

Strategi Komunikasi Pemerintah Ponorogo dalam Sosialisasi Literasi Masyarakat Melalui Kelompok Informasi Masyarakat

Muhammad Resqi¹, Rila Setyaningsih².

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora, Universitas Darussalam Gontor^{1,2}

Raya Siman Km.6, Siman, Ponorogo, Jawa Timur, 63471, Indonesia

Email: resqi628@gmail.com¹, rilasetya@unida.gontor.ac.id²

Abstrak

Pemahaman literasi media secara tradisional diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan pesan media. Berkaitan dengan literasi media, Pemerintah Kabupaten Ponorogo mempunyai program KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) yaitu kelompok yang dibentuk oleh, dari, dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif yang aktivitasnya melakukan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah untuk desa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan program literasi masyarakat melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian menggunakan teknik analisis data lapangan Milles dan Hubberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan literasi masyarakat dilakukan melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang difasilitasi oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo. Strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo guna mensosialisasikan literasi masyarakat dilakukan dengan cara mengenal khalayak, menyusun pesan, dan menetapkan metode, meskipun pelaksanaan secara keseluruhan belum maksimal. Kontribusi penelitian ini berupa strategi komunikasi pemerintah kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan literasi masyarakat dapat dimaksimalkan melalui KIM.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Literasi Media, Sosialisasi, Kelompok Informasi Masyarakat.*

Diterima : 12-05-2020, Disetujui : 17-06-2020, Dipublikasikan : 18-06-2020

Communication Strategy of Ponorogo Government In Community Literation Socialization Through Kelompok Informasi Masyarakat

Abstract

Understanding media literacy has traditionally been interpreted as an ability to access, analyze, and create media messages. In connection with Media Literacy, Ponorogo Government has a KIM (Community Information Group) Program, which is a group formed by, from, and for the community independently and

creatively whose activities are managing information and empowering the community in order to increase added value for the village. This study aims to analyze the communication strategy of the Ponorogo Government in disseminating public literacy programs through the Community Information Group (KIM). This study uses a qualitative method. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. Analysis of research data using Milles and Hubberman's field data analysis techniques. The results showed that the communication strategy of the Ponorogo Government in disseminating public literacy was carried out through the Community Information Group (KIM) facilitated by the Ponorogo District Informatics and Statistics Office. The Communication Strategy of the Ponorogo Government to disseminating public literacy is conducted by getting to know the audience, composing messages, and setting methods, even though the overall implementation has not been maximized. The contribution of this research in the form of a communication strategy of the Ponorogo Government in disseminating public literacy can be maximized through KIM.

Keywords: *Communication Strategy, Media Literacy, Socialization, Community Information Groups.*

Pendahuluan

Internet yang saat ini dengan mudahnya diakses melalui ponsel cerdas atau *smartphone* sering kali membuat seseorang menjadi ketagihan, sehingga tidak mengenal waktu untuk mengaksesnya. Hal-hal yang tidak menyenangkan dari kemudahan mengakses internet ini membuat literasi media menjadi suatu hal yang penting. Karena mau tidak mau, mengakses berita harus diedukasi untuk dapat memanfaatkan internet dengan baik. Internet memiliki kesinambungan terhadap literasi media.

Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa adanya internet atau media baru ini membuat pola komunikasi manusia berubah. Seseorang tidak hanya berada di posisi sebagai konsumen media

tetapi juga dapat menjadi produsennya. Secara tradisional literasi media didefinisikan sebagai suatu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan. Dua komponen yang paling umum dari definisi literasi media yaitu adanya kesadaran dari banyak pesan media dan kemampuan kritis dalam menganalisis dan mempertanyakan yang dilihat, dibaca, dan ditonton (Adiarsi, Stellarosa, & Silaban, 2015). Begitu pula dengan penyebaran berita atau informasi yang diterima hendaknya difilter guna menghindari kesalahpahaman terhadap informasi/berita.

Berkaitan dengan literasi media, Pemerintah Kabupaten Ponorogo mempunyai Program KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) yaitu kelompok yang dibentuk oleh, dari, dan untuk masyarakat Ponorogo secara mandiri dan kreatif. Aktifitas dari KIM ini adalah melakukan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah untuk desa tersebut. KIM dibentuk berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 08/PER/M.KOMINFO/6/2010 tentang Pedoman Pengembangan dan

Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial, tanggal 1 Juni 2010. KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) atau kelompok sejenis lainnya adalah kelompok yang aktivitasnya melakukan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah (Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo, 2019a).

