



Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital

Muhammad Alif Aryo Pangestu¹, Maylanny Christin²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

E-mail: alifaryoo@telkomuniversity.ac.id, maylannychristin@telkomuniversity.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-07-24 Revised: 2022-08-18 Published: 2022-09-01 Keywords: <i>Communication Strategy; Ministry of Communication and Information Technology; Indonesia Makin Cakap Digital Program, Digital Literacy.</i>	The purpose of this study is to find out the communication strategy including planning, implementation, and evaluation carried out by the Ministry of Communication and Information Technology on the Indonesia Makin Cakap Digital Program. This study uses qualitative research methods with constructivism paradigm. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The result of this research is that the communication strategy carried out by the Ministry of Communication and Information Technology towards the Indonesia Makin Cakap Digital Program has succeeded in increasing the digital literacy of the Indonesian people. At the planning stage, the Ministry of Communication and Information Technology succeeded in targeting as many as 50 million Indonesians including the education, government and community groups segments to be able to master digital literacy well by 2024. At the implementation stage, the Ministry of Communication and Information Technology succeeded in organizing the Indonesia Makin Cakap Digital Program to 514 districts/cities and 34 provinces by targeting as many as 12.5 million people per year by collaborating with Pentahelix as a program setting activity. In the evaluation stage, the Ministry of Communication and Information Technology has formulated detailed program objectives which are measured through the Digital Literacy Index Survey data collection method which will be used as a reference in future decision making.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-07-24 Direvisi: 2022-08-18 Dipublikasi: 2022-09-01 Kata kunci: <i>Strategi Komunikasi; Kementerian Komunikasi dan Informatika; Program Indonesia Makin Cakap Digital; Literasi Digital.</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh Kemenkominfo terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kemenkominfo terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital berhasil meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Pada tahapan perencanaan, Kemenkominfo berhasil menargetkan sebanyak 50 juta masyarakat Indonesia meliputi segmen pendidikan, pemerintahan dan kelompok masyarakat untuk dapat menguasai literasi digital secara baik pada tahun 2024. Pada tahapan implementasi, Kemenkominfo berhasil menyelenggarakan Program Indonesia Makin Cakap Digital ke 514 kabupaten/kota dan 34 provinsi dengan menargetkan sebanyak 12,5 juta masyarakat pertahunnya dengan bekerja sama bersama Pentahelix sebagai kegiatan penetapan program. Pada tahapan evaluasi, Kemenkominfo telah merumuskan tujuan program secara detail yang diukur melalui metode pengumpulan data Survey Indeks Literasi Digital yang akan digunakan sebagai rujukan dalam pengambilan keputusan kedepan.

I. PENDAHULUAN

Dampak dari datangnya pandemi COVID-19 ke Indonesia pada tahun 2020 silam memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan penggunaan internet dan ruang digital, hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap kenaikan jumlah penggunaan internet, peningkatan jumlah penggunaan internet ini menjadikan masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi dari internet seperti media sosial, artikel, jurnal, berita online dan lain-lain. Hal ini memunculkan

kekhawatiran bagi masyarakat terhadap maraknya penyebaran konten negatif yang terjadi di internet, dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum mempunyai kemampuan literasi digital yang baik sehingga diperlukan adanya pemahaman mengenai literasi digital dengan program tertentu yang dijalankan oleh pihak yang bertanggung jawab. Definisi Literasi digital menurut *United Nations Educational, Scientific and Cultural* (UNESCO) yaitu kemampuan seseorang dalam

mengakses, mendalami, menciptakan, menyampaikan, dan mengevaluasi pesan atau informasi lewat media digital, dengan adanya pemahaman literasi digital, masyarakat dapat menjadi lebih cakap digital dengan diadakannya pengendalian konten negatif dan hoaks melalui program literasi digital, dengan begitu masyarakat dapat mempunyai kemampuan literasi digital yang baik sehingga dapat hidup lebih sehat dan aman di dalam ruang digital.

