu ketersediaan sarana dan prasarana, ketersediaan guru, dan kompetensi guru. Asesmen Pendidikan Kemendikdasmen menyatakan bahwa guru pada jenjang SMP memerlukan kompetensi untuk merancang program untuk sistem manajemen sederhana, menulis program pada aplikasi sederhana berbasis simbol, serta merancang produk digital sederhana. Akan tetapi, kompetensi guru dalam memberikan materi pembelajaran coding masih terbatas.

Berdasarkan laporan hasil benchmarking sekolah mengenai pembelajaran Koding dan Kecerdasan Artifisial (KA) yang disusun oleh Pusat Standar dan Kebijakan Pendidikan (PSKP) pada 2025, ditemukan bahwa kapasitas guru menjadi tantangan dalam implementasi pembelajaran coding di sekolah. Kapasitas guru tersebut meliputi keterbatasan pemahaman guru, keterbatasan keterampilan guru, serta keterbatasan guru pengampu yang memiliki kemampuan di bidang coding dan AI. Kompetensi guru di Kabupaten Bandung juga menunjukkan kurangnya kapasitas mengajar coding. Hal tersebut disampaikan oleh (Rachmawati et al., 2024), bahwa terdapat kesenjangan antara pelaksanaan kurikulum dengan kesiapan tenaga pendidik untuk materi computational thinking di wilayah Kabupaten Bandung.

Berdasarkan situasi tersebut, kerja sama antara SMP Inovatif Al-Ibda dan Educourse.id pada program GESSIT menjadi relevan untuk dilakukan. Melalui rancangan strategi komunikasi, Educourse.id menekankan keunggulan yang dimiliki program GESSIT dalam proses komunikasinya kepada SMP Inovatif Al-Ibda. Keunggulan tersebut dapat menjawab kebutuhan sekolah tersebut dikarenakan Educourse.id menggunakan kurikulum berbasis STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts, Math) berstandar internasional yang terintegrasi dengan AI dan AR untuk memberikan pengalaman belajar sesuai dengan kebutuhan keterampilan era digital. Guna kegiatan belajar coding dilakukan dengan terstruktur, tenaga pendidik dalam program GESSIT merupakan instruktur berpengalaman dan tersertifikat STEM.org.

Keunggulan tersebut disampaikan oleh Educourse.id dengan menggunakan strategi komunikasi berbasis experiential communication kepada para siswa dan pihak sekolah melalui Coding Day dalam program GESSIT. Coding Day merupakan kegiatan pembelajaran coding secara hands-on oleh tenaga pendidik dari Educourse.id dengan melibatkan siswa secara aktif dalam penggunaan laptop atau perangkat digital. Coding Day dirancang secara aplikatif sehingga mendorong siswa untuk merasakan pembelajaran coding bersama Educourse.id. Selain itu, untuk pihak sekolah pun Coding Day menjadi salah satu pendorong kuat dalam memahami keunggulan dalam mengadopsi program GESSIT di sekolahnya.

Berbagai prestasi di ajang kompetisi di bidang coding dan STEM yang diraih oleh anak didik Educourse.id juga turut mendorong keunggulan perusahaan untuk berperan sebagai komunikator yang berkredibilitas. Adapun ajang kompetisi tersebut meliputi prestasi di Kihajar STEM 2021, Kids Hackathon 2024, International STEM Olympiad, International Kids Coding Competition, ACES STEM Bucket Challenges, serta Bebras Challenges.

Strategi komunikasi Educourse.id yang berbasis komunikasi persuasi dan experiential communication menunjukkan dampak positif terhadap keberhasilan proses kerja sama. Hal tersebut tercatat dalam laporan program GESSIT 2025 bahwa secara nasional terdapat lebih dari 200 mitra sekolah dari berbagai jenjang dengan lebih dari satu juta siswa digital yang bergabung dengan program GESSIT. Dalam praktiknya, tentunya terdapat beberapa kondisi yang menjadi tantangan bagi Educourse.id dalam meyakinkan sekolah untuk mengadopsi program GESSIT di sekolahnya.

Pada tingkat daerah, proses kerja sama bergantung pada situasi ekosistem pendidikan setempat. Di Kabupaten Bandung, terdapat 360 sekolah berdasarkan Data Open Jabar. Data tersebut menunjukkan luasnya cakupan potensial bagi program GESSIT. Namun, berdasarkan laporan program GESSIT 2025, tercatat 30 sekolah yang bekerja sama dalam program GESSIT. Kesenjangan antara potensi jumlah sekolah dan jumlah mitra tersebut menunjukkan bahwa dalam proses praktik komunikasi kerja sama Educourse.id dengan stakeholder sekolah terdapat beberapa kondisi yang menjadi tantangan. Tidak menutup kemungkinan bahwa tantangan sekolah dalam mengadopsi kurikulum Koding dan KA juga memengaruhi sekolah dalam mengadopsi program GESSIT. Maka dari itu, dalam praktiknya terdapat kompleksitas dalam pengambilan keputusan

kerja sama.

Selain digunakan dalam merancang sebuah program, strategi komunikasi juga digunakan dalam mendorong pencapaian suatu tujuan walaupun ditemui berbagai hambatan. Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif ketika tujuan dapat tercapai. Hal ini sejalan dengan peran Public Relation menurut (Harlow, R., 1976 dalam Tench & Waddington, 2021) "Public relations is a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance and cooperation between an organisation and its publics". Dalam penelitian ini, Educourse.id berperan untuk mendorong kerja sama dengan sekolah sebagai publiknya.

Pelaksanaan Coding Day pada program GESSIT berfungsi penting dalam mendorong interpretasi positif oleh SMP Inovatif Al-Ibda. Munculnya pembelajaran coding sebagai kurikulum baru tentunya memerlukan pemahaman mendalam dari pihak sekolah mengenai implementasi dan manfaatnya. Hal tersebut menjadikan informasi secara narasi dan visual saja tidak cukup untuk memengaruhi keputusan sekolah dalam menerima suatu program baru untuk diadopsi di sekolahnya. Maka dari itu, Educourse.id menggunakan Coding Day yang memberikan pengalaman belajar coding secara langsung untuk mendorong pemahaman, keyakinan, dan penerimaan terhadap manfaat program GESSIT di SMP Inovatif Al-Ibda.

Dilakukannya Coding Day oleh Educourse tidak sebatas untuk memberikan pengalaman belajar gratis bagi siswa SMP Inovatif Al-Ibda, tetapi juga mendorong kerja sama dengan skema berlangganan pada program GESSIT. Pada zaman modern ini, tingkat kesadaran masyarakat terhadap penggunaan berbagai taktik persuasi sudah semakin meningkat. Sering kali, taktik persuasi kurang efektif dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap manfaat suatu tawaran. Dalam konteks penelitian ini, tidak menutup kemungkinan bahwa SMP Inovatif Al-Ibda menyadari tujuan dari komunikasi yang dilakukan oleh Educourse.id. Namun, kerja sama kedua belah pihak tetap terjalin. Hal tersebut menunjukkan adanya efektivitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh Educourse.id dalam program GESSIT.

Meskipun program GESSIT telah dipublikasikan melalui berbagai media dan terus mengalami perkembangan, belum diketahui secara jelas bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Educourse.id dalam mengelola program tersebut. Selain itu, belum ada penggambaran Coding Day secara mendalam yang berfungsi sebagai pendorong kerja sama dengan pihak sekolah. Berdasarkan telaah literatur, terdapat berbagai penelitian terdahulu yang melakukan penelitian dengan bahasan mengenai strategi komunikasi suatu perusahaan atau organisasi untuk menjalin kerja sama dengan pihak eksternal pada berbagai sektor, seperti bidang media, pangan, software development, perhotelan, hingga finance. Namun, kajian yang menelaah strategi komunikasi berbasis pengalaman yang dilakukan oleh startup edutech dalam menjaring kemitraan dengan sekolah konvensional masih terbatas.

Penelitian ini penting untuk ditelaah karena keberhasilan implementasi pembelajaran coding di sekolah dapat meningkatkan kemampuan literasi digital dan computational thinking peserta didik. Namun, jika implementasi pembelajaran coding di sekolah tidak berhasil, maka berpotensi terjadi kesenjangan kompetensi digital antarpeserta didik. Maka dari itu, penelitian mengenai strategi komunikasi dalam mendorong kerja sama dunia pendidikan relevan untuk dilakukan karena dapat memahami faktor-faktor yang mendukung penerimaan program baru oleh sekolah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Coding Day dalam meningkatkan penerimaan SMP Inovatif Al-Ibda terhadap program GESSIT.

