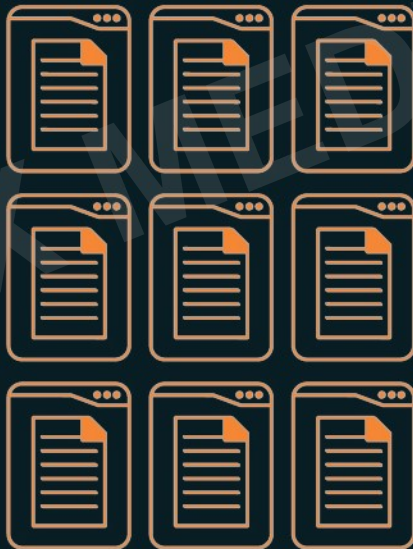


Transformasi Komunikasi Digital Menuju Indonesia Berkelanjutan

Komunikasi dan Literasi Digital Bagi Masyarakat

3



A'ang Chaarnailan, Adinda Arifiah, Alfina Injily Seftyani, Ali Alamsyah Kusumadinata, Andreas Tri Pamungkas, Anggun Anindya Sekarningrum, Aprianti Pratiwi, Aurelia Regina Cahyawangsa, Chelsy Yesicha, Devi Wening Astari, Dorien Kartikawangi, Erna Febriani, Fadli Muhammad Athalarik, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, Koesworo Setiawan, Kurniawaty Yusuf, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Maria Fitriah, Mazdalifah, Metha Madonna, Muhamad Rosit, Muhammad Nur Ichsan, Mujahidah Afifah, Mutiara Jayadi, Nadia Amalia, Najla Shafa, Ni Putu Yunita Anggreswari, Prida Ariani Ambar Astuti, Raden Arditya Mutwara Lokita, Rini Sudarmanti, Robby Firliandoko, Rosmala, Ruhimat, Sahri Afiah Ramadiansyah, Salman, Sintia Paramita, Stara Asrita, Susi Artuti Erda Dewi, Tenia Vina Safira, Thomas Bambang Pamungkas, Tiara Lie Kamilatin, Umar Halim, Undang Suryatna, Vanessa Orlando, Vania Valencia, Wiwid Adiyanto

**TRANSFORMASI
KOMUNIKASI DIGITAL
MENUJU INDONESIA
BERKELANJUTAN:
KOMUNIKASI DAN
LITERASI DIGITAL
BAGI MASYARAKAT**

ELEX MEDIA



Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

TRANSFORMASI KOMUNIKASI DIGITAL MENUJU INDONESIA BERKELANJUTAN: KOMUNIKASI DAN LITERASI DIGITAL BAGI MASYARAKAT

A'ang Chaarnaillan, Adinda Arifiah, Alfina Injily Seftyani, Ali Alamsyah Kusumadinata, Andreas Tri Pamungkas, Anggun Anindya Sekarningrum, Aprilianti Pratiwi, Aurelia Regina Cahyawangsa, Chelsy Yesicha, Devi Wening Astari, Dorien Kartikawangi, Erna Febriani, Fadli Muhammad Athalarik, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, Koesworo Setiawan, Kurniawaty Yusuf, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Maria Fitriah, Mazdalifah, Metha Madonna, Muhamad Rosit, Muhammad Nur Ichsan, Mujahidah Afifah, Mutiara Jayadi, Nadia Amalia, Najla Shafa, Ni Putu Yunita Anggreswari, Prida Ariani Ambar Astuti, Raden Arditya Mutwara Lokita, Rini Sudarmanti, Robby Firliandoko, Rosmala, Ruhimat, Sahri Aflah Ramadiansyah, Salman, Sinta Paramita, Stara Asrita, Susi Artuti Erda Dewi, Tenia Vina Safira, Thomas Bambang Pamungkas, Tiara Lie Kamilatin, Umar Halim, Undang Suryatna, Vanessa Orlando, Vania Valencia, Wiwid Adiyanto

PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO



TRANSFORMASI KOMUNIKASI DIGITAL MENUJU INDONESIA
BERKELANJUTAN: KOMUNIKASI DAN LITERASI DIGITAL
BAGI MASYARAKAT

©2025, A'ang Chaarnaillan, Adinda Arifiah, Alfina Injily Seftyani, Ali Alamsyah Kusumadinata, Andreas Tri Pamungkas, Anggun Anindya Sekarningrum, Aprilianti Pratiwi, Aurelia Regina Cahyawangsa, Chelsy Yesicha, Devi Wening Astari, Dorien Kartikawangi, Erna Febriani, Fadli Muhammad Athalarik, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, Koesworo Setiawan, Kurniawaty Yusuf, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Maria Fitriah, Mazdalifah, Metha Madonna, Muhamad Rosit, Muhammad Nur Ichsan, Mujahidah Affah, Mutiara Jayadi, Nadia Amalia, Najla Shafa, Ni Putu Yunita Anggreswari, Prida Ariani Ambar Astuti, Raden Arditya Mutwara Lokita, Rini Sudarmanti, Robby Firliandoko, Rosmala, Ruhimat, Sahri Aflah Ramadiansyah, Salman, Sinta Paramita, Stara Asrita, Susi Artuti Erda Dewi, Tenia Vina Safira, Thomas Bambang Pamungkas, Tiara Lie Kamilatin, Umar Halim, Undang Suryatna, Vanessa Orlando, Vania Valencia, Wiwid Adiyanto

Editor Asplikom : Ayu Lestari, Adinda Arifiah, Rosanah, Latifa Ramonita, Tatik Yuniarti, Agustinus Rusdianto Berto, Safrudiningsih

Editor penerbit: Miya'z

Penata letak: Divya P.K.

Desain sampul: Jaripagi

Hak cipta dilindungi undang-undang

Diterbitkan pertama kali oleh Penerbit PT Elex Media Komputindo

523028122

ISBN: 978-623-00-6992-5 (PDF)

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan menerjemahkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Dicetak oleh Percetakan PT GRAMEDIA, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab percetakan

The page features a decorative background of a light gray circuit board pattern with various lines, squares, and circles. The word "PRAKATA" is centered in a bold, black, sans-serif font.

PRAKATA

Komunikasi digital telah menjadi kekuatan utama yang menghubungkan masyarakat, mempercepat pertukaran informasi, serta mendukung tercapainya tujuan pembangunan yang lebih inklusif, adil, dan ramah lingkungan di tengah dinamika perubahan global yang semakin pesat. Komunikasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, mendorong partisipasi aktif, dan menyediakan platform untuk inovasi yang berfokus pada keberlanjutan.

Pada konteks SDGs, transformasi ini memungkinkan kita untuk lebih mudah mengakses informasi mengenai isu-isu lingkungan, sosial, dan ekonomi yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan. Lebih dari itu, teknologi digital juga dapat mempercepat upaya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, masyarakat, dan organisasi internasional untuk mencapai target SDGs, seperti pengurangan kemiskinan, pemerataan pendidikan, dan perlindungan lingkungan.

Pencapaian tujuan melalui transformasi komunikasi digital harus dilakukan secara bijaksana dan inklusif. Kita perlu memastikan bahwa semua lapisan masyarakat, termasuk yang berada di daerah terpencil, dapat merasakan manfaat dari teknologi ini. Oleh karena itu, penting untuk memastikan kesetaraan akses, literasi digital yang memadai, serta penerapan solusi yang ramah lingkungan dalam pengembangan teknologi.

Percepatan pencapaian SDGs dapat diupayakan melalui penggunaan komunikasi digital yang efektif dan menciptakan Indonesia yang lebih berkelanjutan, lebih sejahtera, dan lebih berdaya saing di tingkat global. Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Koordinator Wilayah Jabodetabek berupaya untuk dapat berkontribusi dalam pencapaian tujuan-tujuan SDGs yang ditargetkan tercapai di tahun 2030 mendatang. Salah satunya adalah dengan penulisan buku ini yang diharapkan dapat menjadi sarana yang nyata dalam mengomunikasikan isu-isu permasalahan pembangunan berkelanjutan dan upaya dalam pencapaian tujuan-tujuan SDGs.

Gagasan-gagasan serta pengalaman yang dituangkan dalam artikel buku ini menjadi *sharing knowledge* yang sangat berarti dan memberikan sumbangsih yang nyata bagi pembaca dan semua stakeholders serta lapisan masyarakat. Semoga buku ini memberikan manfaat yang besar dalam rangka pencapaian SDGs di Indonesia.

Jakarta, Januari 2025

Ketua Aspikom Korwil Jabodetabek


Dr Rini Sudarmanti, M.Si



SEKAPUR SIRIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat-Nya, buku bunga rampai ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini merupakan bagian dari kegiatan Jambore Nasional Komunikasi (JNK) Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Jabodetabek. Buku ini ditulis oleh para akademisi yang sebagian besar berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi di wilayah Jabodetabek.

Tema besar yang diangkat dalam Book Chapter ini **“TRANSFORMASI KOMUNIKASI DIGITAL MENUJU INDONESIA BERKELANJUTAN”**. Buku yang Anda baca ini merupakan seri pertama yang bertajuk **“Komunikasi dan Literasi Digital Bagi Masyarakat”**. Kehadiran buku ini diharapkan memberikan kontribusi dalam upaya pencapaian SDGs. Isi buku ini terdiri dari beberapa sub tema kajian antara lain:

1. Komunikasi Digital Sebagai Penggerak Perubahan Sosial
 2. Literasi Digital Sebagai Kunci Pemberdayaan Masyarakat Indonesia
- 

Kajian-kajian tema di atas diharapkan dapat berperan memberikan sumbangsih dalam upaya pencapaian SDGs. Semoga dengan hadirnya buku ontologi ini dapat memberikan Gambaran dan pandangan terkait dengan gagasan dalam permasalahan di masyarakat terkait dengan program-program SDGs.

Selamat membaca!

Jakarta, 8 Januari 2025

Tim Editor

ELEX MEDIA



DAFTAR ISI

Prakata	v
Sekapur sirih	vii
KOMUNIKASI DIGITAL SEBAGAI PENGGERAK	
PERUBAHAN SOSIAL.....	1
Media Pilihan Generasi Z dalam Membangun Toleransi Kehidupan Beragama di Indonesia.....	2
Prida Ariani Ambar Astuti	
Cuitan Membangun Gerakan: Media Sosial X Sebagai Motor Sosial	14
Anggun Anindya Sekarningrum, Devi Wening Astari, Raden Arditya Mutwara Lokita	
Komunikasi Advokasi Digital: Membangun Kesadaran Masyarakat Indonesia Mengenai Keberadaan ODGJ oleh Pratiwi Noviyanthi	25
Aprilianti Pratiwi, Najla Shafa, Mutiara Jayadi, Tenia Vina Safira	
Peran Komunikasi Digital dalam Menyikapi Rasisme di Sepakbola Eropa Saat Ini.....	38
Fadli Muhammad Athalarik	
Komunikasi Digital sebagai Agitasi Agen Perubahan Sosial	49
Ruhimat, Ali Alamsyah Kusumadinata, Robby Firliandoko	



Komunikasi Digital Sebagai Penggerak Perubahan Sosial	60
Sahri Aflah Ramadiansyah	
Perubahan Sosial Melalui Gerakan Lingkungan "Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBali)"	73
Ni Putu Yunita Anggreswari, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih	
Analisis Transformasi Komunikasi Digital: Studi pada Keberlanjutan Ibu Kota Nusantara.....	86
Rosmala, Chelsy Yesicha, A'ang Chaarnaillan, Susi Artuti Erda Dewi	
Transformasi Digital untuk Ketahanan dan Keberlanjutan: Menerapkan Difusi Inovasi dalam Masyarakat	105
Dorien Kartikawangi	
LITERASI DIGITAL SEBAGAI KUNCI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT INDONESIA.....	126
Bijak Bermedia Sosial dalam Membangun Personal Branding Siswa-siswi Menengah Pertama....	
	127
Sinta Paramita, Vanessa Orlando, Alfina Injily Seftyani, Aurelia Regina Cahyawangsa, Vania Valencia	
Konten Media Sosial Menginspirasi dalam Meningkatkan Kompetensi Masyarakat.....	136
Salman, Erna Febriani	
Cyberbullying di Era Generasi Z: Tantangan dan Strategi Pencegahan.....	147
Adinda Arifiah	
Literasi Digital dan Keterbukaan Informasi Publik dalam <i>E-Government</i>	159
Muhamad Rosit, Umar Halim, Thomas Bambang Pamungkas	

Literasi Hoaks untuk Perilaku Berbagi Informasi Baik di Media Sosial.....	171
Loina Lalolo Krina Perangin-angin	
Literasi Media Digital dan Pemberdayaan Perempuan Berbasis Kearifan Lokal di Kota Binjai	184
Mazdalifah	
Media Sosial Sebagai Kanal Cyber Extension Membangun Ketahanan Keluarga dari Dampak Destruktif Internet	195
Metha Madonna, Novrian	
Literasi Digital: Ancaman Pornomedia bagi Kalangan Pelajar	208
Muhammad Nur Ichsan	
Urgensi Literasi Media Digital Berbasis Pemberdayaan Perempuan.....	220
Rini Sudarmanti, Kurniawaty Yusuf	
Jalan Terjal Membangun Literasi di Tengah Kooptasi Bisnis dan Kekuasaan.....	234
Koesworo Setiawan, Mujahidah Afifah, Tiara Lie Kamilatin	
Kontenmu Membuatku Bergairah: Pornografikasi di Media Sosial.....	247
Wiwid Adiyanto, Stara Asrita, Andreas Tri Pamungkas	
Literasi Media: Transformasi Era Digital Melalui Pemberdayaan Perempuan Wujudkan Pembangunan Berkelanjutan	261
Maria Fitriah, Undang Suryatna, Nadia Amalia	

A decorative background pattern of a circuit board with various components like resistors, capacitors, and traces, rendered in a light gray color.

SINOPSIS

Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan literasi digital menjadi fondasi utama bagi masyarakat untuk menghadapi tantangan teknologi informasi yang semakin kompleks. Buku ini mengupas tuntas bagaimana komunikasi digital dapat dioptimalkan untuk memperkuat literasi masyarakat, membangun kesadaran kritis, serta menciptakan peluang pemberdayaan di berbagai bidang.

Melalui pendekatan yang informatif dan berbasis penelitian, buku ini menjelaskan empat pilar literasi digital—keterampilan, budaya, etika, dan keamanan digital—yang dirancang untuk membantu pembaca memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Buku ini juga menyajikan studi kasus menarik tentang bagaimana teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial, membuka akses informasi yang lebih inklusif, dan menciptakan ruang bagi dialog lintas komunitas.

Ditulis dengan gaya yang menarik dan mudah dipahami, namun tetap kaya akan data dan referensi akademik, buku ini menjadi bacaan wajib bagi dosen dan mahasiswa yang ingin menggali lebih dalam peran literasi digital dalam memajukan masyarakat. Buku ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis, tetapi juga alat praktis untuk menghadapi tantangan era digital, menjadikannya investasi intelektual yang berharga.

Buku ini menginspirasi pembaca untuk menjadi bagian dari transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

KOMUNIKASI DIGITAL SEBAGAI PENGGERAK PERUBAHAN SOSIAL

ELEX MEDIA



Media Pilihan Generasi Z dalam Membangun Toleransi Kehidupan Beragama di Indonesia

Prida Ariani Ambar Astuti¹

**¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan
Humaniora, Universitas Kalbis**

prida.astuti@kalbis.ac.id¹

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami tantangan yang signifikan terkait dengan pelanggaran hak asasi manusia dan meningkatnya intoleransi, terutama dalam konteks kebebasan beragama. Salah satu insiden yang menggemparkan ialah pengeboman tiga gereja di Surabaya pada 13 Mei 2018, yang menyebabkan banyak korban jiwa. Insiden ini memicu perhatian terhadap empat hak asasi manusia yang dilanggar, yaitu hak untuk hidup, kebebasan dari rasa takut, hak atas rasa aman, dan kebebasan untuk memeluk agama (Kompas, 2018).

Kejadian-kejadian semacam ini menunjukkan adanya pelanggaran serius terhadap nilai-nilai kemanusiaan yang harus dilindungi. Dalam rangka menangkal intoleransi dan mempromosikan keberagaman, Keuskupan Agung Jakarta (KAJ) mencanangkan Tahun Persatuan dengan tema "Amalkan Pancasila: Kita Bhinneka, Kita Indonesia". Pencanangan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai Pancasila sebagai landasan bagi kehidupan berbangsa dan bernegara (Suharyo, 2018).

Generasi Z sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi informasi dan komunikasi memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan nilai-nilai Pancasila dan kebhinekaan. Beberapa penelitian yang mengambil tema tentang toleransi menghasilkan temuan adanya sikap generasi Z yang beragam terhadap intoleransi. Sebuah survei yang dilakukan oleh International Non-Governmental Organization Forum on Indonesian Development (INFID) pada 2021 menemukan bahwa mayoritas responden dari generasi Z memiliki sikap positif terhadap inklusivitas. Sebanyak 97% responden merasa dapat berhubungan baik dengan warga yang berbeda agama dalam lingkungan pendidikan dan pekerjaan. Selain itu, 82% merasa nyaman bergaul dengan orang yang berbeda agama, dan 84% tidak setuju dengan pemisahan tempat tinggal berdasarkan kelompok agama (Infid, 2022).

Namun, terdapat juga indikasi bahwa sebagian generasi Z terpapar pada pandangan intoleran. Penelitian oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada 2017 menunjukkan bahwa 51,1% responden mahasiswa dan siswa beragama Islam memiliki opini intoleran terhadap aliran Islam minoritas seperti Ahmadiyah dan Syiah. Selain itu, 34,3% responden memiliki opini intoleran terhadap kelompok agama lain selain Islam (Muthahhari, 2017). Faktor-faktor seperti pendidikan agama dan akses informasi melalui media sosial berperan dalam membentuk pandangan ini. Sebanyak 48,95% responden merasa bahwa pendidikan agama memiliki porsi besar dalam memengaruhi mereka agar tidak bergaul dengan pemeluk agama lain (Muthahhari, 2017). Selain itu, media sosial menjadi platform yang berpengaruh dalam menyebarkan pesan-pesan intoleransi di kalangan generasi Z (Indiraphasa, 2023).

Secara keseluruhan, meskipun sebagian besar generasi Z di Indonesia menunjukkan sikap toleran dan mendukung keberagaman, terdapat tantangan dalam mengatasi pandangan intoleran. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi media yang efektif untuk mengomunikasikan nilai-nilai kebhinekaan dan Pancasila kepada generasi Z guna membangun toleransi di masyarakat Indonesia yang plural.

PEMBAHASAN

Media sosial telah berkembang dari platform jejaring sosial sederhana menjadi ekosistem komunikasi yang kompleks dan dinamis. Dengan berbagai jenis, kelebihan, dan kekurangan, serta karakteristik yang unik, media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda.

Karakteristik media sosial mencerminkan evolusi komunikasi manusia pada era digital. Pertama, interaktivitas adalah fitur kunci yang membedakan media sosial dari media tradisional. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, *likes*, dan *share*. Kedua, *user-generated content* menjadi dasar dari banyak platform media sosial, yang mana konten dihasilkan oleh pengguna itu sendiri. Ini memberikan suara kepada individu dan memungkinkan mereka untuk berkontribusi dalam diskusi yang lebih luas. Ketiga, aksesibilitas adalah ciri lain yang signifikan karena pengguna dapat mengakses media sosial dari berbagai perangkat, termasuk *smartphone*, *tablet*, dan komputer. Hal ini memungkinkan komunikasi yang lebih fleksibel dan berkelanjutan. Terakhir, kecepatan informasi menjadi salah satu aspek paling mencolok dari media sosial, yang mana berita, tren, dan informasi dapat menyebar dengan cepat, menciptakan fenomena viral yang dapat memengaruhi opini publik dalam waktu singkat.

Membangun toleransi kehidupan beragama di kalangan generasi Z di Indonesia merupakan tantangan yang kompleks, mengingat latar belakang sosial dan budaya yang beragam serta tingginya penetrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi Z, yang lahir dalam era digital, memiliki cara unik dalam berinteraksi dengan media dan informasi. Media yang menjadi pilihan utama generasi Z adalah media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menawarkan aksesibilitas tinggi serta kemampuan untuk berbagi konten secara cepat dan interaktif. Instagram, dengan fokus visual yang kuat, dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan toleransi beragama melalui gambar, infografis, dan video pendek. TikTok, sebagai platform yang makin populer di kalangan generasi muda, memungkinkan pembuatan video pendek yang kreatif dan menyentuh emosi. Generasi Z dapat mengembangkan tantangan (*challenge*) yang mengangkat tema toleransi, dengan cara yang menyenangkan dan inspiratif. Sementara itu, YouTube memberikan kesempatan untuk menyajikan diskusi yang lebih mendalam, menyediakan video berdurasi lebih panjang tentang isu-isu terkini terkait keberagaman.

Selain media sosial, *podcast* dan platform *audio streaming* seperti Spotify dan Apple Podcasts juga menarik perhatian generasi Z. Dengan sifat yang fleksibel, pengguna dapat mengakses konten kapan saja dan di mana saja, membuatnya lebih mudah diintegrasikan ke dalam rutinitas

sehari-hari. Konten audio memungkinkan diskusi yang lebih mendalam dan informatif mengenai tema-tema toleransi beragama, serta mempertemukan tokoh agama dan akademisi dalam dialog yang konstruktif. Pendengar dapat terlibat dalam pembelajaran yang lebih intim, mengingat *podcast* sering kali memiliki format yang lebih personal. Dengan meningkatnya popularitas *podcast*, banyak kreator mulai membuat konten yang menyentuh isu-isu sosial dan toleransi beragama sehingga menambah pengetahuan dan wawasan di kalangan generasi muda. Namun, tantangan yang dihadapi adalah menjamin kualitas dan keakuratan informasi yang disajikan, mengingat tidak semua *podcast* melalui proses verifikasi yang ketat.

