



Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal Di Era Digital

"Perlunya pemanfaatan kearifan lokal dan teknologi digital dengan pratek budaya dan kearifan lokal dalam pembangunan di pedesaan dapat didokumentasikan, dilestarikan, dilestarikan dan dikembangkan melalui media digital."

—**Prof. Deddy Mulyana, MA., Ph.D.**, Dewan Pakar Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan Guru Besar Ilmu Komunikasi Unpad

"Di era digital komunikasi pembangunan lebih banyak menggunakan media informasi dengan teknologi internet baik di televisi dan media sosial. Komunikasi pembangunan menjadi lebih transparan, partisipatif, demokratis dan akuntabel."

—**Prof. Dr. Gati Gayatri, M.A.**, Balitbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika

"Dalam komunikasi pembangunan pertanian di era digital terdapat peran penting dari penyuluh sebagai komunikator pembangunan yaitu konsultasi, edukasi, fasilitasi, manajerial, supervisi, dan diseminasi informasi serta inovasi."

—**Dr. Tedy Dirhamsyah, SP, MAB.**, Koordinator Substansi Kerjasama dan Pendayagunaan Hasil Penelitian (KSPHP), Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, Balitbangtan Kementerian Pertanian RI

"Komunikasi pembangunan teknokratis yang top-down dapat dikolaborasi dengan komunikasi partisipatif atau komunikasi pemberdayaan yang bottom-up. Begitu juga menggabungkan kearifan lokal dengan media digital sebagai modal pembangunan."

—**Dr Adhi Iman Sulaiman, S.IP, M.Si.**, Dosen dan praktisi pemberdayaan masyarakat Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

"Pendekatan komunikasi pembangunan dengan kearifan lokal menjadi solusi strategis dalam menyelesaikan konflik sosial, politik dan ekonomi khususnya di daerah yang dapat dijadikan model dan disosialisasikan dengan memanfaatkan perkembangan media digital."

—**Dr. Syarifah Ema Rahmanyah, M.Sc.,E.**, Direktur Pusat Studi Pengembangan Perdesaan dan Kawasan Perbatasan & Dosen FISIP Universitas Tanjungpura (Untan)

Buku ini merupakan hasil kajian para akademisi sebagai kontribusi nyata yang dipresentasikan dalam Seminar Nasional Komunikasi pada 7 dan 8 November 2021. Materi yang tersaji dalam buku ini dapat dibaca secara lengkap dengan berbagai kajian seperti "Komunikasi pemerintahan dan bisnis, komunikasi pemberdayaan dan pariwisata, komunikasi kesehatan, serta komunikasi digital. Selamat menikmati.



Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal di Era Digital

Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki,
Anna Farianingrum, Pagi Muhamad, et.al.

Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki,
Anna Farianingrum, Pagi Muhamad, et.al.



Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal Di Era Digital



Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki, Anna Farianingrum,
Pagi Muhamad, *et.al.*

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Dalam Kearifan Lokal di Era Digital



KOMUNIKASI PEMBANGUNAN: Dalam Kearifan Lokal di Era Digital
Copyright © Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki, Anna Farianingrum,
Pagi Muhamad, *et.al.*

Penyunting: Dr. Adhi Iman Sulaiman, S.IP., M.Si
Penata Letak: rl. lendo
Perancang Sampul: Aulia Rahmat SM

Cetakan 2022
xvi + 416 halaman; 14,8 x 21 cm
ISBN: 978-623-6474-34-1

Diterbitkan oleh:
RELASI INTI MEDIA (Anggota IKAPI)
Jl. Veteran, Gg. Manunggal No. 638c RT/RW. 20/05
Pandeyan, Umbulharjo, Yogyakarta
Telp: 0274-4286584
Email: redaksi@relasibuku.com

Prakata

Dinamika komunikasi pembangunan memiliki beberapa fase di antaranya fase komunikasi pembangunan yang teknokratis (*top-down*) tahun 1960-an di era modernisasi khususnya industri dan difusi inovasi serta perkembangan media massa khususnya radio, surat kabar dan televisi yang masif menjadi agen perubahan. Namun terjadi *mal-development* (1970-an) yaitu pertumbuhan ekonomi terjadi tetapi masih belum dapat menanggulangi kemiskinan khususnya kesenjangan proses pengambilan keputusan dan ekonomi antara perkotaan dengan pedesaan, industrialisasi dengan ekonomi pertanian, kemudian antara pemilik modal dengan pekerja atau buruh, atau dapat disebut juga komunikasi dari barat ke non-barat, dari elit ke non-elite, dari ahli ke non-ahli, dan dari ibu kota ke daerah terpencil.