METODE PENELITIAN

Turnomo (dalam Triyono, 2021) mengemukakan bahwa paradigma sebagai

konstruksi manusia (human construction), yakni sebuah gagasan dengan merepresentasikan banyak pola oleh peneliti untuk memaknai dan memahami kenyataan di dunia. Paradigma bukanlah sesuatu yang bisa diuji benar dan salah, melainkan cara memandang kenyataan. Dalam penelitian perspektif komunikasi, terdapat pendekatan objektif dan pendekatan subjektif.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai cara pandang melihat kebenaran. (Triyono, 2021) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif”, menjelaskan bahwa Paradigma Konstruktivisme merupakan paradigma pengetahuan yang berpegang pada pandangan yang menyatakan bahwa pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif. Paradigma ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui secara detail mengenai pelaksanaan Coding Day dan Demo Day sebagai strategi komunikasi dari program Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT) yang dilakukan oleh Educourse.id untuk menjaring mitra kerjasama. Dalam proses komunikasi tersebut, terdapat pesan-pesan yang diinterpretasikan oleh Educourse.id dan juga mitra kerja samanya sehingga memunculkan berbagai perspektif yang menjadi tolak ukur dalam respons komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Pelaksanaan Coding Day sebagai Strategi Komunikasi Educourse.id dalam Program GESSIT untuk Menjaring Kerja Sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda

1) Pemilihan Coding Day sebagai Strategi Komunikasi Kerja Sama

Strategi komunikasi merupakan langkah penting bagi suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Educourse.id menjadikan strategi komunikasi sebagai langkah guna terhubung dan menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah termasuk SMP Inovatif Al-Ibda. (Effendy, 2017) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek”, strategi komunikasi diartikan sebagai perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan strategi komunikasi yang dilakukan Educourse.id pada program GESSIT merupakan menjalin hubungan kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda yang mana pembelajaran coding GESSIT diimplementasikan dalam kegiatan belajar di sekolah tersebut. Implementasi program eksternal di suatu sekolah membutuhkan pertimbangan yang matang karena bukan hanya merugikan pihak manajemen sekolah tetapi juga pihak siswa dan orang tua siswa. Maka dari itu, diperlukan pemahaman mendalam dari pihak SMP Inovatif Al-Ibda terkait manfaat dan kesesuaian program GESSIT jika diimplementasikan di sekolahnya. Maka dari itu, trial pembelajaran Coding Day digunakan sebagai langkah komunikasi berbasis experiential communication untuk pihak SMP Inovatif Al-Ibda.

Pelaksanaan Coding Day membantu SMP Inovatif Al-Ibda memahami kesesuaian program GESSIT untuk siswa sekolahnya, bukan secara teoretis tapi secara pengalaman dari kegiatan belajar coding dengan Educourse.id yang mencakup kualitas program. Hadirnya pemahaman bagi pihak sekolah membantu proses komunikasi dapat berjalan dengan baik karena kedua belah pihak bisa memahami kondisi satu sama lain. (Effendy, 2017) berpendapat bahwa percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Educourse.id memilih Coding Day sebagai strategi untuk menjaring kerja sama karena kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada pihak sekolah untuk melihat secara langsung bentuk pembelajaran yang ditawarkan sebelum mengambil keputusan kerja sama. Temuan ini sejalan dengan pendapat triangulator, Dr. Trie Damayanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, yang menyatakan bahwa:

"Karena kerja sama harus diawali dengan saling percaya. Orang harus mengetahui apa yang akan mereka terima. Dengan Coding Day, pihak sekolah dapat melihat secara langsung bentuk program yang nantinya akan dikerjakan samakan."

Pendapat tersebut menunjukkan bahwa pemberian pengalaman langsung melalui Coding Day menjadi sarana bagi sekolah untuk mengenali kualitas program sebelum menjalin kerja sama. Dengan demikian, Coding Day tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pengenalan program, tetapi juga menjadi media yang membangun kepercayaan sebagai dasar terbentuknya kerja sama.

Wawan Hermawan selaku narasumber ahli Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung berpendapat bahwa terdapat ruang luas untuk kerja sama antara pihak sekolah dengan pihak eksternal dengan memerhatikan kesesuaian program dengan kurikulum, manfaat jangka panjang, kualitas program, kompetensi penyelenggaranya, dan kemampuan sekolah dalam menjalankannya. Pendapat tersebut mendukung pelaksanaan Coding Day yang mana dalam pelaksanaannya membuktikan kualitas program GESSIT melalui kemampuan guru Educourse.id dalam mengajar coding, kesesuaian kurikulum rancangan Educourse.id untuk siswa, dan manfaat dari fasilitas yang didukung oleh pihak Educourse.id.

Berdasarkan AIDA Model, tahapan komunikasi diskusi hingga pelaksanaan Coding Day berada pada tahapan attention. Hal tersebut dikarenakan terjadi penyampaian pesan dari Educourse.id yang berfungsi untuk menarik perhatian SMP Inovatif Al-Ibda dengan keunggulan program. Portofolio dari program GESSIT disampaikan untuk meningkatkan daya tarik program kepada target stakeholder. Tahapan attention ini menjadi landasan bagi komunikasi bersikap selanjutnya sehingga diperlukan penyampaian pesan yang efektif guna memberikan pemahaman mendalam. Philip Kotler dan Gary Armstrong (dalam Widyastuti, 201) mengatakan bahwa memahami konsumen adalah kunci utama untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Berdasarkan tahapan attention, audiens akan menafsirkan pesan yang didapat dan menentukan respons pada tahapan selanjutnya.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (W. Agustina & Kurnia, 2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan kolaboratif berbasis event merupakan media komunikasi yang efektif karena mampu menyampaikan nilai organisasi melalui pengalaman langsung, bukan sekadar promosi. Demikian pula, penelitian (Aulia, 2021) menemukan bahwa penyelenggaraan event menjadi salah satu strategi komunikasi utama untuk membangun hubungan dengan calon mitra dan meningkatkan ketertarikan terhadap program.

2) Tahap Perencanaan dan Standar Pelaksanaan Coding Day

Rancangan strategi komunikasi Educourse.id difokuskan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari akhir proses komunikasi, yaitu kesepakatan kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda. Proses membangun hubungan dengan pihak eksternal memerlukan pemahaman dan batasan yang jelas dalam menentukan tujuan (Effendy, 2017). R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (dalam Effendy, O.U., 2017) menyatakan bahwa terdapat tiga tujuan sentral dilakukannya strategi komunikasi, yaitu to secure understanding, to establish acceptance, dan to motivate action. Komunikasi Educourse.id bersifat persuasif karena ingin membuat pihak SMP Inovatif Al-Ibda menerima pemahaman mengenai implementasi program GESSIT dan mendorongnya untuk melakukan kerja sama. Dengan begitu, komponen komunikasi dalam rancangan strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan tersebut. Berdasar pada paradigma Lasswell, (Effendy, 2017) menyatakan bahwa komponen komunikasi melibatkan komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

a. Komunikator

Tim marketing dipilih oleh Educourse.id untuk melakukan proses komunikasi awal kepada SMP Inovatif Al-Ibda. Kemampuan komunikasi persuasif yang dimiliki oleh tim

marketing dapat mendorong rasa ketertarikan SMP Inovatif Al-Ibda terhadap program GESSIT. Selain itu, guru Educourse.id yang sudah memiliki sertifikasi STEM.org dan pelatihan selama tiga bulan berperan untuk menjadi pengajar pada Coding Day. (Effendy, 2017) menyatakan bahwa daya tarik sumber (source attractiveness) dan kredibilitas sumber (source credibility) menjadi factor penting yang perlu dimiliki komunikator dalam proses komunikasi.