Platform *game online* merupakan pilihan menarik lainnya bagi generasi Z, yang sering kali mencari hiburan sekaligus interaksi sosial. *Game online* memungkinkan pemain dari berbagai lokasi untuk berinteraksi dan bermain bersama secara *real-time*, menciptakan pengalaman kolaboratif yang mendukung pembelajaran toleransi. Banyak *game* menawarkan elemen cerita yang mendalam, yang mana pemain dapat mengeksplorasi dinamika sosial antarkarakter dari latar belakang agama yang berbeda. Dengan cara ini, *game* dapat menyampaikan pesan tentang kerja sama dan saling menghormati. Kelebihan dari platform *game online* termasuk aksesibilitas yang luas dan interaksi sosial yang tinggi. *Game* yang dirancang dengan elemen edukatif dapat

menanamkan nilai-nilai toleransi secara tidak langsung, memberikan pengalaman yang mengajari pemain tentang pentingnya memahami perspektif orang lain. Namun, tantangan yang ada adalah memastikan bahwa konten yang disajikan dalam *game* mendukung pesan toleransi dan tidak memperkuat stereotip atau prejudis yang ada.

Generasi Z memang lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial, tetapi blog dan artikel *online* tetap memainkan peran penting dalam membangun toleransi beragama. Konten seperti artikel opini dan liputan khusus dapat menarik perhatian generasi Z jika dikemas dengan gaya penulisan yang interaktif dan relevan dengan aktivitas mereka. Blog memberikan ruang bagi generasi muda untuk berbagi pengalaman, pandangan, dan pengetahuan tentang pluralisme agama. Kelebihan blog dan artikel *online* adalah kemampuannya untuk menyajikan konten yang mendalam dan terfokus pada topik tertentu, yang sering kali tidak dapat ditemukan di media sosial. Generasi Z, meskipun menyukai informasi cepat, juga mencari tulisan yang memberikan wawasan lebih luas. Dengan komentar dan diskusi yang disediakan, blog dapat menciptakan ruang bagi interaksi antara penulis dan pembaca, meningkatkan rasa komunitas dan berbagi pengetahuan.

Platform digital interaktif, seperti forum diskusi *online* dan aplikasi berbasis komunitas, memungkinkan dialog terbuka antara individu dari latar belakang agama yang ber-

beda. Melalui fitur seperti komentar, *live chat*, dan sesi tanya jawab, pengguna dapat berbagi pandangan dan belajar dari perspektif lain. Platform ini berpotensi mengurangi kesalahpahaman dan stereotip yang sering kali menghambat toleransi antaragama. Kelebihan dari platform diskusi interaktif adalah kemampuannya untuk mempertemukan orang-orang dari latar belakang berbeda dan memberikan ruang bagi mereka untuk berbicara. Dengan memfasilitasi kolaborasi lintas komunitas, platform ini dapat menghasilkan inisiatif yang mempromosikan toleransi, seperti kampanye amal lintas agama. Namun, tantangan yang dihadapi adalah perlunya moderasi untuk memastikan diskusi tetap positif dan konstruktif, serta menghindari penyebaran ujaran kebencian.

Selain itu, film dan serial web juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan toleransi dengan cara yang kuat dan menyentuh emosi. Narasi yang menggambarkan konflik dan resolusi dalam konteks keberagaman agama dapat membantu audiens memahami kompleksitas pluralisme. Dengan representasi keberagaman yang positif, film dapat menginspirasi sikap yang lebih toleran di kalangan penonton muda. Masyarakat dapat terlibat dalam diskusi tentang pesan yang disampaikan, memicu kesadaran dan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya toleransi.

Terakhir, platform edukasi *online* menawarkan aksesibilitas dan fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan peng-

guna untuk belajar tentang isu-isu sosial dan toleransi beragama dengan cara yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai kursus dan materi yang tersedia, generasi Z dapat mendalami topik-topik terkait pluralisme agama dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang toleransi. Ini menjadi penting, mengingat kebutuhan untuk mendidik generasi muda dalam nilai-nilai keberagaman di Indonesia yang sangat plural.

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Dengan menggabungkan berbagai jenis media yang relevan dengan karakteristik generasi Z, pesan toleransi kehidupan beragama dapat disampaikan secara efektif. Melalui konten yang kreatif, interaktif, dan relevan, generasi muda dapat terlibat dalam pembelajaran dan diskusi yang mendukung harmoni antaragama di Indonesia. Kunci keberhasilan terletak pada kolaborasi antara pemerintah, tokoh agama, dan publik untuk memanfaatkan media ini secara efektif, dengan harapan dapat menciptakan masyarakat yang lebih toleran dan damai. Namun, tantangan seperti konten sensitif, keterbatasan teknologi, dan penerimaan masyarakat harus diatasi untuk mencapai hasil yang lebih efektif. Pendekatan yang tepat dalam desain konten, kolaborasi lintas agama, dan kampanye yang berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya hidup harmonis dalam keberagaman agama.

REFERENSI

- Indiraphasa, N.S. 2023. "Media Sosial Jadi Platform Paling Berpengaruh Sebar Intoleransi di Kalangan Gen Z". *NU Online*. <https://nu.or.id/nasional/media-sosial-jadi-platform-paling-berpengaruh-sebar-intoleransi-di-kalangan-gen-z-nL4rm>
- Infid. 2022. "Sikap Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap Toleransi, Kebinekaan, dan Kebebasan Beragama di Indonesia". <https://infid.org/sikap-generasi-milenial-dan-generasi-z-terhadap-toleransi-kebinekaan-dan-kebebasan-beragama-di-indonesia/>
- Kompas. 2018. "Komnas HAM Kecam Aksi Teror Bom Gereja di Surabaya". *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/13/16410281/komnas-ham-kecam-aksi-teror-bom-gereja-di-surabaya>
- Muthahhari, T. 2017. "Survei UIN Jakarta: Intoleransi Tumbuh di Banyak Sekolah dan Kampus". *Tirto.id*. <https://tirto.id/survei-uin-jakarta-intoleransi-tumbuh-di-banyak-sekolah-dan-kampus-czQL>
- Suharyo, I. 2018. "Surat Gambala Uskup KAJ: Mengawali Tahun Persatuan 2018, 'Kita Bhinneka – Kita Indonesia'". <http://www.sesawi.net/surat-gembala-uskup-kaj-mengawali-tahun-persatuan-2018-kita-bhinneka-kita-indonesia/#>



BIOGRAFI PENULIS



Awalnya, Prida berprofesi sebagai *Public Relations Officer* dan penyiar radio. Kemudian memutuskan beralih profesi menjadi dosen karena ingin mengajak generasi muda Indonesia mandiri. Setelah menyelesaikan Program Doktorat melalui beasiswa Indian Council for Cultural Relations di North-Eastern Hill University, Prida menekuni topik *corporate image, reputation, branding*, dan *political knowledge* dengan ID Sinta 672012 dan ID Scopus 57214556929.

Cuitan Membangun Gerakan: Media Sosial X sebagai Motor Sosial

Anggun Anindya Sekarningrum¹, Devi Wening Astari²,
Raden Arditya Mutwara Lokita³,

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom
Yogyakarta

anindyanggun@amikom.ac.id¹,
deviweningastari@amikom.ac.id²,
ardityamutwara@amikom.ac.id³,

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial makin dominan dalam memengaruhi tindakan dan pola pikir masyarakat. Media sosial X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter, adalah salah satu platform yang sangat membantu dalam mempercepat penyebaran informasi dan meningkatkan kesadaran publik terhadap berbagai isu yang berkembang di sekitar. Berbeda dengan jenis media massa tradisional, yang membutuhkan waktu lebih lama untuk menyebarkan informasi, media sosial X memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam diskusi secara langsung dan spontan. Dengan

fenomena ini, komunikasi digital memiliki potensi besar untuk menjadi alat penggerak perubahan sosial sehingga memungkinkan opini publik terbentuk dan tersebar lebih cepat daripada sebelumnya.

Sering kali, kontroversi suatu topik di media sosial mengarah pada tindakan di dunia nyata, seperti kampanye sosial, donasi, bahkan demonstrasi. Data terbaru menunjukkan bahwa X memiliki pengguna aktif yang mencakup lebih dari 24% orang Indonesia (We Are Social & Hootsuite, 2024). Banyaknya pengguna X ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekadar alat untuk berkomunikasi atau hiburan, bahkan sekarang mereka juga berperan sebagai alat untuk membentuk perspektif publik. Dalam sekejap, masalah seperti ketidakadilan sosial, perubahan iklim, dan hak asasi manusia dapat menjadi perhatian utama, menarik perhatian jutaan orang yang mungkin tidak dapat terhubung oleh media konvensional.

Pengguna media sosial X di Indonesia tidak hanya menerima informasi pasif, tetapi juga aktif menyuarakan pendapat mereka melalui fitur seperti *retweet*, *thread*, dan penggunaan *hashtag*, yang memungkinkan lebih banyak perhatian terhadap topik tertentu. Efek viralitas yang melibatkan individu, kelompok, dan *influencer* memperkuat fenomena ini. Efek viralitas mendorong partisipasi publik dalam menyelesaikan masalah yang muncul secara spontan (Rihhadatul'aisyi *et al.*, 2021).

Dengan memungkinkan berbagai kelompok masyarakat menyuarakan pendapat, membangun solidaritas, dan mengambil tindakan nyata, media sosial X memiliki kekuatan untuk mendorong perubahan sosial. Perubahan sosial yang berdampak luas, tidak hanya untuk kelompok tertentu. Di bagian berikutnya, akan mengeksplorasi bagaimana media sosial X berperan dalam membangun gerakan sosial melalui viralitas, penguatan opini publik, dan dampak nyata pada masyarakat.

PEMBAHASAN

Viralitas di Media Sosial X dan Dampaknya pada Gerakan Sosial

Kemampuan X untuk membuat masalah menjadi viral dalam waktu singkat adalah salah satu keunggulannya di media sosial (Saquete *et al.*, 2022). *Retweet*, *like*, dan penggunaan *hashtag*, memungkinkan masalah tertentu mendapat perhatian luas komunitas pengguna. Di X, isu-isu viral seperti hak-hak sosial, ketidakadilan sosial, dan lingkungan sering mendapat perhatian besar, sering kali mendorong masyarakat untuk bertindak dalam dunia nyata (Karki, 2023).

Beberapa isu viral baru-baru ini di Indonesia menunjukkan peran besar X dalam gerakan sosial. Kampanye penolakan UU Cipta Kerja (*#TolakOmnibusLaw*), misalnya, menarik perhatian luas dan memicu aksi di banyak kota. Media sosial

X telah menunjukkan bahwa kekuatan viralitas ini dapat mengubah pendapat publik dan memicu tindakan nyata di lapangan. Viralitas isu seperti ini sangat memengaruhi kesadaran kolektif masyarakat, yang sering terlihat dalam tindakan nyata. Misalnya, ketika bencana alam terjadi, tagar #PrayforCianjur untuk membantu korban gempa bumi di Cianjur menarik dukungan publik yang luar biasa. Ribuan cuitan tersebar, tidak hanya memberikan informasi tentang kondisi lapangan, tetapi juga mengajak orang-orang untuk berdonasi atau membantu.

Aktivis X telah membantu mendorong berbagai inisiatif lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik atau gerakan membersihkan pantai. Menurut penelitian dari Pew Research Center (2021), kesadaran kolektif dapat dibentuk oleh setiap cuitan yang mendapat tanggapan luas, terutama ketika dibagikan oleh pengguna dengan berbagai pengikut (Mitchell *et al.*, 2021).

Persepsi publik dapat dipengaruhi secara signifikan oleh keterlibatan dengan pesan kuat atau topik yang menceritakan peristiwa penting (Liao, 2023). Media sosial X telah berkembang menjadi platform di mana diskusi panjang sering kali memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu masalah. Sebuah *thread* viral sering mengandung data, fakta, dan bukti visual yang menarik, seperti infografik atau foto, yang mendorong pembaca untuk bertindak atau menyuarakan pendapat mereka (Castro-Martínez & Díaz-Morilla, 2021).

Thread dan *cuitan* yang membahas rincian penting juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, bahkan membentuk persepsi mereka. José van Dijck, seorang peneliti media sosial, mengatakan bahwa karena kontennya dan kecepatan penyebarannya yang luas, viralitas *thread* ini sangat penting (Kaun, 2014). Orang-orang yang tidak terlalu memperhatikan masalah ini akhirnya dipaksa untuk mendukung atau bahkan terlibat dalam gerakan sosial yang sesuai dengan prinsip dan kepentingan mereka.

Isu yang viral di media sosial memberikan efek gema. Efek gema atau gaung terjadi ketika pendapat atau informasi tertentu diperkuat melalui pembagian dan pengulangan berulang di antara kelompok orang yang memiliki perspektif yang sama. Efek gema, yang terjadi di X, terjadi ketika suatu masalah dibahas di komunitas tertentu akan menghasilkan "ruang gema" atau kamar *echo* yang mendukung pendapat atau kepercayaan tertentu (Winarno, 2024). Ini terbukti dalam hal-hal seperti demonstrasi terhadap kebijakan kontroversial, yang mana komunitas yang setuju saling mendukung dan mendorong tindakan di luar platform (Christians et al., 2016).

Gaung ini meningkatkan rasa solidaritas dan dorongan untuk bertindak di luar dunia digital. Misalnya, aktivis, mahasiswa, dan kelompok masyarakat sipil berkali-kali membagikan pesan serupa dalam konteks #ReformasiDikorupsi. Suara ini juga dapat mempercepat mobilisasi aksi sosial karena per-

sepsi bahwa banyak orang mendukung masalah tersebut, mendorong orang untuk bertindak.

Aksi Nyata sebagai Dampak dari Pergerakan Digital

Media sosial X bukan hanya tempat untuk berbicara, melainkan juga alat yang berguna untuk mendorong masyarakat melakukan tindakan nyata (Shahbaznezhad *et al.*, 2021). Beberapa contoh menunjukkan bahwa masalah viral di X memicu aktivitas di dunia nyata. Ini termasuk demonstrasi damai, penggalangan dana, dan penciptaan kelompok sukarelawan. Misalnya, gerakan #BersihkanIndonesia mendapat dukungan besar dari aktivis dan komunitas lingkungan. Karena kesadaran masyarakat akan pentingnya mempertahankan kelestarian alam, mereka berpartisipasi dalam kegiatan pembersihan di berbagai tempat. Ini adalah contoh nyata dari aksi kolektif digital (Milfont *et al.*, 2020).

Gerakan lainnya ialah ketika tagar #KawalPutusanMK menjadi *trending topic* di media sosial X. Tagar ini dibuat sebagai tanggapan publik terhadap putusan kontroversial Mahkamah Konstitusi (MK). Ribuan netizen berdebat tentang keputusan penting tersebut tentang masalah ini di internet. Mereka menggunakan tagar tersebut untuk mengungkapkan pendapat, kekhawatiran, dan dukungan terhadap keputusan MK. Seorang pengguna X menulis, "Kita harus tetap fokus pada putusan MK ini," dalam salah satu cuitan yang sangat dibicarakan. Problem yang dibuat-buat

tidak boleh mengalihkan perhatian kita. #KawalPutusanMK Cuitan ini menerima ribuan *retweet* dan *like*, menunjukkan betapa masyarakat ingin mengamati apa yang terjadi terkait keputusan MK.

Influencer sangat penting untuk menyebarkan dan memperkuat gerakan sosial di X karena mereka tidak hanya memiliki banyak pengikut, tetapi juga sering kali menjadi penyambung lidah isu-isu sosial yang signifikan (Albadri, 2023). *Influencer* besar dengan jutaan pengikut dapat menarik perhatian besar terhadap isu tertentu, sementara *micro-influencer* biasanya lebih dekat dengan pengikutnya sehingga pesan yang mereka sampaikan dianggap lebih relevan dan diterima dengan baik oleh mereka.

Persepsi publik terhadap masalah sosial dan politik banyak dibentuk oleh pengaruh dari cuitan atau ucapan *influencer*. Dalam beberapa kasus, dukungan *influencer* dapat membuat suatu kampanye atau masalah lebih terlihat, menarik perhatian masyarakat yang lebih luas (Casero-Ripollés, 2021). *Influencer* besar dan kecil telah menunjukkan kemampuan untuk menghubungkan dunia digital dengan kehidupan nyata.

SIMPULAN

Di Indonesia, media sosial X telah menjadi motor sosial yang kuat dalam membangun gerakan dan perubahan sosial. Dari protes kebijakan kontroversial hingga kampanye lingkungan hidup, platform ini telah menjadi tempat diskusi tentang masalah sosial dan politik dalam setahun terakhir. X memainkan peran penting dalam mempercepat transformasi sosial karena mereka memiliki kemampuan untuk membuat masalah menjadi viral, memengaruhi opini publik melalui cuitan dan *thread*, dan memobilisasi aksi nyata di dunia nyata. Karena interaksi pengguna meningkatkan kesadaran dan motivasi dalam komunitas tertentu, efek gema yang dihasilkan juga meningkatkan dorongan untuk bertindak. Akibatnya, X memungkinkan komunikasi digital untuk mendorong tindakan kolektif yang berdampak langsung pada masyarakat.

REFERENSI

- Albadri, Hani. A. 2023. "The Role and Impact of Social Media Influencers". *Information Sciences Letters*, 12(8): 2685–2696. <https://doi.org/10.18576/isl/120821>
- Casero-Ripollés, A. 2021. "Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data". *Sustainability*, 13(5): 2851. <https://doi.org/10.3390/su13052851>
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. 2021. "Twitterature: telling stories with the threads and resources of Twitter". *Ocnos. Revista de Estudios Sobre Lectura*, 20(1): 82–95. https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2481
- Christians, C.G., Fackler, M., Richardson, K.B., Kreshel, P.J., & Woods, R.H. 2016. "Media ethics: Cases and moral reasoning, tenth edition". In *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*, Tenth Edition. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315544199>
- Karki, T.K. 2023. "Role of Social Media in Facilitating Social Justice Movements and Advocacy in the Field of Social Work". *Current Trends in Information Technology*, 13(3): 1–7.
- Kaun, A. 2014. "Jose van Dijck: Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press. 2013. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 30(56). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v30i56.16314>

- Liao, C.H. 2023. "Exploring the Influence of Public Perception of Mass Media Usage and Attitudes towards Mass Media News on Altruistic Behavior". *Behavioral Sciences*, 13(8): 621. <https://doi.org/10.3390/bs13080621>
- Milfont, T.L., Osborne, D., Yogeewaran, K., & Sibley, C.G. 2020. "The Role of National Identity in Collective Pro-Environmental Action." *Journal of Environmental Psychology*, 72, 101522. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101522>
- Mitchell, A., Shearer, E.S., & Stocking, G. 2021. "News on Twitter: Consumed by Most Users and Trusted by Many".
- Rihhadatul'aisyi, N., Muthmainnah, S., Zahra, H. P., Putri, T.W., & Febrian, F.T. 2021. "Efek Twitter di Masa Pandemi Covid-19 pada Sikap dan Perilaku". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2): 205. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i2.4178>
- Saquete, E., Zubcoff, J., Gutiérrez, Y., Martínez-Barco, P., & Fernández, J. 2022. "Why are Some Social-media Contents More popular than Others? Opinion and Association Rules Mining Applied to Virality Patterns Discovery". *Expert Systems with Applications*, 197, 116676. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.116676>
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. 2021. "The Role of Social Media Content Format and Platform in Users' Engagement Behavior". *Journal of Interactive Marketing*, 53(1): 47–65. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.001>
- Winarno, S. 2024. Gaung "Peringatan Darurat" dan Gerakan Warganet. *Detik.Com*.



BIOGRAFI PENULIS



Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom. dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, menempuh pendidikan S-1 dan S-2 di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta. ID SINTA 6831133.

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=OQ3zK9wAAAJ&hl=en>

Devi Wening Astari, M.I.Kom. merupakan dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Memiliki *interest* penelitian terkait komunikasi interpersonal, sosiologi digital, literasi digital, dan berbagai isu terkait media. Adapun rekam jejaknya sebagai Dosen dapat dilihat melalui laman ID SINTA 6823129.

Google Scholar:

Devi Wening Astari - Google Scholar

Raden Arditya Mutwara Lokita, M.I.Kom. adalah dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Menempuh pendidikan S-1 dan S-2 di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. ID SINTA 6853610.

Google Scholar:

Raden Arditya Mutwara Lokita - Google Scholar

Komunikasi Advokasi Digital: Membangun Kesadaran Masyarakat Indonesia Mengenai Keberadaan ODGJ oleh Pratiwi Noviyanthi

**Aprilianti Pratiwi^{1*}, Najla Shafa², Mutiara Jayadi³, Tenia
Vina Safira⁴**

¹²³⁴**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila**

apilyantipratiwi@univpancasila.ac.id^{1*}

najlashafa75@gmail.com²

teniasafira03@gmail.com³

mutiarajayadi13@gmail.com⁴

PENDAHULUAN

Ketimpangan sosial merupakan salah satu fokus perhatian dalam agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs). Di Indonesia, ketimpangan sosial tampak jelas, terutama bagi kelompok marginal seperti orang dengan gangguan jiwa (ODGJ) yang sering kali terpinggirkan. Stigma masyarakat Indonesia mengenai ODGJ masih sangat negatif, misalnya pengucilan dan diskriminasi. Masyarakat Indonesia masih

menganggap tabu dan suatu aib apabila memiliki anggota keluarga yang mengalami gangguan mental (Ahmedani, 2011). ODGJ juga dilabeli sebagai orang yang berbahaya, harus dihindari, harus diusir, dan boleh dipasung (Firmawati *et al.*, 2023). Data ini memperlihatkan rendahnya pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap ODGJ, yang berdampak pada dukungan sosial yang terbatas serta perlakuan yang kurang manusiawi terhadap mereka.