Pihak pemerintah kabupaten membuat wadah untuk meliterasi masyarakat dengan merencanakan cara komunikasi sangat penting dan mempunyai banyak manfaat untuk berbagai alasan. Komunikasi menjamin pemanfaatan sumberdaya langka secara efisien, membantu memprioritaskan tuntutan-tuntutan yang berlawanan, dan memberikan arahan yang jelas yang terkait dengan kegiatan sehari-hari. Lebih lanjut, komunikasi dapat mengidentifikasi mereka yang membawa perubahan dan memberi cara terbaik untuk menghadapi mereka, memungkinkan kegiatan organisasi saat ini dan memberikan tolak ukur untuk mengukur keberhasilan di waktu yang akan datang. Strategi Komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Abidin, 2015).

Terwujudnya KIM yang inovatif bagi masyarakat melalui pendayagunaan informasi dan komunikasi dalam rangka mencapai masyarakat yang sejahtera. Sebagai peningkatan literasi masyarakat di bidang informasi dan media massa serta

teknologi informasi dan komunikasi di kalangan anggota KIM dan masyarakat. Fungsi untuk meningkatkan literasi di bidang Informasi, yaitu bagaimana agar memandang bahwa upaya memperoleh informasi sebagai kebutuhan hidup dan sudah terbiasa mencari informasi dari berbagai sumber. Fungsi sebagai literasi media massa, merupakan kemampuan menggunakan media massa secara cerdas dan sehat, serta mampu mendayagunakannya dalam kehidupan masyarakat. Fungsi literasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi adalah kemampuan masyarakat dalam mengakses teknologi informasi dan komunikasi, seperti komputer dan internet untuk kepentingan informasi atau untuk jasa dan produk teknologi informasi dan komunikasi.

Alasan kenapa literasi perlu disosialisasikan di Ponorogo yakni banyaknya desa yang berpotensi untuk meningkatkan daya tarik Ponorogo dari segi pariwisata, kuliner, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan ciri khas daerah di Ponorogo. Oleh karena itu diperlukannya literasi media terhadap masyarakat, agar semua yang tercakup di desa-desa Ponorogo dapat diketahui oleh banyak khalayak dengan bantuan *new media* tentunya seperti *instagram*, *web*, dan media social lainnya dan ini merupakan kesempatan pemerintah untuk mengkoordinir perihal literasi dengan program KIM tersebut. Alasan tersebutlah yang memulai untuk perlunya peningkatan literasi media pada masyarakat Ponorogo.

Dengan adanya KIM sebagai wadah sosialisasi masyarakat desa, Dinas Komunikasi dan Informasi Ponorogo

seharusnya lebih mensosialisasikan terkait literasi pada tiap-tiap desa yang berpotensi. Perlu adanya peningkatan kembali oleh pihak pemerintah dan sekiranya lebih memperhatikan lagi kinerja KIM tersebut. KIM sebagaimana yang telah di paparkan diatas, merupakan peluang bagi desa-desa terpencil yang berpotensi untuk menjadi desa yang dipertimbangkan dan diperhatikan pemerintah guna memajukan dan mensejahterakan masyarakat desa Ponorogo. Untuk saat ini Pemerintah Kabupaten Ponorogo dengan upaya Kelompok Informasi Masyarakat menargetkan “Satu Kecamatan Satu KIM” dan sekarang total KIM dari keseluruhan tiap-tiap desa di Ponorogo sudah berjumlah 15 KIM.

Temuan di lapangan, didapati bahwasanya beberapa desa di Ponorogo sudah menggunakan *new media* sebagai media penyebaran informasi seperti halnya *whatsapp*, *instagram*, dan *web* desa. Akan tetapi, masih kurangnya perhatian pemerintah terhadap kemajuan masyarakat desa pada sektor informasi tersebut. Pemerintah Kabupaten Ponorogo berharap dengan adanya KIM kemajuan penyebaran informasi yang baik bisa dilaksanakan oleh tiap-tiap desa. Masyarakat di beberapa desa di Ponorogo sudah melakukan beberapa program-program yang *apik* dan memiliki *point interest* bagi para wisatawan, namun masyarakat desa tidak mengetahui bahwasanya Pemerintah Ponorogo memiliki program KIM yang kemudian memicu adanya *miss communication* antara pemerintah desa dan pemerintah kabupaten. Ketimpangan informasi yang ditemui yakni dari proses sosialisasi KIM kepada masyarakat Ponorogo yang belum

