

## ABSTRAK

Strategi komunikasi mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjalankan program komunikasi kepada khalayak sasaran guna mencapai tujuan yang diharapkan. Namun pada tahun 2021 terdapat aturan pembatasan hubungan secara langsung yang melibatkan masyarakat karena Pandemi Covid-19. Hal tersebut sedikit banyak telah mengubah cara komunikasi. Pemaksimalan penggunaan media internet menjadi salah satu cara penerapan yang efektif pada masa Pandemi Covid-19. Selama ini, penggunaan media internet oleh KPID DKI Jakarta belum maksimal. Program kerja yang berkaitan dengan literasi media masih dominan menggunakan kegiatan tatap muka secara langsung. Dalam situasi tersebut, KPID DKI Jakarta mempunyai tugas dan kewajiban yaitu menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Tugas dan kewajiban tersebut menjadi landasan bagi KPID DKI Jakarta dalam membentuk dan menyosialisasikan program literasi media ke masyarakat khususnya di DKI Jakarta. Gagasan penting literasi media adalah bagaimana mengubah paradigma yang pasif pada media massa menjadi aktif menggunakan media secara bijak. Hal itulah yang memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian strategi komunikasi KPID DKI Jakarta dalam membentuk literasi media masyarakat DKI Jakarta pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi KPID DKI Jakarta dalam membentuk literasi media masyarakat DKI Jakarta pada tahun 2021. Metodologi penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan jenis penelitian kualitatif dan metode studi kasus tunggal melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah KPID DKI Jakarta melakukan tahapan-tahapan strategi komunikasi dalam meningkatkan literasi media masyarakat, kecuali pada tahapan analisis efek komunikasi dan penggunaan telepon selular serta SMS. Selain itu, dalam melakukan tahapan-tahapan strategi komunikasi terdapat beberapa tahapan strategi komunikasi tidak dilakukan secara komprehensif karena kendala sumber daya manusia yang terbatas. Sehingga terdapat beberapa kekurangan dalam program komunikasi literasi media untuk masyarakat. Hal berpengaruh terhadap tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pandemi Covid-19 Tahun 2021, Literasi Media, KPID DKI Jakarta

## **ABSTRACT**

*Communication strategy includes everything needed to run a communication program to the target audience in order to achieve the expected goals. However, in 2021 there are rules limiting direct relationships involving the community due to the Covid-19 Pandemic. This has more or less changed the way of communication. Maximizing the use of internet media is one of the effective ways of implementation during the Covid-19 Pandemic. So far, the use of internet media by KPID DKI Jakarta has not been maximized. Work programs related to media literacy still dominantly use face-to-face activities. In this situation, KPID DKI Jakarta has duties and obligations, namely ensuring the public to obtain proper and correct information in accordance with human rights. These duties and obligations become the basis for KPID DKI Jakarta in forming and socializing media literacy programs to the community, especially in DKI Jakarta. The important idea of media literacy is how to change the paradigm that is passive in the mass media to actively use the media wisely. This is what motivates researchers to conduct research on the communication strategy of the DKI Jakarta KPID in shaping the media literacy of the DKI Jakarta community in 2021. The purpose of this research is to find out the communication strategy of KPID DKI Jakarta in shaping the media literacy of the DKI Jakarta community in 2021. This research methodology uses a constructivist paradigm with a qualitative research type and a single case study method through interviews, observation and documentation. The results of this study are that KPID DKI Jakarta carries out the stages of a communication strategy in improving public media literacy, except for the stages of analyzing the effects of communication and the use of cell phones and SMS. In addition, in carrying out the stages of the communication strategy, there are several stages of the communication strategy that are not carried out comprehensively due to limited human resources. Thus, there are some shortcomings in the media literacy communication program for the community. This affects the communication objectives to be achieved.*

*Keywords: Communication Strategy, Covid-19 Pandemic in 2021, Media Literacy, KPID DKI Jakarta*