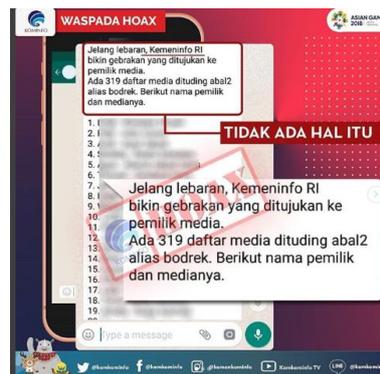


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proses penyampaian pesan mengalami sebuah perkembangan penting, munculnya berbagai media *online* menjadi sebuah terobosan baru untuk masyarakat dalam melakukan penyebaran informasi secara interaktif dan dua arah. Dilansir dari laman berita satuan kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 10 Agustus 2018 pukul 13.25 oleh penulis, pengguna internet di Indonesia sekarang ini menyentuh angka 63 juta orang, juga 95% diantaranya merupakan pengguna media sosial. Perkembangan era digital juga menjadi salah satu faktor masyarakat Indonesia menghabiskan waktunya di dunia digital, dengan adanya tuntutan perkembangan teknologi yang pesat, harus diikuti pula kesiapan masyarakat dengan adanya pendidikan melalui media digital. Perubahan dan transformasi digital tidak diimbangi dengan kesiapan manusianya, maka banyak terjadinya hoaks, *cyberbullying*, ujaran kebencian, radikalisme digital, dan pornografi.



Gambar 1. 1 Hoaks yang Beredar di Masyarakat

(sumber : Instagram @Kemenkominfo)

Penggunaan laman digital yang begitu banyak, mulai dari situs web, aplikasi, serta media menjadi sebuah fenomena yang terjadi di masyarakat, beberapa orang bahkan menjadikan laman digital untuk mencari keuntungan, baik melalui bisnis *online* maupun menjadi *content creator*. Dalam fenomena ini, masyarakat juga mengalami perubahan dalam gaya hidup, masyarakat lebih cenderung mempercayai sesuatu yang bisa mereka *research* secara *online*, maka muncul istilah yang disebut *influencer* atau orang-orang yang sering membagikan informasi suatu produk melalui media digital, sedangkan informasi yang dibagikan di sebuah media seringkali belum terbukti kebenarannya, sebelum memutuskan untuk terpengaruh dengan informasi yang beredar di media digital maka kita memerlukan

sebuah dasar dalam memasuki teknologi digital, dari sini kita bisa mulai sadari bahwa pengetahuan mengenai teknologi digital harus dilakukan dan diimbangi dengan adanya pendidikan atau Literasi Digital, agar masyarakat menjadi bijak untuk melakukan/menulis sesuatu di media digital.

Dalam tugas dan fungsinya, **menurut pasal 3 Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 54 tahun 2015 poin b yaitu pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik**, Kementerian komunikasi dan informatika berwenang mengeluarkan kebijakan berkaitan dengan segala sumber informasi, termasuk media internet dan sosial. Beberapa langkah utama untuk mencegah disinformasi yang beredar di masyarakat. Yang pertama adalah melalui perlindungan hukum Kemenkominfo mengeluarkan UU ITE (Informasi Transaksi Elektronik), kemudian melalui aspek teknologi yaitu melalui mesin pengais konten, dan aspek edukasi yaitu melalui Program Literasi Digital. Program Literasi Digital merupakan sebuah aspek yang penting melalui hulu yaitu langkah pencegahan (edukasi masyarakat) untuk memberi arahan ataupun himbauan agar tidak terjadi disinformasi. Berbagai program pun diinisiasikan dengan tujuan literasi di Indonesia, salah satunya adalah melalui program Festival Literasi Digital yang diselenggarakan bersama dengan komunitas dan institusi pendidikan.