Interpretasi peneliti mengenai pentingnya pemilihan komunikator juga didukung oleh pandangan Firstyan Ageng selaku narasumber ahli dari pengamat IT, yang menyatakan bahwa:

"Menurut saya, peran mentor merupakan faktor penentu apakah siswa menjadi senang terhadap teknologi atau justru kurang tertarik. Mentor IT yang baik bukan hanya orang yang jago coding, tetapi juga mampu menerjemahkan kompleksitas bahasa pemrograman menjadi analogi sederhana yang dapat dipahami oleh anak SMP."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kompetensi komunikator tidak hanya diukur dari penguasaan materi, tetapi juga dari kemampuan mengomunikasikan materi sesuai karakteristik audiens. Oleh karena itu, pemilihan guru Educourse sebagai fasilitator menjadi bagian penting dalam tahap perencanaan Coding Day.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Setiawan & Romadhan, 2023) yang menunjukkan bahwa keberhasilan suatu program diawali dengan pembagian tugas yang jelas agar proses komunikasi berjalan lebih efektif selama kegiatan dilaksanakan.

b. Pesan

Pesan komunikasi yang diusung Educourse.id menerapkan pendekatan komunikasi persuasif. Dalam merancang suatu pesan komunikasi, diperlukan penentuan tujuan yang jelas guna memahami arah komunikasi yang akan dilakukan. (Cangara, 2017) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi persuasi, yaitu kejelasan tujuan komunikasi, pemahaman yang cermat terhadap karakteristik pihak yang dihadapi, serta pemilihan strategi komunikasi yang tepat. Educourse.id dalam proses komunikasinya menyesuaikan kondisi sekolah yang mana mencakup pemakaian bahasa, tingkatan ekonomi, lokasi sekolah, dan keadaan sekolah. Pembawaan pesan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan SMP Inovatif Al-Ibda sehingga materi yang disampaikan menjadi lebih relevan, mudah dipahami, serta mampu menjawab kebutuhan sekolah dalam implementasi pembelajaran coding.

Interpretasi peneliti mengenai penyusunan pesan tersebut juga dikonfirmasi oleh triangulator yang menyatakan bahwa:

"Sah-sah saja. Bagaimanapun juga setiap lembaga, apalagi seperti Educourse yang memang memiliki produk seperti itu, tentu boleh menawarkan produknya. Apalagi kalau yang ditawarkan memang sesuai dengan kurikulum yang harus dikembangkan sekolah. Sekolah memiliki tuntutan kurikulum dari Dinas Pendidikan. Mereka harus melihat apakah memiliki sumber daya untuk melaksanakan pembelajaran tersebut atau tidak. Ketika sekolah tidak memiliki sumber daya, tentu mereka harus menggunakan pihak ketiga. Nah, dalam hal ini Educourse mencoba mengisi kebutuhan tersebut. Jadi saya pikir tidak masalah."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas pesan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam memperkenalkan produknya, tetapi juga oleh relevansi pesan dengan kebutuhan calon mitra. Educourse.id menyampaikan pesan yang menempatkan program GESSIT sebagai solusi bagi sekolah yang menghadapi tuntutan implementasi pembelajaran coding, tetapi masih memiliki keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan tidak sekadar bertujuan memperkenalkan program, melainkan juga membangun persepsi bahwa Educourse.id mampu membantu sekolah memenuhi kebutuhan tersebut.

Temuan ini didukung oleh penelitian (Arif, 2023) yang menjelaskan bahwa pesan

komunikasi dalam membangun kerja sama harus dikembangkan secara jelas, menarik, dan disesuaikan dengan kebutuhan mitra agar mampu membangun ketertarikan terhadap program yang ditawarkan.

c. Media

Media dalam proses komunikasi dapat memengaruhi bagaimana seseorang menerima pesan, sehingga perlu dirancang dengan baik guna mendorong peningkatan efektivitas komunikasi (Effendy, 2017). Pertemuan tatap muka dipilih sebagai media utama karena memungkinkan penyampaian informasi secara lebih jelas, interaktif, serta memberikan ruang bagi pihak sekolah untuk mengajukan pertanyaan maupun memberikan tanggapan secara langsung. Selain itu, Educourse.id juga menggunakan surat fisik sebagai bentuk komunikasi formal sekaligus permohonan izin pelaksanaan kunjungan ke sekolah. Penggunaan surat tersebut menunjukkan profesionalisme organisasi dan menjadi bagian dari prosedur administratif sebelum kegiatan dilaksanakan. Koordinasi lanjutan dilakukan melalui aplikasi WhatsApp untuk mempermudah proses follow up, konfirmasi jadwal, serta penyampaian informasi teknis yang bersifat cepat dan fleksibel.

Educourse.id lebih mengutamakan komunikasi tatap muka sebagai media utama karena dinilai lebih efektif untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan, dan memudahkan penerimaan pesan oleh pihak sekolah. Sementara itu, komunikasi melalui WhatsApp digunakan sebagai media pendukung untuk koordinasi lanjutan, seperti konfirmasi persetujuan, pengaturan jadwal, dan penyampaian informasi teknis sehingga proses komunikasi menjadi lebih efisien. Hal ini turut dikonfirmasi oleh triangulator yang menyatakan bahwa:

"Karena yang menerima informasi dari Educourse adalah sekolah, saya pikir datang langsung dan memberikan surat itu sudah cukup efektif. Karena sekolah sampai saat ini masih terikat dengan tata kelola kelembagaan. Sekolah sebagai sebuah lembaga tidak bisa kita samakan dengan konsumen yang sifatnya perorangan. Jadi ketika mereka sebagai sebuah lembaga mendatangi lembaga lain seperti sekolah, saya pikir itu sudah cukup efektif."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi media formal dan komunikasi tatap muka sesuai dengan karakteristik sekolah sebagai lembaga yang masih menjunjung tinggi prosedur administratif sekaligus membutuhkan komunikasi interpersonal dalam menjalin kerja sama.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Fauziah & Ananda, 2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi media formal dan informal mampu menciptakan komunikasi yang efektif dalam membangun kemitraan. Media formal, seperti surat resmi dan dokumen kerja sama, memberikan kepastian administratif dan meningkatkan profesionalisme, sedangkan media informal seperti WhatsApp mendukung koordinasi yang lebih cepat dan responsif.

Penerimaan pesan berbentuk materi pembelajaran perlu dipahami oleh siswa sehingga didukung beberapa device seperti laptop atau komputer untuk siswa dan Interactive Flat Panel (IFP) atau Smartboard untuk guru pengajar. Scratch dan PictoBlox dipilih sebagai platform pembelajaran karna dinilai mudah dipahami oleh pemula dalam pembelajaran coding.

d. Komunikan

Program GESSIT memiliki beberapa kriteria target sekolah yang mana disesuaikan dengan tujuan program. Pemilihan komunikan penting untuk dilakukan guna bisa menyusun pesan yang sesuai dalam rancangan startegi komunikasi. (Effendy, 2017) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor dari komunikan yang perlu diperhatikan, di antaranya faktor kerangka referensi, faktor situasi, dan kondisi. Komunikan program GESSIT merupakan SMP Inovatif Al-Ibda yang memenuhi kriteria target sekolah sehingga strategi komunikasi yang dirancang dapat disesuaikan dengan karakteristik

dan kebutuhan sekolah tersebut. Rancangan pesan yang sesuai mendorong pihak SMP Inovatif Al-Ibda tertarik pada program GESSIT karna didukung pemahaman yang mendalam. Hasil penelitian mengenai pentingnya identifikasi komunikasi juga dikonfirmasi oleh triangulator, bahwa:

"Sebetulnya kalau yang namanya promosi atau ingin menyampaikan informasi tentang sebuah program, layanan, dan lain sebagainya, tidak ada model yang baku. Kembali lagi, kalau kita melihat strategi komunikasi, taktik apa pun yang kita lakukan tergantung kepada siapa yang akan menerima komunikasi kita."

Educourse.id melakukan identifikasi terhadap sekolah sasaran dengan mempertimbangkan kebutuhan pembelajaran digital, kesiapan fasilitas, serta potensi implementasi program di sekolah. Langkah tersebut memungkinkan Educourse.id menyampaikan program GESSIT kepada sekolah yang dinilai memiliki kebutuhan dan peluang kerja sama yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Natasha & Setyanto, 2025) yang menekankan pentingnya segmentasi khalayak dalam menyusun strategi komunikasi sehingga pesan yang disampaikan sesuai dengan karakteristik target yang dituju.

e. Efek

Tujuan komunikasi ditentukan sejak awal agar bisa menentukan komponen komunikasi lainnya. Educourse.id bertujuan untuk mendorong rasa tertarik pihak SMP Inovatif Al-Ibda dengan experiential communication pada Coding Day sehingga mendorong terbentuknya keputusan untuk menjalin kerja sama. (Effendy, 2017) mengatakan bahwa efek yang dapat terjadi pada komunikasi, yaitu perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*), perubahan perilaku (*behaviour change*), dan perubahan sosial (*social change*). Hadirnya tujuan berupa kesepakatan kerja sama membuat Educourse.id berfokus pada efek perubahan sikap untuk rancangan komunikasinya.