Dalam merespons keberadaan ODGJ, masyarakat diharapkan mampu melakukan pendekatan yang lebih inklusif dan mendukung pemulihan mereka daripada memberikan stigma atau diskriminasi. Terlebih, permasalahan ODGJ secara langsung berkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) tujuan ke-3, yaitu kesehatan yang baik dan kesejahteraan (*good health and well-being*). Tujuan ini berfokus pada peningkatan kesehatan fisik dan mental seluruh populasi tanpa diskriminasi serta memastikan akses yang merata terhadap layanan kesehatan.

Terdapat sejumlah upaya yang dilakukan untuk mengentaskan permasalahan ODGJ di Indonesia, di antaranya melalui Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2014 tentang Kesehatan Jiwa (yang kini telah dilebur ke dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan). Namun, pada implementasinya, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2014 tentang Kesehatan Jiwa tidak sejalan antara pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah melalui Kementerian Sosial

ialah program bebas pasung dan perbaikan panti tempat penampungan ODGJ (Winurini, 2023).

Idealnya dilakukan upaya untuk menghapus stigma negatif terhadap ODGJ. Sartorius (2002) mencatat bahwa mengurangi stigma terhadap ODGJ tidak hanya memperbaiki kesejahteraan mental mereka, tetapi juga mengurangi beban sosial secara keseluruhan karena akan mendorong lebih banyak orang untuk mencari bantuan profesional.

Upaya lain yang dapat dilakukan untuk mengentaskan permasalahan ODGJ ialah dengan melakukan advokasi. Advokasi merupakan proses yang melibatkan serangkaian tindakan strategis yang dilakukan untuk memengaruhi keputusan kebijakan dan alokasi sumber daya di dalam sistem sosial, ekonomi, dan politik. Advokasi bertujuan untuk memperkuat posisi atau kondisi kelompok masyarakat yang memiliki kebutuhan khusus atau yang terpinggirkan (Cohen *et al.*, 2001).

Pratiwi Noviyanthi, mantan pramugari yang kini aktif sebagai Youtuber dan *influencer*, telah menjadi salah satu pelopor dalam mengadvokasi hak-hak ODGJ melalui kanal digitalnya. Dalam beberapa tahun terakhir, Pratiwi memanfaatkan platform digitalnya untuk membangun kesadaran publik mengenai stigma yang dihadapi ODGJ serta pentingnya dukungan masyarakat bagi kelompok rentan ini.

Advokasi yang dilakukan oleh Pratiwi Noviyanthi merupakan advokasi digital. Media digital berperan penting

dalam menghubungkan masyarakat dan menggalang dukungan dengan biaya yang relatif rendah. Melalui platform digital, advokat dapat menyebarkan informasi, mengajak orang terlibat, dan memberikan panggilan aksi (*call-to-action*) yang memungkinkan audiens berkontribusi, baik melalui dukungan materi maupun keterlibatan langsung. Dalam konteks ini, media digital meningkatkan efektivitas advokasi karena memudahkan pembentukan opini publik dan memfasilitasi kolaborasi dalam jaringan yang luas (Guo & Saxton, 2018).

Terdapat sejumlah riset terdahulu yang telah mengkaji mengenai Pratiwi Noviyanthi, di antaranya adalah riset yang dilakukan Budianti *et al.* (2024) mengenai wacana ODGJ pada konten YouTube Pratiwi Noviyanthi. Selanjutnya riset yang dilakukan oleh Santy & Qadzafi (2024) mengenai komodifikasi ODGJ pada konten Pratiwi Noviyanthi pada YouTube. Berdasarkan riset terdahulu tersebut, peneliti menemukan celah riset sebelumnya yang belum merambah ranah advokasi digital perspektif komunikasi untuk mengkaji konten YouTube Pratiwi Noviyanthi. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran Pratiwi Noviyanthi dalam melakukan advokasi digital dengan perspektif komunikasi untuk membangun kesadaran masyarakat Indonesia mengenai keberadaan ODGJ. Data dikumpulkan melalui analisis konten dari kanal YouTube dan akun Instagram Pratiwi serta berbagai sumber literatur terkait yang relevan.

PEMBAHASAN

Komunikasi Digital sebagai Sarana Advokasi

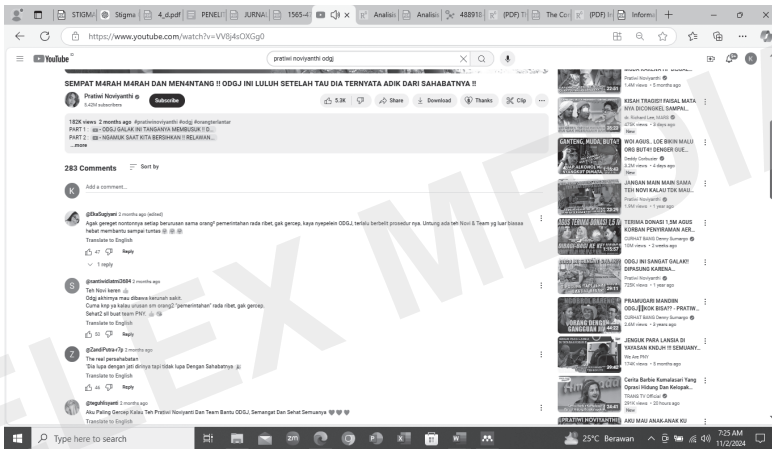
Santy & Qadzafi (2024) menjelaskan bahwa advokasi di media digital harus menggunakan pendekatan komunikasi yang berfokus pada interaksi dan partisipasi audiens. Mereka mengidentifikasi tiga strategi utama komunikasi digital agar dapat menciptakan advokasi yang efektif dengan jangkauan yang luas dan interaktif. Pratiwi Noviyanthi menggunakan kanal YouTube dan Instagram untuk menyampaikan informasi dan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya membantu ODGJ.

Berdasarkan laman profil kanal YouTube Pratiwi Noviyanthi, diketahui bahwa jumlah pengikut kanal ini sebanyak 5,42 juta dengan jumlah video yang telah diunggah sebanyak 2.900. Popularitas kanal ini dengan jumlah pengikut yang mencapai 5,42 juta dan koleksi video sebanyak 2.900 menunjukkan bahwa konten yang disajikan Pratiwi Noviyanthi berhasil menarik perhatian audiens dalam skala besar. Tingginya angka pengikut juga menunjukkan adanya ketertarikan publik terhadap isu-isu sosial, khususnya terkait ODGJ, yang menjadi fokus dari konten yang diunggahnya.

Mengubah Stigma Masyarakat terhadap ODGJ

Salah satu dampak utama dari aktivitas digital Pratiwi ialah peningkatan kesadaran publik terhadap isu ODGJ. Dalam

banyak videonya, Pratiwi membagikan cerita tentang perjuangan ODGJ serta berbagai bentuk bantuan yang diberikan kepada mereka. Upaya ini membantu mengurangi stigma masyarakat terhadap ODGJ dan memberikan pemahaman publik tentang pentingnya dukungan bagi kelompok rentan tersebut.



Gambar 1 Komentar Audiens Kanal Youtube Pratiwi Noviyanthi

Sumber: *Youtube.com*

Salah satu video dari kanal Youtube Pratiwi Noviyanthi dengan judul “SEMPAT M₄RAH M₄RAH DAN MEN₄NTANG !! ODGJ INI LULUH SETELAH TAU DIA TERNYATA ADIK DARI SAHABATNYA !!” menampilkan upaya Pratiwi dan tim dalam mengadvokasi ODGJ. Video tersebut diunggah pada 19 Agustus 2024 dan menampilkan seorang ODGJ yang awalnya

menunjukkan sikap agresif. Namun, setelah mengetahui bahwa seseorang yang datang menemuinya adalah adik sahabatnya, ia menjadi lebih tenang dan tersentuh.

Terdapat satu komentar dari audiens yang mencerminkan rasa frustrasi dan ketidakpuasannya terhadap birokrasi pemerintah yang dianggap lambat dan kurang responsif dalam menangani kasus ODGJ sebagaimana ditampilkan pada **Gambar 1**. Ungkapan ini mengandung kritik terhadap prosedur yang berbelit-belit dan kurangnya perhatian terhadap isu-isu ODGJ, yang pada akhirnya membuat masyarakat merasa bahwa kebutuhan kelompok rentan seperti ODGJ sering kali tidak menjadi prioritas bagi lembaga pemerintahan. Komentar ini juga memperlihatkan peran Pratiwi Noviyanthi dan timnya, yang dianggap sebagai pihak yang gercep (gerak cepat) dalam memberikan bantuan yang nyata bagi ODGJ.

Dampak Sosial dan Dukungan Publik

Pratiwi juga mengupayakan untuk menggerakkan dukungan publik melalui kampanye sosial di media digital, yang mana pengikutnya ikut memberikan sumbangan atau bahkan menjadi relawan untuk membantu ODGJ. Ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan penting sebagai alat dalam mengurangi ketimpangan sosial, sejalan dengan SDGs tujuan ke-10.

Advokasi yang dilakukan Pratiwi Noviyanthi telah menginspirasi pembentukan komunitas relawan, Sahabat Novi.

Data ini sebagaimana dikisahkan oleh Pratiwi Noviyanthi pada kanal Youtube Kitabisa.com yang diunggah pada 13 Januari 2022. Konten yang berjudul "Tanpa Relawan Aku Bukan Siapa-Siapa-Pratiwi Noviyanthi" mengisahkan komunitas Sahabat Novi yang terdiri atas individu-individu dari berbagai kota di Indonesia. Komunitas ini menggambarkan kepedulian kolektif masyarakat yang tidak hanya bersemangat untuk membantu ODGJ, tetapi juga bersedia berkolaborasi langsung dengan Pratiwi Noviyanthi. Kehadiran komunitas relawan ini menciptakan jaringan solidaritas yang luas dan mencerminkan kekuatan advokasi digital dalam mendorong masyarakat untuk bertindak, menjadikan dukungan bagi ODGJ sebagai gerakan sosial yang lebih besar. Upaya ini menjawab permasalahan yang dialami Indonesia yang hingga kini masih minim tenaga profesional untuk kesehatan jiwa (Kemenkes RI, 2021).

SIMPULAN

Pratiwi Noviyanthi telah menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ketimpangan sosial dengan membangun kesadaran dan solidaritas publik terhadap isu ODGJ. Advokasi yang konsisten dan terarah melalui media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung pencapaian SDGs. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut adalah dengan mengeksplorasi dampak jangka panjang dari kampanye digital serupa serta bagaimana kolaborasi dengan berbagai pihak dapat memperkuat advokasi ini.

REFERENSI

- Ahmedani, B.K. 2011. "Mental Health Stigma: Society, Individuals, and the Profession". *Journal of Social Work Values and Ethics*, 8(2): 41–416. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22211117> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC3248273>
- Budianti, R.A., Febriyanti, S.N., Info, A., & History, A. 2024. "Analisis Wacana Digital ODGJ (Orang dengan Gangguan Jiwa) pada Channel YouTube Pratiwi Noviyanthi". *JIIP (Jurnal Ilmiah Imu Pendidikan)*, 7(7): 6454–6462.
- Cohen, D., De la Vega, R., & Watson, G. 2001. *Advocacy for Social Justice: A Global Action and Reflection Guide*. Kumarian Press.
- Firmawati, Febriyona, R., & Rengkung, R. 2023. "Stigma Masyarakat terhadap Penderita Gangguan Jiwa di Wilayah Kerja Puskesmas Limboto Barat". *Jurnal Anestesi: Jurnal Ilmu Kesehatan dan Kedokteran*, 1(3): 1–12.
- Guo, C., & Saxton, G. D. 2018. "Tweeting Social Change: How Social Media Are Changing Nonprofit Advocacy". January 2013. <https://doi.org/10.1177/0899764012471585>
- Kemendes RI. 2021. "Kemendes Beberkan Masalah Permasalahan Kesehatan Jiwa di Indonesia". *Sehatnegeriku. Kemkes.Go.Id*. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20211007/1338675/kemendes-beberkan-masalah-permasalahan-kesehatan-jiwa-di-indonesia/>

- Santy, L. N., & Qadzafi, S.A. 2024. "The Commodification of People with Mental Disorders on Pratiwi Noviyanthi's YouTube Channel". *Jurnal Mediakita*, 8(2): 206–223. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i2.2228>
- Sartorius, N. 2002. "Iatrogenic Stigma of Mental Illness: Begins with Behaviour and Attitudes of Medical Professionals, Especially Psychiatrists". *BMJ: British Medical Journal*, 324(7352): 1470.
- Winurini, S. 2023. "Penanganan Kesehatan Mental". *Info Singkat*, XV(20): 21–25.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Dr. Aprilianti Pratiwi, S.S., M.I.Kom., dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila dengan ID Sinta 5997752. Merupakan lulusan Sarjana Sastra China Universitas Kristen Maranatha; Magister Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran; dan Doktor Komunikasi Pembangunan Pertanian Pedesaan Institut Pertanian Bogor. Rekam jejak riset dapat dilihat pada *link* Aprilyanti Pratiwi - Google Scholar

Najla Shafa, biasa dipanggil Najla, lahir di Jakarta, 29 September 2002. Merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila angkatan 2021. Najla aktif dalam organisasi kampus dan menjadi Brand Ambassador Universitas Pancasila. Ia merupakan alumnus SMP Negeri 255 Jakarta dan SMA Negeri 59 Jakarta.

Mutiara Jayadi lahir di Jakarta, 13 April 2003. Saat ini sedang menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila. Selama kuliah, ia aktif dalam organisasi kemahasiswaan. Di luar kampus, Mutiara juga aktif mengikuti beberapa kegiatan olahraga.

Tenia Vina Safira lahir di Garut pada 21 Januari 2003. Ia adalah mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila angkatan 2022. Sejak di bangku sekolah hingga kini, sering mengikuti kegiatan organisasi yang ada di dalam ataupun di luar sekolah dan kampus.

ELEX MEDIA



Peran Komunikasi Digital dalam Menyikapi Rasisme di Sepakbola Eropa Saat Ini

Fadli Muhammad Athalarik

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya**

✉ fadli.athalarik@dsn.ubharajaya.ac.id

PENDAHULUAN

Sepak bola secara populer disebut sebagai “permainan yang indah.” Hal ini sering kali dilakukan sebagai bentuk pengakuan terhadap olahraga tersebut sebagai suatu bentuk seni. Sama seperti seni, sepak bola terkadang dianggap sebagai tiruan kehidupan dan masyarakat. Realitas buruk dari tiruan ini sering terlihat dalam maraknya diskriminasi rasial, baik di dalam maupun di luar lapangan. Meskipun ada upaya dari para pemangku kepentingan untuk mengatasi diskriminasi dalam sepak bola, perilaku yang bermuatan rasial tetap ada.

Peristiwa, gerakan, dan perkembangan global terkini di semua bidang kehidupan termasuk sepak bola telah menjadi dorongan untuk penyelidikan lebih lanjut dan lebih mendalam tentang peran ras di dunia.

Eropa menjadi titik fokus dalam penulisan ini karena secara luas diakui bahwa benua ini merupakan pusat sepak bola di dunia. Keunggulan Eropa dalam mengembangkan infrastruktur, memprofesionalkan olahraga, mengembangkan bakat, dan mengumpulkan penonton global telah membantu mempertahankan posisinya sebagai pusat budaya dan keuangan sepak bola. Meskipun, budaya sepak bola secara keseluruhan terdiri atas komunitas internasional, sepak bola Eropa berada dalam posisi pengaruh yang unik dalam industri ini dan dengan demikian merupakan lembaga penting untuk dipelajari, khususnya ketika menyangkut diskriminasi rasial.

Posisi yang dihormati dalam industri ini menarik penggemar dan pemain sepak bola dari berbagai latar belakang di seluruh dunia, menjadikannya situs sosial yang signifikan yang mana perbedaan yang dirasakan dapat dirayakan atau digunakan sebagai alat yang memecah belah.

Sementara bahasa seputar ras dalam sepak bola terus berkembang, literatur telah menunjukkan keengganan dalam dunia sepak bola untuk mengakui diskriminasi rasial sebagai sistemik atau sebagai gejala dari masalah yang lebih luas dalam budaya sepak bola. Di balik kedok tim sepak bola

yang beragam, olahraga ini sering dianggap tidak membedakan warna kulit atau meritokratis yang menunjukkan bahwa keberhasilan pemain dan pemimpin dalam industri ini murni didasarkan pada prestasi. Studi bertentangan dengan persepsi ini dan menggambarkan bagaimana pengembangan profesional atau mobilitas pemain dan pemimpin non-kulit putih sering kali diremehkan.

Misalnya, temuan dari Laporan Indeks Badan Pengurus 2022, yang didukung oleh Fare Network, mengungkapkan bahwa lebih dari 80% peran pengurus dan senior sepak bola di Eropa sebagian besar dipegang oleh pria kulit putih, sedangkan kurang dari 4% dari posisi ini dipegang oleh pria dan wanita nonkulit putih. Statistik ini memberikan pengukuran status keragaman dalam kepemimpinan sepak bola, tetapi memberikan sedikit wawasan tentang praktik apa yang mungkin memungkinkan mekanisme pengecualian ini. Lebih jauh, angka-angka ini tidak cukup menjelaskan bagaimana hambatan, baik dalam prosedur perekrutan maupun budaya organisasi, memengaruhi pengalaman hidup pemain dan pemimpin sepak bola di lingkungan sepak bola.

Memahami peran ras dalam berbagai bidang ekosistem sepak bola ini dapat memberikan wawasan yang berpotensi berkontribusi untuk membuat ruang sepak bola lebih aman bagi semua pemangku kepentingan, khususnya mereka yang berasal dari kelompok terpinggirkan (Mashigo & van Sterkenburg, 2023).

Jika melihat fenomena yang terjadi saat ini, tidak bisa dimungkiri bahwa sepak bola saat ini sangat bersinggungan keras dengan rasisme yang terjadi saat ini, bahkan cenderung menimbulkan standar ganda di banyak kalangan sepak bola, khususnya di Eropa.

Perwujudan dari masalah sosial yang lebih dalam, rasisme adalah masalah yang sudah ada sejak puluhan tahun lalu dalam dunia sepak bola—terutama di Eropa, tetapi juga di seluruh dunia—yang telah diperparah oleh jangkauan media sosial dan keinginan yang makin besar bagi orang-orang untuk menyuarakannya. Denda tentu ada sebagai sebuah hukuman, begitu pun penutupan sebagian stadion. Namun, tidak ada hukuman yang lebih berat, seperti pengurangan poin atau pengusiran dari kompetisi. Biasanya hukuman tersebut diberikan untuk masalah seperti salah urus keuangan, bukan pelecehan rasial terhadap pemain. Hasilnya adalah rasa frustrasi dan ketidakberdayaan di antara pemain kulit hitam dan mereka yang ingin melindungi mereka. Kampanye dan slogan antirasisme disambut baik, tetapi makin dilihat sebagai simbolisme, terutama ketika denda yang dijatuhkan kepada klub atau federasi atas pelecehan rasial yang dilakukan oleh penggemar sering kali sangat menyedihkan.

Penggemar juga cenderung meningkatkan kesadaran akan insiden rasis dengan melaporkannya ke federasi dan kelompok kampanye atau memposting video dan foto di media sosial, dengan materi yang sering digunakan oleh

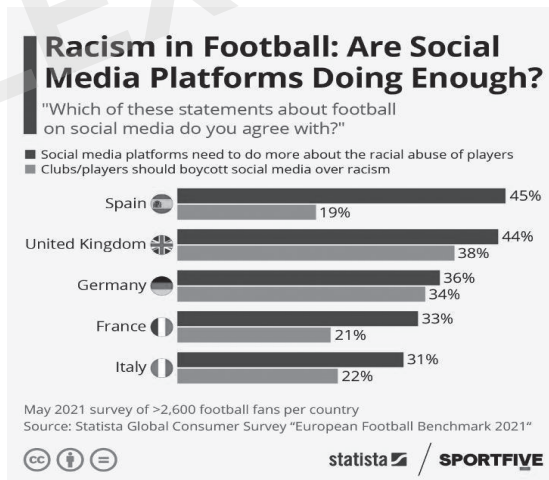
pihak berwenang sebagai bukti untuk menghukum pelaku. Namun, sekali lagi, pertumbuhan media sosial memiliki sisi buruknya dalam hal amplifikasi pelecehan rasis dalam sepak bola dibandingkan dengan generasi sebelumnya, yang sebagian besar dibatasi di dalam stadion.

Kini, orang-orang dapat melontarkan hinaan rasis melalui ponsel mereka secara anonim, langsung ke akun pemain terbaik dunia di Instagram dan Twitter. Hal itu menimbulkan paradoks para pemain sepak bola, yang ingin meningkatkan citra mereka, menggunakan platform yang sama tempat mereka dilecehkan. Mengenai para pemain kulit hitam itu sendiri, beberapa—seperti Vinícius dan yang lainnya seperti Samuel Eto'o, Mario Balotelli, dan Romelu Lukaku—mengecam pelecehan tersebut saat mereka melihatnya, dengan maksud memimpin perlawanan terhadap rasisme (Michaud, 2024).