dilakukan oleh Pemerintah.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) setidaknya sosialisasi memiliki 3 (tiga) arti sebagai berikut: Pertama, suatu usaha untuk mengubah milik seseorang menjadi milik umum atau milik negara. Kedua, proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Ketiga, upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal (KBBI, 2016). Dan pengertian sosialisasi sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu hingga menjadi dikenal merupakan hal yang coba dilakukan oleh Dinas Kominfo Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dalam mengenalkan KIM kepada masyarakat desa Ponorogo. Kebijakan ataupun program yang telah dihasilkan perlu diketahui oleh masyarakat sehingga kebijakan ataupun program pemerintah tersebut dapat terlaksana dengan baik dan mendapat dukungan dari masyarakat. Dengan mengandalkan pekan KIM dan sosialisasi pemerintah pada proses pembentukan KIM, bukan menjadi solusi untuk meratanya pengetahuan informasi kepada masyarakat Ponorogo terkait KIM.

Berdasarkan realita di lapangan, KIM belum dapat secara maksimal dimiliki oleh seluruh desa di Ponorogo. Kabupaten yang terdiri dari 21 Kecamatan, 26 Kelurahan, dan 281 desa (dari total 666 kecamatan, 777 kelurahan, dan 7.724 desa di Jawa Timur) hanya memiliki KIM sebanyak 12 kelompok. Berikut data KIM yang tersebar di Ponorogo.

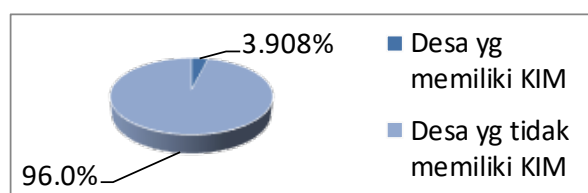
Table 1 Data KIM di Kabupaten Ponorogo

No.	Desa yang sudah terdapat KIM	Alamat / Nama Desa
1.	KIM Batoro Katong	Desa Ngunut
2.	KIM Pariwara	Jl. Onggo Joyo No. 01, Desa Kalimalang
3.	KIM Karanglo Kidul Journalism	Jl. Kembang Sore No. 85, Desa Karanglo Kidul
4.	KIM Suara Bekare	Desa Bekare
5.	KIM Wartasari	Desa Campursari
6.	KIM Bringinan	Desa Bringinan Kec. Jambon
7.	KIM Selur	Desa Selur Kec. Ngrayun
8.	KIM Karang Patihan Bangkit	Desa Karang Patihan Kec. Balong
9.	KIM Jenangan	Desa Jenangan Kec. Sambung
10.	KIM Patih Hebat	Kel. Patihan Wetan Kec. Babadan
11.	KIM Tonatan	Kel. Tonatan Kec. Ponorogo
12.	KIM Nongkodono Information Centre	Desa Nongkodono Kec. Kauman

Sumber: *Diskominfo dan Statistik Kabupaten Ponorogo* (Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo, 2019b).

Dari data tersebut diketahui bahwa masih ada kurang lebih 295 desa lagi yang belum terdapat KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) di dalamnya. Persentasi jumlah desa yang memiliki KIM dengan jumlah total keseluruhan desa di Ponorogo yakni sebesar 3,908% dari total jumlah 100%, sebagaimana ditunjukkan dalam diagram sebagai berikut:

Diagram 1. Data KIM di Kabupaten Ponorogo



Sumber: Dokumen dan olahan peneliti, 2020

Setelah melakukan observasi awal pada Dinas Komunikasi dan Informasi terkhusus terhadap koordinator KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) yang belum optimal dalam penjalanan programnya yang disebabkan oleh kurangnya strategi komunikasi. Oleh karena itu permasalahan yang ditemui tersebut, menjadi landasan akan pentingnya penelitian "Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan literasi masyarakat melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan literasi masyarakat melalui Kelompok Informasi Masyarakat.