Komponen komunikasi tersebut saling berhubungan guna membentuk suatu strategi komunikasi yang efektif. Maka dari itu, perlu pertimbangan dalam penentuan strategi komunikasi agar komponen-komponen tersebut bisa terarah dalam satu tujuan yang sama, yaitu kesepakatan kerja sama dari pihak SMP Inovatif Al-Ibda. Rancangan strategi komunikasi tersebut ditujukan untuk memperkuat tahapan *attention* pada AIDA Model agar bisa masuk ke tahapan berikutnya, yaitu *interest*.

3) Tahap Pelaksanaan Coding Day di SMP Inovatif Al-Ibda

Pelaksanaan Coding Day di SMP Inovatif Al-Ibda mendorong pemahaman baik dari pihak tenaga pendidik maupun siswanya. Tahap pelaksanaan Coding Day dipenuhi oleh komunikasi dua arah baik dari Educourse.id dengan tenaga pendidik maupun Educourse.id dengan siswa. Selama pelaksanaan Coding Day, Educourse.id memadukan penyampaian materi secara formal dengan komunikasi interaktif antara tutor dan peserta. Kombinasi tersebut memungkinkan materi disampaikan secara sistematis sekaligus memberikan ruang bagi siswa untuk bertanya, berdiskusi, dan memperoleh umpan balik secara langsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ramadani et al., 2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi dua arah yang partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan mitra karena setiap pihak diberikan ruang untuk menyampaikan pendapat dan masukan selama proses kerja sama berlangsung. Temuan serupa juga ditemukan oleh (Setiawan & Romadhan, 2023) yang menjelaskan bahwa komunikasi tatap muka memudahkan penyampaian pesan sekaligus memungkinkan organisasi memperoleh umpan balik secara langsung dari mitra.

Selama pelaksanaan Coding Day, Educourse.id tidak hanya membangun komunikasi interaktif dengan siswa, tetapi juga menjaga komunikasi secara aktif dengan tenaga pendidik SMP Inovatif Al-Ibda. Komunikasi tersebut dilakukan untuk mengoordinasikan jalannya kegiatan, memastikan kesesuaian pelaksanaan dengan agenda sekolah, serta menangani kendala yang muncul selama proses pembelajaran.

Melalui komunikasi yang berlangsung secara langsung, tenaga pendidik dapat memberikan masukan maupun menyampaikan kebutuhan sekolah sehingga pelaksanaan Coding Day berjalan lebih efektif. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (W. Agustina & Kurnia, 2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan kolaboratif berbasis event tidak hanya dimanfaatkan sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai edukatif organisasi kepada mitra melalui pengalaman langsung. Kolaborasi tersebut memungkinkan mitra memahami kualitas dan nilai yang ditawarkan organisasi secara lebih nyata dibandingkan hanya melalui penyampaian informasi atau promosi konvensional.

Berdasarkan AIDA Model, pelaksanaan Coding Day berada pada tahapan attention sekaligus memasuki tahapan interest. Melalui Coding Day, pihak SMP Inovatif Al-Ibda dapat mengevaluasi program dengan lebih mendalam terkait kesesuaian dengan kondisi sekolah. Setelah Coding Day, proses komunikasi berlanjut pada diskusi mengenai Surat Penawaran Harga (SPH) yang mana masuk ke tahapan interest. Berdasarkan hasil wawancara dengan Branch Manager Educourse.id Bandung, disampaikan bahwa sekolah yang tidak tertarik dengan program tidak akan lanjut menanyakan SPH.

SPH yang diberikan Educourse.id dikaji oleh internal SMP Inovatif Al-Ibda untuk menyesuaikan kebutuhan sekolah dengan ketersediaan sumber daya sekolah. Hadirnya perbedaan antara kedua hal tersebut membuka komunikasi negosiasi yang mana masuk ke dalam tahapan desire. Pada tahapan ini, sekolah menginginkan program GESSIT diimplementasi di SMP Inovatif Al-Ibda akan tetapi terkendala biaya. Negosiasi dibuka agar sekolah bisa tetap mengimplementasikan program walaupun terkendala biaya.

Pelaksanaan perjanjian MoU atas kerja sama SMP Inovatif Al-Ibda dengan Educourse.id dilakukan setelah negosiasi disetujui. Hal tersebut masuk pada tahapan action. (Widyastuti, 2017) menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi dapat dilihat dari kemampuan komunikator mengubah perhatian dan ketertarikan menjadi tindakan nyata yang dilakukan oleh khalayak.

4) Evaluasi, Tantangan, dan Penyesuaian Kerja Sama

Terdapat beberapa tantangan dalam proses menjaring kerja sama antara Educourse.id dan SMP Inovatif Al-Ibda. Tantangan tersebut didasari oleh ketersediaan anggaran yang tidak sesuai dengan keinginan Kepala Sekolah SMP Inovatif Al-Ibda. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang diterapkan tidak bersifat kaku, melainkan disesuaikan dengan situasi yang dihadapi oleh sekolah agar proses komunikasi tetap berjalan secara efektif. Sebagai bentuk penyesuaian, Educourse.id melakukan komunikasi dua arah melalui proses diskusi dan negosiasi bersama pihak SMP Inovatif Al-Ibda untuk mencari skema kerja sama yang paling sesuai. Salah satu bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah mengubah skema pelaksanaan program dari intrakurikuler menjadi ekstrakurikuler agar biaya yang harus ditanggung sekolah menjadi lebih terjangkau. Penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa Educourse.id tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan persuasif, tetapi juga berupaya memahami kebutuhan dan keterbatasan sekolah sehingga solusi yang ditawarkan dapat diterima oleh kedua belah pihak.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi Educourse.id bersifat adaptif, di mana proses negosiasi menjadi bagian penting dalam menjembatani perbedaan kepentingan antara penyelenggara program dan pihak sekolah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arif, 2023) yang menyatakan bahwa fleksibilitas dalam komunikasi, negosiasi, dan penyesuaian terhadap kebutuhan mitra merupakan faktor pendukung keberhasilan dalam membangun kerja sama eksternal. Dalam konteks penelitian ini, penyesuaian skema kerja sama tidak hanya menjadi solusi atas tantangan yang dihadapi sekolah, tetapi juga mencerminkan penerapan strategi komunikasi yang berorientasi pada tercapainya kesepakatan dan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan.

2. Respon SMP Inovatif Al-Ibda terhadap Pelaksanaan Coding Day sebagai Bagian dari Strategi Komunikasi Educourse.id

1) Respon Tenaga Pendidik SMP Inovatif Al-Ibda

Berdasarkan data hasil penelitian, pihak SMP Inovatif Al-Ibda memberikan respon positif berupa antusiasme dan penilaian baik terhadap program GESSIT. Respon positif tersebut didapatkan melalui pengalaman yang dilalui oleh pihak SMP Inovatif Al-Ibda pada proses komunikasi dua arah yang terjadi. Proses komunikasi tersebut memberikan beberapa interpretasi sehingga dapat menghasilkan ketertarikan hingga penyetujuan kerja sama dalam program GESSIT. (Rakhmat, 2019) menyebutkan bahwa pembentukan persepsi dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya. Persepsi tersebut terbentuk setelah komunikasi menerima pesan sehingga menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada suatu individu.

Proses komunikasi yang dilakukan Educourse.id dalam menjaring kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi atau penjelasan mengenai program GESSIT secara verbal. Lebih dari itu, Educourse.id melengkapi proses komunikasi tersebut melalui pengalaman langsung yang diwujudkan dalam pelaksanaan Coding Day. Melalui kegiatan ini, pihak sekolah tidak hanya menerima informasi mengenai program, tetapi juga dapat mengamati secara langsung metode pembelajaran, keterlibatan siswa, serta implementasi program yang ditawarkan. Dengan demikian, Coding Day berfungsi sebagai media komunikasi yang memungkinkan pesan tidak hanya dipahami secara kognitif melalui penjelasan, tetapi juga dibuktikan melalui pengalaman nyata.

