





Sasaran utama, misalnya, masyarakat perkotaan yang berpenghasilan rendah, sedangkan sasaran antara adalah kelompok orang yang memiliki otoritas dan kepemimpinan terhadap sasaran utama, misalnya: tokoh masyarakat, pimpinan perusahaan, para pejabat, para komandan, dan sebagainya. Setiap kelompok sasaran ini harus benar-benar diidentifikasi secara cermat ciri karakteristik sosiodemografis dan psikografisnya. Dalam menentukan prioritas sasaran, tidak selalu menempatkan khalayak sasaran primer sebagai prioritas pertama kegiatan komunikasi, melainkan dapat saling bertukar tergantung pada situasi dan konteks komunikasinya. Untuk kegiatan komunikasi yang memanfaatkan konteks organisasional atau kelompok (pendekatan kelompok), maka sasaran prioritas komunikasi adalah para pemegang otoritas, sedangkan untuk kegiatan komunikasi dalam konteks sosial (pendekatan masal) maka sasaran prioritasnya adalah individu-individu atau khalayak sasaran utama program. Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, yaitu: (a) Kelompok yang memberi izin, adalah suatu lembaga yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan. (b) Kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang

dilaksanakan. (c) kelompok oposisi, ialah mereka yang menentang atau kelompok yang bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilaksanakan. (d) Kelompok evaluasi, ialah mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program.

- c. Menyusun pesan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna.
- d. Memilih media dan saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok.
- e. Efek komunikasi. Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek.

















- a. Literasi klasik (membaca, menulis, memahami) yang mendominasi abad dan menghubungkan kepada proses membaca dan menulis, serta di sekolah-sekolah dasar telah digunakan sebagai aturan dasar.
- b. Literasi audiovisual, yang menghubungkan kepada media elektronik seperti film dan televisi, fokus pada gambar dan rangkaian gambar. Ini merupakan permulaan dari pendidikan berbeda yang digagas dengan segera tetapi tidak didukung penuh oleh kebijakan yang nyata.
- c. Informasi atau digital literasi yang berasal dari komputer dan media digital yang telah membuat pentingnya belajar keterampilan baru. Ini merupakan konsep terbaru dan sering digunakan untuk mengacu pada keterampilan teknik yang diperlukan untuk peralatan digital modern.
- d. Literasi Media yang dibutuhkan sebagai hasil dari konvergensi media yang menggabungkan media elektronik (komunikasi massa) dan media digital (komunikasi multimedia) yang terjadi dalam berbagai perkembangan masyarakat informasi. Literasi Media ini meliputi beragam bentuk literasi: membaca, menulis, audiovisual, digital dan keterampilan baru yang diperlukan dalam sebuah iklim konvergensi media.

Berdasarkan sejarah literasi media dimulai dari penulisan alphabet, kita mengenal apa yang disebut dengan literasi dari membaca dan menulis. Kemudian muncul percetakan, dan



relatif diabaikan juga dalam kurikulum. Namun, jika suatu negara memiliki kurikulum pendidikan media yang sangat efektif, warga akan lebih percaya diri dalam berinteraksi dan terlibat dengan segala bentuk umum media. Indikator dalam kriteria media pendidikan dipisahkan menjadi empat bagian: kurikulum, pelatihan guru, kegiatan pendidikan media, dan resources.

- b. *Media Literacy Policy* (Kebijakan literasi media) Peran badan-badan publik merupakan dasar identifikasi melek media publik, terutama jika ada yang melindungi kepentingan dan kebebasan berekspresi. Faktor ini memberikan penilaian terhadap undang-undang dan kebijakan yang berkaitan dengan literasi media, termasuk kewajiban hukum, peraturan dan tindakan, organisasi, manifesto organisasi dan partisipasi masyarakat dengan maksud untuk mempengaruhi regulasi melek media nasional. Indikator dalam otoritas kebijakan media dan regulasi dipisahkan menjadi tiga bagian yaitu: keberadaan badan pengawas, pentingnya misi hukum otoritas, kegiatan regulator pada literasi media.
- c. *Media Industry* (Industri Media) Media adalah sebuah industri. Hal ini menuntut tingkat unik tinggi interaktivitas dan keterlibatan dari pelanggannya. Meskipun lembaga penyiaran publik memiliki kewenangan untuk bertindak demi kebaikan bersama, mereka masih harus membenarkan keberadaan mereka dengan mempertahankan penonton. Beberapa bagian dari industri berinvestasi dalam kehidupan penonton, pers (dikenal juga sebagai Fourth Estate,

setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif), memberikan pelayanan publik yang penting, dan sering melakukan kegiatan untuk mendorong pengembangan literasi media. Faktor ini memberikan gambaran tentang non-pemerintah, kegiatan non-pendidikan dan inisiatif yang berkaitan dengan promosi melek media. Indikator dalam otoritas kebijakan dan regulasi media dipisahkan menjadi enam kategori yaitu: koran, saluran televisi, cinema festival, perusahaan-perusahaan telepon, penyedia layanan internet, organisasi lain.

- d. *Civil Society* (Masyarakat Sipil). Organisasi masyarakat sipil dan inisiatif, merangsang dukungan lingkungan yang meningkatkan tingkat melek media. Jumlah asosiasi, kegiatan mereka dan kualitas mereka menggambarkan dampak dari masyarakat sipil. Mereka tidak ada dalam isolasi namun, kemampuan mereka untuk mempromosikan partisipasi warga negara bertumpu pada kerja sama badan-badan otoritatif dan dengan link ke media pendidikan.

#### **4. Pentingnya evaluasi dalam strategi komunikasi organisasi**

Evaluasi merupakan bagian dari sistem manajemen yaitu perencanaan, organisasi, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Tanpa evaluasi, maka tidak akan diketahui bagaimana kondisi objek evaluasi tersebut dalam rancangan, pelaksanaan serta hasilnya. Istilah evaluasi sudah menjadi kosa kata dalam bahasa Indonesia, akan tetapi kata ini adalah kata serapan dari bahasa









komunikasi eksternal, yaitu *Pertama*, komunikasi dari organisasi ke khalayak. Pada umumnya komunikasi dari organisasi ke khalayak bersifat informatif agar khalayak memiliki keterlibatan, sehingga menciptakan komunikasi yang sifatnya dua arah. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan masalah jika terjadi tanpa diduga. Seperti, masalah yang timbul akibat berita yang salah dimuat dalam salah satu media sehingga khalayak berpikiran negatif tentang organisasi tersebut. Dengan adanya hubungan baik dengan pihak media sebagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, masalah yang dijumpai tersebut kemungkinan besar tidak akan terlalu sulit untuk mengatasinya.

*Kedua*, Komunikasi dari khalayak ke organisasi merupakan *feedback* atau umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Jika informasi yang disebarkan ke khalayak menimbulkan efek yang sifatnya kontroversial (menyebabkan adanya pro dan kontra dari khalayak), maka ini disebut opini publik. Opini publik ini sering kali merugikan organisasi dan karenanya harus diusahakan atau diatasi secepatnya sehingga tidak menimbulkan masalah.

Komunikasi dari khalayak ke organisasi biasanya dilakukan secara langsung (*direct communication*) dan secara tidak langsung (*indirect communication*). Secara langsung biasanya pihak organisasi mengadakan konferensi pers sehingga pihak organisasi dapat mengetahui secara langsung respons dari khalayak yang





