

globalisasi perkembangan komunikasi begitu pesat, perubahan-perubahan pada seluruh aspek dan lini kehidupan.

Pada era modern, komunikasi tidak lagi harus saling bertemu secara *face to face*. Komunikasi antar manusia sudah bisa di nikmati secara cepat dan efisien tersampaikan. Rahmad (2020) mengatakan bahwa percepatan ilmu komunikasi melalui revolusi besar yang terjadi pada internet di era *artificial intelligence* telah mengubah banyak hal dari anggapan teoretis komunikasi konvensional yang mendefinisikan komunikasi sebagai proses komunikasi linear. Internet atau teknologi menciptakan berbagai macam media untuk berkomunikasi. Teknologi berkembang sangat pesat dan cepat. Dengan hebatnya, internet menciptakan ruang yang menghubungkan komunikasi dalam segala bidang. Selain menambah wawasan pengetahuan dari berbagai bidang seluruh dunia, kini hampir semua sektor industri beralih dan memanfaatkan kehebatan yang ada pada internet. Selain memudahkan, internet juga dinilai sangat efisien, praktis, ekonomis dan luas. Transformasi digital adalah proses perubahan organisasi yang melibatkan manusia, strategi, struktur melalui penggunaan teknologi digital dan model bisnis yang menyesuaikan guna meningkatkan kinerja organisasi (Westermen dan Bonnet, 2011). Presiden Jokowi dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 Bali mendorong transformasi digital untuk mempercepat pemulihan global. Literasi Digital bukan hanya sebuah nilai pilihan, namun juga sebuah keharusan. Pentingnya pemahaman tentang literasi digital pada masyarakat umum diharuskan menyeluruh dan merata pada masyarakat luas. Namun,

tercatat pada data (*We are Social Hootsuite*, 2022) per-Februari di Indonesia terdapat 204,7 juta pengguna internet yang setara dengan 73,7% dari populasi penduduk Indonesia. Angka tersebut meningkat dibanding tahun sebelumnya (2,1 juta atau naik 1%).



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia
Sumber : *We are Social Hootsuite*, 2022

Sedangkan, data yang tercatat pada Survei Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mengungkap bahwa dari tiga subindeks Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia yaitu akses dan infrastruktur, intensitas penggunaan, dan keahlian/kecakapan, subindeks keahlian yang memiliki skor paling rendah. Dalam pelaksanaan akselerasi transformasi digital Kemkominfo RI menciptakan dinamika program baru yaitu Literasi Digital yang meliputi (*Digital Skills, Digital Culture, Digital Ethics, dan Digital Safety*). *Digital Skills* menjadi dasar kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap pengguna internet, untuk memanfaatkan internet dengan bijak serta memaksimalkan penggunaan berbagai macam aplikasi digital dengan baik. Tidak jarang pemanfaatan internet masa kini mulai digunakan pada sektor ekonomi, banyak macam aplikasi *e-commerce* maupun *start up* yang berperan penting untuk mengembangkan perekonomian berbasis

digital. Dalam upaya akselerasi percepatan transformasi digital khususnya bidang skills Kemkominfo RI menjadi garda terdepan untuk menjalankan program tersebut. Namun, program ini harus dilakukan secara kolektif dari berbagai elemen untuk mencapai entitas yang diharapkan.



Gambar 1.2 Logo RTIK Kabupaten Pasuruan

Gambar 1.2 Logo RTIK Kabupaten Pasuruan
Sumber : Website rtikpasuruan.or.id

Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi (RTIK) salah satu organisasi yang mengembangkan sumber daya manusianya agar menguasai pengetahuan, sikap, dan keterampilan individual atau kelompok yang menunjang penyelenggaraan tugas-tugas edukasi sosial, pemberdayaan, maupun kegiatan insidental (RelawanTIKIndonesia, 2023).

Tersebar diseluruh Indonesia, organisasi RTIK berperan sangat penting dalam akselerasi transformasi digital, yang menjadi tangan kanan Kemkominfo RI dalam mensosialisasikan program dan edukasi secara langsung pada masyarakat. Salah satunya di daerah Kabupaten Pasuruan, yang sudah mendirikan RTIK sejak 29 September 2017 pada saat terselenggaranya KIM ke-9 di Candra Wilwatikta, Pasuruan. RTIK Kabupaten Pasuruan

mempunyai beberapa program dalam meningkatkan skills digital, salah satunya UMKM Go Digital yang membantu para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bersaing dalam dunia bisnis.