Maka muncul fase kedua yaitu komunikasi pembangunan partisipatif (*bottom-up*) yang memiliki prinsip bahwa pembangunan perlu lebih memperhatikan permasalahan, aspirasi, kebutuhan dan potensi komunitas khususnya di masyarakat desa atau lokal (*grassroot*) dengan semangat demokratisasi, dialogis, egaliter, pemberdayaan dan humanistik (1980-an) yang biasanya masuk era Abad 20 post-modernisme. Perkembangan selanjutnya mulai tahun 1990-an, terdapat komunikasi pembangunan era media baru atau *New Media* yang ditandai perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi khususnya dengan komputerisasi jaringan internet (digitalisasi), media telekomunikasi seperti

handphone, pager, video, dan Tv berbayar. Tantangan selanjutnya terjadi kesenjangan kepemilikan dan akses jaringan digital atau disebut “*digital divide*” antara perkotaan dengan pedesaan (pusat dengan pelosok) juga ekonomi mapan (elite) dengan ekonomi menengah dan rendah.

Fase selanjutnya pada abad ke-21 terjadi komunikasi pembangunan era dirupsi dan era revolusi industri 4.0. Cirinya terjadi perubahan yang fundamental dari sistem lama ke sistem baru yaitu media digital sudah menjadi kebutuhan hidup, gaya hidup, dan orientasi hidup baik bidang sosial, ekonomi, pendidikan dan industri. Media digital yang pesat, melekat dan cepat dalam setiap sendi kehidupan yang seakan memenuhi semua kebutuhan serta harapan seperti aplikasi di berbagai media sosial, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, e-learning, e-books, e-journal, transaksi bisnis, *e-money*, *e-commerce*, *cyber extension* dan *citizent journalism*. Muncul tantangan di era digital yaitu ketergantungan pada media digital secara berlebihan nyaris tanpa batas jarak, ruang dan waktu selama akses media dan jaringan terjangkau. Dampak negatifnya yaitu terjadi kecanduan media digital dimana setiap orang asik sendiri dengan media digitalnya seperti smartphone, sehingga interaksi langsung berkomunikasi (dialog) sudah jarang ditemui di tempat umum. Bagi remaja khususnya sudah ada kecanduan media sosial dan *game online* sehingga terjadi *phubbing* sampai untuk memenuhi kecanduan digital terjadi *conduct disorder* seperti perilaku yang melanggar etika, norma dan bahkan hukum. Maka memerlukan literasi digital yang sehat untuk lebih cerdas, kreatif, terampil dan produktif baik di bidang pendidikan dan usaha ekonomi termasuk sosial budaya yang melekat serta mengglobal tetapi tetap tidak menghilangkan kearifan lokal.

Berdasarkan hal tersebut, maka buku ini menghadirkan berbagai tulisan hasil pemikiran dan kajian para penulis yang mengkonstruksi realitas faktual tentang perkembangan komunikasi pembangunan dalam kearifan lokal di era digital sebagai judul besar. Adapun kajian di dalam buku ini terdapat kluster (1) Komunikasi pemerintah dan bisnis, (2)

Komunikasi pemberdayaan dan pariwisata, (3) Komunikasi kesehatan, dan (4) Komunikasi digital.

Buku ini layak untuk dijadikan referensi, bahan kajian dan riset lanjutan yang unik, menarik dan komprehensif tentang komunikasi pemberdayaan dengan jati diri kearifan lokal tetapi mampu beradaptasi dengan tren kekinian di era digital. Kami menghaturkan banyak terima kasih khususnya kepada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman yang telah memfasilitasi dalam penerbitan buku ini, termasuk kepada para penulis sebagai kolega dari berbagai universitas, serta tak lupa ke penerbit/percetakan yang turut serta mendukung publikasi buku ini. Buku ini sebagai bukti kepedulian dan kontribusi pada perkembangan kajian komunikasi pembangunan, semoga bermanfaat dan selamat membaca. Maju terus pantang menyerah.