Program Indonesia Makin Cakap Digital yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tujuan utama yaitu untuk menyadarkan masyarakat tentang pengetahuan teknologi digital serta mengasah kemampuan literasi digital untuk membentuk ruang digital yang sehat dan aman melalui beberapa rangkaian kegiatan program, dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika dibantu dengan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi melakukan pengedukasian kepada masyarakat mengenai empat pilar literasi digital meliputi *digital skills*, *digital culture*, *digital ethics*, dan *digital safety*. Dengan adanya empat pilar utama literasi digital dalam program ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika menargetkan 50 juta masyarakat Indonesia mampu menguasai kemampuan literasi digital pada tahun 2024, dengan harapan agar Indonesia terhindar dari ancaman merugikan yang hanya dapat diatasi sendiri oleh masyarakat dengan berpartisipasi aktif dalam menyebarkan konten positif melalui internet untuk mengurangi penyebaran konten negatif seperti konten hoaks, perundungan siber (*cyberbullying*), ujaran kebencian (*hate speech*), tindakan kejahatan siber (*cybercrime*) serta ragam tindakan penipuan *online* hingga radikalisme digital.

Seiring dengan pemaparan beberapa fenomena diatas serta kegiatan komunikasi yang dijalankan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam menciptakan Program Indonesia Makin Cakap Digital, sehingga penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui langkah-langkah komunikasi yang dilakukan oleh instansi tersebut melingkupi perencanaan, implementasi, dan evaluasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam membuat Program Indonesia Makin Cakap Digital dalam meningkatkan literasi digital, berdasar pada sejumlah fenomena yang terjadi di lapangan maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang

meliputi perencanaan, implemtasi dan evaluasi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, kemudian untuk mencapai tujuan bersangkutan maka diambil judul penelitian yakni "*Analisis Strategi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital*".

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang berjudul "*Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital*" ini peneliti menggunakan metode kualitatif, berdasarkan penjelasan dari Moleong (2007:6) mengenai penelitian kualitatif yaitu merupakan suatu penelitian yang bertujuan mengartikan secara detail dan mendalam tentang suatu fenomena mengenai kebenaran yang terjadi dengan cara deskriptif. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan format deskriptif kualitatif yang berujuan untuk mendeskripsikan, menyimpulkan berbagai kondisi dan situasi tertentu dari fenomena kebenaran sosial yang ada di publik yang menjadi objek penelitian, yang berusaha membawa kebenaran itu ke permukaan sebagai sebuah karakter, sifat, ciri, tanda atau cerminan mengenai situasi, kondisi ataupun fenomena tertentu. Menurut M. Burhan Bungin, (2007:69) penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan utama yaitu untuk membuat pemaparan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan objek tertentu. Penelitian ini menjelaskan keadaan yang terjadi dengan tidak menjelaskan korelasi antarvariabel (Kriyantono, 2006:69), asumsi yang digunakan penulis yaitu deskriptif kualitatif dikarenakan penulis hendak menjelaskan secara detail dan mendalam mengenai analisis strategi komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan literasi digital. Kemudian Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan penulis dalam pengambilan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara berbentuk semi struktur yang bertujuan untuk lebih bebas dalam melakukan wawancara dengan informan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perencanaan Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital

a) Analisis Masalah

Fenomena yang menjadi latar belakang dari pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital yaitu berdasarkan Survey Indeks Literasi Digital 2021 yang menunjukkan bahwa status indeks literasi digital masyarakat di angka 3,49 dari skala 1-5 yang termasuk kedalam kategori “sedang”, hal ini dapat dikatakan bahwa tidak sedikit masyarakat yang masih belum bijak dalam menggunakan teknologi digital, untuk meningkatkan indeks literasi digital masyarakat tersebut, Presiden Joko Widodo menetapkan Rencana Pembangunan Jangka Nasional Menengah (RPJMN) periode 2020 hingga 2024 mengenai tujuan untuk mencapai Indonesia Digital Nation pada tahun 2045. Untuk mencapai Indonesia Digital Nation pada tahun 2045 nanti ialah Presiden Joko Widodo ingin menciptakan ekosistem ekonomi digital yang berkesinambungan yang dapat memberi pengaruh besar bagi negara, untuk mendukung hal tersebut diperlukannya dukungan masyarakat sebagai individu yang memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan perekonomian negara khususnya dalam ruang digital. Di masa transformasi digital ini masyarakat harus dapat beradaptasi dengan menganut empat pilar kurikulum literasi digital meliputi *Digital Skills*, *Digital Culture*, *Digital Safety* dan *Digital Ethics* dalam penggunaan teknologi digital yang harus diolah secara bijak untuk menciptakan ruang digital yang sehat dan aman.