Pada proses komunikasi interpersonal, lahirnya interpretasi terhadap suatu hal dipengaruhi oleh faktor personal, yaitu pengalaman, motivasi, dan kepribadian (Rakhmat, 2019). Pengalaman langsung pada pelaksanaan Coding Day menstimulus psikologis pihak SMP Inovatif Al-Ibda melalui pesan verbal dan nonverbal yang diterima sehingga membentuk suatu perhatian, interpretasi, dan sikap positif terhadap program GESSIT. Motivasi suatu individu sering kali berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, atau tujuan yang dimilikinya. Berdasarkan hasil penelitian, SMP Inovatif Al-Ibda menilai bahwa program GESSIT dapat memenuhi kebutuhan sekolah sehingga bersikap terbuka terhadap informasi yang diterima. Selain itu, kepribadian dari Kepala Sekolah yang menjadi kunci dalam pengambilan keputusan berperan dalam membuka komunikasi antara Educourse.id dengan SMP Inovatif Al-Ibda.

Temuan mengenai hadirnya respon tenaga pendidik SMP Inovatif Al-Ibda didukung oleh pendapat narasumber ahli dari Pengawas Ahli Madya Bidang SMP Kabupaten Bandung yang menyatakan bahwa:

"Biasanya sekolah akan mengidentifikasi dulu kebutuhan siswanya, Teh. Setelah itu, sekolah mencocokkan dengan tujuan dan manfaat program yang ditawarkan. Penilaiannya juga bisa melalui diskusi dengan guru, kepala sekolah, bahkan kadang melibatkan orang tua atau siswa. Yang dilihat itu dampaknya, apakah program bisa meningkatkan kompetensi, minat belajar, dan karakter siswa."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tenaga pendidik memiliki peran penting dalam memberikan penilaian terhadap suatu program pembelajaran. Dalam penelitian ini, respon positif guru tidak hanya didasarkan pada kesan selama kegiatan berlangsung, tetapi juga pada penilaian mengenai manfaat program terhadap peningkatan kompetensi dan minat belajar siswa. Oleh karena itu, respon tenaga pendidik menjadi salah satu pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan kerja sama di SMP Inovatif Al-Ibda.

Respon tenaga pendidik SMP Inovatif Al-Ibda setelah pelaksanaan Coding Day masuk ke dalam tahapan interest pada AIDA Model. Pengetahuan mengenai program

GESSIT melalui pesan dan pengalaman langsung menghadirkan ketertarikan sehingga pihak sekolah tidak lagi pasif dalam kesadarannya, namun sudah mulai aktif mempertimbangkan kebaikan dari program GESSIT bagi SMP Inovatif Al-Ibda.

2) Respon Siswa SMP Inovatif Al-Ibda

Pelaksanaan Coding Day banyak berfokus pada interaksi dengan siswa SMP Inovatif Al-Ibda sehingga pengalaman belajar bersama guru dari Educourse.id menjadi dasar pembentukan sikap siswa terhadap program GESSIT. (Effendy, 2017) menempatkan proses belajar mengajar dalam pendidikan sebagai bentuk komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sampai ia menguasainya. Proses pembelajaran pada Coding Day berlangsung secara interaktif antara siswa dengan guru melalui penyampaian materi, praktik langsung, sesi tanya jawab, serta pemberian umpan balik selama kegiatan berlangsung. Melalui proses komunikasi belajar mengajar tersebut, siswa SMP Inovatif Al-Ibda memberikan antusias positif dan ketertarikan terhadap pembelajaran coding.

Terdapat tiga tahapan dalam proses belajar coding siswa SMP Inovatif Al-Ibda Bersama Educourse, yaitu persepsi (perception, ideasi (ideation), dan transmisi (transmission). Terbiasanya siswa SMP Inovatif Al-Ibda dengan pengoperasian computer dan pembelajaran coding dasar menguatkan daya persepsinya pada tahap awal. Pembelajaran project-based dengan tema Mosquitoes Attack mendorong proses ideasi siswa yang mana melawati melewati tahapan pemrosesan pesan, penyaringan pesan, hingga akhirnya menjadi konsep. Lalu di tahap terakhir, sebagai bukti pembelajarannya berhasil diinterpretasikan oleh siswa maka siswa akan bersikap lebih interaktif dengan banyak bertanya dan berdiskusi terkait coding saat Coding Day. Proses pembelajaran saat Coding Day diinterpretasikan dengan baik oleh siswa sehingga mendapatkan hasil data survey positif, yaitu 81,5% siswa tertarik pada pembelajaran coding.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon siswa disebabkan oleh cara mengajar yang dilakukan oleh guru Educourse.id, yaitu dengan project-based learning dan hands-on learning. Temuan tersebut juga didukung oleh pendapat narasumber ahli selaku pengamat IT, yang menyatakan bahwa:

"Oke, menurut saya itu memang sangat ideal dan merupakan metode yang paling tepat untuk saat ini. Karena memang di dunia kerja saat ini, software engineer tidak menulis code tanpa tujuan. Kami membangun proyek seperti aplikasi manajemen perumahan, ERP, ataupun sistem POS kasir. Dan bagi siswa SMP, teori saja akan terasa sangat membosankan. Jadi melalui Project-Based Learning ini, mungkin mereka jadi punya tujuan akhir atau end goal yang jelas. Misalnya, hari ini kita akan membuat game sederhana maupun website profil. Nah, ini bisa memberikan konteks pada apa yang mereka pelajari, gitu, Mbak."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Project-Based Learning memberikan tujuan pembelajaran yang jelas sehingga siswa tidak hanya mempelajari konsep coding secara teoritis, tetapi juga memahaminya melalui proyek yang dihasilkan. Proyek sederhana yang dikerjakan selama Coding Day membuat siswa lebih terlibat dalam proses pembelajaran dan memahami manfaat coding secara lebih nyata. Selain itu narasumber ahli berpendapat sebagai berikut:

"Mungkin dari sisi efektivitas, menurut saya itu sangat efektif dan malah sangat krusial. Karena di dunia IT saat ini, teori tanpa praktik itu adalah sebuah ilusi yang tidak bisa dipungkiri lagi, Mbak. Saat siswa mencoba mempraktikkan kode dan langsung melihat output-nya di layar, seperti sebuah tombol yang bisa ditekan, animasi yang bergerak, maupun efek-efek lain yang menarik, itu memberikan pengalaman yang luar biasa. Dan mungkin efek visual serta interaktif inilah yang membangun ketertarikan yang kuat. Jadi program seperti Coding Day yang menekankan praktik secara langsung itu sangat bagus, karena langsung mematahkan stigma bahwa coding hanyalah teks dan

angka yang membosankan."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa praktik secara langsung mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dibandingkan pembelajaran yang hanya berorientasi pada teori. Kesempatan untuk mencoba dan melihat hasil dari kode yang dibuat secara langsung membuat siswa lebih aktif serta membentuk persepsi positif terhadap pembelajaran coding. Dengan demikian, respon positif siswa tidak hanya dipengaruhi oleh materi yang disampaikan, tetapi juga oleh pengalaman belajar yang mereka rasakan selama mengikuti Coding Day.

Berdasarkan AIDA Model, respon siswa SMP Inovatif Al-Ibda masuk ke dalam tahap interest karena menilai bahwa pembelajaran coding bersama Educourse.id menarik. Hal tersebut tercatat dalam hasil survey siswa yang mana menjadi salah satu pendorong kuat bagi pihak tenaga pendidik masuk ke tahapan desire dan action.

3. Alasan Coding Day dalam Program GESSIT Mendorong Keputusan SMP Inovatif Al-Ibda untuk Menjalinkan Kerja Sama dengan Educourse.id

1) Kesesuaian Program dengan Kebutuhan Sekolah

Pelaksanaan Coding Day tidak hanya berfungsi sebagai experiential communication dalam proses komunikasi kerja sama, tetapi juga berfungsi sebagai bukti kualitas program GESSIT. Pesan-pesan yang sebelumnya disampaikan kepada pihak SMP Inovatif Al-Ibda dalam proses diskusi awal, seperti keunggulan sistem belajar, kurikulum yang dipakai, hingga kualitas guru coding dibuktikan secara langsung pada pelaksanaan Coding Day. Pihak sekolah memperoleh kesempatan untuk mengevaluasi sejauh mana program yang ditawarkan Educourse.id sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik sekolah.

Hadirnya berbagai kebutuhan dari pihak SMP Inovatif Al-Ibda yang bisa pihak Educourse.id penuhi mendorong kesepakatan kerja sama. Pelaksanaan kerja sama dengan pihak eksternal penting dilakukan untuk bisa memenuhi kebutuhan organisasi yang belum dapat dipenuhi secara optimal oleh sumber daya internal, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara lebih efektif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan (Sentanu, 2024) bahwa kerja sama merupakan suatu kegiatan yang saling melengkapi untuk memecahkan permasalahan sekaligus mencapai tujuan yang diharapkan.