Ketua Tim Editor,

Dr. Adhi Iman Sulaiman, S.IP., M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

BAB 4

KOMUNIKASI DIGITAL



Keamanan Komunikasi Dalam Interaksi Komunikasi Di Sosial Media

Pagi Muhamad
Universitas Bhayangkara

Perkembangan Media Komunikasi Digital

Komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi manusia, bahkan 70% waktu dari manusia dihabiskan untuk berkomunikasi (Jalaluddin, 1999) dan disadari ataupun tidak, komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi manusia, mengapa komunikasi dianggap penting bagi manusia, karena dalam kesehariannya manusia meluangkan 70% aktifitasnya adalah untuk berkomunikasi, semakin baiknya komunikasi yang kita lakukan, maka akan menjadi lebih baik juga kualitas hidup kita, dan dalam keseharian kita melakukan berbagai bentuk komunikasi, mulai dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, bahkan sampai dengan komunikasi massa.

Dengan perkembangan teknologi, terutama perkembangan teknologi telephone seluller, membuat para pengguna dapat terhubung melalui internet untuk mengakses sosial media hampir dimana saja dan kapan saja, (Berezina et al., 2016) menyatakan “Consumer-generated content is communicated via increasingly popular social networking websites (SNSs), such as TripAdvisor and Facebook.” (Konten buatan konsumen dikomunikasikan melalui situs jejaring sosial (SNS) yang semakin populer, seperti TripAdvisor dan Facebook.) ini yang membuat orang orang lebih tertarik kepada sosial media, karena mereka dapat

membuat kontennya sendiri lalu menyebarkannya secara cepat dan mudah. (Ling, 2012) menyatakan “Beberapa dekade terakhir telah menyaksikan perubahan drastis dan fundamental dalam ekosistem media. Di antara perubahan tersebut, kemunculan ponsel bisa dibilang salah satu yang paling mengganggu. Ponsel telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan orang sehari-hari”. Senada dengan itu juga (Stohl et al., 2016) menyatakan bahwa “Today, social networking sites, blogs, and virtual worlds afford communication visibility at a scope and scale greater than through previous CMC technologies.” (Saat ini, situs jejaring sosial, blog, dan dunia maya memberikan visibilitas komunikasi pada cakupan dan skala yang lebih besar daripada melalui teknologi CMC sebelumnya). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan komunikasi digital mengalami perkembangan yang sangat besar dan cepat, bahwa komunikasi pun dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui perantara alat elektronik, Jhon Desember dalam (Thurlow et al., 2004) mengatakan: “*Computer Mediated Communication is a process of human communication via computers, involving people, situated in particular contexts, engaging in processes to shape media for a variety of purposes.*” (Komunikasi dengan komputer adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang-orang, terletak dalam konteks tertentu, terlibat dalam proses untuk membentuk media untuk berbagai tujuan) dalam hasil penelitian dengan judul Digital Civility Index yang dikeluarkan oleh Microsoft pada bulan februari 2021, menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan ke 29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanan dan menjadi yang terendah di Asia Tenggara. Apakah yang terjadi pada suatu masyarakat yang tadinya sopan dan ramah dalam kehidupan nyata, tetapi dapat berubah ketika berinteraksi di dunia maya atau di sosial media.

Data dari www.datareportal.com menyatakan bahwa dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 274.9 juta jiwa, mereka yang aktif menggunakan sosial media ada sebanyak 170 juta jiwa yang artinya

61.8% dari total populasi penduduk Indonesia aktif dalam menggunakan sosial media dan 99.1% mengaksesnya melalui telephone selluler, pengguna sosial media paling banyak adalah 18-34 tahun yang berjumlah 64.8% dari total rentang usia 13-65 tahun. (Bilgihan et al., 2014) menyatakan “A majority of technology experts and stakeholders believe that Generation Y will lead society into a new world of personal information sharing and disclosure using social media and mobile technology” (Mayoritas pakar teknologi dan pemangku kepentingan percaya bahwa Generasi Y akan membawa masyarakat ke dunia baru dalam berbagi dan mengungkapkan informasi pribadi menggunakan media sosial dan teknologi seluler), sedangkan rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia di sosial media adalah 8 jam 52 menit.