Kajian Pustaka

Penelitian tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan literasi masyarakat pernah dilakukan oleh Kusumawardani Qur'ani Dewi dengan judul Strategi Komunikasi pada Pasar Modal Syariah Berbasis *Cyber Public Relation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah mengamati Strategi Pasar Modal Syariah dengan memanfaatkan literasi media. Setelah peneliti melakukan penelitian di Otoritas Jasa Keuangan sebagai regulator yang mengawasi industri jasa keuangan di Indonesia telah memiliki *destination statement* 2017, yaitu menjadi lembaga profesional dalam pengaturan dan pengawasan sektor jasa keuangan yang terintegrasi, guna mewujudkan pasar keuangan yang dalam (*financial market deepening*) dan inklusif, serta terdepan dalam sistem perlindungan konsumen keuangan dan masyarakat, untuk mendukung terciptanya sistem keuangan yang stabil dan berkelanjutan (Kusumawardani, 2016).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Kusumawardani terletak pada fokus penelitiannya yakni: Penelitian Kusumawardani adalah tentang strategi komunikasi memanfaatkan pasar modal syariah dengan literasi media Sedangkan fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi pemerintah kabupaten ponorogo dalam meningkatkan literasi masyarakat melalui KIM.

Penelitian tentang pemanfaatan literasi media desa pernah dilakukan oleh Praditya Didit dengan judul Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Tingkat Pemerintah Desa. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses literasi media yang dilakukan Desa Panjalu. Desa Panjalu telah menggunakan TIK untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat, terutama dalam melakukan penyebaran atau diseminasi berita-berita kegiatan pembangunan yang sedang dilaksanakan kepada masyarakat. Hal ini ditunjang dengan melakukan pelatihan dan menambah pengetahuan terkait TIK. Dari sisi SDM beberapa manfaat yang diperoleh oleh Desa Panjalu antara lain: mengurangi rendahnya literasi TIK masyarakat melalui pemanfaatan TIK, masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan pembangunan yang dilaksanakan di desa, pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Tingkat Pemerintahan Desa dapat dengan mudah mendapatkan informasi (anggaran, kebijakan, kegiatan, dan lain-lain) (Praditya, 2014).

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian Praditya Didit terletak pada fokus penelitiannya yakni : Penelitian Praditya meneliti tentang Desa Panjalu yang bisa dengan mandiri melakukan *branding* terhadap desanya kepada pemerintah. Sedangkan penelitian ini meneliti tentang upaya pemerintah dalam meliterasi masyarakat untuk melakukan *branding* terhadap desa mereka. Penelitian ini mengungkapkan pentingnya literasi media dalam hal ini (TIK) terhadap masyarakat yang mana sistem tersebut merupakan inisiatif warga. Sedangkan penelitian saya meneliti tentang kelompok informasi masyarakat (KIM) yang diwadahi oleh pemerintah dan KIM dibentuk dari oleh dan untuk masyarakat. Penelitian Praditya

berfokus pada peran TIK sebagai wadah literasi media masyarakat. Sedangkan penelitian ini berfokus pada peran KIM sebagai wadah pemerintah untuk meliterasi masyarakat Kabupaten Ponorogo.

Penelitian tentang strategi komunikasi perusahaan pernah dilakukan oleh Rahmadhani Afridyawati (Afridyawati, 2011) dengan judul Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame dalam merekrut *customer* di kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Oriflame di Kota Makassar, menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan telah efektif sehingga dapat merekrut *customer*. Dan tentunya bekerja dengan *sistem Sales And Recruitment Process In Oriflame (SARPIO)*. Ini akan memiliki kerangka kerja dan metode-metode yang akan mendukung semua tingkatan dalam jaringan, yang semuanya memiliki tugas dan arahan tentang apa yang harus dilakukan untuk berkembang hingga ke level atau semakin berkembang pada *Success Plan Oriflame*. Hasil analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi, menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi dapat meliputi : gagasan, pesan, media, respon, dan *feedback*. Dimana nampak bahwa kelima faktor dalam strategi komunikasi berpengaruh dalam merekrut jumlah *customer*. Sedangkan hambatan dalam menerapkan strategi komunikasi dimana seringkali terjadi perbedaan antara komunikator dan komunikan (Afrida, 2011).

Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Rahmadhani Afridyawati terletak pada fokus penelitiannya sebagai

berikut: Penelitian Rahmadhani dan penelitian ini sama sama meneliti tentang strategi komunikasi sebuah instansi atau perusahaan. Yang membedakan yakni objek penelitiannya yang mana penelitian Rahmadhani berfokus pada strategi komunikasi perusahaan Oriflame dalam merekrut *customer*. Sedangkan penelitian ini, berfokus pada startegi komunikasi pemerintah dalam meliterasi masyarakat dengan diadakannya KIM. Penelitian Rahmadhani lebih membahas strategi komunikasi dengan komunikasi bisnis/marketing. Sedangkan penelitian ini, lebih membahas strategi komunikasi dengan literasi media.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis yang bersifat non-kuantitatif, seperti penggunaan instrumen wawancara mendalam dan pengamatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis analisis deskriptif yang berfokus pada penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis.

Dalam observasi awal, Dinas Pengelola Informasi dan Komunikasi Publik yang mengurus KIM belum optimal dalam menjalankan programnya disebabkan oleh kurangnya strategi komunikasi. Oleh karena itu permasalahan yang ditemui tersebut, menjadi landasan akan pentingnya penelitian "Startegi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam sosialisasi literasi masyarakat melalui

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)''.

Subjek pada penelitian ini yakni Pemerintah Kabupaten Ponorogo sebagai pihak yang berwenang dan yang mengadakan program KIM di tiap-tiap desa di Ponorogo. Lokasi penelitian ini bertempat di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo, Desa Plalangan, Desa Wonokerto, Desa Karanglo Kidul, Desa Tonatan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan KIM (Kelompok Literasi Masyarakat) kepada masyarakat, sehingga dengan strategi komunikasi yang efektif, masyarakat dapat memanfaatkan KIM dengan baik dan benar sesuai tujuan diadakannya KIM tersebut. Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik yang menjadi penanggung jawab atas Kelompok Informasi Masyarakat yang dibentuk Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo.

Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang program literasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo pada khalayak masyarakat di lapangan secara tepat dan menyesuaikannya dengan data praduga awal. Dokumentasi digunakan untuk merecord data data yang telah di dapati dari responden yang dalam hal ini merupakan Pemerintah Kabupaten Ponorogo, sehingga data yang didapatkan bisa lebih valid dan dapat diuji kebenarannya. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa data, *guide book* KIM, Struktur Organisasi KIM KJK dan KIM Tonatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data

tentang masyarakat yang desanya terdapat KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) sebagaimana yang dicanangkan pemerintah kabupaten Ponorogo. Data dari masyarakat desa yang belum terdapat KIM, serta data dari Pemerintah Kabupaten Ponorogo. Adapun informan yang akan di wawancarai yakni Staff ahli Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik serta Bapak Kepala Bidang Pengelola Informasi dan Komunikasi Publik.

Hasil Dan Pembahasan

Strategi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam sosialisasi literasi masyarakat melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dilakukan dengan mengenal khalayak, menyusun pesan dan menetapkan metode. **Mengenal khalayak** dalam penelitian ini dapat diketahui berdasarkan enam indikator, yakni: sadar dengan keberadaan pesan, paham tentang objek, feel terhadap objek, meyakinkan khalayak, mengambil tindakan. **Indikator pertama** yaitu sadar keberadaan pesan, hal inilah yang diperlukan untuk menumbuhkan kesadaran khalayak terhadap pesan. Strategi komunikasi Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dalam membangun kesadaran terhadap keberadaan pesan yaitu KIM masih terdapat masalah berupa *miss communication*. Penyebab *miss communication* beraneka macam seperti berasal dari komunikator, isi pesan, media yang dipergunakan untuk berkomunikasi, ataupun dari komunikan. Media yang dipergunakan untuk berkomunikasi harus membuat isi pesan sampai kepada lawan bicara secara utuh, serta tidak bias (Mawardiningsih & Nur Wijayanti, 2018).

Indikator **kedua** dari mengenal khalayak yakni paham tentang objek audines. Ketika audiens atau masyarakat sadar akan adanya KIM perlu ada upaya pemahaman atau sosialisasi untuk memberikan pengetahuan seputar KIM yang merupakan program pemerintah kabupaten Ponorogo. Berkaitan dengan indikator paham terhadap objek audiens Pemerintah Kabupaten Ponorogo Bidang pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik masih terbatas dalam memahami audiensnya yakni masyarakat. Argumentasi yang dibangun bahwa desa yang tidak mengajukan permohonan pendirian KIM dianggap bahwa tidak ingin mendirikan KIM. Realitanya ada beberapa desa yang belum memperoleh sosialisasi tentang KIM.

