

ABSTRAK

Kehadiran Sistem Informasi Desa tahun 2014 telah merubah wajah Pemerintah Desa Dlingo menjadi lebih baik. Akan tetapi, literasi masyarakat Desa Dlingo akan hadirnya media informasi jenis baru masih sangat rendah. Sehingga diperlukan upaya dari Pemerintah Desa Dlingo untuk meningkatkan literasi masyarakat sekaligus juga memberdayakan masyarakatnya. Salah satu upaya mengenalkan media baru kepada masyarakat dilakukan dengan sosialisasi penerapan media baru oleh Pemerintah Desa Dlingo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Pemerintah Desa Dlingo dalam melakukan upaya sosialisasi pemanfaatan media baru sekaligus untuk mengetahui sejauh mana upaya persuasi mampu merubah pendapat, sikap dan perilaku masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori Kontingensi Strategi Komunikasi Pemerintah dari Garnett. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses strategi komunikasi pemerintah dalam pelaksanaan sosialisasi penerapan media baru yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Dlingo tidak sepenuhnya berhasil, dikarenakan pemilik UKM selaku sasaran sosialisasi belum sepenuhnya memanfaatkan media informasi *online* dengan alasan kendala bahasa sehingga kesulitan dalam mencerna materi yang diberikan, selain itu juga dikarenakan waktu pelaksanaan sosialisasi tidak rutin dilakukan tiap satu bulan sekali sesuai SOP.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Pemberdayaan Masyarakat, Media Baru*

ABSTRACT

The presence of the Village Information System (SID) in 2014 has changed the face of the Dlingo Village Government for the better. However, the literacy of the people of Dlingo Village in the presence of new types of information media is still very low. So that efforts are needed from the Dlingo Village Government to increase community literacy while also empowering the community. One of the efforts to introduce new media to the public was carried out by socializing the application of new media by the Dlingo Village Government. This study is purposed to analyze communication strategy used by Dlingo Village Government in conducting socialization efforts to utilize new media as well as to determine the extent to which persuasion efforts are able to change people's opinions, attitudes and behavior. This study used the Contingency Theory of Government Communication Strategy from Garnett. The author uses qualitative descriptive method with case study. The results showed that the process of government communication strategy in the implementation of the socialization of the application of new media carried out by the Dlingo Village Government was not entirely successful, because the SME (Small Medium Enterprises) owners as the target of the socialization had not fully utilized online information media by reason of language constraints so that it was difficult to digest the material provided, besides that also because the timing of the socialization is not routinely carried out once every month according to the SOP.

Keywords: *Communication Strategy, Community Empowerment, New Media*