Media sosial adalah salah satu tempat berinteraksi dalam komunikasi, apakah sekedar berbagi ataupun menyampaikan pendapat maupun sikap terhadap suatu hal, salah satu yang menjadi perhatian adalah sosial media merupakan ranah publik, (Carr & Hayes, 2015) mendefinisikan sosial media sebagai “ *Internet-based channels that allow users to opportunistically interact and selectively self-present, either in realtime or asynchronously, with both broad and narrow audiences who derive value from user-generated content and the perception of interaction with others*” (Saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara oportunistik dan secara selektif mempresentasikan diri, baik secara langsung ataupun tidak langsung, dengan khalayak yang luas atau sempit, dan memperoleh nilai dari konten yang dibuat pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain), yang artinya segala hal yang dibagikan atau disimpan di sosial media, maka konten tersebut akan dapat dilihat oleh semua orang, ini yang seringkali menjadi masalah ketika ada para pengguna sosial media yang mengunggah konten baik itu tulisan, gambar ataupun video yang melanggar kebijakan dari sosial media, karena seringkali tidak membaca ketentuan yang sudah diatur oleh media sosial tersebut. (Quinn, 2014) menyatakan “*As a reaction to*

the increasing amounts of data that are exchanged and the sociality of such data, 91% of users perceive that they have lost control over how their personal information is collected and used by friends, acquaintances, and colleagues". (Sebagai reaksi terhadap peningkatan jumlah data yang dipertukarkan dan sosialitas data tersebut, 91% pengguna merasa bahwa mereka telah kehilangan kendali atas bagaimana informasi pribadi mereka dikumpulkan dan digunakan oleh teman, kenalan, dan kolega), dari keterangan tersebut kita dapat mengetahui bahwa banyak sekali pengguna internet atau media sosial yang kehilangan privasi atau informasi yang bersifat pribadi di sosial media. Indonesia mempunyai undang-undang Informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) yang mengatur tentang internet termasuk didalamnya sosial media, faktor keamanan pengguna inilah yang menyebabkan seringkali menyebabkan seseorang sengaja maupun tidak, melanggar ketentuan dan akhirnya harus menghadapi ancaman pidana, seperti juga yang sudah sering terjadi di Indonesia.

Dalam salah satu jurnal yang di tulis oleh (Yao & Ling, 2020) menyatakan "technological tools may not only facilitate, or influence human actions, but could have also disrupted fundamental social and behavioral processes", (teknologi bukan hanya alat yang dapat memfasilitasi, atau memengaruhi tindakan manusia, tetapi juga dapat mengganggu proses sosial dan perilaku yang mendasar), dari pendapat ini kita dapat mengetahui bahwa, teknologi tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, tetapi dapat juga mempengaruhi perilaku manusia dan serta mengganggu proses perilaku dan sosial.

Sementara itu (Schmitz & Fulk, 1991) menyatakan "Penelitian komunikasi menunjukkan bahwa sikap, nilai, dan perilaku individu dibentuk dengan cara yang penting oleh dunia sosial tempat itu individu tinggal. Perspektif ini semakin tercermin dalam tulisan tentang bagaimana individu mengevaluasi dan menggunakan teknologi komunikasi baru". Sedangkan (Buckingham, 2010) menyatakan bahwa "Literasi

melibatkan pemahaman kepada siapa berkomunikasi kepada siapa, dan mengapa dalam konteks media digital". Sedangkan (Setiawan, 2021) menyatakan "*The presence of digital technology is a necessary reality. But inevitability is not matched by the ability of most humans to use it productively. As a tool, digital technology is able to make human life good or bad, individually and socially.*" (Kehadiran teknologi digital merupakan realitas yang diperlukan. Namun keniscayaan tidak diimbangi dengan kemampuan sebagian besar manusia untuk menggunakannya secara produktif. Sebagai alat, teknologi digital mampu membuat kehidupan manusia menjadi baik atau buruk, baik secara individu maupun sosial). Berangkat dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui persepsi keamanan komunikasi dalam berkomunikasi menggunakan media komputer, dalam hal ini adalah penggunaan media sosial. Luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah kita akan mendapat data dan gambaran tentang persepsi keamanan dalam berkomunikasi menggunakan sosial media atau lebih luasnya di Internet.