Indikator **ketiga** yakni *feel audiens* terhadap objek, ketika sudah sadar dan memahami perlu ada *chemistry* kesadaran terhadap objek audiens. Sebagaimana hal ini berkaitan dengan kondisi KIM ketika masyarakat sudah mengetahui dan paham tentang KIM, akan ada kontribusi/partisipasi yang dilakukan masyarakat terhadap KIM. Disimpulkan bahwa apa-apa yang terdapat di KIM seperti penyebaran informasi dari dalam keluar desa dan begitu sebaliknya, itu semua kembalinya akan ke masyarakat. Kontribusi atau partisipasi masyarakat akan pentingnya informasi itu yang memacu kontribusi masyarakat desa tersebut.

Indikator **keempat** dari mengenal khalayak yakni meyakinkan khalayak. Meyakinkan disini khususnya untuk masyarakat atau objek audiens yang belum yakin dan belum merasakan kebermanfaatan dari KIM itu sendiri.

Terdapat penegasan dari bahasa verbal dan non-verbal sehingga khalayak semakin yakin terhadap KIM. Secara tidak langsung hal yang dilakukan KIM untuk desa tersebut dapat di rasakan juga oleh masyarakat, dari pemberitaan di media sosial maupun dari keterlibatan KIM dalam kegiatan masyarakat sebagai bentuk *qaulan baligha* yang ingin disampaikan kepada masyarakat desa. Strategi komunikasi dalam meyakinkan khalayak dapat juga diperkuat dengan komunikasi non-verbal. Gestur mempertegas apa yang tak dapat ditegaskan melalui ucapan, meyakinkan kita tentang apa yang tak dapat diyakini melalui bahasa (Adiputra, 2018).

Indikator **kelima** adalah menunggu informasi dan menyusun rencana. Audiens telah yakin dengan pilihannya akan tetapi belum mengambil tindakan selanjutnya, dimungkinkan menunggu informasi tambahan tentang pilihannya, menyusun rencana dan sebagainya. Sejauh ini, proses monitoring dan evaluasi sudah dilakukan secara terstruktur dengan jadwal yang telah di tentukan di setiap KIM di Ponorogo. Jadwal diadakannya *monev* yang dilakukan Dinas Kominfo Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik terhadap tiap-tiap KIM desa yang diadakan 3 bulan sekali.

Strategi komunikasi yang kedua adalah **menyusun pesan**. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Selain itu, pada umumnya proses penyusunan pesan terdiri dari 3 yaitu : perencanaan pesan, pengorganisasian pesan, revisi Pesan . Indikator **pertama** yakni perencanaan pesan. Perencanaan pesan yang dimaksud

yakni perencanaan pesan yang disusun oleh Dinas Kominfo Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik untuk desa. Perencanaan merupakan proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan merupakan usaha sadar dan pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan dalam dan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Siagian, 2005).

Kemudian indikator **kedua**, yakni mengorganisasikan pesan. Mengorganisasi pesan-pesan secara baik adalah suatu keharusan dan menjadi tantangan bagi komunikator. Mengorganisasikan pesan dari KIM kepada masyarakat di mulai dari bagaimana cara mensosialisasikan KIM kepada desa/masyarakat tentulah penting diketahui bagaimana proses pengorganisasian pesan yang terjadi. Seperti yang disampaikan, KIM tidak disosialisasikan secara umum, melainkan ketika suatu desa itu ingin mendirikan KIM, maka dinas akan mengundang perangkat-perangkat desa, sehingga target audiens jelas dan tujuan dapat tercapai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa dengan mengatur ide-ide secara logis, berurutan, dan tidak bertele-tele, ide yang disampaikan akan dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan informasi, motivasi, maupun praktis bagi audiens. Mengorganisasi pesan-pesan secara baik dan benar menjadi keharusan dan juga tantangan bagi komunikator. Beberapa hal yang perlu kiranya diperhatikan dalam mengorganisasikan pesan-pesan yang

baik sebagai berikut: 1. subjek dan tujuan harus jelas, 2. semua informasi harus berhubungan dengan subjek dan tujuan, 3. ide-ide harus dikelompokkan dan disajikan dengan cara yang logis, 4. semua informasi yang penting harus tercakup.