Setiap organisasi mempunyai strategi tersendiri dalam menyampaikan atau mengkampanyekan sebuah program yang dijalankan, menyesuaikan dengan kebutuhan dan budaya yang ada pada suatu daerah tersebut. Untuk mencapai efektivitas komunikasi, berbagai strategi dilakukan dalam proses perubahan sosial, pesan yang terkandung dan dikirim oleh sumber kepada penerima berupa ide-ide pembaruan atau inovasi. Strategi komunikasi menurut Rogers adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Cangara, 2013). Middleton mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2013).

Sebagai komunikator, sudah seharusnya tim Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi (RTIK) Kabupaten Pasuruan merumuskan strategi komunikasi pada program Literasi Digital, agar tercipta komunikasi yang efektif serta pesan yang disampaikan dapat membawa perubahan baru pada komunikan. Menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor pendukung dan faktor penghambat yang terdiri dari khalayak/ sasaran komunikasi, media yang digunakan, teknik yang digunakan, isi yang disampaikan, pemilihan bahasa, dan lain sebagainya. Model komunikasi oleh

LassWell (*Who Says, What In, Which Channel to Whom, with What Effect?*) komunikasi harus berkesinambungan dan memberikan dampak (sebuah informasi) pada komunikan. Strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen yang efektif untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami oleh komunikan dalam menerima apa yang disampaikan sehingga dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang (Effendy, 2017).

Hal ini menjadi penting untuk objek penelitian, pada masa kini persaingan bisnis yang semakin ketat dan maju, membuat banyak produk luar negeri yang masuk ke Indonesia dengan mudah, persaingan bisnis dalam negara pun juga menjadi sorotan penting, agar perekonomian stabil dan tidak tertinggal. Menurut Menteri Perekonomian Indonesia, (Angga Hartato) “UMKM digital merupakan kunci pemulihan ekonomi nasional” (finance.detik, 2021). Fasilitas *e-commerce* dan *start up* sangat membantu peran UMKM dalam bersaing dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Namun, masih diperlukannya pemahaman dan pembelajaran dalam pemanfaatan teknologi yang ada terhadap UMKM. RTIK Kabupaten Pasuruan turut serta mensukseskan program pemerintah target UMKM Go-Digital di daerah Kabupaten Pasuruan.

Dalam pelaksanaan program tentu banyak hasil evaluasi yang menjadi bahan perbaikan untuk pelaksanaan program sebuah organisasi. Nilai efektivitas pelaksanaan dari strategi yang dilakukan pada program menjadi penting untuk mewujudkan kerjasama komunikasi yang efektif, pesan tersampaikan dengan jelas, dan tim yang solid.

Dari latar belakang masalah ini dapat ditarik benang merah dan peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi yaitu “EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI RELAWAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI (RTIK) KABUPATEN PASURUAN DALAM PROGRAM UMKM GO DIGITAL DI KABUPATEN PASURUAN” Dengan harapan penelitian ini menjadi wawasan bagaimana efektivitas program UMKM Go Digital yang selama ini dilaksanakan oleh tim RTIK Kabupaten Pasuruan, serta menjadi bahan yang membantu pengembangan Sumber Daya Manusia di Kabupaten Pasuruan.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana efektivitas strategi komunikasi Relawan Teknologi Informasi Komunikasi (RTIK) Kabupaten Pasuruan dalam program UMKM Go Digital di Kabupaten Pasuruan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui efektivitas strategi komunikasi organisasi yang digunakan oleh Relawan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (RTIK) Kabupaten Pasuruan.
2. Untuk mengetahui kesesuaian strategi komunikasi terhadap penerapan program UMKM Go Digital di Kabupaten Pasuruan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis untuk memberikan sumbangsih keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi mengenai Komunikasi Organisasi. Selain itu, hasil penelitian akan memberikan manfaat dan kontribusi terhadap pengembangan Komunikasi serta untuk peneliti selanjutnya. Serta menjadi acuan tambahan bagi Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi (RTIK) Kabupaten Pasuruan dalam mensosialisasikan pemanfaatan new media pada pelaku UMKM.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis sebagai bahan informasi untuk penelitian lain dalam mengembangkan dan menelaah serta mendalami hal baru diatas. Selain itu, pemahaman mengenai analisis strategi komunikasi yang bermanfaat dalam mengkampanyekan sebuah program baru, serta dapat mengetahui bagaimana komunikasi efektif yang dikemas sederhana dengan khas yang berbeda sehingga diharapkan dapat lebih kritis, kreatif dan inovatif khususnya pada Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi (RTIK) Kabupaten Pasuruan.