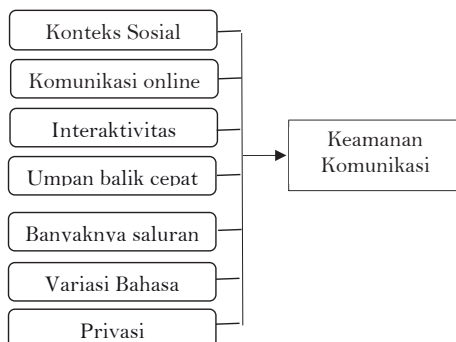
Tulisan ini berdasarkan penelitian dengan menggunakan pendekatan secara kuantitatif, dengan menggunakan metode studi deskriptif, yaitu metode yang diarahkan untuk memecahkan kasus menggunakan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya dari hasil suatu penelitian. Menurut (Whitney, 1963), metode deskriptif adalah "pencarian kabar menggunakan interpretasi yg tepat". Penelitian deskriptif memeriksa perkara-kasus dalam warga, dan tata cara yg berlaku salam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang interaksi kegiatan, sikap, pandangan, dan proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. (Gregor, 2006) menyatakan ada lima klasifikasi teori yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu " (1) *theory for analyzing*, (2) *theory for explaining*, (3) *theory for predicting*, (4) *theory for explaining and predicting*, and (5) *theory for design and action.*"

Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik untuk menjelaskan hubungan antara kehadiran sosial dan kekayaan media dengan keamanan di sosial media. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial yang berusia diantara 18 sampai dengan 34 tahun, dikarenakan pada usia menurut data adalah rentang usia yang paling banyak berinteraksi di sosial media. Penelitian ini menggunakan purposive sampling, purposive (*judgmental*) sampling, teknik pengambilan sampel non random (*nonprobability*) dimana partisipan dipilih untuk studi karena beberapa karakteristik yang diinginkan, seperti keahlian di beberapa bidang. Rangkuman masing-masing indikator dijelaskan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 Indikator Kajian

Indikator	Sub Indikator	Sumber
Konteks Sosial	Sikap Pengguna Persepsi Pengguna Proyeksi Diri	(Tu & McIsaac, 2002)
Komunikasi online	Pengetahuan tentang perangkat Kualitas Media	(Tu & McIsaac, 2002)
Interaktivitas	Asinkronous (Waktu yang berbeda) Sinkronous (Waktu yang sama)	(Tu & McIsaac, 2002)
Umpan balik cepat	Kecepatan umpan balik Kemudahan memberikan umpan balik	(Sun & Cheng, 2007)
Banyaknya saluran	Saluran Verbal Saluran non-Verbal	(Sun & Cheng, 2007)
Variasi Bahasa	Bahasa Nasional Bahasa Daerah Bahasa Asing	(Sun & Cheng, 2007)
Privasi	Kemampuan berkomunikasi secara pribadi Kemampuan memilah apa yang ingin dibagikan	(Sun & Cheng, 2007)

Indikator	Sub Indikator	Sumber
Keaslian	Pesan yang diterima asli dari pengirim	(Garfinkel, 1995)
Kejujuran	Pesan yang dikirim tidak dimodifikasi oleh yang lain	Garfinkel (1995)
Penyangkalan	Pengirim pesan memastikan bahwa informasi itu diberikan olehnya.	Garfinkel (1995)
Otoritas	Pengirim dan penerima pesan memastikan bahwa pesan tidak dapat dimodifikasi oleh selain pengirim dan penerima	Garfinkel (1995)
Kerahasiaan	Pesan tidak dapat diakses oleh pihak lain	Garfinkel (1995)
Kebebasan pribadi	Pesan dapat diatur agar siapa saja yang akan menerima pesan tersebut	Garfinkel (1995)
Ketersediaan	Informasi tentang bagaimana jika terjadi suatu masalah.	Garfinkel (1995)
Pengaturan Informasi	Pengguna mempunyai akses untuk mengatur informasi.	Garfinkel (1995)