Permasalahan berikutnya ialah tak jarang dalam media sosial dan tak disikapi secara baik oleh pengelola media sosial, contohnya *tweet* berisi hinaan rasis terhadap pesepak bola, termasuk kata bernada N, emoji monyet, dan seruan agar mereka dideportasi, tidak dihapus oleh Twitter. Penelitian baru menunjukkan platform tersebut gagal menindaklanjuti 99 dari 100 *tweet* rasis yang dilaporkan. Analisis yang dilakukan oleh para peneliti di Center for Countering Digital Hate (CCDH) dan dilihat oleh Observer, mencakup 100 *tweet* yang dilaporkan ke Twitter. Dari jumlah tersebut, 11 orang menggunakan kata berawalan huruf

N untuk menggambarkan pemain sepak bola, 25 orang menggunakan emoji monyet atau pisang yang ditujukan kepada pemain, 13 orang menyerukan agar pemain dideportasi, dan 25 orang menyerang pemain dengan menyuruh mereka untuk “kembali ke” negara lain. Tiga belas *tweet* menargetkan pemain sepak bola karena kemampuan bahasa Inggris mereka (Das, 2022).

Jika merujuk dalam data Sepak Bola Eropa milik Statista dan Sportfive, sebagian besar penggemar, terutama di Eropa, setuju bahwa platform harus berbuat lebih banyak tentang pelecehan rasial terhadap pemain (44%), sementara hampir 40 persen berpikir bahwa strategi yang valid adalah klub dan pemain memboikot media sosial jika tindakan yang diambil tidak dianggap memadai (Armstrong, 2021).



Gambar 1 Rasisme dalam Sepakbola

Sumber: Statista (2021)

PEMBAHASAN

Upaya Sepak Bola Eropa untuk Menanggulangi Rasisme

1. FootbALL

Peluncuran FootbALL pada Juni 2023 menandai dimulainya program ekstensif yang akan berfungsi untuk mengatalisasi kolaborasi erat dengan semua pemangku kepentingan sepak bola Eropa guna mendorong perubahan sosial yang positif, dengan pesan yang sederhana namun penting: dalam sepak bola, semua orang diterima.

Program ini terdiri atas tiga pilar: kampanye, platform, dan aktivasi—yang menyatukan semua inisiatif, acara, dan kampanye keberlanjutan sosial UEFA.

Peluncuran video kampanye telah mencapai 39,1 juta penayangan di seluruh saluran sosial UEFA sejauh ini. FootbALL akan memacu tindakan pendidikan baru dan memperkuat tindakan yang sudah ada, seperti program pendidikan OUTRAGED dan perangkat khusus (UEFA. COM, 2024).

2. OUTRAGED

Film dokumenter pemenang penghargaan OUTRAGED pertama kali diluncurkan pada Desember 2020, dengan tujuan untuk menampilkan pengalaman beberapa nama besar dalam dunia sepak bola dan berbagi pemikiran mereka tentang cara terbaik untuk membantu memberantas masalah diskriminasi dari olahraga tersebut.

Topik yang dibahas meliputi rasisme, seksisme, homofobia, diskriminasi pengungsi, pelecehan daring, dan disabilitas.

Sejak saat itu, setelah ditonton oleh jutaan pemirsa dan menerima pujian kritis dalam bentuk 20 penghargaan internasional, UEFA telah membagi film dokumenter tersebut menjadi video bertema dan menghasilkan konten tambahan dalam bentuk video lanjutan. Bekerja sama dengan asosiasi nasionalnya, UEFA juga telah menghasilkan perangkat edukasi yang dirancang untuk anak-anak, dewasa muda, orang tua, pelatih, dan staf tim. Perangkat tersebut memiliki bagian untuk setiap audiens ini, dengan agenda sesi yang diusulkan yang dapat diikuti lengkap dengan topik diskusi kelompok dan formulir umpan balik (UEFA.COM, 2024).

3. Platform pelecehan daring UEFA: Real Scars

Diluncurkan pada ajang UEFA Women's EURO 2022, Real Scars adalah platform kampanye dan pemantauan yang didedikasikan untuk memerangi pelecehan daring dan melawan segala bentuk diskriminasi dalam sepak bola dengan menciptakan kesadaran, menyediakan edukasi, serta memantau dan melaporkan pelecehan daring.

Berlangsung di semua ajang UEFA musim lalu, platform tersebut terutama melacak dan melaporkan 3.057 unggahan yang kasar, sebagian besar ditujukan kepada pemain, dan mencapai tingkat penghapusan sebesar 48% (UEFA.COM, 2024).

SIMPULAN

Komunikasi digital, terutama melalui media sosial seperti Twitter/X, telah menjadi alat penting dalam menangani isu rasisme di sepak bola Eropa. Platform ini memungkinkan interaksi langsung antara pemain, klub, penggemar, dan organisasi, serta menyediakan ruang untuk kampanye antirasisme yang cepat tersebar luas. Kesadaran publik dapat ditingkatkan melalui kampanye yang didukung oleh organisasi seperti UEFA dan liga-liga besar, yang semakin menekankan pentingnya kesetaraan di dalam dan luar lapangan. Namun, moderasi konten yang lemah dan kemampuan platform untuk mengendalikan ujaran kebencian masih menjadi tantangan yang perlu diatasi.

Diperlukan komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan, termasuk platform media sosial, untuk mengadopsi kebijakan yang lebih tegas dan efektif terhadap rasisme. Selain itu, kolaborasi antara federasi sepakbola, klub, dan pemerintah di Eropa dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih inklusif di stadion maupun dunia maya. Upaya ini tidak hanya akan memperkuat integritas olahraga tetapi juga mempromosikan nilai-nilai kesetaraan yang lebih luas dalam masyarakat.

REFERENSI

- Armstrong, M. 2021. "Racism in Football: Are Social Media Platforms Doing Enough?". <https://www.statista.com/chart/25333/gcs-football-benchmark-racism-and-social-media/>
- Das, S. 2022. "Twitter Fails to Delete 99% of Racist Tweets Aimed at Footballers in Run-up to World Cup." <https://www.theguardian.com/technology/2022/nov/20/twitter-fails-to-delete-99-of-racist-tweets-aimed-at-footballers-in-run-up-to-world-cup>
- Mashigo, P., & van Sterkenburg, J. 2023. "Understanding Racism in European Football Culture". <https://fifpro.org/en/supporting-players/safe-working-environments/racism-and-discrimination/understanding-racism-in-european-football-culture>
- Michaud, P. 2024. "Endemic Racism Plagues Football". <https://www.africanews.com/2023/06/06/racist-abuse-directed-at-vinicius-junior-highlights-entrenched-problem-in-football/>
- UEFA.COM. 2024. "Tackling Racism in European Football". <https://www.uefa.com/news-media/news/028b-1a765eca983c-8c1996of23bb-1000--tackling-racism-in-european-football/>



BIOGRAFI PENULIS



Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom. merupakan Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, menyelesaikan Program Sarjana dan Magister Ilmu Komunikasi di Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jakarta pada 2019 dan 2020 serta ketertarikan bidang riset pada bidang Komunikasi Olahraga dan Komunikasi Perusahaan khususnya pada bidang Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Pemasaran.

ID Sinta 6782984.

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=7se86l8AAAAJ>

Komunikasi Digital sebagai Agitasi Agen Perubahan Sosial

Ruhimat¹, Ali Alamsyah Kusumadinata², Robby
Firliandoko³,

¹⁾²⁾³⁾ Program Studi Ilmu Sains Komunikasi, Universitas Djuanda

ruhimat@gmail.com¹⁾

ali.alamsyah@unida.ac.id²⁾

robbi.firliandoko@unida.ac.id³⁾

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, teknologi informasi dan komunikasi tidak lepas dari kehidupan manusia dan ketergantungan terhadap teknologi dapat dirasakan ke semua lapisan masyarakat.

Jika pada zaman dahulu masyarakat berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat ataupun menuliskan di dinding-dinding gua, setelah munculnya era mesin cetak, mereka berkomunikasi menggunakan kertas. Sekian ratus tahun kemudian, barulah masyarakat mengenal teknologi yang berbasis teknologi internet. Jadi, manusia pasti berkomunikasi dengan berbagai bentuk model dan jenis komunikasi.

Berkembangnya teknologi komunikasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat sekarang ini. Hampir seluruh lapisan masyarakat sekarang mayoritas terhubung dengan internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari populasi masyarakat Indonesia kurang lebih 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Dapat dikatakan bahwa pengguna internet Indonesia makin meningkat selama kurang lebih lima tahun terakhir ini. Pengguna internet di Indonesia mayoritas adalah generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) sebanyak 34,40% dan generasi milenial (yang lahir pada 1981-1996) sebanyak 30,62% (APJII, 2024).

Dengan melihat data tersebut, disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini dapat dikatakan pola komunikasinya menggunakan komunikasi digital.

Interaksi digital dilakukan dengan tidak langsung bertemu, tetapi menggunakan alat digital seperti komputer atau ponsel yang terhubung ke aplikasi atau situs media sosial tertentu seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp (Kurniawan, 2021).

Komunikasi digital menjadi bagian gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini. Dengan pola komunikasi yang berubah di masyarakat, terjadi juga perubahan sosial. Secara tidak langsung terjadi perubahan struktur pada masyarakat dan budaya karena berkomunikasi secara digital ini telah masuk ke dalam semua lapisan masyarakat dengan berbagai latar

belakang pendidikan dan profesi, misalnya dalam sektor ekonomi, sosial, budaya serta politik.

Internet merupakan sesuatu yang sangat penting karena komunikasi digital dapat berjalan pada jaringan internet, media komunikasi digital seperti media sosial atau produk yang terlahir pada era digital ini sangat tergantung pada jaringan internet.

Dengan kehadiran media komunikasi ini, secara tidak langsung masyarakat secara ekonomi meningkat, dan jika dari sisi politik, dengan adanya media digital ini, dapat mengetahui dan mengenal calon yang akan dipilihnya dengan hanya di gengaman.

PEMBAHASAN

Pada era digital ini, berkomunikasi secara digital menjadi sebuah keharusan. Semua sendi kehidupan dalam berkomunikasi ataupun berinteraksi mengalami perubahan. Ketika wabah Covid-19 melanda, masyarakat betul-betul tergantung dengan media komunikasi digital ini. Pola kehidupan berubah drastis. Dunia kerja, dunia akademik, serta sekolah dan sektor kerja mengalami proses yang berbeda.

Dari sektor ekonomi, wabah tersebut mengakibatkan kelumpuhan, atau dapat dikatakan bangkrut. Masyarakat yang bekerja banyak yang dirumahkan.

Kebijakan pemerintah mengenai pembatasan sosial masyarakat membuat masyarakat berkomunikasi dan be-

kerja serta aktivitas masyarakat lebih banyak menggunakan media digital, seperti aplikasi Zoom, WhatsApp, ataupun media digital lainnya. Yang sebelumnya berkomunikasi lebih banyak secara *offline*, dengan kondisi wabah menjadi lebih banyak secara daring.

Menurut data di *website Statista.com*, jumlah pengguna di pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara tahun 2024 dan 2029 dengan total 33,5 juta pengguna (+51,03%).

Dapat diartikan pengguna *e-commerce* mengalami peningkatan. Di sektor-sektor politik, adanya pilkada serentak, tidak luput dari peran teknologi komunikasi dan informasi. Para calon kepala daerah berlomba untuk menarik simpatik masyarakat daerahnya. Mereka sangat memaksimalkan produk dari teknologi informasi dan komunikasi dengan melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Media sosial, menurut Van Dijk dalam Setiadi (2016), adalah platform media yang berpusat pada kehidupan pengguna dan memungkinkan mereka bekerja sama dan berpartisipasi (Setiadi, 2016).

Pada produk digital ini, paslon mencoba berkomunikasi menarik simpatik masyarakat dunia maya (atau dikenal dengan istilah netizen). Mereka mengunggah segala kegiatan sosial mereka maupun program-program kerja mereka jika terpilih nanti.

Di sektor pendidikan, ketika wabah Covid-19 melanda, proses belajar mengajar dilakukan secara daring meng-

gunakan media digital dari tingkat dasar sampai perguruan tinggi, menggunakan aplikasi Zoom dalam proses belajar mengajar, sampai kepada kelulusan menggunakan aplikasi Zoom.

Pada dunia kerja, semua perkantoran melakukan pekerjaan secara *work from home* (WFH). Meski waktu berganti dan wabah berlalu, masyarakat sudah terbiasa dengan kondisi tersebut sehingga akhirnya hidup berdampingan dengan teknologi.

Interaksi sosial masyarakat era ini mempunyai pilihan dalam berinteraksi sosial, baik interaksi sosial secara konvensional, yaitu bertemu muka tanpa perantara media ataupun interaksi sosial secara bermedia. Interaksi sosial didefinisikan Gerungan sebagai suatu hubungan antara dua atau lebih orang di mana tindakan satu orang memengaruhi, mengubah, atau memperbaiki tindakan orang lain atau sebaliknya (Gerungan, 2010).

Dengan maraknya produk media komunikasi digital ini, masyarakat mudah mendapatkan informasi ataupun bertukar informasi, secara cepat, dan berinteraksi sosial menggunakan media sosial, dengan adanya media baru tersebut masyarakat dimudahkan dalam berkomunikasi maupun berinteraksi, baik secara verbal maupun verbal visual, terkait konteks komunikasi digital, mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi, ataupun mendapatkan informasi.

Kehadiran media baru terutama dalam konteks komunikasi secara digital ini mendekatkan yang jauh. Jika

dahulu berkirim kabar dengan media berkirim surat dengan memakan waktu yang lama, pada era digital ini, berkirim informasi ataupun menerima informasi dengan waktu yang sangat cepat.

Kehadiran media komunikasi digital ini mengubah komunikasi yang selama ini kita anut. Dengan munculnya media komunikasi digital ini, pola komunikasi masyarakat berubah secara signifikan. Masyarakat mulai terbiasa berkomunikasi secara digital. Namun, komunikasi digital ini harus juga disertai dengan kecakapan digital masyarakat. Di mana kita ketahui dengan adanya teknologi internet ini, informasi seperti air bah yang datang terus-menerus sehingga jika tidak menguasai literasi digital, masyarakat akan menjadi budak teknologi. Masyarakat harus bijak dalam menyikapi informasi yang diterimanya.

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini membawa dampak buruk bagi masyarakat atau pelaku produk dari media komunikasi digital.

Maraknya pemberitaan hoaks di platform-platform digital, tanpa edukasi, masyarakat jadi bagian penyebar hoaks tersebut. Sudah banyak masyarakat yang terkena jerat hukum. Pada era digital ini, masyarakat dilindungi dengan undang-undang ITE, sehingga tidak seenaknya melakukan tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.

Cyberbullying makin marak pada era digital ini. Banyak sekali kasus bagaimana sekelompok orang ataupun orang per orang saling mencaci maki di dunia maya.

SIMPULAN

Komunikasi digital telah memengaruhi semua sendi kehidupan masyarakat. Era digital telah melahirkan media media komunikasi digital, seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, TikTok, serta *e-commerce*, yang tentu saja memengaruhi cara berkomunikasi masyarakat, dengan berubahnya pola komunikasi masyarakat dan terjadi perubahan sosial di dalam masyarakat. Perubahan ini dapat kita lihat dari cara berkomunikasi masyarakat.

Masyarakat dalam era digital ini dapat menerima dan mengirim informasi kepada penerima pesannya ataupun dari penyebar pesan. Perubahan sosial melalui komunikasi digital juga mempunyai dampak yang signifikan dengan terjadinya metode transaksi secara *online*, baik melalui *e-commerce* maupun melalui aplikasi yang berbasis *online*.

Masyarakat tidak saja berbelanja secara *online*, tetapi dapat melakukan penjualan secara *online* juga. Pada bidang pendidikan, dapat dilakukan secara *hybrid*, yaitu dapat melakukan secara tatap muka ataupun secara daring.

Dalam dunia kerja, metode WFH juga masih banyak yang melakukan, termasuk *meeting online*, seminar, dan lainnya. Namun, era digital ini juga mempunyai dampak negatif, yaitu maraknya penipuan secara *online* dan *cyberbullying*. Menurut UNESCO, *cyberbullying*, juga dikenal sebagai perundungan dunia maya, adalah intimidasi atau perlindungan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi digital (UNICEF, 2020).

Menandai hadirnya era digital, muncul sosok *buzzer* dalam dunia politik untuk menjatuhkan seseorang atau aktor politik. Kabar bohong atau hoaks turut meramaikan permasalahan atau kesan negatif dari era digital ini. Oleh karena itu, perlunya pemahaman terkait media komunikasi digital itu dan terus-menerus sosialisasi dan pembelajaran mengenai literasi digital ini dengan lebih menyentuh kepada seluruh masyarakat.

Terkadang, masyarakat bawah belum mengerti akan bahaya media komunikasi digital ini terutama informasi-informasi yang ada di dunia digital, kepada pemerintah dan masyarakat diharapkan dapat bahu-membahu dalam menyosialisasikan literasi digital ini kepada seluruh lapisan masyarakat dengan bahasa yang mudah dicerna dan dapat dimengerti oleh masyarakat paling bawah sekalipun.

REFERENSI

- APJII. 2024. "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia".
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Gerungan. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Kurniawan, M.K. (2021). *Kompasiana*. Retrieved from Kompasiana website: <https://www.kompasiana.com/mu-tiarakarinakurniawan1185/6149405e06310e698e4b1342/apa-sih-komunikasi-digital-itu>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk efektifitas . *Cakrawala*, 1-7.
- UNICEF. (2020, ---- ---). *UNICEF ORG*. Retrieved from UNECEF Website: <https://www.unicef.org/indonesia/id/child-protection/apa-itu-cyberbullying>



BIOGRAFI PENULIS



Ruhimat, S.Sos., M.I.Kom. Pendidikan S-1 di Universitas Padjajaran Bandung dan melanjutkan S-2 di Mercu Buana Jakarta. ID SINTA 6802197.

Salah satu riset yang pernah dilakukan mengenai Pengembangan Model Perpustakaan Digital *Online* Terintegrasi (Integrated Digital Online Library - IDOL) sebagai sumber belajar Era Industri 4.0 di Perguruan Tinggi, Program Hibah: Penelitian Desentralisasi Skema: Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi, dan salah satu luaran dari penelitian berjudul: Digital library: Lecturers' perceptions of facilitating learning resources in the industrial era 4.0

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=jqcJXlcAAAAJ&citation_for_view=jqcJXlcAAAAJ:ufrVoPGSRksC

Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, S.P., M.Si. Pendidikan S-1 di Universitas Sriwijaya dengan konsentrasi penyuluhan dan komunikasi pertanian. Melanjutkan ke pendidikan S-2 di IPB Bogor, S-3 komunikasi pembangunan di IPB. Adapun ID Sinta 5977763.

Google Scholar: CsaLYZwAAAAJ&hl

Robby Firliandoko, S.I.Kom. Pendidikan S-1 di Universitas Djuanda Bogor, dan melanjutkan S-2 di IPB Bogor dengan konsentrasi Komunikasi Pembangunan, sekarang sedang melanjutkan studi S-3 di IPB Bogor dengan konsentrasi yang sama, yaitu Komunikasi Pembangunan. ID Sinta 6824568

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=sZRZSV4AAAAJ>

ELEX MEDIA



Komunikasi Digital sebagai Penggerak Perubahan Sosial

Sahri Aflah Ramadiansyah¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional

sahriaflah@undiknas.ac.id

PENDAHULUAN

Pada era digital yang makin berkembang, komunikasi telah mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak hanya mengubah cara individu berinteraksi, tetapi juga memengaruhi struktur sosial dan budaya secara luas. Komunikasi digital kini menjadi alat yang sangat *powerfull* dalam mempercepat perubahan sosial, memungkinkan suara-suara yang sebelumnya terpinggirkan untuk terdengar dan menciptakan ruang bagi dialog serta partisipasi yang lebih inklusif.

Perubahan sosial yang didorong oleh komunikasi digital dapat dilihat dalam berbagai konteks, dari gerakan sosial hingga kampanye kesadaran publik. Media sosial, blog,

dan platform digital lainnya telah memberikan kesempatan bagi individu dan komunitas untuk berbagi pengalaman, menyebarkan informasi, dan mobilisasi massa secara cepat dan efisien. Dengan demikian, komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam mengadvokasi isu-isu penting dan memperjuangkan keadilan sosial.

Bab ini akan membahas berbagai aspek dari komunikasi digital sebagai penggerak perubahan sosial, termasuk mekanisme, dampak, dan tantangan yang dihadapi. Dengan memahami peran komunikasi digital dalam konteks perubahan sosial, kita dapat lebih menghargai potensi yang dimilikinya untuk menciptakan masyarakat yang lebih adil dan berkelanjutan. Melalui analisis kasus dan contoh nyata, bab ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana komunikasi digital dapat menjadi katalis untuk perubahan yang positif dalam masyarakat kita.

PEMBAHASAN

Sebelum menjelajah lebih dalam mengenai peran komunikasi digital sebagai penggerak perubahan sosial, penting untuk memahami konteks dan evolusi komunikasi pada era digital. Dalam dunia yang makin berkembang, teknologi tidak hanya menjadi alat untuk berbagi informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membentuk opini, mengorganisasi komunitas, dan mendorong aksi kolektif.

Dengan latar belakang ini, kita akan mengkaji bagaimana komunikasi digital telah mengubah dinamika sosial dan memberikan dampak signifikan terhadap perubahan yang terjadi di masyarakat.