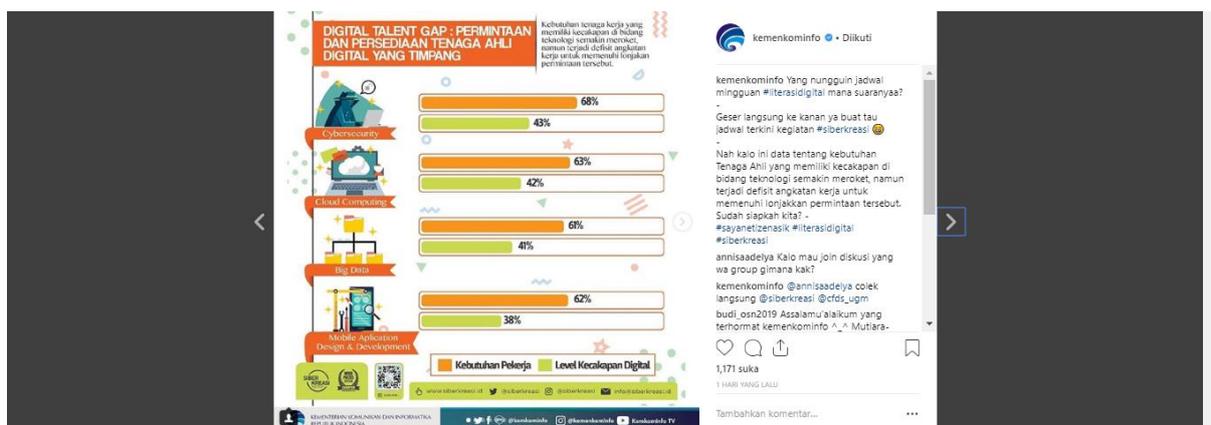
Program Literasi Digital diinisiasi Kemenkominfo melalui berbagai kegiatan, termasuk dengan bekerjasama dengan komunitas, menurut **Siaran Pers No.181/HM/KOMINFO/08/2018, tanggal 16 Agustus 2018 tentang Literasi Digital Siapkan SDM Unggul dan Cerdas di Era Revolusi Industri 4.0**, Presiden Joko Widodo menyatakan dalam Pidato Kenegaraan dalam Sidang Tahunan MPR 2018 Tahun 2018 menyebutkan saat ini pemerintah fokus untuk memperkuat pendidikan serta pelatihan vokasi untuk melahirkan sumber daya manusia terampil, yang siap memasuki dunia kerja. "Oleh karena itu, kita terus dorong pendidikan tinggi untuk melakukan terobosan-terobosan sehingga lulusan perguruan tinggi bisa lebih adaptif di era Revolusi Industri 4.0, termasuk kemampuan dalam Literasi Digital, serta mampu menumbuhkan lebih banyak lagi wirausahawan-wirausahawan muda yang kreatif dan inovatif," ungkapnya dalam Pidato Tahunan di Gedung MPR DPR Senayan, Jakarta, Kamis (16/08/2018).

Kemenkominfo disini menjadi penggerak untuk melakukan penyebaran informasi tentang himbauan agar masyarakat sadar tentang apa yang harus dilakukan untuk menghadapi teknologi digital, khususnya untuk bijak bermedia sosial, karena menurut survey

WeAreSocial.net dan *Hotsuite*, Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia dengan 55 juta pengguna menempati urutan ketiga, dikutip dari *katadata.co.id* pada 12 Agustus 2018 pukul 21.14.

Dengan jumlah pengguna Instagram yang begitu masif, konten yang tersebar di dunia digital pun sulit untuk dipantau, konten digital memiliki banyak jenis, baik positif maupun negatif, ketidaksiapan masyarakat membuat pemerintah terus menggalakkan Program Literasi Digital. Menurut pernyataan Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara yang dilansir laman *Kompas.com* pada 12 Agustus 2018 pukul 13.05

JAKARTA, KOMPAS.com - Dengan perkembangan teknologi yang pesat, cakupan penyebaran konten digital juga semakin luas dan beragam. Munculnya konten-konten bermuatan negatif dan kabar bohong atau hoaks kini menjadi salah satu kekhawatiran, karena bisa membawa banyak dampak yang juga buruk. Terkait hal tersebut, Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menekankan pentingnya Literasi Digital. Literasi Digital adalah ketertarikan, sikap, dan kemampuan individu menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat, dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat .



Gambar 1. 2 Salah Satu Program Literasi Digital Kemenkominfo

(sumber: Instagram @kemenkominfo)

Dengan adanya gerakan serta Program Literasi Digital melalui Kemenkominfo memiliki sebuah target untuk mengedukasi setiap individu warga negara Indonesia untuk bijak dalam bermedia digital, khususnya media sosial. Keadaan atau perkembangan teknologi sudah seharusnya menjadi sejalan dengan perkembangan sumberdaya manusianya, dengan strategi komunikasi yang baik maka pemerintah juga berharap agar literasi ini dapat diterima secara merata diseluruh wilayah Indonesia. Melalui Program Literasi Digital, dibuat kebijakan dan upaya untuk mengedukasi warga negara agar ikut secara aktif berpartisipasi dalam menanggulangi konten negatif yang ada di internet. Konten negatif seperti hoaks, *cyberbullying*, ujaran kebencian, kejahatan siber, radikalisme digital, dan pornografi menjadi sebuah ancaman nyata pada kehidupan masyarakat sekarang. Kementerian komunikasi dan informatika menjadikan Literasi Digital sebagai program prioritas. Kegiatan dalam program itu mencakup pembangunan sumber daya manusia dan rekayasa digital.

Kemenkominfo bertujuan untuk menggerakkan masyarakat baik secara online yakni melalui sosialisasi Program Literasi Digital lewat media sosial Kemenkominfo, dan melalui



kerjasama dengan komunitas-komunitas yang ada di Indonesia, serta menarik influencer juga aktivis literasi. Namun beberapa langkah himbauan Literasi Digital melalui media sosial khususnya Instagram, konten literasi yang dipublikasikan mencakup tentang langkah-langkah Literasi Digital Kemenkominfo, bukan hanya Gerakan Nasional, tapi juga sosialisasi portal anti hoaks melalui *Aduankonten.id*, tips-tips mengenai Literasi Digital juga perlu untuk disosialisasikan ke masyarakat melalui laman media sosial, khususnya Instagram karena pengemasannya akan lebih bervariasi dan mudah diterima masyarakat.

Gambar 1. 3 Sosialisasi situs penangkal hoaks melalui Instagram Kemenkominfo

(sumber: Instagram @kemenkominfo)



Gambar 1. 4 Sosialisasi tips-tips Literasi Digital melalui Instagram Kemenkominfo

(sumber: Instagram @kemenkominfo)

Melalui program tersebut, diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar mengenai tanggung jawab dalam menggunakan media digital, sebagaimana dijelaskan melalui program itu himbauan kepada masyarakat mengenai pendidikan hidup dalam era digital sangatlah perlu, bukan hanya menjadi kepentingan sekelompok individu, namun juga bagi kepentingan menjaga persatuan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Kementerian komunikasi dan informatika sebagai instansi pemerintah yang utama untuk menyelenggarakan dan menyosialisasikan atau mengkomunikasikan Program Literasi Digital kepada masyarakat Indonesia agar siap menghadapi perkembangan era digital yang sedang terjadi. Namun, dalam menjalankan suatu kegiatan biasanya akan menghadapi berbagai macam hambatan, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai Literasi Digital. Hal ini dapat mempengaruhi jalannya suatu program pemerintah, karena pada dasarnya berita yang beredar di lingkungan masyarakat akan mempengaruhi sudut pandang masyarakat tersebut. Terutama dengan himbauan-himbauan mengenai penggunaan media digital oleh masyarakat.

