

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi internet dan penggunaannya dalam kehidupan dan pergaulan, internet telah menjadi sebuah gaya hidup (*life style*) di masyarakat. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia memunculkan berbagai dampak di masyarakat baik positif maupun negatif. Untuk membuat pemahaman di masyarakat terhadap penggunaan internet pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia membuat suatu program, yaitu Internet Sehat dan Aman dengan tujuan untuk mensosialisasikan penggunaan internet secara sehat dan aman melalui pembelajaran etika berinternet sehat dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat.

Penelitian ini mengambil fokus pada evaluasi program internet sehat dan aman yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tahun 2015. Tujuan dari penelitian adalah melihat strategi komunikasi dan pencapaian tujuan dari program internet sehat dan aman yang dilakukan KemKominfo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan riset studi kasus deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dan studi pustaka, sedangkan informan pada penelitian ini adalah staff KemKominfo pada bagian Direktorat Jenderal Aplikasi Infomatika sub direktorat pemberdayaan informatika sebanyak tiga orang.

Dari seluruh rangkaian proses penelitian diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa: (1) Pencapaian Program Internet Sehat dan Aman hingga tahun 2015 telah mencapai target namun belum 100%. (2) Dalam pelaksanaan program INSAN terdapat beberapa hambatan yang dihadapi KemKominfo, yaitu: (i) Keterbatasan Anggaran Pemberian dan Belanja Negara (APBN), (ii) keterbatasan daya jangkauan akibat letak geografis Indonesia yang merupakan negara kepulauan. (3) perlu dilakukan evaluasi mengenai penggunaan media online dalam strategi komunikasi program internet sehat dan aman (4) Terjadi beberapa perubahan sejak awal dilaksanakannya program INSAN pada tahun 2008 hingga tahun 2015 sebagai hasil dari evaluasi program yang dilakukan KemKominfo, yaitu : (i) perubahan INSAN nama sejak tahun 2003 menjadi INCAKAP, (ii) Perubahan Logo INSAN, (iii) perubahan maskot INSAN.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Evaluasi, Sosialisasi, Internet