(Garrido, F. J., 2024) mengatakan bahwa kerja sama dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu kebutuhan untuk bertransformasi. Bergeraknya dunia secara dinamis membawa perubahan sehingga memunculkan kebutuhan untuk terjadinya peralihan suatu kondisi menjadi sesuatu yang lebih baik guna tetap relevan. SMP Inovatif Al-Ibda membutuhkan sumber daya guna mendukung kurikulum Koding dan Kecerdasan Artifisial dari Kemendikdasmen dan juga kebutuhan dunia digital saat ini. Hadirnya Educourse.id sebagai pihak yang berfokus pada pendidikan coding dengan kualitas yang baik mendorong pihak SMP Inovatif Al-Ibda untuk melakukan kerja sama. Temuan tersebut dikonfirmasi oleh triangulator, yang menyatakan bahwa:

"Sekolah memiliki tuntutan kurikulum dari Dinas Pendidikan. Mereka harus melihat apakah memiliki sumber daya untuk melaksanakan pembelajaran tersebut atau tidak. Ketika sekolah tidak memiliki sumber daya, tentu mereka harus menggunakan pihak ketiga. Nah, dalam hal ini Educourse mencoba mengisi kebutuhan tersebut. Jadi saya pikir tidak masalah."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kerja sama antara sekolah dengan pihak eksternal tidak semata-mata didasarkan pada keinginan untuk menambah program baru, tetapi juga sebagai upaya memenuhi kebutuhan sekolah yang belum dapat dipenuhi secara mandiri. Program GESSIT dipandang sebagai solusi yang membantu SMP Inovatif Al-Ibda mengimplementasikan pembelajaran coding sesuai tuntutan perkembangan pendidikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Aulia, 2021) yang menyatakan bahwa efektivitas strategi komunikasi didukung oleh program yang relevan dengan kebutuhan

target sasaran. Program yang mampu menjawab kebutuhan audiens akan lebih mudah diterima dan memperoleh respon positif dari target sasaran. Temuan serupa juga dikemukakan oleh (Arif, 2023) yang menjelaskan bahwa identifikasi kebutuhan calon mitra menjadi langkah penting dalam membangun kerja sama sehingga program yang ditawarkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lembaga sasaran. Hadirnya kesesuaian program dengan kebutuhan sekolah memperkuat tahapan interest dan mendorong pihak SMP Inovatif Al-Ibda memasuki tahapan desire pada AIDA Model.

2) Kredibilitas Educourse.id

Penerimaan Educourse.id didukung oleh kredibilitas yang dimiliki. Reputasi, pencapaian, dan kualitas guru yang memiliki sertifikasi STEM.org Educourse.id mendorong pihak SMP Inovatif Al-Ibda untuk bersikap terbuka pada komunikasi interpersonal yang terjadi. Pihak sekolah menilai bahwa dengan portofolio yang dimiliki oleh Educourse.id mencerminkan pengalaman dan kompetensi dalam menyelenggarakan pembelajaran coding, sehingga meningkatkan kepercayaan sekolah terhadap kualitas program yang ditawarkan.

Berdasarkan (Effendy, 2017) keberhasilan Educourse.id sebagai komunikator dalam proses komunikasi interpersonal dipengaruhi kredibilitas sumber (source credibility). Hal tersebut dikarenakan komunikan cenderung lebih mempercayai informasi yang disampaikan oleh sumber yang dipandang kompeten dan dapat dipercaya. Kredibilitas Educourse.id diperkuat melalui pelaksanaan Coding Day, yang memberikan kesempatan kepada pihak sekolah untuk memverifikasi secara langsung kompetensi, kualitas pembelajaran, dan implementasi program yang ditawarkan.

Kredibilitas komunikator juga berkaitan dengan daya tarik sumber (source attractiveness) yang ditunjukkan melalui pendekatan komunikasi belajar yang interaktif, hands-on learning, serta pesan komunikasi yang disesuaikan dengan latar sekolah. Pendekatan tersebut membuat pesan yang disampaikan tidak hanya dipercaya karena kompetensi komunikator, tetapi juga lebih menarik dan mudah diterima oleh pihak sekolah.

Temuan ini didukung oleh penelitian (Enzelita & Huwae, 2024) yang menunjukkan bahwa citra organisasi (profile strategy) menjadi salah satu faktor yang meningkatkan peluang terjadinya kerja sama karena mampu membangun kepercayaan calon mitra terhadap kualitas organisasi. Hadirnya kredibilitas Educourse.id sebagai komunikator memperkuat tahapan interest dan mendorong pihak SMP Inovatif Al-Ibda memasuki tahapan desire pada AIDA Model.

3) Penyesuaian Skema Kerja Sama

Penyesuaian skema kerja sama menjadi salah satu faktor yang mendorong terjalannya kerja sama antara Educourse.id dengan SMP Inovatif Al-Ibda. Berdasarkan hasil penelitian, Educourse.id tidak menerapkan satu bentuk kerja sama yang bersifat tetap, melainkan menyesuaikannya dengan kondisi dan kebutuhan sekolah. Pihak sekolah tertarik untuk mengimplementasikan program GESSIT sebagai intrakurikuler pada awal komunikasi. Akan tetapi, setelah mempertimbangkan jumlah peserta didik serta kemampuan pembiayaan sekolah, kedua belah pihak sepakat untuk mengubah pelaksanaan program menjadi kegiatan ekstrakurikuler. Penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa Educourse.id mengedepankan fleksibilitas dalam menawarkan program sehingga dapat disesuaikan dengan kondisi mitra.

Penyesuaian kondisi dalam perspektif kerja sama tersebut mencerminkan adanya upaya untuk mencapai kesesuaian kepentingan antara kedua belah pihak. Educourse.id tidak hanya berperan sebagai penyedia program, tetapi juga berupaya memahami kebutuhan dan keterbatasan yang dimiliki sekolah sebelum mencapai kesepakatan. Fleksibilitas tersebut membuat pihak SMP Inovatif Al-Ibda memandang program yang ditawarkan lebih realistis untuk diimplementasikan, sehingga memperbesar peluang terbentuknya kerja sama yang saling menguntungkan. Temuan ini menunjukkan bahwa

keberhasilan kerja sama tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas program atau efektivitas komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan Educourse.id dalam menyesuaikan skema kerja sama dengan kebutuhan calon mitra. Temuan tersebut juga dikonfirmasi oleh triangulator yang menyatakan bahwa:

"Kalau namanya negosiasi itu memang mencari titik temu. Masing-masing pihak tentu memiliki kepentingan, tetapi hasil akhirnya harus memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Jadi selama kedua belah pihak sama-sama memperoleh keuntungan, menurut saya penyesuaian seperti itu merupakan hal yang wajar dalam sebuah kerja sama."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa negosiasi merupakan proses untuk mencapai kesepakatan yang dapat diterima oleh seluruh pihak yang terlibat. Penyesuaian skema kerja sama tidak menunjukkan perubahan terhadap tujuan program GESSIT, melainkan menjadi bentuk adaptasi Educourse.id terhadap kondisi SMP Inovatif Al-Ibda sehingga kerja sama tetap dapat terlaksana dengan memperhatikan kebutuhan kedua belah pihak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Natasha & Setyanto, 2025) yang menjelaskan bahwa negosiasi merupakan tahapan penting sebelum kesepakatan kerja sama ditetapkan karena memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk menyepakati bentuk kerja sama yang paling sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Penyesuaian kerja sama dengan negosiasi membuat sekolah berada pada tahapan desire pada AIDA Model karena keinginan sekolah mengimplementasi program GESSIT mendorong pihak sekolah untuk mengupayakan agar program tersebut tetap dapat diimplementasikan di sekolahnya.