b) Analisis Khalayak

Program Indonesia Makin Cakap Digital ini dijalankan ke 514 kabupaten/ kota di 34 provinsi Indonesia yang menargetkan sekitar 20% penduduk Indonesia yaitu sebanyak 50 juta masyarakat terliterasi secara digital dengan baik pada tahun 2024. Dari total jumlah penduduk Indonesia tersebut dibagi lagi menjadi tiga segmen utama target sasaran yaitu segmen pendidikan, segmen pemerintahan dan segmen kelompok masyarakat.

c) Perumusan Tujuan Komunikasi

Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tujuan yang telah dirumuskan dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital yaitu untuk meningkatkan awareness atau kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memiliki kompetensi literasi digital yang baik agar masyarakat tersebut dapat menjadi digital talent yang menerapkan empat pilar literasi digital sebagai kurikulum literasi digital meliputi digital skills, digital culture, digital ethics dan digital safety sehingga masyarakat dapat menggunakan teknologi digital secara bijak. Maka dari itu dengan hadirnya Program Indonesia Makin Cakap Digital ini Kementerian Komunikasi dan Informatika ingin membuat masyarakat memahami segala resiko dalam mengakses informasi menggunakan teknologi digital terutama dalam penggunaan internet, agar masyarakat dapat membantu dalam mengurangi maraknya dampak negatif dan menciptakan lebih banyak dampak positif terjadi di internet, karena pada saat ini sebagian besar aktivitas manusia tidak lepas dari penggunaan teknologi digital.

d) Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi

Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melaksanakan Program Indonesia Makin Cakap Digital ini memilih dan menggunakan dua strategi promosi yaitu secara *above the line* dan *below the line*, pada strategi promosi *above the line* ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan media massa dengan menggandeng perusahaan media group untuk melakukan promosi secara masif terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital yang akan memberi edukasi mengenai empat pilar literasi digital yang harus dipelajari oleh masyarakat. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika juga menggunakan media *online* dengan memanfaatkan internet sebagai wadah untuk berjalannya webinar atau berbagai kegiatan lain yang dilakukan secara paralel 514 kabupaten/kota serta 34 provinsi. Karena dengan melakukan promosi secara *above the line*, Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat menyasar ke seluruh target sasaran secara umum terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika juga menggunakan promosi

secara *below the line* dengan memanfaatkan media sosial untuk menyasar target tertentu yang lebih spesifik meliputi segmen pendidikan, pemerintahan dan kelompok masyarakat.