Indikator **ketiga**, yakni revisi pesan. Revisi pesan dilakukan untuk menghindari *miss communication* antara komunikator dan komunikan ketika berkomunikasi. Revisi pesan yang dilakukan Dinas Kominfo Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik tentang KIM. Revisi juga dapat diartikan sebagai memelihara nilai-nilai lama yang baik (mengambil baiknya), dan mengambil nilai-nilai baru yang lebih baik (mengambil/menerima masukan ataupun revisian) dari pesan yang telah disampaikan. Sosialisasi KIM pada desa-desa yang terdapat di Ponorogo masih sangat terbatas, dan cara sosialisasi yang dilakukan selama ini pun terbatas pada dua hal yakni pada masa pembentukan KIM di desa tersebut, dan pada waktu diselenggarakannya pekan KIM di beberapa kota yang merupakan kegiatan KIM nasional se-Indonesia yang diadakan tiap dua tahun sekali. Evaluasi pesan atau revisi pesan belum didapati di dalam keterbatasan untuk mensosialisasikan KIM ini, hal tersebut dapat diketahui bahwa dari tahun ke tahun cara sosialisasi yang dilakukan Dinas Kominfo hanya terbatas pada dua cara.

Strategi komunikasi yang ketiga adalah **menetapkan metode**. Indikator pertama dari menetapkan metode yaitu **Redundency/ Repitition**, merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian.

Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Dengan system iklan yang mengulang-ulang isi pesannya agar menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan hal tersebut juga yang seharusnya juga dilakukan oleh Kelompok Informasi Masyarakat untuk menarik minat ketertarikan masyarakat sekitar dan mulai sadar akan fungsi dari pada KIM tersebut. Sebagaimana yang ditemui di lapangan bahwa pengulangan informasi tentang KIM dan sosialisasi masih sangat terbatas.

Indikator kedua *canalizing*, yaitu upaya mengenal khalayak baik dari kepribadiannya, sikap-sikapnya, maupun motifnya. Manusia hidup tidak akan lepas dari berbagai macam kebutuhan, salah satunya adalah kebutuhan bersosial. Keterlibatan KIM dalam kegiatan masyarakat menjadi ajang pendekatan atau pengenalan kepada masyarakat. KIM terlibat dalam kegiatan masyarakat khususnya bagian dokumentasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa metode *canalizing* adalah langkah yang dilakukan agar khalayak pada permulaan dapat menerima pesan yang di lontarkan kepadanya, kemudian secara perlahan-lahan dapat mengubah pemikiran dan sikapnya mereka kearah yang dikehendaki. Dengan maksud menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak. Metode *canalizing* ini dilakukan mengingat hal-hal yang mengikat individu dalam penerimaan suatu rangsangan berupa kerangka referensi (*frame of reference*) dan lapangan pengalaman (*field of experience*) (Jumriani;

Sultan, Iqbal; Maria, 2019).

Indikator ketiga **informatif**, yaitu suatu bentuk isi pesan untuk mempengaruhi khalayak dengan menyampaikan sesuatu apa adanya, berdasarkan fakta dan data secara benar. Penyebaran informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik melalui KIM desa kepada masyarakat sudah berjalan. Penyebaran informasi dilakukan dengan medokumntasikan kegiatan desa kemudian menyebarnya ke khalayak melalui media social dan *website*.

Kemudian indikator keempat yakni **Persuasif** (meyakinkan) yang bertujuan untuk mengubah sikap, cara pandang, pendapat, dan perilaku. Edukatif (mendidik), komunikator berperan memberikan ide kepada khalayak secara jujur, teratur, terencana, dan apa adanya tanpa sedikitpun memanipulasi ide tersebut. Sosialisasi dilakukan untuk mempengaruhi dan juga menyadarkan bahwa kehadiran KIM ini penting dilakukan dengan berlangsungnya obrolan biasa yang santai dan dilakukan di warung kopi, dengan tujuan untuk menarik perhatian serta dapat mempengaruhi masyarakat tersebut.