Dalam pernyataan yang disampaikan lewat wawancara terhadap informan bahwa target khusus program Literasi Digital adalah kaum milenials, penggunaan media sosial untuk keperluan sosialisasi adalah sebuah keharusan, Kementerian Kominfo menggunakan Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai media yang membantu penyebaran informasi Program Literasi Digital, namun dengan adanya tiga laman tersebut, yang utama digunakan oleh Kementerian Kominfo adalah Instagram, karena karakteristik Instagram sangat sesuai dengan kaum milenials, menurut pernyataan Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster yang dikutip dari laman *Okezone.com* pada 10 November 2018 pukul 14.30

JAKARTA - Aplikasi berbagi foto Instagram hari ini mengumumkan temuan sebuah penelitian yang menyatakan keterkaitan komunitas di Indonesia.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, keterkaitan komunitas dengan salah satu media sosial Instagram telah mengalami pertumbuhan pesat dan senantiasa berinteraksi dengan mereka.

"Instagram merupakan kanvas kreativitas bagi komunitas mobile-first Indonesia yang muda dan antusias. Orang datang ke Instagram untuk terinspirasi secara visual dan kami pun senang dapat menawarkan solusi iklan yang menciptakan nilai bagi komunitas," ujarnya dalam acara Instagram di Indonesia, Kamis (14/1/2016).

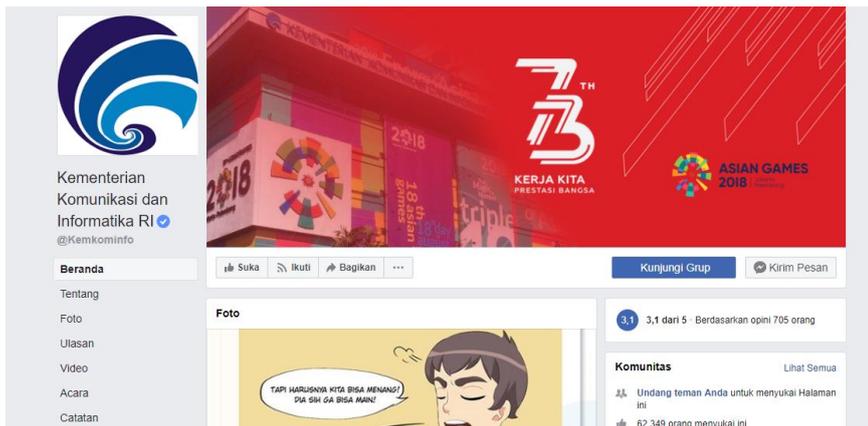
Dia menyampaikan, berdasarkan data terakhir hingga saat ini Instagram telah menjangkau 400 juta pengguna aktif secara global. Dari 100 juta pengguna yang terakhir bergabung di Instagram, lebih dari setengahnya tinggal di Asia dan Eropa.

"Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun mengakses IG setidaknya seminggu sekali," kata Paul.

Menurut hasil temuan TNS, lanjut dia, masyarakat Indonesia doyan menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman travelling, tren terbaru, dan komunitas mobile first juga telah mendorong hasil bisnis yang berdampak bagi besar maupun kecil di Indonesia.

"Instagrammers mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata mereka berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 45-34 tahun 30 persen, dan yang berusia 34-44 tahun 11 persen. Pengguna IG perempuan yang paling aktif sebanyak 63 persen dan laki-laki 37 persen," pungkas Paul.

Melalui akun Instagram @kemenkominfo pemerintah dapat secara leluasa mengeluarkan himbauan dan melakukan sosialisasi Program Literasi Digital yang dijalankan Kemenkominfo, dengan memusatkan hanya satu akun *Official*, diharapkan informasi yang dikeluarkan akan lebih valid dan terpusat sehingga mengurangi disinformasi, serta diharapkan membangun komunikasi yang lebih aktif berinteraksi dengan *audience* karena menurut model komunikasi Harold Lasswell (dalam Onong Effendy, 2003 : 301) berupa *Who* (Komunikator), *Says What I* (Pesan), *In Which Channel* (Media), *To Whom* (Khalayak), *With What Effect* (*Feedback*), maka komunikasi yang baik adalah yang memunculkan *feedback* dari khalayak. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif diskriptif dapat menjadi pendekatan analisis kasus ini, karena dirasa mampu untuk mengupas apa yang menjadi tujuan penelitian ini.