e) Perencanaan Manajemen Komunikasi

Perencanaan manajemen komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital selama ini yaitu dapat dilihat dari kegiatan rapat koordinasi rutin setiap minggu yang bertujuan untuk *memonitoring* atau memantau kegiatan-kegiatan yang telah dan akan berjalan. Kegiatan *monitoring* ini dilakukan terhadap tiga segmen target sasar yakni segmen pendidikan, pemerintahan dan kelompok masyarakat, kemudian dalam kegiatan *monitoring* tersebut dibantu oleh *Project Implementation Unit* (PIU) sebagai pengawas pekerjaan yang dilakukan oleh *Event Organizer* (EO) terhadap pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital. Selain adanya kegiatan *monitoring* dalam rapat koordinasi tersebut, pihak-pihak yang terlibat dalam rapat tersebut juga melakukan pengecekan ulang atau *review* terhadap kegiatan-kegiatan yang telah berjalan, serta jika dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital mengalami kebutuhan tertentu atau terjadinya permasalahan maka akan diadakan diskusi untuk mencari solusi sebagai penyelesaian masalah dan pemenuhan kebutuhan yang terjadi. Kemudian Kementerian Komunikasi dan Informatika juga melakukan kerja sama dengan pihak *Event Organizer* (EO) yang dilelang untuk melaksanakan kegiatan literasi digital dalam Program Indonesia Makin Cakap Digital. Selain itu Kementerian Komunikasi dan Informatika secara spesifik melibatkan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi sebagai mitra yang berkontribusi dalam membantu melaksanakan Program Indonesia Makin Cakap Digital di 514 kabupaten/kota dan 34 provinsi. Kemudian Kementerian Komunikasi dan Informatika juga bekerja sama dengan stakeholder atau pemangku kepentingan di dalam Siberkreasi sebanyak 122 organisasi serta beberapa perusahaan media untuk menyebarkan informasi mengenai literasi digital kepada segmen utama target sasar yang telah ditentukan.

f) Pengembangan Pesan

Dalam mengembangkan pesan terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital, Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Siberkreasi menciptakan berbagai kampanye atau aktivasi program mengenai pilar utama literasi digital di berbagai jenis media yang digunakan, seperti contohnya dengan mengadakan berbagai macam *challenge* di media sosial Tiktok, menciptakan lagu yang bertemakan literasi digital, mengadakan kegiatan webinar serta pembuatan video dokumenter bertema literasi digital.

g) Perencanaan *Monitoring* dan Evaluasi Komunikasi

Kementerian Komunikasi dan Informatika dibantu oleh Project Implementation Unit (PIU) melakukan kegiatan monitoring setiap minggunya di dalam rapat koordinasi untuk mengetahui progress terhadap pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital ini serta untuk mengawasi kegiatan program yang diselenggarakan oleh event organizer, serta untuk evaluasi komunikasi yang dilakukan terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan survey yang dapat mengukur indeks literasi sebagai feedback dari evaluasi yang telah dilakukan, kemudian jika hasil telah didapatkan dari metode pengukuran yakni survey sebagai kegiatan evaluasi Program Indonesia Makin Cakap Digital, untuk kedepannya Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat merevisi dengan mengubah atau memperbaiki strategi perencanaan mereka agar pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital dapat berjalan dengan lebih baik dan efektif.

2. Implementasi Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital

a) Penetapan Program

Pada bulan mei tahun 2021 lalu, Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan *kick off* Program Indonesia Makin Cakap Digital secara masif ke 514 kabupaten/kota dan 34 provinsi dengan menetapkan target masyarakat yang akan disasar setiap tahunnya dari pelaksanaan program ini ialah sebanyak 12,5 juta

masyarakat, dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital ini terdapat *multi stakeholder* atau Pentahelix yang terlibat meliputi pemerintahan, media, akademisi, komunitas dan pelaku usaha. Kemudian salah satu *stakeholder* dari Pentahelix tersebut mengurus surat kelola untuk menyelenggarakan kegiatan dengan melakukan tender proyek pengadaan barang jasa pemerintah. Namun sebelum menyelenggarakan program ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika berkoordinasi dengan *stakeholder* dalam mengumpulkan penyedia barang jasa untuk pemerintah yang kemudian diarahkan mengenai bagaimana cara menyelenggarakan program, penentuan narasumber, melakukan promosi dan publikasi setelah acara kegiatan selesai, dan bagaimana pemenuhan administrasi yang harus dilakukan. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan kementerian lembaga untuk menyampaikan informasi mengenai penyelenggaraan kegiatan di Badan Pengembangan SDM yang berisi mengenai penetapan literasi digital sebagai salah satu bahan pengajaran wajib, kemudian setelah penetapan program ini dilakukan, terdapat berbagai macam respon positif maupun negatif dari beberapa *stakeholder* yang terlibat dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital.

