

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh kesimpulan dari analisis Strategi Komunikasi Siberkreasi dalam Meningkatkan Literasi Digital, sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Siberkreasi untuk meningkatkan literasi digital yaitu meliputi *branding dan awareness*, kolaborasi mitra, program dan *event*, serta evaluasi.
2. Dalam *branding dan awareness*, Siberkreasi melakukan pemilihan dan penetapan komunikator, strategi menyampaikan pesan, menetapkan target khalayak, dan memilih media atau saluran komunikasi. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan nama Siberkreasi kepada masyarakat luas serta menciptakan kesadaran akan literasi digital.
3. Pada kolaborasi mitra, Siberkreasi menjadi wadah bagi 108 mitra institusi pemangku kepentingan majemuk baik dari pemerintah, swasta, komunitas, organisasi masyarakat sipil, operator telekomunikasi, platform digital, media, akademisi, hingga pegiat literasi digital. Kolaborasi mitra menjadi strategi komunikasi yang kuat, karena saling bekerjasama secara gotong royong dalam menjalankan program dan kegiatan yang mengedukasi untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia.
4. Program dan *event* yang dijalankan Siberkreasi adalah bentuk implementasi dari strategi komunikasi yang telah dicanangkan. Program dan *event* yang dibuat mengacu pada lima pilar Siberkreasi yaitu, *digital parenting, digital lifestyle, digital economy, digital society dan digital governance*, yang dituangkan dalam program literasidigital.id, batik siberkreasi, siberkreasi netizen fair, dan siberkreasi *class*.
5. Siberkreasi melakukan evaluasi untuk melihat dan mengukur sejauh apa program dan event yang telah dijalankan. Bentuk evaluasi yang dilakukan

adalah evaluasi internal untuk mengukur efektivitas kinerja, dan eksternal dengan cara survei melalui khalayaknya untuk mendapatkan umpan balik dari program yang dijalankan.

6. Berdasarkan data dilapangan dan didukung oleh analisis model perencanaan komunikasi Philip Lesly, bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Siberkreasi sudah cukup baik dan efektif dalam meningkatkan literasi digital, karena adanya sumber daya manusia yang cukup , alur kerja dan konten manajemen yang jelas. Selain itu, dengan adanya mitra menjadi strategi terkuat karena cukup terbantu dengan kolaborasi dalam mengadakan kegiatan. Namun dalam hal ini masih menemui hambatan dari internal yaitu birokrasi, dan hambatan dari eksternal yaitu menggandeng khalayak untuk menciptakan sesuatu yang berkaitan dengan program Siberkreasi.

5.2 Saran

Penelitian mengenai strategi komunikasi Siberkreasi dalam meningkatkan literasi digital ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi seluruh pihak, baik secara akademis maupun praktis dengan penjabaran sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

Bagi Siberkreasi, penulis memberikan apresiasi atas kepeduliannya terhadap peningkatan literasi digital untuk masyarakat Indonesia. Penulis berharap agar Siberkreasi dapat terus melakukan inovasi lain dalam melahirkan program dan kegiatan selanjutnya. Penulis juga menyarankan agar memilih media komunikasi lainnya seperti website, radio, bahkan televisi untuk menambah kesadaran masyarakat akan literasi digital dan Siberkreasi. Selain itu bentuk pesan mengenai literasi digital lebih dikemas dalam konten ringan, menarik dan bervariasi seperti membuat iklan layanan masyarakat dan lain sebagainya.

5.2.2 Saran Akademis

Saran kepada penulis selanjutnya yang ingin meneliti tentang strategi komunikasi dapat menekankan pada kredibilitas dan daya tarik komunikator atau analisis pesan. Selain itu dapat juga menggunakan perspektif kajian ilmu komunikasi lainnya, seperti komunikasi pembangunan atau komunikasi budaya untuk meningkatkan literasi digital.