4) Pertimbangan Internal Sekolah dalam Pengambilan Keputusan Kerja Sama

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan kerja sama juga dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan internal yang dilakukan oleh SMP Inovatif Al-Ibda. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan dilakukan melalui evaluasi terhadap kebutuhan sekolah, kesiapan sumber daya, serta manfaat program bagi peserta didik. Kepala Sekolah berperan sebagai pengambilan keputusan utama dalam proses kerja sama antara SMP Inovatif Al-Ibda dengan Educourse.id. Selain karena posisinya yang memiliki wewenang, kepribadian yang dimiliki oleh Kepala Sekolah mendorong interpretasi positif terhadap program GESSIT. Kepribadian seorang komunikator dapat memengaruhi dirinya dalam menafsirkan suatu pesan yang didapat dari komunikator (Rakhmat, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi yang lebih intensif mengenai program GESSIT baru terjalin setelah kepala sekolah yang baru mulai menjabat pada semester genap. Pergantian kepemimpinan tersebut membuka ruang diskusi yang lebih luas antara pihak sekolah dengan Educourse.id, sehingga komunikasi tersebut menjadi titik awal dilakukannya pertimbangan terhadap relevansi program dengan kebutuhan sekolah sebelum keputusan kerja sama diambil.

Salah satu pertimbangan internal sekolah dalam menjalin kerja sama adalah peluang memperoleh pengetahuan dan kompetensi baru melalui program GESSIT. Hal tersebut sejalan dengan Contractor dan Lorange (1998, dalam Child et al., 2019) yang menyatakan bahwa salah satu tujuan pembentukan kerja sama adalah terjadinya pertukaran teknologi atau pengetahuan (*technology exchange*). Kerja sama dengan Educourse.id memungkinkan SMP Inovatif Al-Ibda memperoleh akses terhadap pembelajaran coding, metode pembelajaran berbasis praktik, serta kompetensi yang belum dapat dipenuhi secara optimal oleh sumber daya internal sekolah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Arif, 2023) yang menunjukkan bahwa dukungan kepala sekolah merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan pembangunan kerja sama eksternal. Kepala sekolah berperan dalam mengarahkan proses komunikasi, melibatkan pihak-pihak terkait dalam pembahasan,

serta mempertimbangkan berbagai aspek sebelum menetapkan keputusan kerja sama. Keputusan kepala sekolah menandai bahwa SMP Inovatif Al-Ibda telah mencapai tahap action dalam AIDA Model, yaitu tahap ketika ketertarikan dan keinginan terhadap program diwujudkan dalam tindakan nyata berupa keputusan untuk menjalin kerja sama dengan Educourse.id.



Gambar 4. 27 Ringkasan Tahapan Strategi Komunikasi Educourse.id dengan SMP Inovatif Al-Ibda dalam AIDA Model

Sumber: Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan Coding Day sebagai strategi komunikasi Educourse.id dalam Program GESSIT menunjukkan alur yang sejalan dengan tahapan AIDA Model. Tahap attention terlihat pada saat Educourse.id membangun perhatian SMP Inovatif Al-Ibda melalui komunikasi awal dengan menyampaikan proposal, profil perusahaan, serta pesan komunikasi mengenai manfaat Program GESSIT yang disesuaikan dengan kebutuhan sekolah. Penyampaian pesan tersebut kemudian diperkuat melalui pelaksanaan Coding Day sebagai bentuk experiential communication, yaitu strategi komunikasi yang memberikan pengalaman langsung kepada tenaga pendidik dan siswa. Melalui pengalaman tersebut, sekolah tidak hanya menerima informasi secara verbal, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk mengevaluasi secara langsung kredibilitas Educourse.id, kompetensi guru, kurikulum, metode pembelajaran, serta respons siswa selama kegiatan berlangsung. Proses komunikasi tersebut menghasilkan umpan balik dari pihak sekolah berupa penilaian positif terhadap program, munculnya respons positif dari siswa, komunikasi lanjutan yang lebih intensif, serta pembahasan mengenai Surat Penawaran Harga (SPH) sebagai indikasi bahwa perhatian yang telah dibangun berkembang menjadi interest terhadap peluang kerja sama.

Tahap interest kemudian berkembang menjadi desire ketika komunikasi memasuki proses negosiasi yang berorientasi pada pembentukan hubungan kerja sama. Tahap ini memunculkan komunikasi dua arah yang memungkinkan kedua belah pihak menyampaikan kebutuhan, harapan, serta keterbatasan masing-masing sehingga Educourse.id dapat melakukan penyesuaian skema kerja sama sesuai dengan kondisi SMP Inovatif Al-Ibda. Fleksibilitas tersebut menjadi bagian dari strategi komunikasi persuasif Educourse.id dalam membangun kesepahaman kedua belah pihak dan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Tahapan tersebut akhirnya mengarah pada action, yaitu keputusan SMP Inovatif Al-Ibda untuk menjalin kerja sama yang diwujudkan melalui penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) serta implementasi Program GESSIT sebagai ekstrakurikuler wajib di sekolah. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa Coding Day tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan uji coba pembelajaran, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang mampu membangun perhatian, menghasilkan ketertarikan melalui pengalaman langsung dan umpan balik positif, menumbuhkan keinginan untuk bekerja sama melalui komunikasi persuasif dan negosiasi, hingga menghasilkan keputusan kerja sama yang bersifat formal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data dan pembahasan pada penelitian Coding Day sebagai

Strategi Komunikasi dalam program Gerakan Sejuta Digital (GESSIT) yang dilakukan oleh Educourse.id untuk menjaring kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda, didapatkan simpulan sebagai berikut:

Pelaksanaan Coding Day dilaksanakan sebagai strategi komunikasi berbasis pengalaman (*experiential communication*) yang memungkinkan Educourse.id tidak hanya memperkenalkan Program Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT), tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai kebutuhan, kesiapan, dan karakteristik SMP Inovatif Al-Ibda sebagai calon mitra. Melalui pengalaman belajar secara langsung, interaksi antara guru Educourse.id dengan siswa, serta komunikasi dua arah dengan pihak sekolah, Coding Day menjadi media komunikasi yang memungkinkan kedua belah pihak saling memperoleh informasi sebagai dasar dalam menentukan bentuk kerja sama yang sesuai.

Pihak tenaga pendidik maupun siswa SMP Inovatif Al-Ibda memberikan respons positif terhadap pelaksanaan Coding Day sebagai bagian dari Program GESSIT. Bagi siswa, respons positif dipengaruhi oleh metode pembelajaran yang interaktif, berbasis proyek, serta kemampuan guru Educourse.id dalam membangun komunikasi selama proses pembelajaran. Sementara itu, bagi tenaga pendidik, respons positif terbentuk melalui penilaian terhadap kredibilitas Educourse.id yang tercermin dari portofolio perusahaan, kualitas kurikulum, kompetensi guru, serta hasil observasi terhadap antusiasme dan keterlibatan siswa selama mengikuti Coding Day. Dengan demikian, pengalaman belajar secara langsung berhasil meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan sekolah terhadap Program GESSIT.

Coding Day terbukti efektif sebagai strategi komunikasi dalam menjaring kerja sama dengan SMP Inovatif Al-Ibda karena memberikan pengalaman langsung yang memungkinkan sekolah memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peluang implementasi Program GESSIT. Melalui pengalaman tersebut, pihak sekolah dapat menilai secara langsung kesesuaian kurikulum, efektivitas sistem pembelajaran, kompetensi guru Educourse.id, serta relevansi program dengan kebutuhan sekolah sebagai bentuk pembuktian kualitas program. Selain itu, Coding Day menjadi ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan Educourse.id dan pihak sekolah melakukan evaluasi bersama serta menyesuaikan skema kerja sama sesuai kebutuhan sekolah. Dengan demikian, Coding Day tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi persuasif, tetapi juga sebagai mekanisme komunikasi berbasis pengalaman yang mampu mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan sehingga keputusan kerja sama didasarkan pada bukti nyata, bukan semata-mata informasi promosi yang disampaikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditulis, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan, yaitu:

Educourse.id disarankan untuk mengoptimalkan komunikasi Program GESSIT melalui media sosial dan website resmi perusahaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, informasi mengenai program GESSIT belum tersedia secara komprehensif sehingga sekolah hanya mengetahui program GESSIT melalui komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh pihak Educourse.id. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang lebih lengkap dan konsisten di berbagai media komunikasi diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, awareness, serta memperkuat positioning Program GESSIT di kalangan calon mitra sekolah.