b) Penetapan Anggaran

Program Indonesia Makin Cakap Digital yang dijalankan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tingkat capaian yang tinggi yaitu menargetkan sebanyak 50 juta masyarakat Indonesia terliterasi digital secara baik hingga tahun 2024, dengan capaian tersebut maka anggaran yang dikeluarkan juga cukup besar. Berdasarkan brainstorming yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan negara di ASEAN, jumlah anggaran yang dikeluarkan dalam Program Indonesia Makin Cakap Digital ini secara cost per unit itu sebesar Rp. 100.000 per orang untuk dapat mengalokasikan anggarannya agar dapat memenuhi target capaian dari pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital, dengan jumlah anggaran yang didapatkan perorang tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika mengharapkan

bahwa satu orang dari tiap target sasaran bisa mendapatkan materi literasi digital terkait pemanfaatan teknologi digital berbasis empat pilar literasi digital.

c) Penetapan Prosedur

Penetapan prosedur yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital berawal dari perancangan Rencana Kerja (RENJA) yang ditetapkan setiap tahunnya dan Rencana Strategik (RENSTRA) yang ditetapkan dari tahun 2020 hingga 2024. Hal tersebut dibentuk untuk menetapkan prosedur legal formal untuk pelaksanaan program Indonesia Makin Cakap Digital agar dapat mencapai hasil dari total jumlah target yang disasar serta untuk alokasi anggaran yang akan dikeluarkan hingga tahun 2024 nanti. Kemudian untuk mencapai 50 juta masyarakat yang terliterasi secara digital dengan baik, maka Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan kerja sama dengan berbagai pihak dengan melibatkan *multi stakeholder* atau Pentahelix sebagai prosedur atau langkah yang digunakan terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital. Pentahelix yang akan terlibat dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital ini antara lain yaitu kementerian, lembaga, instansi, media *online*, akademisi, komunitas dan pelaku usaha. Dengan kolaborasi yang dilakukan dengan Pentahelix, Kementerian Komunikasi dan Informatika menetapkan bahwa Program Indonesia Makin Cakap Digital ini melibatkan semua pihak yang bertanggung jawab untuk memberikan edukasi mengenai literasi digital kepada seluruh masyarakat.

3. Evaluasi Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital

a) Menentukan Tujuan (*Specify the Objectives*)

Dalam perumusan tujuan dari Program Indonesia Makin Cakap Digital yang dapat diukur, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tujuan dalam melaksanakan Program Indonesia Makin Cakap Digital untuk dapat menargetkan sebanyak 50 juta masyarakat Indonesia dan untuk setiap tahunnya dapat menargetkan sebanyak 12,5 juta masyarakat Indonesia

meliputi 514 kabupaten/kota di 34 provinsi hingga tahun 2024

b) Mengukur Tujuan (Measure the Objectives)

Selanjutnya dalam metode pengukuran tujuan, kementerian Komunikasi dan Informatika sudah menggunakan metode pengukuran yang sesuai dengan pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital, metode pengukuran yang digunakan ialah dengan melakukan survey yang bekerja sama dengan Katadata untuk mengukur indeks literasi digital masyarakat Indonesia setiap tahunnya dari tahun 2020 hingga sekarang. Kemudian sebelum survey tersebut diterima oleh masyarakat, Kementerian Komunikasi dan Informatika terlebih dahulu membentuk framework yang berguna sebagai penentu indikator pengukuran indeks literasi digital.

c) Mengumpulkan dan Menganalisis Data (Collect and Analyze Data)