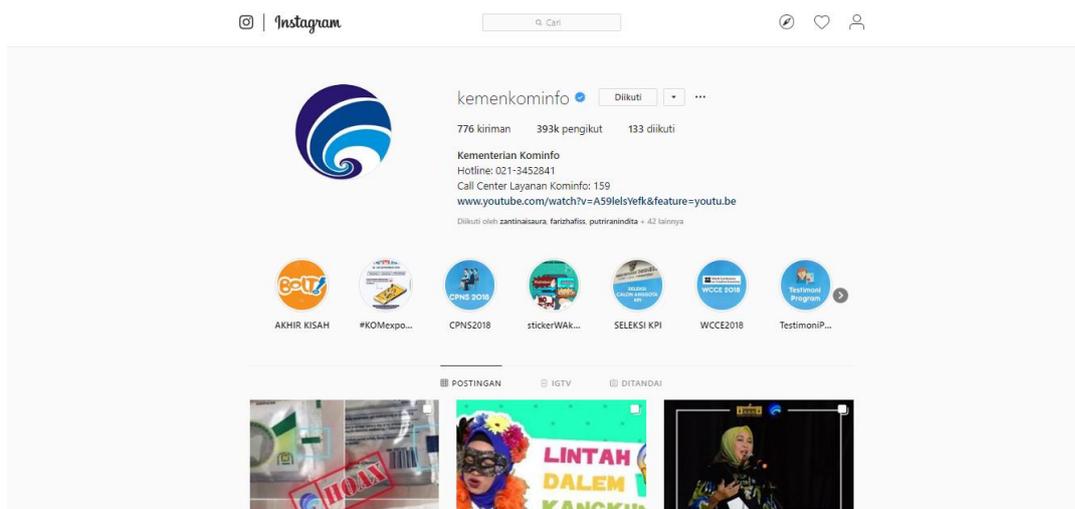
Gambar 1. 5 Halaman Facebook Kementerian Kemenkominfo

(sumber: Facebook Kementerian Komunikasi dan Informatika RI)



Gambar 1. 6 Halaman Twitter Kemenkominfo

(sumber: twitter @kemkominfo)



Gambar 1. 7 Halaman Instagram Kemenkominfo

(sumber: Instagram @kemenkominfo)

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan memiliki teknik yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan diatas, penulis ingin meneliti bagaimana **Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika.**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis menetapkan fokus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi program Literasi Digital melalui media sosial Instagram.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti menetapkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penentuan komunikator dalam strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi Literasi Digital melalui media sosial Instagram ?
2. Bagaimana strategi penentuan pesan dalam strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi Literasi Digital melalui media sosial Instagram ?
3. Bagaimana penentuan komunikan dalam strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi Literasi Digital melalui media sosial Instagram ?
4. Mengapa memilih Instagram dalam strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi Literasi Digital melalui media sosial Instagram ?
5. Bagaimana efek yang diharapkan dalam strategi komunikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi Literasi Digital melalui media sosial Instagram ?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam hal teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu dalam bidang komunikasi, khususnya terkait dengan strategi humas pemerintahan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi panduan bagi mahasiswa komunikasi, khususnya bagi para peneliti selanjutnya dalam mencari ilmu pengetahuan atau sebagai literatur.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dalam hal praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi rekomendasi dan gambaran bagi para praktisi di bidang komunikasi mengenai strategi komunikasi lembaga pemerintahan dalam melakukan sosialisasi program pada masyarakat dan

persiapan dalam menghadapi hambatan selama proses kegiatan program pada masyarakat.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan	Bulan							
		Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Observasi Masalah dan Pra-penelitian	■							
2.	Penyusunan Bab 1		■						
3.	Penyusunan Bab 2		■	■					
4.	Penyusunan Bab 3			■					
5.	Desk Evaluation			■					
6.	Pengumpulan dan Pengelolaan Data				■	■			
7.	Penyusunan Bab 4 dan 5					■	■	■	
8.	Sidang Skripsi								■

Sumber : Olahan Penulis