Gambar 1. Kerangka Kajian

Karakterisrik Subjek Kajian

Penentuan responden adalah dari data *datareportal.com* yang diakses pada tanggal 17 Mei 2021 menyatakan bahwa pengguna sosial media di Indonesia ada 170 juta pengguna aktif dan dari 170 juta pengguna tersebut usia yang terbanyak menggunakan sosial media adalah usia antara 18 sampai dengan 34 tahun. Karakteristik usia tersebut masuk kedalam kategori *digital native* yang artinya adalah orang-orang yang lahir atau tumbuh besar bersama dengan perkembangan digital, maka internet atau sosial media telah menjadi bagian dari kehidupannya. Berdasarkan rumus (Tabachnick et al., 2007), syarat sampel minimum untuk analisis regresi linier berganda adalah $50+(n \times 8)$, dimana n adalah jumlah variabel bebas. Penelitian ini menggunakan 7 variabel bebas yaitu konteks sosial, komunikasi online, interaktivitas, umpan balik cepat, banyaknya saluran, variasi bahasa dan privasi, maka sampel minimal adalah $50+(7 \times 8)=106$, dengan demikian penelitian ini menggunakan 106 sampel responden.

Computer Mediated Communication Dengan Keamanan Komunikasi

Data Digital Civility Index yang dikeluarkan Microsoft, peneliti ingin mengetahui hal apakah yang merubah masyarakat Indonesia yang terkenal ramah dan sopan didalam kehidupan nyata, menjadi tidak ramah ketika menggunakan sosial media, maka untuk menjawab hal tersebut berikut adalah hasil dari kuisisioner yang telah di olah menggunakan software SPSS.

- (1) Pengaruh Konteks Sosial Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh Variabel Konteks sosial dengan nilai R^2 sebesar 0,841, hal ini menunjukkan pengaruh Konteks Sosial sebesar 84,1% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,861$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut

berkorelasi kuat. Dan hasil koefisien sig adalah 0,000 dan kriteria sig < 0,05 yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel konteks sosial berpengaruh dan signifikan variabel keamanan komunikasi di sosial media, hal ini membuktikan bahwa persepsi dari pengguna sosial media menganggap sosial media adalah media yang dapat digunakan untuk mengekspresikan suatu hal tanpa ada batasan, hal inilah yang membentuk sikap diri di sosial media dan membentuk proyeksi diri ketika bersama pengguna sosial media yang lain mempunyai sikap yang sama juga terhadap suatu hal yang diekspresikan dengan interaksi di sosial media.

- (2) Pengaruh Komunikasi Online Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh Variabel Konteks sosial dengan nilai R² sebesar 0,347, hal ini menunjukkan pengaruh variabel komunikasi online sebesar 34,7% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,669$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi kuat. Dan hasil koefisien sig adalah 0,015 dan kriteria sig < 0,05 yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel komunikasi online berpengaruh dan signifikan variabel keamanan komunikasi di sosial media, hal ini membuktikan bahwa pengguna sosial media kurang mengetahui tentang perangkat yang mereka gunakan untuk mengakses sosial media dan juga kualitas dari media yang digunakan, artinya mereka kurang mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu sosial media tertentu.

- (3) Pengaruh Interaktivitas Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh variabel interaktivitas dengan nilai R² sebesar 0,857, hal ini menunjukkan pengaruh variabel interaktivitas sebesar 85,7% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien

korelasi yang dihitung ($R=0,811$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi kuat. Dan hasil koefisien sig adalah 0,00 dan kriteria sig $< 0,05$ yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel interaktivitas berpengaruh dan signifikan variabel keamanan komunikasi di sosial media, hal ini membuktikan bahwa pengguna sosial media lebih senang menggunakan media komunikasi sosial media dikarenakan komunikasi di sosial media dapat dilakukan secara langsung (synchronus) atau juga dapat secara tidak langsung (ansynchronous), ini yang membuat komunikasi dengan menggunakan sosial media menawarkan fleksibilitas dalam berkomunikasi, sehingga pengguna ketika berkomunikasi dengan menggunakan sosial media dapat memilih apakah mau menggunakan komunikasi secara langsung ataukah tidak langsung.