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengumpulkan dan menganalisis data melalui Survey Indeks Literasi Digital yang dilaksanakan setiap tahunnya dari tahun 2020 hingga 2024, dalam survey tersebut menunjukkan data bahwa indeks literasi digital pada skala nasional terdapat di angka 3,49 yang termasuk ke dalam level sedang dari skala 1-5, serta terdapat data statistik mengenai indeks literasi digital nasional berdasarkan pilar, skor pilar digital skill sebesar 3,44, skor pilar digital ethics sebesar 3,53, skor pilar digital safety sebesar 3,10, dan skor pilar digital culture sebesar 3,90, dengan rata-rata skor yang diperoleh dari keempat pilar tersebut termasuk kedalam kategori sedang, yang artinya tingkat kompetensi masyarakat Indonesia masuk ke dalam kategori "sedang". Kemudian selanjutnya meneliti akan melakukan analisis mengenai perbandingan Survey Indeks Literasi Digital pada tahun 2020 dan tahun 2021 yang menunjukkan hasil berupa kenaikan maupun penurunan terhadap skor tiap pilar literasi digital, tetapi untuk skor indeks literasi digital mengalami kenaikan yang tidak cukup signifikan yaitu sebesar 0,03. Untuk pilar digital skills mengalami kenaikan skor sebesar 0,10 dari 3,34 menjadi 3,44, sama halnya dengan pilar digital culture yang mengalami kenaikan skor paling tinggi sebesar 0,35 dari 3,55 menjadi 3,90. Sedangkan untuk pilar

digital ethics mengalami penurunan skor sebesar 0,19 dari 3,72 menjadi 3,53, kemudian untuk pilar digital safety juga mengalami penurunan skor sebanyak 0,14 dari 3,24 menjadi 3,10.

d) Menerapkan Hasil pada Keputusan (Apply the Result to Decision)

Penerapan hasil pada keputusan merupakan tahapan terakhir dari evaluasi, dari pelaksanaan Survey Indeks Literasi Digital Skala Nasional yang dijalankan setiap tahunnya menghasilkan data yang dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan terhadap pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital untuk kedepannya, tetapi untuk mengambil keputusan terkait bagaimana pengembangan Program Indonesia Makin Cakap Digital, Kementerian Komunikasi dan Informatika akan melihat terlebih dahulu bagaimana tingkat capaian dari pelaksanaan program tersebut yang ditetapkan setiap tahunnya. Jika target yang telah ditetapkan masih belum tercapai maka Kementerian Komunikasi dan Informatika akan mengevaluasi strategi dengan memperluas channel-channel distribusi ke seluruh segmen target sasaran meliputi segmen pendidikan, pemerintahan dan kelompok masyarakat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Program Indonesia Makin Cakap Digital yang diinisiasikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika ini tercipta berdasarkan penetapan Rencana Pembangunan Jangka Nasional Menengah (RPJMN) periode 2020 hingga 2024 yang bertujuan untuk mencapai Indonesia Digital Nation pada tahun 2045. Oleh karena itu, Program Indonesia Makin Cakap Digital ini diselenggarakan secara paralel di 514 kabupaten/kota dan 34 provinsi dari tahun 2021 hingga 2024 yang menargetkan sebanyak 50 juta masyarakat meliputi segmen pendidikan, pemerintahan dan kelompok masyarakat dapat terliterasi digital secara baik dengan diberikan materi berdasarkan pilar literasi digital yaitu digital skills, digital culture, digital ethics dan digital safety, dalam penyebaran informasi dalam Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan strategi promosi above the line dan below the line dengan menggunakan media sosial, media konvensional dan media

online untuk melakukan pengembangan pesan yang dikemas dalam bentuk berbagai macam aktivasi program atau kampanye agar pesan yang disampaikan dapat teramplifikasi dengan baik kepada target sasaran, kemudian Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan survey sebagai kegiatan perencanaan monitoring dan metode pengukuran evaluasi komunikasi terhadap Program Indonesia Makin Cakap Digital.

Pelaksanaan program ini memiliki prosedur sebagai sistem penyelenggaraan program yang mana prosedur tersebut ditetapkan berdasarkan perancangan Rencana Kerja (RENJA) dan Rencana Strategik (RENSTRA) yang bertujuan untuk dapat mencapai hasil dari total jumlah target yang disasar serta untuk alokasi anggaran yang akan dikeluarkan hingga tahun 2024 nanti. Selanjutnya dalam pengimplementasian Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Pentahelix sebagai multi stakeholder untuk menyampaikan informasi mengenai penyelenggaraan ini kepada seluruh segmen target sasaran. Kemudian dalam pengimplementasian program ini terdapat anggaran yang ditetapkan secara cost per unit oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika sebanyak Rp. 100.000 per orang untuk mengalokasikan anggaran yang dapat mencapai target pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital.

Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengevaluasi Program Indonesia Makin Cakap Digital dengan menggunakan metode pengukuran berupa Survey Indeks Literasi Digital yang dilaksanakan dari tahun 2020 hingga 2024, kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tujuan dalam pelaksanaan Program Indonesia Makin Cakap Digital yaitu untuk meningkatkan literasi digital yang diukur dari indeks literasi digital, pada pelaksanaan Survey Indeks Literasi Digital 2021 sebagai metode pengukuran evaluasi yang menunjukkan bahwa indeks literasi digital masyarakat Indonesia terdapat di angka 3,49 yang termasuk kedalam kategori "sedang". Hal ini masih belum mencapai target yang diinginkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yang mengharapkan indeks literasi digital masyarakat Indonesia meningkat menjadi 5,0 di tahun 2024 nanti. Kemudian dari hasil yang didapatkan dari pelaksanaan survey tersebut

menunjukkan data statistik mengenai kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia yang dapat menjadi acuan untuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengembangkan program menjadi lebih baik lagi agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

B. Saran

Pada bagian ini, peneliti merumuskan saran mengenai penelitian yang berjudul Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital yang mana nantinya akan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk Kementerian Komunikasi dan Informatika serta pembaca. Adapun beberapa saran yang peneliti tawarkan berdasarkan penelitian ini yaitu seperti berikut:

1. Saran Akademis

- a) Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian kualitatif lain yang mengangkat topik mengenai strategi komunikasi program pemerintah dalam meningkatkan literasi digital.
- b) Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjut mengenai Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital

2. Saran Praktis

- a) Peneliti menyarankan dalam perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk merancang strategi amplifikasi pesan yang lebih baik lagi seperti merencanakan pengadaan lomba atau kampanye yang menarik mengenai pembuatan karya digital dengan pemanfaatan teknologi digital yang dapat diikuti oleh seluruh segmen target sasaran.
- b) Peneliti menyarankan dalam pengimplementasian Program Indonesia Makin Cakap Digital, Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk mengevaluasi pelelangan event organizer yang lebih berkualitas agar dapat menyelenggarakan kegiatan program Indonesia Makin Cakap Digital berjalan dengan lebih bervariasi dan kreatif agar dapat me-

narik minat kepada seluruh segmen target sasaran.

- c) Peneliti menyarankan untuk memperhatikan dan mempertimbangkan kembali mengenai instrumen evaluasi yang akan digunakan kedalam pelaksanaan Survey Indeks Literasi Digital untuk tahun 2023 nanti, agar kedepannya pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat mengetahui secara detail mengenai hal-hal apa saja yang harus dibenahi dalam pelaksanaan program Indonesia Makin Cakap Digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Agustini, D., Lian, B. & Sari, A.P. (2020). *School's Strategy for Teacher's Professionalism Through Digital Literacy in the Industrial Revolution 4.0*. <https://ejournal.unib.ac.id/>
- Agustini, P. (2021, 20 Mei). *Peluncuran Literasi Digital, Indonesia Makin Cakap Digital*. Diambil dari: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/05/peluncuran-literasi-digital-indonesia-makin-cakap-digital/>. [Akses 28 Oktober 2021]
- Akbar, M. Yusup. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Program Edukasi Pemeliharaan Ayam Untuk Anak Sekolah Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengurangi Tingkat Kecanduan Gawai Pada Anak*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Amalia, V. (2020). *Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Public Trust di Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo)*. <https://ejournal.unuja.ac.id/>
- Ambarwaty, G. B. (2021). *Strategi Kampanye Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Siberkreasi*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (ed. Revisi). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchjana. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Efendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Efendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Febriyani, C. (2021, 25 Juli). *Ini Alasan Mengapa Literasi Digital Sangat Penting*. *Industry.co.id* [Online]. Diambil dari: <https://www.industry.co.id/read/89839/ini-alasan-mengapa-literasi-digital-sangat-penting>. [Akses 28 Oktober 2021]
- Febriyanti, A.R. & Kaloka, R.A. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Batang Dalam Menangkal Hoaks*. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/>
- Gilster, Paul. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Harisanty, D., Srirahayu, D.P., Anna, N.E.V., dkk. (2021). *Digital Literacy for Covid 19 Information in Indonesian Society*. <https://www.proquest.com/>
- Hastusi, M. (2021, 17 November). *Literasi Digital Penting Untuk Masyarakat Modern*. *Kompas* [Online]. Diambil dari: <https://adv.kompas.id/baca/literasi-digital-penting-untuk-masyarakat-modern/>. [Akses 28 Oktober 2021]
- Kementrian Komunikasi dan Informatika, (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*, Jakarta: Kominfo. Diambil dari: <http://survei.literasidigital.id/>. [Akses 30 Oktober 2021]
- Kurniawati, N., Maolida, E.H. & Anjaniputra, A.G. (2018). *The praxis of digital literacy in the EFL classroom: Digitalimmigrant vs digital-*