Definisi dan Konsep Komunikasi Digital

Komunikasi digital merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan audiens secara efisien dan efektif, serta menciptakan keterhubungan yang lebih luas di antara individu dan kelompok. Dalam konteks perubahan sosial, komunikasi digital mencakup berbagai platform dan alat, seperti media sosial, blog, dan aplikasi pesan instan, yang semuanya memungkinkan individu dan kelompok untuk berbagi ide, pengalaman, dan mobilisasi dukungan dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Dengan kemudahan akses dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, komunikasi digital tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi, tetapi juga mendorong kolaborasi dan pertukaran pemikiran yang konstruktif. Di dunia akademis, platform digital memfasilitasi penyebaran pengetahuan khusus secara global, menggunakan strategi penjelasan verbal dan nonverbal untuk membuat informasi kompleks dapat diakses oleh khalayak yang beragam (Pilar, 2024). Era digital juga menghadirkan peluang baru bagi kebebasan berekspresi, memungkinkan advokasi dan kolaborasi global, meskipun disertai dengan

tantangan seperti sensor dan misinformasi (Zarifa, 2024). Selain itu, literasi digital sangat penting dalam mengatasi tantangan komunikasi sosial, seperti kelebihan informasi dan privasi data, sambil memanfaatkan peluang untuk akses informasi yang cepat dan pembangunan komunitas (Alfiani *et al.*, 2024).

Peran Media Sosial dalam Perubahan Sosial

Media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mendorong perubahan sosial, berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu, komunitas, dan organisasi dalam upaya mencapai tujuan bersama. Platform seperti TikTok, Twitter, Facebook, dan Instagram memungkinkan pengguna untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas sehingga menciptakan gelombang reaksi yang dapat memengaruhi opini publik dalam waktu singkat. Gerakan sosial yang muncul dari penggunaan media sosial, seperti #BlackLivesMatter dan #MeToo, menunjukkan dengan jelas bagaimana platform-platform ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial yang mendesak, serta mendorong aksi kolektif yang nyata dan terukur.

Melalui kampanye viral, pengguna dapat mengangkat isu-isu yang sebelumnya diabaikan oleh media arus utama, menciptakan ruang bagi dialog dan refleksi yang lebih dalam mengenai ketidakadilan sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh Tufekci (2017), media sosial tidak hanya berfungsi

sebagai alat komunikasi untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai platform yang sangat vital untuk mobilisasi dan pengorganisasian, maka individu dapat saling mendukung, berbagi sumber daya, dan mengkoordinasikan aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat. Dengan demikian, media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika sosial dan politik kontemporer, menciptakan peluang baru bagi partisipasi publik yang lebih luas dan lebih inklusif.

Mobilisasi dan Aktivisme Digital

Komunikasi digital telah mengubah cara aktivisme dilakukan secara mendasar, merevolusi metode dan strategi yang digunakan oleh para aktivis untuk menyuarakan isu-isu yang mereka perjuangkan. Dengan adanya alat digital yang makin canggih, individu dan kelompok kini dapat dengan mudah mengorganisasi kampanye, menggalang dana, dan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis yang sebelumnya menjadi kendala. Hal ini memungkinkan mereka untuk berkolaborasi secara lebih efektif, berbagi sumber daya, dan menyebarkan pesan mereka dengan cepat. Misalnya, kampanye penggalangan dana untuk berbagai isu sosial, seperti bantuan kemanusiaan, lingkungan, atau keadilan sosial, dapat dilakukan melalui platform *crowdfunding*, yang secara signifikan memperluas aksesibilitas dan partisipasi dari berbagai kalangan masyarakat. Dengan sistem ini, siapa pun, di mana pun,

dapat berkontribusi dan menjadi bagian dari perubahan yang lebih besar.

Munculnya aktivisme *online* telah mendemokratisasikan partisipasi, memungkinkan beragam suara untuk berkontribusi pada gerakan dan memungkinkan mobilisasi cepat dan penyebaran informasi yang luas (Cynthia, 2024). Transformasi ini terbukti dalam cara platform digital berfungsi sebagai arena untuk perselisihan kekuasaan, di mana gerakan sosial dan tindakan politik kolektif terungkap, sering ditandai dengan fenomena seperti *slacktivism* (Betiana, 2024). Selanjutnya, aktivisme digital telah berkembang menjadi bentuk komunikasi lingkungan, maka individu dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan keberlanjutan melalui narasi pribadi dan visual, melibatkan publik dalam tindakan skala kecil kolektif untuk perubahan signifikan (Cornelio dkk., 2024).

Tantangan dalam Komunikasi Digital

Meskipun komunikasi digital memiliki banyak manfaat yang signifikan dalam mendorong partisipasi dan dialog sosial, terdapat juga tantangan yang perlu dihadapi untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan dari proses tersebut. Misalnya, penyebaran informasi yang salah atau hoaks dapat mengganggu proses perubahan sosial yang positif, mengaburkan fakta-fakta penting, dan menciptakan kebingungan di kalangan publik. Hal ini tidak hanya

merusak reputasi individu atau organisasi, tetapi juga dapat menggagalkan upaya kolektif untuk mencapai tujuan sosial yang diinginkan. Selain itu, kesenjangan digital juga menjadi isu penting yang harus diperhatikan, yang mana tidak semua individu memiliki akses yang sama terhadap teknologi dan informasi yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi dan aksi sosial.

Kesenjangan ini sering kali mencerminkan dan bahkan memperburuk ketidaksetaraan sosial yang sudah ada karena kelompok-kelompok yang paling rentan seperti mereka yang berasal dari latar belakang ekonomi rendah atau daerah terpencil, sering kali terpinggirkan dalam akses terhadap alat komunikasi digital. Kesenjangan ini terbukti di berbagai sektor, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan perawatan kesehatan, di mana kesenjangan dalam akses digital dan literasi menghambat kelompok yang terpinggirkan untuk secara efektif memanfaatkan teknologi digital (Kelly, 2024). Oleh karena itu, untuk memaksimalkan potensi komunikasi digital sebagai alat untuk perubahan sosial, perlu ada upaya yang lebih besar untuk meningkatkan literasi digital, memperluas akses teknologi, dan membangun infrastruktur yang mendukung partisipasi semua lapisan masyarakat dalam era digital ini.

Masa Depan Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial

Pada masa depan, komunikasi digital diperkirakan akan terus memainkan peran penting dan strategis dalam perubahan sosial, berfungsi sebagai pendorong utama untuk

inovasi dan keterlibatan masyarakat. Inovasi teknologi yang terus berkembang, seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis big data, dapat memberikan wawasan baru yang mendalam tentang perilaku sosial, tren, dan dinamika interaksi manusia, serta memfasilitasi interaksi yang lebih efektif dan terarah. Kemampuan untuk mengolah data dalam jumlah besar memungkinkan pengambil keputusan untuk memahami kebutuhan dan aspirasi masyarakat dengan lebih baik, serta merancang inisiatif yang lebih relevan dan responsif.

Namun, penting untuk tetap kritis terhadap dampak teknologi ini, mengingat bahwa tidak semua inovasi membawa hasil yang positif. Kita perlu memastikan bahwa komunikasi digital digunakan untuk tujuan yang konstruktif dan inklusif, dengan memperhatikan etika dan dampak sosial dari teknologi itu sendiri. Di ranah media digital, etika komunikasi memainkan peran penting dalam menumbuhkan interaksi yang saling menghormati dan konstruktif. Ini melibatkan pengendalian emosi, menghormati privasi, dan menghindari bahasa provokatif atau berbahaya, yang sangat penting pada era digital ketika interaksi tidak terikat oleh ruang atau waktu (Batoebara, 2022). Dengan pendekatan yang tepat, komunikasi digital dapat menjadi alat yang tidak hanya memperkuat hubungan antarindividu, tetapi juga membangun komunitas yang lebih bersolidaritas dan berdaya dalam menghadapi tantangan sosial yang kompleks pada era modern ini.

SIMPULAN

Komunikasi digital telah menjadi kekuatan yang signifikan dalam mendorong perubahan sosial pada era modern ini. Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital, individu dan kelompok dapat menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, dan mengorganisasi aksi kolektif secara efisien. Media sosial, sebagai salah satu komponen utama dari komunikasi digital, telah membuka ruang bagi dialog dan partisipasi yang lebih inklusif, memungkinkan suara-suara yang terpinggirkan untuk didengar.

Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, komunikasi digital juga menghadapi sejumlah tantangan, termasuk penyebaran informasi yang salah dan kesenjangan digital yang dapat memperburuk ketidaksetaraan sosial. Oleh karena itu, penting untuk tetap kritis terhadap pengaruh teknologi ini dan memastikan bahwa komunikasi digital digunakan untuk tujuan yang konstruktif dan memberdayakan masyarakat.

Pada masa yang akan datang, dengan kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan dan analisis data besar, potensi komunikasi digital untuk mendorong perubahan sosial yang positif akan makin besar. Oleh karena itu, masyarakat perlu beradaptasi dan memanfaatkan alat-alat ini untuk menciptakan ruang dialog yang lebih bermakna dan inklusif, serta memperkuat upaya menuju keadilan sosial yang berkelanjutan.

ELEX MEDIA

REFERENSI

- Alfiani, Alfiani., Ariba, Azraf., Muhammad, Mustafa, Kamal., A. 2024. "Literasi Digital: Solusi Tantangan dan Peluang Komunikasi Sosial di Era Digital". *Kalijaga*. <https://doi.org/10.62523/kalijaga.v1i3.17>.
- Betiana, Elizabeth, V. 2024. "Activismos digitales. Nuevas formas de lucha mediadas por plataformas en la era del capitalismo de la vigilancia". *Transatlantic Studies Network*. <https://doi.org/10.24310/tsn.16.2024.20194>
- Cynthia, P. 2024. "Digital Communication and the Rise of Online Activism". *Journal of Communication Studies*. <https://doi.org/10.47941/jcomm.1983>.
- Gemma, San, Cornelio., Sandra, Martorell., Elisenda, A. 2024. "It is the Voice of the Environment that Speaks." *Digital Activism as an Emergent Form of Environmental Communication*. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2296850>
- Kelly, B. 2024. "Digital Divide and Social Inequality". *International Journal of Humanity and Social Sciences*. <https://doi.org/10.47941/ijhss.2083>
- Maria, Ulfa, Batoebara., Muya, syaroh, Iwanda, L. 2022. "Communication Ethics in the World of Digital Media". *ProceedingsOfInternationalConferenceOnCommunication Science*. <https://doi.org/10.29303/iccsproceeding.v2i1.62>

- Pilar, M.D. 2024. "Digital dissemination practices: An analysis of explanatory strategies in the process of recontextualising specialised knowledge". *Discourse and Interaction*. <https://doi.org/10.5817/di2024-1-94>.
- Tufekci, Z. (n.d.). "Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest". In 2017.
- Zərifə, M. 2024. "Fikir və söz azadlığı informasiya əsərində yeni təhlükələr və imkanlar". *ScienceOpen Research*. <https://doi.org/10.36719/2789-6919/32/62-66>.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI



Sahri Aflah Ramadiansyah, lahir di Denpasar, 4 Desember 1995. Pendidikan SD di MIN Denpasar, SMP hingga SMA di PM Darussalam Gontor. Pendidikan S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Pendidikan Nasional Denpasar (2018). Pendidikan S-2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Brawijaya Malang (2022).

Penulis adalah dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional. Pengalaman mengajar mata kuliah antara lain: Pengantar Ilmu Komunikasi, Desain Grafis, Digital Media Creative, Jurnalisme Dasar, Fotografi dan Desain Visual, Bahasa Indonesia, Manajemen Komunikasi, Corporate Social Responsibility, Komunikasi Bisnis, dan Manajemen Media Massa.

Penulis bergabung dengan Universitas Pendidikan Nasional sejak 2023. Penulis aktif dalam menulis jurnal nasional. ID Sinta: 6877035.

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=7oLIMJsAAAA&hl=id>

Perubahan Sosial Melalui Gerakan Lingkungan “Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBali)”

Ni Putu Yunita Anggreswari¹, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional

²Program Studi Ilmu Komunikasi Hindu, UHN IGB Sugriwa
Denpasar

tata.anggreswari@undiknas.ac.id¹,
ratnapramesti@uhnsugriwa.ac.id²,

PENDAHULUAN

Social movement atau gerakan sosial didefinisikan sebagai sebuah aksi kolektif yang terorganisasi dari individu yang umumnya berbentuk organisasi dengan tujuan untuk memengaruhi keputusan orang lain (Opp, 2009). Tindakan kolektif sendiri dimaknai sebagai aksi yang dilakukan oleh sekelompok orang secara bersama dalam upaya mencapai kepentingan bersama. Cohen mengatakan bahwa gerakan sosial dilakukan oleh sekelompok orang yang bersifat

terorganisasi dengan tujuan mengubah unsur tertentu (Haris *et al.*, 2019). Gerakan sosial menurut Cohen terbagi atas beberapa tipe, yaitu: (1) gerakan ekspresif; (2) gerakan regersif; (3) gerakan progresif; (4) gerakan reformis; (5) gerakan revolusioner. Gerakan ekspresif merupakan gerakan yang modern yang mengekspresikan atau mengungkapkan berbagai keinginannya untuk mendapatkan perhatian dan simpati. Gerakan regresif adalah tipe gerakan sosial yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan tujuan mengembalikan keadaan. Gerakan progresif merupakan gerakan yang terjadi dalam bentuk unjuk rasa yang bersifat menuntut. Gerakan reformis merupakan gerakan yang berorientasi pada terciptanya perubahan dan pembaharuan. Sementara itu, gerakan revolusioner merupakan gerakan yang menuntut perubahan total dan radikal terhadap seluruh aspek kehidupan (Haris *et al.*, 2019).

Klasifikasi gerakan sosial didasarkan pula pada beberapa kriteria, yaitu: (1) menurut bidang perubahan yang diinginkan; (2) menurut kualitas perubahan yang diinginkan; (3) menurut terget perubahannya; (4) menurut arah perubahannya; (5) menurut strategi yang mendasari; (6) menurut sejarah perkembangannya (Martono, 2011). Gerakan sosial juga kerap dianggap sebagai *contentious politics*, yaitu politik perlawanan yang meliputi gerakan sosial, pertentangan, dan revolusi. Terdapat pula gerakan sosial yang *concern* terhadap lingkungan yang menjadi

wadah pengembangan sikap moral terhadap lingkungan. Keberadaan gerakan lingkungan umumnya menentang setiap bentuk kebudayaan yang merusak lingkungan.

Salah satu gerakan sosial yang pernah terbentuk di Bali ialah gerakan "Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBali)". Gerakan ForBali gencar disuarakan pada berbagai platform digital yang membuat makin banyaknya peserta yang ikut turun ke jalan dalam menyuarakan penolakan reklamasi Teluk Benoa. Gerakan ForBali merupakan sebuah gerakan perlawanan atas wacana reklamasi Teluk Benoa yang diikuti oleh kelompok masyarakat sipil yang terdiri atas lembaga dan individu, baik mahasiswa, LSM, seniman, pemuda, musisi, akademisi, maupun individu-individu yang peduli lingkungan hidup. Gerakan ForBali diikuti oleh ribuan masyarakat yang secara rutin menggelar aksi di depan kantor Gubernur Bali untuk menyuarakan penolakan terhadap reklamasi Teluk Benoa. Keberhasilan Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBali) dalam menggerakkan ribuan orang tentu tidak terlepas dari strategi penyebaran informasi yang digunakan, yakni dengan pemanfaatan media digital. Komunikasi yang terjadi melalui perangkat digital kerap disebut sebagai komunikasi digital. Komunikasi digital membantu penyebaran informasi secara lebih efektif sehingga gerakan ForBali mampu mengirimkan pesan persuasif kepada masyarakat luas. Pengiriman pesan persuasif melalui media digital membuat makin banyaknya

masyarakat yang turut terjun ke jalanan menyampaikan perlawanan terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa.

Masyarakat yang melakukan perlawanan memiliki keyakinan bahwa revitalisasi merupakan eksploitasi alam yang hanya akan menguntungkan pihak investor yang mana dalam *press release* yang ditulis ForBali dikatakan bahwa selama ini Bali sudah kekurangan air bersih, sulitnya PDAM memasok kebutuhan air untuk masyarakat, kekhawatiran terhadap limbah dan sampah dari berbagai fasilitas yang hendak dibangun, termasuk pula adanya ancaman banjir yang dikhawatirkan masyarakat. Masyarakat juga menilai bahwa adanya kemungkinan meluapnya air laut karena reklamasi, hilangnya mata pencaharian masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan serta berbagai kerusakan ekosistem lainnya.

PEMBAHASAN

Gerakan ForBali merupakan gerakan sosial yang berfokus pada pencegahan kerusakan lingkungan di Bali yang masuk ke dalam tipe gerakan sosial regresif. Dikatakan sebagai gerakan sosial regersif dikarenakan gerakan ForBali memiliki tujuan untuk membalikkan perubahan sosial, yaitu ditentangnya kebijakan pemerintah dalam melakukan reklamasi. Gerakan ForBali sendiri dibentuk sebagai perlawanan terhadap kebijakan pemerintah yang hendak melakukan reklamasi di Teluk Benoa dengan tujuan

revitalisasi kawasan Teluk Benoa. ForBali menjadi gerakan masyarakat sipil Bali yang menolak dengan keras rencana dari investor untuk membangun sebuah pulau baru di kawasan Teluk Benoa. Di pulau buatan seluas 838 hektare ini, rencananya akan dibangun berbagai fasilitas hiburan sekelas Disneyland, Art Centre, lapangan golf, mal megah, dan hotel-hotel mewah. Revitalisasi yang hendak dilaksanakan bertentangan dengan opini masyarakat yang menganggap bahwa revitalisasi merupakan bentuk eksploitasi terhadap alam Bali. Kebijakan revitalisasi Teluk Benoa ditolak oleh masyarakat yang secara konsisten turun ke lapangan untuk melakukan aksi kolektif di depan kantor Gubernur Bali.

Dalam Vali (2017), dikatakan bahwa gerakan ForBali makin besar dengan jumlah anggota yang terus bertambah dikarenakan adanya lembaga swadaya masyarakat (LSM), organisasi masyarakat, kelompok nelayan, warga desa adat, komunitas, hingga mahasiswa turut bergabung dalam gerakan tersebut. Bagian penting dari gerakan sosial adalah aksi kolektif yang mana dalam Welch & Yates (2018) *collective action* atau aksi kolektif memiliki tiga tipe ideal yang digunakan untuk mengembangkan transisi, yang meliputi: (1) *bureaucratic organisations* (organisasi birokrasi); (2) *grouping* (kelompok); (3) *dispersed collective activity and latent network* (aktivitas kolektif yang tersebar dan jaringan tersembunyi). Tiga tipe ideal tersebut kemudian diadopsi pula oleh gerakan ForBali dalam mengembangkan

transisinya, yakni dengan melibatkan aspek birokrasi, karenanya mengorganisasi grup serta pendekatan melalui media sosial yang bertujuan untuk membentuk aktivitas kolektif serta menggabungkan jaringan-jaringan yang selama ini tersembunyi untuk turut bergabung dalam aksi kolektif yang dilaksanakan.

Upaya kolektif yang dilakukan oleh gerakan sosial tentu tidak terlepas dari peran komunikasi. Praktik komunikasi yang digunakan oleh gerakan ForBali adalah komunikasi publik dengan menggelar pertunjukan seni yang juga melibatkan seniman-seniman Bali dengan mengusung tema “*Art Event Bali Tolak Reklamasi*”. Dalam setiap praktik komunikasi yang dilakukan oleh gerakan ForBali, selalu ditampilkan atraksi seni dan budaya, yaitu digelar seni tabuh (gamelan Bali), puisi, pagelaran budaya, pertunjukan teater, pertunjukan lagu-lagu yang bertemakan perjuangan rakyat, dan seni tari Bali. Gencarnya gerakan ForBali dalam menyuarkan aksi menolak reklamasi Teluk Benoa tidak hanya dilaksanakan secara langsung di depan kantor DPRD Bali dan kantor Gubernur Bali, tetapi juga memanfaatkan media sosial karena memiliki jangkauan yang lebih luas. Galuh (2016) mengatakan bahwa gaung tolak reklamasi yang dilakukan oleh ForBali baru mendapat tanggapan setelah memanfaatkan media sosial Facebook dan Instagram dalam berbagi ide, informasi kegiatan, serta berdiskusi dengan berbagai komunitas. Kehadiran media sosial tidak hanya

bergerak secara maya, tetapi juga terealisasi dalam aksi nyata yang dapat dilihat dari jumlah peserta yang turut andil dalam gerakan ForBali selalu bertambah banyak di setiap bulannya. Selain media sosial, gerakan ForBali juga memiliki website resmi dengan alamat situs forbali.org yang berisikan *press release* mengenai dampak negatif yang mungkin terjadi apabila reklamasi Teluk Benoa dibiarkan terjadi. Dalam *website forbali.org*, juga tercantum *link* petisi tolak reklamasi Teluk Benoa. *Website* tersebut mempersuasi masyarakat untuk menyatakan sikap dengan tegas baik melalui media sosial ataupun dengan mendirikan baliho tolak reklamasi di wilayah masing-masing. ForBali juga membuka donasi dengan menjual kaus “Bali Tolak Reklamasi” serta *merchandise* lainnya.