- (4) Pengaruh Umpan Balik Cepat Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh variabel umpan balik cepat dengan nilai R^2 sebesar 0,751, hal ini menunjukkan pengaruh variabel interaktivitas sebesar 75,1% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,737$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi kuat. Dan hasil koefisien sig adalah 0,00 dan kriteria sig $< 0,05$ yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel umpan balik cepat berpengaruh dan signifikan variabel keamanan komunikasi di sosial media, hal ini membuktikan bahwa pengguna sosial media memilih berkomunikasi dengan menggunakan sosial media karena dengan menggunakan sosial media mereka dapat memberikan ataupun menerima umpan balik (feedback) dengan cepat, oleh karena itu komunikasi dengan menggunakan media sosial dianggap lebih cepat dan lebih efektif dan lebih mudah digunakan dibandingkan menggunakan saluran komunikasi yang lain.

- (5) Pengaruh Banyaknya Saluran Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh variabel banyaknya saluran dengan nilai R^2 sebesar 0,644, hal ini menunjukkan pengaruh variabel interaktivitas sebesar 64,4% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,631$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi kuat. Dan hasil koefisien sig adalah 0,014 dan kriteria sig $< 0,05$ yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel banyaknya saluran berpengaruh terhadap variabel keamanan komunikasi di sosial media, hal ini membuktikan bahwa pengguna sosial media memilih berkomunikasi dengan menggunakan sosial media karena selain dapat berkomunikasi dengan menggunakan komunikasi verbal, komunikasi di sosial media pun mendukung komunikasi non verbal, dikarenakan dalam media sosial, kita dapat berkomunikasi dengan memilih saluran apa yang ingin kita gunakan, apakah itu verbal, non verbal atau juga menggunakan verbal dan non verbal.
- (6) Pengaruh Variasi Bahasa Terhadap Keamanan Komunikasi
Pengaruh variabel variasi bahasa dengan nilai R^2 sebesar 0,447, hal ini menunjukkan pengaruh variabel variasi bahasa sebesar 44,7% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,429$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi. Dan hasil koefisien sig adalah 0,066 dan kriteria sig $< 0,05$ yang berarti model regresi signifikan. Oleh karena itu, variabel banyaknya variasi bahasa berpengaruh terhadap variabel keamanan komunikasi di sosial media, dari data ini, kita dapat melihat bahwa variasi bahasa yang digunakan dalam sosial media tidak berpengaruh banyak, dari data kecakapan bahasa Inggris English First (EF) di tahun 2020, masyarakat Indonesia ada di peringkat ke 74 dari 100 negara dan kecakapan bahasa Inggris masyarakat Indonesia masih di tingkat yang rendah.

(7) Pengaruh Privasi Terhadap Keamanan Komunikasi

Pengaruh variabel privasi dengan nilai R^2 sebesar 0,332, hal ini menunjukkan pengaruh variabel variasi bahasa sebesar 33,2% dalam persepsi keamanan komunikasi di sosial media. Koefisien korelasi yang dihitung ($R=0,625$) menunjukkan bahwa hubungan tersebut berkorelasi. Dan hasil koefisien sig adalah 0,00 dan kriteria sig $< 0,05$ yang berarti model regresi signifikan. Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa variabel privasi pengaruhnya rendah dibandingkan dengan variabel yang lainnya, dari laporan yang dimuat oleh katadata.co.id tentang status literasi digital nasional 2020, menunjukkan bahwa indeks literasi digital di Indonesia masih rendah serta dari laporan tersebut masih banyak yang menaruh informasi pribadi yang sensitif di media sosial.

Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang diperoleh serta perbandingan data dari sumber penelitian yang sejenis, dapat ditarik kesimpulan bahwa, tingkat literasi digital masyarakat Indonesia masih rendah, ini yang menyebabkan ketika berkomunikasi di media sosial, masyarakat Indonesia cenderung tidak memahami atau bahkan hanya membaca suatu informasi tidak lengkap, sehingga seringkali masyarakat Indonesia mudah terpapar oleh berita bohong (hoax), dari laporan yang dimuat di katadata.com, menunjukkan bahwa 60% masyarakat Indonesia mengaku pernah terpapar oleh berita bohong (hoax), serta pengetahuan tentang aturan yang mengatur komunikasi di internet atau sosial media di Indonesia yaitu undang-undang ITE (informasi dan transaksi elektronik) masih rendah, ini merupakan salah satu penyebab persepsi bahwa interaksi komunikasi di sosial media adalah bebas atau tidak ada aturannya, inilah yang membuat laporan data yang dibuat oleh Microsoft tentang digital civility index masyarakat Indonesia ada di peringkat bawah.

Saran dari peneliti, bahwa pihak-pihak yang terkait harus lebih aktif lagi dalam sosialisasi literasi digital kepada masyarakat Indonesia, serta sosialisasi undang-undang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE), lalu dimasukkan juga dalam bahasan di tingkat pendidikan sekolah dasar sampai kepada universitas, dikarenakan dari data DataReportal.com, pengguna sosial media di Indonesia ada 170 juta jiwa dan setiap tahun cenderung akan mengalami kenaikan, dengan literasi digital yang ditingkatkan peneliti yakin bahwa peringkat digital civility index Indonesia akan lebih baik.

Daftar Pustaka

Berezina, K., Bilgihan, A., Cobanoglu, C., & Okumus, F. (2016). Understanding satisfied and dissatisfied hotel customers: text mining of online hotel reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(1), 1–24.

Bilgihan, A., Peng, C., & Kandampully, J. (2014). Generation Y's dining information seeking and sharing behavior on social networking sites: An exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Buckingham, D. (2010). Defining digital literacy. In *Medienbildung in neuen Kulturräumen* (pp. 59–71). Springer.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.

DataReportal. (2021, Maret). Digital in Indonesia. Retrieved from DataReportal: <https://datareportal.com/digital-in-indonesia>

First, E. (2020). Retrieved from ef epi Indonesian 2020: <https://www.ef.co.id/epi/>

Garfinkel, S. (1995). PGP: pretty good privacy. "O'Reilly Media, Inc."

Gregor, S. (2006). The nature of theory in information systems. *MIS Quarterly*, 611–642.

Jalaluddin, R. (1999). Psikologi Komunikasi. PT. Remaja Rosakarya.

Ling, R. (2012). Taken for grantedness: The embedding of mobile communication into society. MIT Press.

KataData. (2020, Maret). katadata.co.id. Retrieved from KataData: <https://katadata.co.id/StatusLiterasiDigital>

Microsoft. (2021, February). Retrieved from microsoft: <https://www.microsoft.com/en-us/online-safety/digital-civility>

Quinn, K. (2014). An ecological approach to privacy: “Doing” online privacy at midlife. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 1–23.

Schmitz, J., & Fulk, J. (1991). Organizational colleagues, media richness, and electronic mail: A test of the social influence model of technology use. *Communication Research*, 18(4), 487–523.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons.

Setiawan, T. (2021). indonesian human character and digital literation. *international journal of multi science*, 1(11), 46–50.

Stohl, C., Stohl, M., & Leonardi, P. M. (2016). Digital age| managing opacity: Information visibility and the paradox of transparency in the digital age. *International Journal of Communication*, 10, 15.

Sun, P.-C., & Cheng, H. K. (2007). The design of instructional multimedia in e-Learning: A Media Richness Theory-based approach. *Computers & Education*, 49(3), 662–676.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). Using multivariate statistics (Vol. 5). Pearson Boston, MA.

Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). Computer mediated communication. Sage.

Tu, C.-H., & McIsaac, M. (2002). The Relationship of Social Presence and Interaction in Online Classes. *American Journal of Distance Education*, 16(3), 131–150. https://doi.org/10.1207/S15389286AJDE1603_2

Whitney, F. (1963). The elements of research.

Yao, M. Z., & Ling, R. (2020). "What is computer-mediated communication?"—An introduction to the special issue. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 4–8.