Educourse.id disarankan untuk melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan yang telah dikomunikasikan kepada pihak sekolah secara konsisten, meskipun pelaksanaannya memerlukan penyesuaian waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi kepada guru tidak terlaksana karena adanya percepatan administrasi, padahal pihak sekolah tetap mengharapkan kegiatan tersebut dilaksanakan meskipun setelah Program GESSIT mulai diimplementasikan. Oleh karena itu, konsistensi antara perencanaan komunikasi

dan pelaksanaannya perlu menjadi perhatian agar seluruh pihak memperoleh informasi dan pembekalan yang sesuai dengan yang telah dikomunikasikan sebelumnya. Dengan demikian, implementasi program diharapkan dapat berjalan lebih optimal sekaligus memperkuat kepercayaan dan kepuasan mitra terhadap kerja sama yang dijalin.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F., & Suciati, P. (2020). Mengenal komunikasi persuasif. Program Studi Vokasi Humas Universitas Indonesia. <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/mengenal-komunikasi-persuasif>
- Agustina, W., & Kurnia, S. S. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Pikiran Rakyat Melalui Kolaborasi dengan Mitra. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 5(2), 2073–2080. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.20231>
- Arif, F. (2023). Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Kerja Sama Eksternal di Sekolah Menengah Kejuruan Telekomunikasi Pekanbaru.
- Arsyad, E., & Syukur, M. (2025). Dari Komunitas ke Kapital: Analisis Modal Sosial dalam Pembentukan. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 10(3), 956-966.
- Aulia, A. (2021). Strategi Komunikasi Program Satu Indonesia Awards (Studi Kasus mengenai Strategi Komunikasi yang Digunakan PT Astra International Tbk pada Program SATU Indonesia Awards tahun 2018 - 2020 dalam Menjaring Peserta).
- Avisena, M. I. (2025, July 16). Indonesia Kekurangan Talenta Digital untuk Topang Pertumbuhan Ekonomi. Diambil kembali dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/792084/indonesia-kekurangan-talenta-digital-untuk-topang-pertumbuhan-ekonomi>
- Bado, B. (2022). Model Pendekatan Kualitatif: Telaah dalam Metode Penelitian Ilmiah . Klaten: Tahta Media Group.
- Botan, C. H. (2018). *Strategic Communication Theory and Practice: The Cocreational Model*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chourasia, S., Tyagi, A., Pandey, S. M., Walia, R. S., & Murtaza, Q. (2022). Sustainability of Industry 6.0 in Global Perspective: Benefits and Challenges. *MAPAN: Journal of Metrology Society of India*, 37(2), 443–452.
- Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 157-185.
- Desri, S., Sari, M. C., Fadilla, S. F., Khairani, W., & Sabila, S. S. (2024). Analisis Strategis Public Relations Ruang Guru Dalam Upaya Membangun. *Jurnal Ekonomika* 45, 11(2), 474-489.
- Diermier, D. (2023). *Reputation Analytics : Public Opinion for Companies*. Chigaco: The University of Chicago Pres.
- Dimarti, A. C., Susilo, B. D., Dewi, L. K., Kameliya, S., & Putri, S. F. (2024). Pemasaran Digital Pada Startup “Socia Creative Agency”: Strategi Startup untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Awareness dan. *NSAFE*, 4(6), 128-138.
- Doorley, J., & Gracia, H. F. (2007). *Reputation Management: The Key to Successsful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Duggal, A. S., Malik, P. K., Gehlot, A., Singh, R., Gaba, G. S., Masud, M., & Al-Amri, J. F. (2021). A Sequential Roadmap To Industry 6.0: Exploring Future. *IET Communications*, 16(5), 521–53.
- Educourse. (n.d.). About Us. Diambil kembali dari [Educourse.id](https://educourse.id/about_us/): https://educourse.id/about_us/
- Effendy, P. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emeraldiena, F. Z., Hayati, K. R., & Zuhri, S. (2023). Strategi Komunikasi Seacolab.net dalam Membangun Citra. *Konsorsium Seminar Nasional Waluyo Jatmiko*, 16(1), 131-140.
- Enzelita, D., & Huwae, G. N. (2024). Strategi Komunikasi INEWS TV dalam Menjalin Kerjasama Sponsorship pada Program Koalisi Tawa. *10(24.2)*, 135–147.
- Fadraneli, H., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2025). Belajar Coding Sejak SD: Seberapa Penting untuk Karakter dan Keterampilan Masa Depan? *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2(3), 1173–1178.
- Fatona, A., & Sutarjo, M. A. (2025). Strategi Public Relations Startup Ngampooz Melalui Program Ngampooz. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 60-62.
- Fauziah, S., & Ananda, A. R. (2025). Strategi Komunikasi Hotel Best Western Batang Garing dalam Pengembangan Kemitraan dengan Intansi Pemerintah di Palangkaraya. *JISHUM (Jurnal Ilmu*

- Sosial Dan Humaniora), 4(2), 173–184.
- Fransiska, & Nurijadi, B. (2025). Strategi Komunikasi PT. Mustika Ratu dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 68-77.
- Fu, F., Hauert, C., Nowa, M. A., & Wang, L. (2009). Reputation-based partner choice promotes cooperation in social. *National Institutes of Health*.
- Giardini, F., Balliet, D., Power3, E. A., Számádó, S., & Takács, K. (2022). Four Puzzles of Reputation-Based Cooperation. *Human Nature*, 33, 43–61.
- H, M. F., & Juwita, R. (2025). Program Campus Ambassador Sebagai Strategi IMC PT Gojek dalam Meningkatkan Brand Awareness di Kalangan Mahasiswa. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 329-347.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif: Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. Kabupaten Banyumas: CV. Pena Persada.
- Harahap, S. M., Rizki, J. W., & Siregar, E. Z. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi. Jakarta: Prenada.
- Harris, T. L. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. New York: John Wiley.
- Häuberer, J. (VS Verlag für Sozialwissenschaften). *Social Capital Theory: Toward Methodological Foundation*. Wiesbaden: 2011.
- Jain, K., & Raghuram, J. N. (2023). Unlocking potential: The impact of AI on Education Technology. *Multidisciplinary Reviews*.
- Joshi, S. A. (2023). Technology in Education. *Vidya A Journal*, 2(2), 3-5.
- Madsen, D. Ø., Slåtten, K., & Berg, T. (2025). From Industry 4.0 to Industry 6.0: Tracing the Evolution of Industrial Paradigms Through the Lens of Management Fashion Theory. *Systems* 2025, 13(5), 387.
- Mallappiang, N., & Muharram. (2023). *Dasar-dasar Public Relation*. Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Maula, N. (2019). Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up pada Bidang Pendidikan Di CV Big Edu Indonesia. *CR Journal*, 5(2), 85-92.
- Nan Lin, K. C. (2001). *Social Capital: Theory and Reserach*. New York: Aldine De Gruyter.
- Natasha, A. A., & Setyanto, Y. (2025). Strategi Komunikasi Divisi Partnership dalam Membangun Hubungan Eksternal di PT. Liputan Enam Dot Com. *Prologia*, 9(1), 65–74.
- Putnam, L. L., & Nicotera, A. M. (2009). *Building Theories of Organization: The Constitutive Role of Communication*. New York: Routledge.
- Rachmawati, E., Yulianto, F. A., & Ningsih, L. (2024). Pendampingan Implementasi Materi Berpikir Komputasional di Mata Pelajaran Informatika Pada Kurikulum Merdeka Tingkat SMP di Wilayah Kabupaten Bandung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1723–1735. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.4899>
- Ramadani, N., Fitriansyah, F., & Yunita, R. (2025). Strategi Komunikasi Bisnis PT. Maju Anugerah Solusindo dalam Menjalinkan Kerja Sama dengan Vendor di Industri Aplikasi Digital. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 3(2), 258–267. <https://doi.org/10.35870/ljit.v3i2.5733>
- Sari, D. P. (2025). Strategi Public Relations Kitabisa.com Dalam Menjaga Reputasi.
- Setiawan, B. I., & Romadhan, M. I. (2023). Perencanaan Komunikasi Garda Pangan sebagai Organisasi Non Profit dalam Menjalinkan Kerja Sama Dengan Mitra. *Sintesa*, 2(2), 32–46. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i02.8890>
- Sholikhah, L. M., & Huda, A. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial Lini Bisnis Ternakmart pada Startup Ternaknesia di Masa Pandemi Covid-19. *Commercium*, 4(2), 132-145.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tench, R., & Waddington, S. (2021). *Exploring Public Relations and Management Communication* (Vol. 5). Pearson. www.pearson.com/uk
- Tracxn. (2025, September 24). EdTech Sector in Indonesia. Diambil kembali dari Tracxn.com: https://tracxn.com/d/explore/edtech-startups-in-indonesia/_4_3ENmAK_PC_NFsgEJWmHw740M26pdC8th6xjGy2Uns
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila*. https://doi.org/10.1300/j054v03n02_03