Polletta dalam Schutz & Sandy (2011) mengatakan bahwa dimensi komunikasi meliputi peran komunikasi dalam teknologi, pesan dan narasi, dan pendekatan strategis dalam komunikasi. Dimensi komunikasi yang diutarakan oleh Schutz dan Sandy diwujudkan pula oleh gerakan ForBali yang dalam proses komunikasinya turut memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk teknologi dengan tidak lupa menyajikan pesan-pesan persuasi sebagai pendekatannya dengan masyarakat agar turut berpartisipasi dalam gerakan ForBali. Aksi pengorganisasian komunitas yang dilakukan oleh ForBali merupakan bagian penting dari gerakan sosial itu sendiri, sebagaimana Schutz & Sandy (2011)

mengatakan bahwa bagian yang penting dalam gerakan sosial adalah *community organizing*, yaitu dilakukannya pengorganisasian kelompok dalam melakukan kampanye strategis sebagai upaya menekan individu dan kelompok yang kuat untuk meningkatkan kehidupan mereka. Individu yang tergabung dalam kelompok ini bersama-sama dalam tindakannya menuntut pemimpin melalui aksi kampanye yang bertujuan untuk mengubah hubungan-hubungan kekuasaan antara kelompok-kelompok secara tradisional. *Community organizing* meliputi beberapa kegiatan yang di antaranya meningkatkan keanggotaan mereka, memelihara dan melatih para pemimpin, mendapatkan reputasi untuk strategi cerdas, mendemonstrasikan kapasitas mereka untuk menarik lebih banyak orang ke tindakan publik. Tindakan *community organizing* cenderung menimbulkan kontroversi dan ketegangan. Diwujudkananya *community organizing* oleh ForBali dapat dilihat dari adanya lembaga swadaya masyarakat (LSM), organisasi masyarakat, kelompok nelayan, warga desa adat, komunitas adat, komunitas pemuda, hingga mahasiswa turut bergabung sebagai relawan ForBali.

Gerakan ForBali yang secara gencar melakukan aksi ekspresifnya memiliki tujuan untuk melakukan perubahan sosial. Perubahan sosial sendiri dapat diartikan sebagai sebuah perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan yang memengaruhi sistem sosial. Konsistensi gerakan ForBali yang secara terus-menerus digaungkan, baik secara langsung maupun dengan pemanfaatan media sosial, akhir-

nya mendapatkan tanggapan dari pemerintah. ForBali juga berhasil membuat isu reklamasi Teluk Benoa disorot oleh media massa konvensional dan berbagai perlawanan ini kemudian dimuat dalam media-media nasional. ForBali yang secara rutin melakukan aksi kolektif setiap bulannya kemudian berhasil membatalkan Peraturan Presiden (PerPres) No. 51 Tahun 2014. Aksi kolektif yang dilakukan oleh gerakan ForBali menjadi bagian dari strategi pendorong representasi demokratis sehingga kehadiran media sosial yang mendukung berbagai aksi nyata dipahami sebagai transformasi gerakan. Batalnya pelaksanaan reklamasi Teluk Benoa menjadi bukti bahwa gerakan sosial berhasil menciptakan kegaduhan yang berimbas pada perubahan sosial. Tufte (2017) mengatakan bahwa gerakan sosial memproduksi "*noisy*" *activism* yang menjadi karakteristik dari mobilisasi sosial, protes, dan bentuk kreatif dari artikulasi pendapat. Keberhasilan gerakan ForBali dalam melakukan gerakan kolektif hingga dibatalkannya Peraturan Presiden atau PerPres No. 51 Tahun 2014 menjadi perwujudan bahwa ForBali merupakan gerakan sosial yang turut bergerak dalam memanfaatkan peran strategi komunikasi dan media sebagai proses mencari fasilitas sosial, budaya, dan perubahan politik. Aksi kolektif yang dilakukan relawan ForBali menggunakan komunikasi dalam mobilisasi sosial dan transformasi politik, serta kehadirannya dalam mengelola fokus media untuk membela kepentingan sosial dan politik berhasil membuat perubahan sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Gerakan ForBali merupakan sebuah gerakan sosial progresif yang dibentuk sebagai sebuah perlawanan terhadap kebijakan pemerintah yang hendak melakukan reklamasi Teluk Benoa. Gerakan sosial ForBali yang disuarakan melalui berbagai media digital seperti Facebook dan Instagram berhasil menggerakkan ribuan orang dalam setiap aksinya untuk turun ke lapangan dan membuat kegaduhan yang berimbas kepada perubahan sosial. Gerakan ForBali berhasil melakukan Gerakan kolektif hingga dibatalkannya Peraturan Presiden No. 51 Tahun 2014. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran media sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan berbagai lapisan masyarakat dalam melakukan gerakan sosial, budaya, dan politik. Aksi kolektif yang dilakukan relawan ForBali menggunakan komunikasi dalam mobilisasi sosial dan transformasi politik serta mengelola fokus media untuk membela kepentingan sosial dan politik berhasil membuat perubahan sosial.

REFERENSI

- Galuh I Gusti Agung Ayu Kade. 2016. "Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. https://www.researchgate.net/publication/313831951_Media_Sosial_sebagai_Strategi_Gerakan_Bali_Tolak_Reklamasi.
- Haris Andi, Rahman Asyraf, Ahmad Wan Ibrahim. 2019. "Mengenal Gerakan Sosial dalam Perpektif Ilmu Sosial". *Hasanudin Journal of Sociology*. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/HJS/article/view/6930>
- Martono Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers. https://www.researchgate.net/publication/325169790_Sosiologi_Perubahan_Sosial
- Opp Karl Dieter. 2009. *Theories of Political Protest and Social Movements: A Multidisciplinary Introduction, Critique, and Synthesis*. USA: Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203883846/theories-political-protest-social-movements-karl-dieter-opp>
- Oregon Rafael. Tufte Thomas. 2017. "Communication, Social Movements, and Collective Action: Toward a New Research Agenda in Communication for Development and Social Change". *Journal of Communication*. <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/67/5/635/4642168?redirectedFrom=fulltext>

- Schutz Aaron. Sandy Marie. 2011. *Collective Action for Social Change: An Introduction to Community Organizing*. New York: Palgrave Macmillan. http://www.educationaction.org/uploads/1/0/4/5/104537/schutz-sandy_organizing_ch._1.pdf
- Tufte, T. 2017. *Communication and Social Change: A Citizen Perspective*. Cambridge, England: Polity Press. https://books.google.co.id/books/about/Communication_and_Social_Change.html?id=_wrGDgAAQBAJ&redir_esc=y
- Vali Tri Anggara. 2017. *Gerakan Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi dalam Penolakan Reklamasi Teluk Benoa Nusa Dua, Bali*. Surabaya: Jurnal Fisip, Universitas Airlangga. https://repository.unair.ac.id/70500/3/JURNAL_Fis.P.17%2018%20Val%20og.pdf
- Welch Daniel. Yates Luke. 2018. *The Practices of Collective Action: Practice Theory, Sustainability Transitions and Social Change*. UK: University of Manchester. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jtsb.12168>



BIOGRAFI PENULIS



Ni Putu Yunita Anggreswari, S.I.Kom., M.Med.Kom. memiliki latar belakang Pendidikan S-1 ilmu komunikasi pada Universitas Pendidikan Nasional, dan Magister Media Komunikasi yang diselesaikan pada 2016 pada Program Studi Magister Media dan Komunikasi Universitas Airlangga. ID Sinta [6753616](#).

Dr. I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, S.Sos., M.Si. merupakan seorang dosen di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dengan ID Sinta : 6197675.

Analisis Transformasi Komunikasi Digital: Studi pada Keberlanjutan Ibu Kota Nusantara

**Rosmala¹, Chelsy Yesicha², A'ang Chaarnaillan³, Susi
Artuti Erda Dewi⁴**

**¹Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Persada Bunda Indonesia**

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Riau

³Program Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Bunda Indonesia

**⁴Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Persada Bunda Indonesia**

rosmala.lbs@gmail¹

chelsy.yesicha@lecturer.unri.ac.id²

chaarnaillan@gmail.com³

susiartuti@gmail.com⁴

PENDAHULUAN

Pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) di Provinsi Kalimantan Timur adalah inisiatif dan infrastruktur fisik yang signifikan, yang menekankan pentingnya teknologi dan informasi untuk membangun ibu kota yang inovatif dan

berkelanjutan. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, keberlanjutan pembangunan IKN sangat bergantung pada bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mendukung berbagai aspek kehidupan di ibu kota baru. Transformasi digital di IKN menjadi pilar utama dalam penerapan konsep kota cerdas (*smart city*). Konsep-konsep ini mendukung integrasi teknologi digital ke dalam kehidupan urban dan memastikan bahwa kota tersebut sesuai dengan alam. Sebelum upacara peringatan Hari Ulang Tahun Ke-79 Kemerdekaan Republik Indonesia di ibu kota baru, Presiden Joko Widodo terus mengawasi kemajuan pembangunan IKN. Untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi global kemarin, perusahaan di seluruh sektor publik dan swasta telah mempercepat transformasi digital mereka. Bahkan, penetrasi internet di Indonesia mencapai sekitar 70% pada 2021, menunjukkan bahwa negara kita telah siap untuk memulai perjalanan menuju masyarakat digital, yang mana interaksi antara manusia dan teknologi digital dapat meningkatkan kehidupan. Selain itu, transformasi digital memungkinkan banyak perusahaan untuk sepenuhnya mengubah cara mereka bekerja. Ini tidak hanya membuat proses operasi lebih murah, tetapi juga membuka banyak peluang baru yang dapat meningkatkan keuntungan secara signifikan. Jadi, dari fenomena yang terjadi mengenai isu IKN yang digaung gaungkan menjadi kota masa depan yang cerdas, penulis tertarik menganalisis transformasi komunikasi digital keberlanjutan Ibu Kota Nusantara.

PEMBAHASAN

Transformasi

Transformasi di dunia digital pada era saat ini adalah sebuah keniscayaan dan peristiwa ini merupakan bentuk evolusi. Bahkan, dalam program yang diluncurkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada 2015 yang disebut Sustainable Development Goals (SDGs) menekankan teknologi dan konektivitas (Tulungen *et al.*, 2022). Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai modifikasi (atau adaptasi) model bisnis, yang dihasilkan dari laju dinamis kemajuan teknologi dan inovasi yang memicu perubahan perilaku konsumen dan sosial (Kotarba, 2018) Perjalanan transformasi digital akan menjadikan organisasi yang digerakkan oleh analisis dan menerapkan teknologi AI yang disematkan sebagai kebiasaan. Transformasi digital secara ekstensif dianggap sebagai pendorong perubahan dalam semua konteks, terutama dalam konteks bisnis, dan memengaruhi semua aspek kehidupan manusia berdasarkan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Teknologi digital telah mengubah sektor publik dengan memengaruhi aplikasi, proses, budaya, struktur, dan tanggung jawab serta tugas pegawai negeri (Tangi *et al.*, 2021). Transformasi digital adalah perubahan cara pekerjaan dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi untuk menjadi lebih efisien dan efektif. Berbagai industri telah berubah menjadi e-bisnis, seperti pendidikan, bisnis, perbankan, pemerintah, dan banyak lagi. Inti dari trans-

formasi ini adalah peningkatan efisiensi dan efektivitas pekerjaan dengan menggunakan *database* (Muhammad, 2019).

Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah bentuk interaksi yang dilakukan dengan tidak langsung bertemu, tetapi menggunakan saluran komunikasi digital sebagai wadahnya seperti komputer atau ponsel yang terhubung dengan internet disertai dengan aplikasi atau situs media sosial tertentu (Syafuruddin Pohan *et al.*, 2024). Komunikasi digital adalah aktivitas komunikasi, yang mana seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan dengan medium teknologi internet (Nasrullah, 2021).

Analisis Keberlanjutan Transformasi Digital di IKN

Transformasi digital merupakan perubahan suatu instansi yang melibatkan lima indikator, yaitu sumber daya manusia, proses, struktur, strategi, dan adopsi teknologi (Zulfa *et al.*, 2024). Berikut ini adalah analisis penulis terkait keberlanjutan transformasi digital di IKN.

1. Sumber Daya Manusia

Werther dan Davis (1996) menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah pegawai yang siap, mampu, dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi (Soetrismo, 2016). Namun, jika dilihat pada tingkat daya saing sumber daya manusia atau SDM, Indonesia menduduki peringkat ke-46 dari 67 negara pada 2024 versi hasil riset International

Institute for Management Development (Mediana, 2024). Kehadiran IKN sebagai pusat pemerintahan dan teknologi akan mendorong pembentukan ekosistem digital yang dinamis dan inovatif. Selain infrastruktur, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah komponen penting dalam membangun kota cerdas.

Fokus lain dari transformasi digital IKN ialah pengembangan tenaga kerja yang terampil di bidang teknologi. Hal ini, antara lain, ditunjukkan dengan adanya rencana Pemerintah melakukan berbagai program pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat, terutama yang akan tinggal dan bekerja di IKN (Akbar, 2024). Menurut Muhadjir Effendy, Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemendikbud) untuk memoles IKN menjadi Smart Sustainable Forest City. Nanti, pelaku transformasi sejati adalah SDM yang mumpuni. Pengelolaan keuangan secara digital dan pengembangan produk yang memanfaatkan platform digital (*kemenkopmk.go.id*, 2024) SDM berkualitas dapat membantu pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dengan menarik investasi ke industri teknologi dan perusahaan rintisan, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendukung inovasi yang akan memperkuat posisi Indonesia di dunia digital. Di sisi lain, Menurut Muhammad Faisal selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur,

melakukan percepatan transformasi digital di Kalimantan Timur untuk mengimbangi perkembangan yang terjadi di Ibu Kota Nusantara (IKN). Berdasarkan data tahun 2022 hingga 2023, Indeks Literasi Digital Kaltim menduduki peringkat tiga nasional. Hal ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan telah membuahkan hasil yang positif (Yusuf, 2024).

2. Proses

Pembangunan IKN ini merupakan salah satu proses proyek prioritas strategis yang tercantum dalam RPJMN 2020-2024. Indikasi nominal kebutuhan pendanaan IKN yang tercantum dalam RPJMN 2020-2024 sebesar Rp466 triliun. Ibu Kota Nusantara menjadi kota yang inklusif, hijau, dan berkelanjutan, dibangun untuk semua kalangan, "*a city for all*". Pelaksanaan pembangunan Ibu Kota Nusantara ini dilaksanakan dalam lima tahap sesuai dengan UU Ibu Kota Negara yang akan berlangsung dari tahun 2022 hingga 2045 (Javier, 2024). Berdasarkan Peraturan Presiden (Perpes) Nomor 63 Tahun 2022 tentang Perincian Rencana Induk Ibu Kota Nusantara (IKN) BAB VI mengenai Penahapan Pembangunan IKN, tercantum lima tahapan. Tahap I dikerjakan selama kurun 2022-2024 pemindahan tahap awal, dan Tahap II 2025-2029 merupakan pembangunan IKN sebagai area inti yang tangguh. Kemudian, Tahap III 2030-2034 melanjutkan pembangunan IKN dengan lebih progresif,

Tahap IV 2035-2039 membangun seluruh infrastruktur dan ekosistem tiga kota untuk percepatan pembangunan Kalimantan. Tahap V kurun 2040-2045 mengokohkan reputasi IKN sebagai kota dunia untuk semua (Alexander, 2024b). Selanjutnya, jika dilihat berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Pulau Kalimantan menguat 5,43%, salah satunya didorong oleh pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) ditunjang oleh aktivitas konstruksi yang tumbuh 15,82% (Saputra, 2024).

3. Struktur

Menurut Mohammed Ali Berawi (2023), selaku Deputy Bidang Transformasi Hijau dan Digital Otoritas Ibu Kota Nusantara mendukung transformasi komunikasi digital perlu adanya konektivitas demi menjamin *smart city*, pembangunan infrastruktur konektivitas 5G juga didukung oleh pembangunan infrastruktur aktif dan pasif. Pembangunan infrastruktur aktif meliputi serat optik dan *base transceiver station* (BTS tower) dan infrastruktur pasif terdiri atas *multi utility tunnel* yang digunakan untuk menampung beragam jaringan utilitas seperti kabel serat optik, listrik, dan jaringan (Ikn.go.id, 2023). Pembangunan infrastruktur membutuhkan berbagai infrastruktur pendukung *smart city* yang terdiri atas enam domain sektor pembangunan, yaitu sektor pemerintahan (*governance*), sektor transportasi dan mobilitas (*transportation and mobility*), sektor gaya hidup (*living*),

sektor sumber daya alam dan energi (*natural resources and energy*), sektor industri dan sumber daya manusia (*industry and human resources*), dan *built environment and infrastructure* (Ikn.go.id, 2023). Selain itu, konektivitas kawasan atau transportasi juga harus diperhatikan. Infrastruktur kawasan yang mencakup pasokan air bersih, pengolahan sampah, serta penggunaan energi terbarukan juga harus diatur. Terakhir, berkaitan dengan infrastruktur TIK, fasilitas pusat data dan wifi di area publik juga disediakan.



Gambar 1 Ibu Kota Nusantara

Sumber: Nyaman Bagus Purwaniawan, 2024

Menurut Bapak Basuki Hadimuljono dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), APBN di IKN membangun prasarana dasar seperti jalan, penyediaan air minum, embung perkantoran dan sitasi dari nol pembangunan akan terus berjalan (Zubi, 2024). Infrastruktur telekomunikasi memiliki peran penting dalam pembangunan kota cerdas di Ibu Kota Nusantara

atau IKN. Selain itu, hal ini juga dilakukan untuk mendukung kelancaran konektivitas, integrasi, dan inovasi di IKN (Purwanti, 2024).

4. Strategi

Strategi adalah rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan (Nisak, 2019). Kalimantan adalah paru-paru Indonesia, bahkan dunia. Keberadaan hutan ini membuat konsep *smart forest city* menarik untuk direalisasikan. Untuk mencapai *future smart forest city*, ada beberapa strategi atau indikator yang harus dicapai dalam konteks pembangunan. *Pertama*, kesejahteraan masyarakat yang terlihat dari hunian berimbang dan ruang publik yang memadai. *Kedua*, ekologi dan preservasi lingkungan alami meliputi area terbuka hijau serta konservasi tanaman lokal Kalimantan dan Indonesia (Shoffa, 2024). Pemandahan IKN ke Kalimantan didasarkan pada beberapa strategi keunggulan wilayah, yaitu: (1) Lokasi strategis yang berada di tengah-tengah wilayah Indonesia serta dilewati oleh Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI) II; (2) Memiliki infrastruktur yang relatif lengkap; (3) Lokasi yang berdekatan dengan dua kota pendukung yang sudah berkembang, yaitu Kota Balikpapan dan Kota Samarinda; (4) Ketersediaan lahan yang dikuasai pemerintah yang memadai untuk pengembangan IKN; (5) Minim risiko bencana alam (Hariati & Saputri, 2022).

5. Adopsi Teknologi

Implementasi konsep *smart city* di IKN mencakup adaptasi teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, dari layanan publik hingga pengelolaan lingkungan menjadi fondasi tulang punggung sistem *smart city* bagi IKN sebagai kota cerdas. (Pratama, 2024). Menurut Philip, transformasi tempat kerja di ibu kota negara baru juga diperkuat melalui *flexible working arrangement* berbasis digital. Cara kerjanya akan diarahkan informal, interaktif, kasual, dan tidak terbatas ruang-ruang kantor. Perkantoran pemerintahan di ibu kota negara baru seluruhnya akan berbasis konektivitas fisik dan digital (*kominfo.go.id*, 2022). Menurut Troy Pantouw, Juru Bicara Otorita Ibu Kota Nusantara, transformasi digital menjadi pilar utama dalam implementasi konsep kota cerdas atau *smart city* di IKN. Pembangunan jaringan internet yang mumpuni dan teknologi canggih dalam menunjang aktivitas masyarakat, termasuk provider telekomunikasi. Pembangunan infrastruktur di Otorita IKN juga akan menggunakan sejumlah teknologi, seperti Internet of Things (IoT) dalam pelayanan publik (*kominfo.go.id*, 2023). Sementara itu, Mohammed Ali Berawi selaku Deputy Transformasi Hijau dan Digital IKN adopsi teknologi *Command Center* Tahap I, sebagai langkah awal pengembangan Pusat Komando dan Kendali Terintegrasi (ICCC). *Command Center* Tahap I IKN ini juga terhubung

dengan berbagai proyek melalui CCTV dan *feeds video* melalui drone yang menampilkan kondisi ragam situs proyek pembangunan (Alexander, 2024).

Pada kenyataannya, di sekitar Nusantara jadi pusat studi desa digital, seperti (*smart village*) pertama di Penajam Paser Utara, Kalimantan Timur atau di wilayah Ibu Kota Nusantara kini menjadi desa percontohan sekaligus pusat studi bagi desa lain. Sejak diresmikan sebagai Desa Digital pada Agustus 2022, sudah ada empat desa yang datang untuk studi ke Bukit Raya, tiga desa dari wilayah Kalimantan Timur, yakni Desa Sidorejo, Gunung Intan Babulu, dan Sesulu, sedangkan satu desa dari Kalimantan Tengah. Masyarakat juga sudah mengadopsi teknologi lain, yaitu YouTube, *podcast*, dan media sosial. Desa Bukit Raya juga memiliki aplikasi *SimpelDesa* untuk memudahkan pelayanan masyarakat. Seperti fitur Laporan Pemdes dan Japri BPD sebagai sarana komunikasi digital masyarakat dengan pemerintah. Ada juga fitur Pasar Desa dan Grosir Desa untuk melakukan transaksi jual-beli. Serta ada fitur sosial seperti *SimpelDonor*, *SimpelDonasi*, dan *Panic Button* (*ikn.go.id*, 2023)

SIMPULAN

Keberlanjutan transformasi digital di Ibu Kota Nusantara (IKN) harus diteruskan karena memiliki beberapa alasan penting. *Pertama*, transformasi digital akan mendukung efisiensi dan efektivitas pemerintahan dan pelayanan publik di IKN, yang dirancang sebagai kota pintar. *Kedua*, infrastruktur digital yang berkelanjutan akan menarik investasi, memacu inovasi, dan menciptakan lapangan kerja di sektor teknologi. *Ketiga*, keberlanjutan ini juga mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dengan mengintegrasikan teknologi hijau dan sistem yang ramah lingkungan (Akbar, 2024). Dengan demikian, hemat penulis bahwa keberlanjutan transformasi digital sangat penting untuk menjamin masa depan IKN sebagai kota yang modern, inklusif, dan berdaya saing tinggi. Mimpi menjadi kota masa depan yang *smart city* tidak mudah direalisasikan karena harus ada kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Aspirasi untuk menjadi Ibu Kota Nusantara dapat menjadi kenyataan dengan kerja keras dan komitmen bersama yang menguntungkan semua pihak.