Memperhatikan situasi dan kondisi khalayak penting dilakukan untuk mempengaruhi khalayak, dijelaskan dalam sebuah penelitian bahwa persuasif dalam dinamika penyampaian informasi sebenarnya identik dengan pembahasan tentang komunikasi persuasif yang menjadi bagian teknik dalam komunikasi. Secara terminology, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat maupun

perilaku baik secara lisan maupun melalui media. Definisi persuasif merupakan usaha pengubahan sikap individu dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat dan fakta baru lewat pesan-pesan komunikatif (Azwar, 2002).

Meyakinkan dalam komunikasi Islam bisa dicapai di antaranya dengan metode hiwar (dialog) dan jidal (debat). Hiwar (dialog) dilakukan dengan suasana santai, dengan saling mengemukakan pendapat dengan tenang, mungkin di dalamnya juga terjadi tarik ulur, serta pada akhirnya berujung pada kesepakatan bersama. Adapun jidal (debat) biasanya lebih seru, sampai situasi kadang memanas, dan saling mempertahankan argumentasinya. Orang yang menyampaikan ide cemerlang dengan alasan-alasan dan logika yang kuat biasanya akan jadi pemenang dan idenya dapat dijadikan rujukan (Hefni, 2015).

Yang terakhir, indikator kelima *coersif*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan memaksa tanpa perlu memperdulikan dan menerima gagasan atau ide-ide yang disampaikan (Abidin, 2015). Dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada paksaan baik dari Dinas Kominfo penanggung jawab KIM dalam keterlibatannya terhadap kegiatan KIM. Demikian juga dalam pendirian KIM di desa, Dinas Kominfo tidak memaksa setiap desa untuk mendirikan KIM. Pendirian KIM dilakukan berdasarkan permohonan dari masing-masing desa yang merasa sudah siap untuk mengelola KIM. Tidak ada paksaan dalam pendirian KIM tetapi bersifat sukarela.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten

Ponorogo dalam mensosialisasikan literasi masyarakat melalui Kelompok Informasi Masyarakat dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Pertama, strategi mengenal khalayak sudah dilakukan meskipun masih belum maksimal, seperti kurangnya sosialisasi Pemerintah khususnya Diskominfo dalam mengenalkan KIM kepada masyarakat. Kedua, penyusunan pesan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik terkait KIM belum memiliki perencanaan yang tertuang dalam prosedur yang jelas sehingga menimbulkan *miss communication* antara Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dengan pemerintah desa. Ketiga, strategi komunikasi Diskominfo dalam menetapkan metode sosialisasi KIM dilakukan dengan teknik *redundancy*, *canalizing*, *informatif*, *persuasif*, sedangkan metode *coersif* (paksaan) tidak dilakukan dalam sosialisasi maupun keikutsertaan dalam kegiatan KIM. Secara umum dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mensosialisasikan literasi masyarakat dilakukan dengan cara mengenal khalayak, menyusun pesan, dan menetapkan metode, meskipun pelaksanaan secara keseluruhan belum maksimal.

Daftar Pustaka

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Humaniora*, 6(4).
- Adiputra, A. V. (2018). Literasi Komunikasi Politik Nonverbal calon Pilkada

- Jawa Barat bagi Siswa SMA Negeri Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).
- Afrida, R. (2011). *Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame dalam Merekrut Customer di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Azwar, S. (2002). *Sikap Manusia; Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo. (2019a). Kelompok Informasi Masyarakat. Retrieved from Website Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo website: <https://kominfo.ponorogo.go.id/kim/>
- Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo. (2019b). Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Ponorogo. Retrieved from <https://kominfo.ponorogo.go.id/kim/>
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri.
- Jumriani; Sultan, Iqbal; Maria, J. (2019). Perempuan dan Politik (Strategi Komunikasi Politik untuk Pemenangan Bupati Indah Putri pada Pilkada Luwu Utara 2015. *Jurnal Commercium, Kajian Masyarakat Kontemporer*, 2(1).
- Kusumawardani, Q. D. (2016). Strategi Komunikasi Pada Pasar Modal Syariah Berbasis Cyber Public Relations. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(1).
- Mawardiningsih, W., & Nur Wijayanti, C. (2018). MISKOMUNIKASI DIADIK DENGAN KAUM TULI. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 6(1). <https://doi.org/10.35457/translitera.v6i1.583>
- Praditya, D. (2014). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Tingkat Pemerintahan Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 17(2). <https://doi.org/10.20422/jpk.v17i2.12>
- Siagian, S. P. (2005). *Fungsi-fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.