- native teacher.
<https://www.researchgate.net/>
- Kusumadinata, A.A. & Fitriah, M. (2017). *Strategi Komunikasi Pelayanan Publik melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga*.
<http://www.jurnalaspikom.org/>
- Larasati, C. (2022, 03 Juli). *Genjot Literasi Digital, Kemenkominfo Gandeng GNLD Siberkreasi Gelar ToT* [Online]. Diambil dari:
<https://medcom.id/>
<https://www.medcom.id/pendidikan/new-s-pendidikan/9K5Xvqyk-genjot-literasi-digital-kemenkominfo-gandeng-gnld-siberkreasi-gelar-tot>. [Akses: 2 Agustus 2021]
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Multaza, W.I., Meliala, Y.H., Ningsih, C., dkk. (2021). *Strategi Komunikasi Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI Dalam Menyosialisasikan Program Lambe* Hoaks.
<https://journal.moestopo.ac.id/>
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (cet. ke-15) (46). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang: Untuk Pemula & Orang Awam*. Cipayang: Dunia Cerdas.
- Rahmaniar, A.W. (2021). *Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Riyanto, A. D. (2021). *Data Tren Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021*. Diambil dari:
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>. [Akses: 28 Oktober 2021]
- Rizkinaswar, L. (2020, 03 Juni). *Urgensi Literasi Digital bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia*. *Kominfo.go.id* [Online]. Diambil dari:
<https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/>. [Akses: 28 Oktober 2021]
- Rosady, Ruslan. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusdiyah, E.F., Purwati, E. & Prabowo, A. (2020). *How to Use Digital Literacy as a Learning Resource for Teacher Candidates in Indonesia*.
<https://smartlib.umri.ac.id/>
- Saleh, A. & Sihite, M. (2020). *Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat*.
<https://jurnal.umsu.ac.id/>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tampubolon, A.M. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Program Genbest Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Rangka Penurunan Prevalensi Stunting di Indonesia*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Wardani, A. S. (2021, 03 Desember). *Kemkominfo Takedown 1,5 Juta Konten Negatif, Ini Detailnya*. *Liputan6* [Online]. Diambil dari:
<https://www.liputan6.com/tekno/read/4726843/kemkominfo-takedown-15-juta-konten-negatif-ini-detailnya>. [Akses: 28 Oktober 2021]
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yanti, Nurma. (2021). *Strategi Komunikasi Siberkreasi Dalam Meningkatkan Literasi Digital*.
<https://repository.upnvj.ac.id/>
- Zulkarnain, Z., Heleni, S. & Thahir, M. (2020). *Digital literacy skills of math students through e-learning in COVID-19 era: a case study in Universitas Riau*.
<https://iopscience.iop.org/>