REFERENSI

- Akbar, L. 2024. "Keberlanjutan transformasi digital Ibu Kota Nusantara". *Antaranews.Com*. <https://www.antaranews.com/berita/4259587/keberlanjutan-transformasi-digital-ibu-kota-nusantara>
- Alexander, H.B. 2024. "Menilik Teknologi Canggih Command Center Tahap I IKN". *Kompas.Com*. <https://ikn.kompas.com/read/2024/03/04/070000987/menilik-teknologi-canggih-command-center-tahap-i-ikn>
- Alexander, H.B. 2024. "Simak, Lima Penahapan Pembangunan IKN". *Kompas.Com*. <https://ikn.kompas.com/read/2024/02/05/144646187/simak-lima-penahapan-pembangunan-ikn>
- Hariati, H., & Saputri, A.S. 2022. "Best Practice Kebijakan Pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) di Kalimantan Timur, Indonesia". *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 4(1): 16. <https://doi.org/10.31764/jgop.v4i1.8218>
- ikn.go.id. 2023. "Desa di Sekitar Nusantara Jadi Pusat Studi Desa Digital". *Nusantara*. <https://www.ikn.go.id/desa-di-sekitar-nusantara-jadi-pusat-studi-desa-digital>
- Ikn.go.id. 2023. "Kedeputan Transformasi Hijau dan Digital Mengajak Investasi *Smart City* Nusantara di Astana". *Ibu Kota Nusantara*. <https://www.ikn.go.id/kedeputan-transformasi-hijau-dan-digital-mengajak-investasi-smart-city-nusantara-di-astana>

- Javier, W.M.T. 2024. "Sekilas mengenai Rencana Pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) Nusantara". *Djkn.Kemenkeu.Go.Id.* <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16126/Sekilas-Mengenai-Rencana-Pembangunan-Ibu-Kota-Negara-IKN-Nusantara.html>
- kemenkopmk.go.id. 2024. "DM Mumpuni, Penggerak Transformasi di Ibu Kota Negeri." Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan (Kemenko PMK).
- kominfo.go.id. 2022. "Mendorong Peradaban Digital di IKN Nusantara Kembali ke *List*". *Indonesia.Go.Id.*
- kominfo.go.id. (2023). "Transformasi Digital Pilar Utama Konsep Kota Cerdas IKN". Kementerian Komunikasi dan Digital. <https://www.kominfo.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/transformasi-digital-pilar-utama-konsep-kota-cerdas-ikn>
- Kotarba, M. 2018. "Digital transformation of business models". *Foundations of Management*, 10(1): 123–142. <https://doi.org/10.2478/fman-2018-0011>
- Mediana. 2024. "Daya Saing SDM Indonesia Peringkat Ke-46 dari 67 Negara". *Kompas.Id.*
- Muhammad, D. 2019. "Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital". *Infokam*, 15(2): 116–123.
- Nasrullah, R. 2021. *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Prenada Media Group.

- Nisak, Z. 2019. "Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Kompetitif". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–8.
- Pratama, D.K. 2024. "Peran Teknologi dan Transformasi digital di IKN". *Rri.Co.Id*. <https://www.rri.co.id/ipitek/898056/peran-teknologi-dan-transformasi-digital-di-ikn>
- Purwanti, T. 2024. "BAKTI Siapkan Infrastruktur Telekomunikasi untuk Kota Cerdas di IKN". *Cnbcindonesia.Com*.
- Saputra, B. 2024. "Harapan Masyarakat untuk Ibu Kota Nusantara. Megapolitan". *Antaraneews.Com*. <https://megapolitan.antaraneews.com/berita/279105/harapan-masyarakat-untuk-ibu-kota-nusantara>
- Shoffa, V. 2024. "Kembangkan Berbagai Inovasi, IKN Nusantara Siap Jadi Acuan Kota Masa Depan". *Ui.Ac.Id*. <https://www.ui.ac.id/kembangkan-berbagai-inovasi-ikn-nusantara-siap-jadi-acuan-kota-masa-depan/>
- Soetrisno, E. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana.
- Syafruddin Pohan, Sofya Rahma Nasution, & Ratna Sari. 2024. "Analisis Komunikasi Digital Aplikasi Sihalal pada Pemilik UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai". *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1): 1–16. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2112>
- Tangi, L., Janssen, M., Benedetti, M., & Noci, G. 2021. "Digital Government Transformation: A Structural Equation Modelling Analysis of Driving and Impeding factors". *International Journal of Information Management*, 60, 102356. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102356>

- Tulungen, E.E.W., Saerang, D.P.E., & Maramis, J.B. 2022. "Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2): 1116–1123. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41399>
- Yusuf, R. 2024. "Faisal; Percepatan Transformasi dan Literasi Digital IKN dan Kaltim Harus Seimbang. Dinas Komunikasi Dan Informatika Prov. Kalimantan Timur.?" <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/pemerintahan/faisal-percepatan-transformasi-dan-literasi-digital-ikn-dan-kaltim-harus-seimbang>
- Zubi. 2024. "Progres Pembangunan Infrastruktur Dasar di IKN". *Antaraneews.Com*. <https://www.antaraneews.com/infografik/4280403/progres-pembangunan-infrastruktur-dasar-di-ikn>
- Zulfa, A.A., Therasari, A., E Syahrudin, Oktavinia, K., Bhakti, M.T.P., Salbiah, E., & Wahyudin, C. 2024. "Transformasi Digital dalam Pelayanan Pembuatan Surat Pindah Datang". *Karimah Tauhid*, 3(2): 1724–1735. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.11906>



BIOGRAFI PENULIS



Dr. Rosmala, S.Sos., M.Si., adalah seorang akademisi dengan latar belakang pendidikan yang kuat di bidang komunikasi, dakwah, dan administrasi. Beliau meraih gelar Doktor (S-3) dalam bidang Komunikasi dan Dakwah dari Universitas Islam Negeri Sumatra Utara. Sebelumnya, beliau menyelesaikan studi Magister di bidang Ilmu Administrasi. di bidang Ilmu Administrasi di Universitas Riau, serta meraih gelar Sarjana (S-1) dalam Ilmu Administrasi Negara dari universitas yang sama. Saat ini, ia tengah menyelesaikan Studi Doktorat di Institut Pertanian Bogor. Dr. Rosmala memiliki kontribusi akademik yang diakui dengan ID Sinta 6169976, dan karya-karyanya dapat diakses melalui Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=BJJLDyUAAA&hl=id>

Dr. ChelsyYesicha, S.I.Kom., M.I.Kom., adalah seorang akademisi dengan latar belakang pendidikan yang solid di bidang komunikasi dan kajian budaya. Beliau meraih gelar Doktor (S-3) dalam Kajian Budaya dan

Media dari Universitas Gadjah Mada, yang memperkuat pemahamannya akan dinamika budaya dan media dalam konteks global. Gelar Magister (S-2) Ilmu Komunikasi diperoleh dari Universitas Muhammadiyah Jakarta, dan sebelumnya, beliau menyelesaikan pendidikan Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dr. Chelsy Yesicha juga aktif dalam dunia akademik dengan kontribusi penelitian yang diakui secara luas. Profil dan publikasi ilmiahnya dapat diakses melalui ID Sinta 6089242.

Google Scholar:

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=chelsy+yesicha&btnG=

A'ang Chaarnaillan, S.Pd., M.I.Kom., adalah seorang akademisi yang telah menyelesaikan pendidikan S-2 di bidang Ilmu Komunikasi di Universitas Riau. Sebelumnya, ia meraih gelar S-1 di bidang Pendidikan Bahasa Inggris dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai seorang peneliti yang aktif, ia terdaftar di Sinta dengan ID 6719342, dan karya-karya akademiknya dapat diakses melalui profil Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=FBp7PuIAAAAJ&hl=id>

Susi Artuti Erda Dewi, S.Sos., M.Si., adalah seorang akademisi yang telah menyelesaikan pendidikan S-2 di bidang Ilmu Administrasi di Universitas Riau. Sebelumnya, beliau meraih gelar S-1 dalam Ilmu Administrasi Negara dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Susi aktif dalam dunia akademik, dengan profil yang dapat diakses melalui ID Sinta 6687305 dan profil Google Scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?user=BrkZZtgAAAJ&hl=id>

Transformasi Digital untuk Ketahanan dan Keberlanjutan: Menerapkan Difusi Inovasi dalam Masyarakat

Dorien Kartikawangi

**¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya**

dorien.kartika@atmajaya.ac.id

PENDAHULUAN

Transformasi masyarakat pada era digital merupakan fenomena global yang signifikan, yang menghadirkan peluang dalam pendidikan dan konektivitas. Transformasi digital juga menghadirkan tantangan terkait infrastruktur, literasi digital, dan adaptasi sosial. Strategi komunikasi merupakan inti dari transformasi ini. Komunikasi merupakan tulang punggung transformasi yang bertindak sebagai media yang melaluinya masyarakat dapat mengadopsi, mengadaptasi, dan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam kehidupan sehari-hari. Strategi ini menjembatani kesenjangan

antara teknologi dan realitas kehidupan masyarakat, yang memastikan bahwa inovasi digital tidak hanya diperkenalkan, tetapi juga diintegrasikan dengan cara yang mendorong keberlanjutan dan ketahanan. Dengan mendasarkan pada teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003), tulisan ini mengkaji peluang dan tantangan transformasi digital di masyarakat dan bagaimana strategi komunikasi dapat memainkan peran penting dalam digitalisasi. Dinamika masyarakat, strategi komunikasi untuk keberlanjutan, peningkatan ketahanan masyarakat, dan pentingnya kemitraan kolaboratif, menjadi pembahasan utama pada tulisan ini, di samping juga membahas kesenjangan antara kerangka teoretis dan implementasi praktis dan usulan strategi komunikasi untuk mengatasi kesenjangan ini.

PEMBAHASAN

Memahami Masyarakat pada Era Digital

Masyarakat, khususnya pedesaan, secara tradisional dicirikan oleh struktur sosial yang erat, akses terbatas ke infrastruktur, dan tingkat adopsi teknologi yang lebih lambat. Pengenalan teknologi digital ke dalam lingkungan ini dapat mengganggu norma sosial dan kegiatan ekonomi yang ada sekaligus menyediakan jalan baru untuk pertumbuhan, pendidikan, dan partisipasi. Namun, masyarakat pedesaan

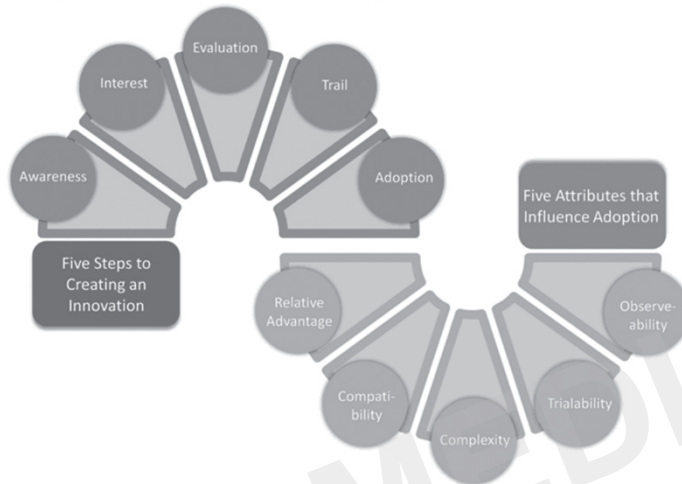
menghadapi tantangan unik, seperti kesenjangan digital, tingkat infrastruktur teknologi yang lebih rendah, dan tingkat literasi digital yang bervariasi, yang menjadikan komunikasi inovasi sebagai elemen penting dalam mendorong transformasi digital yang sukses.

Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003) memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana masyarakat mengadopsi perangkat digital dari waktu ke waktu. Teori ini menekankan bahwa proses adopsi dipengaruhi oleh lima faktor utama, yaitu:

1. Keunggulan Relatif: Bagaimana inovasi meningkatkan solusi yang ada.
2. Kompatibilitas: Bagaimana inovasi sesuai dengan nilai dan kebutuhan masyarakat.
3. Kompleksitas: Tingkat kesulitan suatu inovasi yang dianggap sulit dipahami atau digunakan.
4. Uji coba: Sejauh mana inovasi dapat diujicobakan secara terbatas.
5. Observabilitas: Seberapa terlihatnya hasil inovasi tersebut bagi orang lain.

DIFFUSION OF INNOVATION THEORY

Everett Rogers' Diffusion of Innovations Theory

**Gambar 1** Teori Diffusi Inovasi

Sumber: Rogers, 2003

Dalam masyarakat, inovasi digital—dari layanan e-pemerintahan hingga teknologi pertanian digital—perlahan-lahan merambah sistem sosial. Namun, adopsi teknologi ini sering kali lambat, terhambat oleh interaksi yang rumit antara struktur sosial, norma budaya, dan infrastruktur teknologi yang terbatas. Model teoretis menunjukkan bahwa inovasi dengan keunggulan dan kompatibilitas relatif yang tinggi lebih mungkin diadopsi, tetapi dalam konteks pedesaan, solusi digital sering kali gagal selaras dengan realitas sosial-ekonomi masyarakat.

Dalam konteks transformasi digital, strategi komunikasi harus menekankan faktor-faktor tertentu. Misalnya, daerah pedesaan yang infrastruktur teknologinya terbatas dapat memperoleh manfaat dari menyoroti keunggulan relatif alat pertanian berbasis seluler atau layanan tele-health, terutama di daerah dengan akses fisik yang buruk. Selain itu, strategi komunikasi yang diimplementasikan harus berfokus pada kompatibilitas dengan menyelaraskan solusi digital dengan nilai dan praktik lokal—memastikan bahwa teknologi yang diperkenalkan tidak hanya fungsional, tetapi juga dapat diterima secara budaya.

Lebih jauh, Rogers (2003) mengategorikan para pengadopsi ke dalam lima kelompok: inovator, pengadopsi awal, mayoritas awal, mayoritas akhir, dan pengadopsi lambat. Kesiapan setiap kelompok untuk mengadopsi teknologi berbeda-beda, dan komunikasi harus disesuaikan dengan hal tersebut. Para inovator dan pengadopsi awal di masyarakat sering kali memimpin dengan memberi contoh, sementara mayoritas awal dan akhir memerlukan bukti keberhasilan yang lebih praktis dan risiko yang lebih rendah sebelum merangkul inovasi. Para pengadopsi lambat mungkin merupakan kelompok yang paling resisten terhadap perubahan sehingga memerlukan strategi komunikasi yang dipersonalisasi dan sesuai dengan budaya.

Kesenjangan antara teori Rogers (2003) dan kenyataan praktis dalam transformasi digital terletak pada aksesibilitas

dan kegunaan perangkat digital. Beberapa daerah sering kali mengalami penetrasi internet yang rendah, infrastruktur digital yang tidak memadai, dan investasi pemerintah yang terbatas, yang mempersulit proses adopsi. Secara teori, penyebaran teknologi digital harus mengikuti kurva yang dapat diprediksi berdasarkan karakteristik inovasi dan keterbukaan masyarakat terhadap perubahan. Namun, dalam praktiknya, kesenjangan digital dan penolakan budaya memperlambat proses ini secara signifikan.

Misalnya, meskipun perangkat pertanian digital mungkin menawarkan keuntungan relatif yang substansial, seperti hasil panen yang lebih baik atau akses pasar, petani pedesaan mungkin menganggap inovasi ini tidak sesuai dengan metode pertanian tradisional mereka. Selain itu, kompleksitas yang tinggi dalam penggunaan perangkat digital dapat menjadi penghalang adopsi, khususnya di kalangan mayoritas akhir dan masyarakat yang tertinggal dalam masyarakat.

Strategi Komunikasi untuk Keberlanjutan

Keberlanjutan di masyarakat tidak hanya terbatas pada masalah lingkungan, tetapi juga mencakup kelangsungan ekonomi, kohesi sosial, dan kemampuan untuk berkembang meskipun ada tekanan eksternal. Digitalisasi menawarkan perangkat yang dapat meningkatkan aspek-aspek ini, tetapi hanya jika diintegrasikan dengan strategi komunikasi yang cermat. Komunikasi yang efektif harus beralih dari metode penyebaran informasi satu arah yang tradisional

ke model partisipatif dua arah, yang mendorong dialog dan keterlibatan.

Komunikasi yang efektif untuk keberlanjutan melibatkan perubahan dari penyebaran informasi satu arah ke model yang lebih partisipatif. Komunikasi dua arah dicirikan oleh dialog, transparansi, dan akuntabilitas, dan memastikan bahwa semua pemangku kepentingan—terutama mereka yang berada di masyarakat pedesaan—terlibat dalam percakapan seputar transformasi digital. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan prinsip-prinsip komunikasi pembangunan yang menekankan pemberdayaan, keterlibatan, dan pengembangan kapasitas.

Secara teori, komunikasi dua arah seharusnya mendorong terciptanya lingkungan tempat masyarakat secara aktif berkontribusi pada proses digitalisasi. Namun, dalam praktiknya, banyak inisiatif komunikasi masih bersifat *top-down*, berfokus pada penyebaran informasi daripada mendorong keterlibatan. Selain itu, meskipun transparansi dan akuntabilitas sangat penting untuk membangun kepercayaan, masyarakat sering kali memandang teknologi digital dengan kecurigaan, terutama ketika teknologi tersebut dianggap sebagai alat pengawasan atau kontrol. Kesenjangan di sini terletak pada kegagalan strategi komunikasi untuk mengontekskan perangkat digital dalam tatanan sosial kehidupan pedesaan, yang menyebabkan ketidakpercayaan dan penolakan untuk mengadopsinya.

Salah satu tantangan paling mendesak dalam pembangunan masyarakat ialah literasi digital. Tanpa keterampilan

pilan untuk menggunakan perangkat digital secara efektif, masyarakat mungkin kesulitan untuk menyadari manfaat transformasi digital. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus memprioritaskan pendidikan dan pelatihan dalam keterampilan digital. Kampanye informasi publik, lokakarya literasi digital, dan kemitraan dengan sekolah setempat dan pemimpin masyarakat dapat secara signifikan meningkatkan aksesibilitas dan kegunaan perangkat digital.

Pemimpin opini dan agen perubahan—tokoh masyarakat terpercaya, pejabat pemerintah daerah, dan pekerja LSM—memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan strategi ini. Berdasarkan teori Rogers (2003), tokoh-tokoh ini berfungsi sebagai saluran inovasi, mendorong anggota masyarakat untuk merangkul teknologi baru dengan memamerkan kisah sukses dan menunjukkan bagaimana solusi digital selaras dengan kebutuhan lokal. Mereka menjembatani kesenjangan antara inovasi eksternal dan penerimaan masyarakat, memastikan bahwa komunikasi tentang transformasi digital tidak hanya dari atas ke bawah, tetapi juga berakar pada konteks lokal.

Untuk menjembatani kesenjangan ini, strategi komunikasi perlu difokuskan pada penyelarasan budaya dan adaptasi lokal (Kartikawangi, 2018) terhadap perangkat digital. Salah satu peluangnya ialah mengembangkan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan nilai-nilai khusus masyarakat pedesaan. Misalnya, kampanye komunikasi

yang mempromosikan literasi digital harus menekankan bagaimana teknologi ini dapat melengkapi, bukan menggantikan, metode tradisional.

- **Demonstrasi Lokal:** Mendemonstrasikan manfaat praktis dan lokal dari inovasi digital dapat meningkatkan kemampuan pengamatan dan uji coba. Misalnya, petani dapat diundang untuk mengamati bagaimana perangkat digital meningkatkan pengelolaan tanaman di lahan pertanian terdekat sehingga mereka memperoleh contoh nyata yang jelas tentang bagaimana teknologi dapat bermanfaat bagi mereka.
- **Melibatkan Tokoh Masyarakat:** Komunikasi harus melibatkan tokoh lokal yang tepercaya (pemimpin opini)—seperti pemimpin agama, kepala desa, dan petani berpengaruh—yang dapat bertindak sebagai pengadopsi awal dan advokat perubahan. Orang-orang ini sangat penting dalam mempromosikan keunggulan relatif teknologi baru dengan cara yang selaras dengan konteks budaya dan sosial masyarakat.

Untuk memastikan keberlanjutan, strategi komunikasi harus mendorong transparansi dan akuntabilitas. Hal ini melibatkan pembukaan saluran bagi masukan masyarakat mengenai teknologi baru dan memastikan bahwa kebijakan atau intervensi yang terkait dengan perangkat digital mencerminkan masalah dan kebutuhan masyarakat setempat. Pendekatan partisipatif ini dapat meningkatkan kepercayaan antara pemangku kepentingan dan menciptakan

lingkungan kerja sama yang mana solusi digital dapat diciptakan bersama dan disempurnakan berdasarkan masukan masyarakat.

Strategi komunikasi harus menekankan penciptaan bersama dan umpan balik. Hal ini memastikan bahwa solusi digital tidak hanya disesuaikan dengan konteks lokal, tetapi juga menerima masukan dari masyarakat selama fase perencanaan dan implementasi.

- **Lokakarya Partisipatif:** Menyelenggarakan lokakarya partisipatif yang mana anggota masyarakat dapat menyuarakan keprihatinan dan saran mereka tentang inisiatif digital menumbuhkan rasa kepemilikan dan membangun kepercayaan. Lokakarya ini dapat difasilitasi oleh agen perubahan lokal yang memahami aspek teknis perangkat digital dan norma budaya masyarakat.
- **Pesan Kolaboratif:** Membuat pesan yang dikembangkan secara kolaboratif dengan masukan dari masyarakat membantu memastikan bahwa komunikasi tersebut peka terhadap budaya dan sesuai dengan konteks. Strategi ini dapat membantu mengatasi hambatan kompatibilitas karena masyarakat akan merasa bahwa perangkat digital mencerminkan nilai dan kebutuhan mereka.
- **Transparansi Pelaporan:** Pembaruan rutin tentang kemajuan dan hasil inisiatif digital, disajikan dengan cara yang jelas dan mudah diakses, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, memastikan masyarakat merasa mendapat informasi dan terlibat dalam prosesnya.

Meningkatkan Ketahanan di Masyarakat

Ketahanan adalah kemampuan masyarakat pedesaan untuk menyerap guncangan—baik lingkungan, ekonomi, maupun sosial—dan pulih dengan cara yang tidak mengorbankan keberlanjutan jangka panjang mereka. Teknologi digital berpotensi meningkatkan ketahanan dengan meningkatkan komunikasi, mendorong inovasi, dan menyediakan jalan baru untuk diversifikasi ekonomi. Namun, tanpa komunikasi strategis, daerah pedesaan mungkin gagal memanfaatkan sepenuhnya alat-alat ini.

Peran komunikasi dalam meningkatkan ketahanan iklim sangatlah penting. Platform digital, misalnya, dapat digunakan untuk menyebarluaskan informasi cuaca terkini, berbagi pengetahuan tentang praktik pertanian cerdas iklim, atau memfasilitasi sistem peringatan dini untuk bencana alam. Strategi komunikasi yang difokuskan pada pembagian informasi proaktif memastikan bahwa masyarakat dilengkapi dengan pengetahuan dan perangkat untuk mengurangi dampak guncangan terkait iklim. Penyebaran inovasi semacam itu harus dibingkai dengan cara yang menekankan pada uji coba dan pengamatan, yang memungkinkan anggota masyarakat melihat manfaat nyata sebelum berkomitmen penuh.

Ketahanan ekonomi juga ditingkatkan melalui saluran komunikasi yang mendukung diversifikasi ekonomi. Teknologi digital dapat menghubungkan bisnis dengan pasar yang lebih luas, memberikan pelatihan literasi keuangan, dan

menciptakan platform bagi kewirausahaan lokal. Strategi komunikasi yang efektif harus berfokus pada membangun kepercayaan pada perangkat keuangan digital, terutama di masyarakat yang didominasi praktik ekonomi tradisional. Hal ini dapat dicapai melalui kemitraan dengan koperasi lokal, yang sering kali memiliki modal sosial dan pengaruh yang kuat di masyarakat pedesaan.

Komunikasi untuk pembangunan dan perubahan sosial menekankan peran komunikasi dalam memfasilitasi transformasi sosial dan ekonomi yang meningkatkan ketahanan masyarakat. Ketahanan, dalam konteks ini, mengacu pada kemampuan masyarakat untuk beradaptasi dan pulih dari guncangan ekonomi, lingkungan, dan sosial, seperti yang disebabkan oleh perubahan iklim atau gangguan ekonomi. Komunikasi, menurut teori ini, memainkan peran penting dalam mempromosikan ketahanan dengan memungkinkan pertukaran pengetahuan, mendorong tindakan kolektif, dan memastikan akses tepat waktu ke informasi.

Kesenjangan antara teori dan praktik di masyarakat sering kali muncul akibat hambatan komunikasi. Meskipun idealnya komunikasi harus berlapis-lapis dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, dalam praktiknya, daerah pedesaan sering kali mengalami kurangnya akses ke teknologi dan sumber daya komunikasi. Misalnya, sistem peringatan dini untuk peristiwa terkait iklim, yang dapat secara drastis meningkatkan ketahanan pedesaan, sering kali tidak tersedia karena infrastruktur yang buruk dan literasi digital yang rendah.

Kesenjangan lain muncul dalam persepsi manfaat perangkat digital untuk meningkatkan ketahanan. Model teoretis menunjukkan bahwa inovasi digital seharusnya meningkatkan ketahanan masyarakat dengan meningkatkan akses ke informasi dan sumber daya. Namun, masyarakat pedesaan mungkin tidak langsung melihat manfaat perangkat tersebut, kecuali strategi komunikasi secara eksplisit menunjukkan nilainya dalam konteks lokal.

Untuk menutup kesenjangan ini, strategi komunikasi harus berfokus pada pembangunan kepercayaan, kapasitas, dan infrastruktur.

- Platform Berbagi Pengetahuan Lokal: Mengembangkan platform digital yang memfasilitasi berbagi pengetahuan tentang pola iklim lokal, teknik pertanian, atau kesiapsiagaan bencana dapat meningkatkan ketahanan secara signifikan. Platform ini harus interaktif dan memungkinkan umpan balik dan adaptasi secara langsung, sejalan dengan penekanan kerangka kerja pada tindakan kolektif.
- Sistem Peringatan Dini: Strategi komunikasi yang berfokus pada penerapan sistem peringatan dini berbasis masyarakat dapat membantu mengurangi dampak guncangan iklim. Sistem ini harus dirancang dengan melibatkan masyarakat setempat untuk memastikan bahwa sistem tersebut dapat diakses, dipahami, dan digunakan oleh masyarakat.
- Pemberdayaan melalui Literasi Digital: Meningkatkan literasi digital adalah kunci untuk memastikan bahwa masyarakat pedesaan dapat menggunakan perangkat digital

untuk membangun ketahanan. Strategi komunikasi harus memprioritaskan program pelatihan yang tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga menjelaskan bagaimana keterampilan ini dapat diterapkan pada tantangan dunia nyata, seperti adaptasi iklim atau diversifikasi pasar.

Gagasan Rogers (2003) tentang penemuan kembali—proses masyarakat mengadaptasi inovasi agar sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri—memainkan peran penting dalam membangun ketahanan. Strategi komunikasi harus mendorong masyarakat untuk memodifikasi perangkat digital dengan cara yang selaras dengan konteks lokal mereka, memastikan bahwa inovasi digital tidak hanya diadopsi, tetapi juga dipertahankan. Dengan demikian, masyarakat pedesaan dapat mengembangkan solusi yang sesuai dengan kondisi setempat yang lebih mungkin bertahan lama.

Kemitraan Kolaboratif untuk Keberlanjutan Pedesaan

Kemitraan kolaboratif antara badan publik dan swasta, masyarakat lokal, dan organisasi akar rumput sangat penting untuk integrasi teknologi digital yang berkelanjutan. Kemitraan tersebut memastikan bahwa sumber daya, infrastruktur, dan pelatihan yang diperlukan tersedia untuk memfasilitasi transformasi digital. Strategi komunikasi yang mempromosikan kemitraan publik-swasta dapat memberi masyarakat akses ke perangkat digital, dukungan teknis, dan program pengembangan kapasitas yang tidak akan tersedia jika tidak demikian.



Gambar 2 Model Collaborative Social Responsibility

Sumber: Kartikawangi, 2017

Kemitraan dengan organisasi lokal dan inisiatif akar rumput sama pentingnya. Kelompok-kelompok ini sering kali memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan nilai-nilai unik komunitas mereka, yang menjadikan mereka mitra ideal dalam penciptaan bersama strategi komunikasi. Inisiatif akar rumput dapat mendorong program literasi digital berbasis komunitas, sedangkan kemitraan publik-swasta dapat memastikan akses ke infrastruktur dan pendanaan. Strategi komunikasi yang mendorong dialog kolaboratif antara semua pemangku kepentingan meningkatkan kepercayaan dan menciptakan visi bersama untuk transformasi digital.

Agar efektif, kemitraan ini harus dilandasi praktik komunikasi yang transparan dan akuntabel. Masyarakat perlu terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan, dengan saluran yang jelas untuk menyampaikan kebutuhan dan kekhawatiran mereka. Komunikasi dua arah ini penting untuk memastikan bahwa solusi digital tidak dipaksakan, tetapi dikembangkan secara kolaboratif, dengan partisipasi penuh dari masyarakat yang menjadi sasaran manfaatnya.

Model komunikasi multipihak menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pelaku—pemerintah, perusahaan swasta, LSM, dan masyarakat lokal—untuk mengatasi tantangan pembangunan yang kompleks. Model-model ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dapat dicapai ketika semua pemangku kepentingan menyumbangkan keahlian dan sumber daya mereka, dan ketika ada komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan di antara mereka.

Secara teori, kemitraan multipihak harus memastikan bahwa masyarakat pedesaan menerima dukungan yang mereka butuhkan untuk mengintegrasikan teknologi digital secara berkelanjutan. Namun, dalam praktiknya, kemitraan ini sering kali tidak memiliki koordinasi dan komunikasi yang diperlukan agar efektif. Perusahaan swasta dapat memperkenalkan teknologi tanpa sepenuhnya memahami konteks lokal, sementara pemerintah mungkin gagal menyediakan infrastruktur atau kerangka peraturan yang diperlukan untuk mendukung inisiatif ini. Kesenjangan tersebut terletak pada kegagalan mengembangkan strategi

komunikasi yang koheren yang menyelaraskan tujuan semua pemangku kepentingan dengan kebutuhan masyarakat.

Untuk mengatasi tantangan ini, strategi komunikasi harus difokuskan pada pembangunan jembatan antara para pemangku kepentingan, memastikan bahwa setiap pelaku memahami peran mereka dalam mendukung transformasi digital pedesaan.

- **Kemitraan Publik-Swasta (KPS):** KPS menawarkan peluang signifikan untuk meningkatkan keberlanjutan pedesaan dengan menyatukan sumber daya dan keahlian. Strategi komunikasi harus mendorong dialog dan membangun kepercayaan antara entitas-entitas ini, memastikan bahwa inovasi sektor swasta selaras dengan tujuan sektor publik dan kebutuhan masyarakat setempat.
- **Keterlibatan Akar Rumput:** Berkolaborasi dengan LSM lokal dan organisasi berbasis masyarakat dapat memastikan bahwa strategi komunikasi didasarkan pada realitas lokal. Organisasi-organisasi ini sering kali memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat dan dapat membantu memediasi antara pemangku kepentingan eksternal dan penduduk lokal.
- **Pemantauan dan Evaluasi:** Komunikasi rutin tentang kemajuan dan dampak proyek kolaboratif sangatlah penting. Dengan mengintegrasikan pemantauan dan evaluasi ke dalam strategi komunikasi, para pemangku kepentingan dapat membuat penyesuaian berdasarkan data yang memastikan keberlanjutan inisiatif digital dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Metamorfosis digital masyarakat membutuhkan strategi komunikasi yang berakar kuat dalam konteks lokal, disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masyarakat, dan didasarkan pada kerangka kerja teoretis seperti teori Difusi Inovasi Rogers (2003). Dengan mendorong literasi digital, mempromosikan kemitraan kolaboratif, dan memastikan bahwa inovasi diadopsi dan diadaptasi, komunikasi dapat memberdayakan masyarakat untuk berkembang pada era digital. Melalui strategi ini, masyarakat dapat meningkatkan ketahanan mereka terhadap tantangan ekonomi dan lingkungan sambil mempromosikan pembangunan berkelanjutan. Komunikasi bukan hanya alat untuk menyampaikan informasi tetapi juga merupakan kunci untuk memungkinkan transformasi pedesaan dengan cara yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Metamorfosis digital di masyarakat membutuhkan komunikasi yang mendalam dan strategis yang menjembatani kesenjangan antara model teoretis dan realitas praktis. Sementara teori seperti Rogers' Diffusion of Innovations dan CDSC menawarkan wawasan berharga tentang bagaimana teknologi digital

dapat meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan masyarakat, khususnya di pedesaan, implementasi praktisnya menghadapi tantangan yang signifikan. Strategi komunikasi harus adaptif, partisipatif, dan peka terhadap budaya untuk memastikan bahwa inovasi digital tidak hanya diadopsi, tetapi juga dianut oleh masyarakat dengan cara yang selaras dengan konteks sosial ekonomi mereka. Melalui kemitraan kolaboratif, komunikasi dua arah, dan fokus pada ketahanan, daerah pedesaan dapat berkembang pesat di era digital, mencapai pembangunan berkelanjutan yang inklusif dan adil.

REFERENSI

- Kartikawangi, D. 2018. "Kearifan Lokal dalam Implementasi Cause Related Marketing untuk Keberlanjutan Bisnis". *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, 3(5). Juli 2018 <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.278>
- Kartikawangi, D. 2017. "Symbolic Convergence of Local Wisdom in Cross-Cultural Collaborative Social Responsibility: Indonesian Case". *Public Relations Review*, 43(1): 35-45 <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.0120363-8111/>
- Rogers, Everette M. 2003. *Diffusion of Innovations*, 5th ed, Free Press

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Prof. Dr. Dorien Kartikawangi, M.Si. adalah dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya. Dorien juga menjadi pengajar pada Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia dan sejak 2021 menjadi *adjunct professor* di The School of Communication, Far Eastern University, Philippines. Dorien juga memiliki pengalaman sebagai *visiting professor* di Westphalian University of Applied Science, Jerman (2018, 2024); Santa Fe College, Florida, US (2019); The University of Le Havre, Normandy, France (2023), dan Bourgogne University, Dijon, France (2024).
Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=vGgj6CIAAAAJ>

**LITERASI DIGITAL
SEBAGAI KUNCI
PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT INDONESIA**



Bijak Bermedia Sosial dalam Membangun *Personal Branding* Siswa-siswi Menengah Pertama

Sinta Paramita¹, Vanessa Orlando², Alfina Injily
Seftyani³, Aurelia Regina Cahyawangsa⁴, Vania Valencia⁵

¹²³⁴⁵Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara

✉Alamat Surat Elektronik:

sintap@fikom.untar.ac.id ¹

vanessa.915220011@stu.untar.ac.id ²

alfina.915220061@stu.untar.ac.id ³

aurelia.915220062@stu.untar.ac.id ⁴

vania.915220063@stu.untar.ac.id ⁵

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti saat ini, media sosial berkembang dengan pesat. Dengan adanya internet, masyarakat dapat memperoleh, mengelola, dan menyebarkan informasi dengan mudah. Penduduk Indonesia sebagian besar sudah mempunyai dan aktif dalam sosial media. Namun, belum banyak yang bijak dalam bermedia sosial. Media sosial dianggap sebagai salah satu media yang paling efektif untuk

berkomunikasi dengan orang-orang dari segala lapisan usia, terutama di kalangan remaja. Sayangnya, banyak orang yang menggunakan media sosial tanpa mengetahui cara berkomunikasi secara etis melalui internet. Menyebarkan berita palsu, memicu kejahatan online, dan penipuan bisnis *online* adalah salah satu pelanggaran etika yang dimaksud. Akibatnya, banyak kejahatan *online* yang melibatkan kaum muda (Oktavianti & Paramita, 2020). Kondisi ini sangat memprihatinkan. Oleh sebab itu, perguruan tinggi diharapkan dapat membantu mengedukasi masyarakat terkait masalah literasi dalam media sosial. Meskipun banyak hal yang perlu ditingkatkan, media sosial juga memberikan peluang besar untuk penggunaannya, khususnya dalam *personal branding* dan memberikan hal yang positif untuk perkembangan profesi suatu hari nanti.

Makin banyak penggunaan media internet pada era digital ini, dari berbagai aplikasi, media sosial makin banyak digunakan. Namun, sangat disayangkan, penggunaan sosial media hanya sebagai komunikasi dan hiburan semata. *Personal branding* tidak hanya dilakukan oleh *public figure* yang sering kali membuat visual foto, video, gambar, atau kegiatan yang relevan, tetapi juga bisa dipelajari oleh seseorang yang ingin mengembangkan *personal branding*-nya melalui media sosial.

Personal branding adalah proses komunikasi yang menggambarkan kepribadian, kemampuan, dan nilai-nilai seseorang, membentuk persepsi orang lain terhadap identitas diri mereka. Pada akhirnya, keberhasilan proses

ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang dalam berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Pada era teknologi saat ini, semua orang berlomba-lomba untuk menjadi unik sehingga *personal branding* digital berdampak pada kredibilitas seseorang. Rasa hormat, kekaguman, dan kepercayaan publik akan muncul secara tidak langsung sebagai hasil dari pengembangan *personal branding* yang kuat dan tepat (Susanti & Paramita, 2024). Lebih lanjut, menurut Frischmann, *online personal branding* adalah proses pembentukan merek pada individu dan karier yang telah dibangun dengan tepat, seperti melalui promosi kemampuan, keterampilan, nilai-nilai, dan kepribadian individu tersebut kepada target audiens (pasar) dengan menggunakan proposisi nilai dan jaringan yang efektif. Fokusnya adalah pada cara seseorang melihat dirinya di internet dan jaringan yang terkait, seperti media sosial, penyedia konten, dan catatan publik. Tujuan dari *online personal branding* adalah untuk mengendalikan reputasi yang dimiliki dan bagaimana orang lain melihatnya (Japutra & Winduwati, 2024).

Media sosial sudah menjadi tempat untuk mengeluarkan dan mengungkapkan amarah, kebencian, caci maki, penghinaan, dan *cyber bullying*. Tidak hanya pada masalah politik, sosial, agama, dan SARA, tetapi masalah pribadi sekalipun turut meramaikan ruang di media sosial. Media sosial dan internet telah menimbulkan masalah pertentangan nilai etis dan moral (Fahrimal, 2018). Kemajuan teknologi yang menyebabkan memudarnya kebudayaan Timur dan

lunturnya norma-norma kesantunan dalam segala hal. Oleh sebab itu, diperlukan kesadaran diri untuk menggunakan media sosial dan internet secara bijak agar tidak menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengguna lain. Etika komunikasi berperan sebagai panduan atau standar dalam bertindak sesuai norma yang berlaku sehingga kenyamanan dan keamanan sesama pengguna alat komunikasi dapat terjaga.

Dari pemaparan pendahuluan di atas, tim Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara akan menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya untuk sekolah menengah pertama.

PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini Tim lakukan dengan cara memaparkan materi dan melakukan seminar yang cukup dipahami oleh anak-anak SMP Katolik Ricci 1. Dengan diadakan seminar ini, menurut Tim, dapat memudahkan anak-anak SMP Katolik Ricci 1 memahami materi yang Tim bawakan. Sebelum pelaksanaan, tim mulai dibentuk, lalu merancang kegiatan agar berjalan lancar. Setelah mempertimbangkan beberapa jenis kegiatan, Tim memutuskan untuk mengadakan seminar. Selanjutnya, Tim memilih lokasi untuk acara, dan SMP Katolik Ricci 1 dipilih sebagai tempat kegiatan. Proses perizinan dengan pihak sekolah cukup mudah, hanya dengan menyerahkan surat kegiatan dari universitas kepada pihak sekolah.

Deskripsi kegiatan ini diawali dengan mengenalkan mengenai *personal branding*, lalu menjelaskan etika dalam bermedia sosial. Kegiatan ini dilaksanakan di sekolah SMP Katolik Ricci 1 yang bertujuan untuk mengedukasi secara dasar mengenai “Etika Media Sosial dalam Pembentukan *Personal Branding*”. Mengingat pesatnya media sosial saat ini, Tim ingin mengedukasi dan mengajak anak-anak sekolah menengah untuk lebih bijak dan lebih berhati-hati karena apa yang kita lakukan di media sosial akan berdampak besar pada masa mendatang.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan (Sumber: Tim PKM Fikom Untar)

Dalam proses kegiatan, masih banyak siswa yang menganggap *personal branding* hanya penting untuk mengejar karier. Minimnya kesadaran dan pendidikan membuat banyak dari mereka kurang memahami pentingnya *personal branding*. Akibatnya, topik ini sering kali diabaikan. Selain itu, kurangnya edukasi juga memunculkan stereotip negatif bahwa *personal branding* adalah bentuk promosi diri yang berlebihan sehingga banyak yang enggan terlibat dan menganggapnya tidak penting. Namun, setelah mengikuti kegiatan ini, siswa-siswi memperoleh pengetahuan baru tentang pentingnya *personal branding*.

Permasalahan mengenai etika media sosial dalam pembentukan *personal branding* dapat diedukasi melalui orang tua, guru, dan webinar. Melalui webinar mengenai etika media sosial dalam pembentukan *personal branding*, diharapkan para siswa dapat memahami pentingnya etika dalam bermedia sosial untuk membangun *personal branding*, sekaligus menjadi lebih bijak dan berhati-hati dalam penggunaannya.

SIMPULAN

Kemajuan teknologi menyebabkan mudahnya kebudayaan Timur dan lunturnya norma-norma kesantunan dalam segala hal. Oleh sebab itu, kesadaran diri dalam menggunakan media sosial dan internet secara bijak sangat diperlukan agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain. Di sisi lain, media sosial juga dapat menjadi alat untuk mengembangkan *personal branding*. Untuk itu, diperlukan masukan dan edukasi agar anak-anak memahami hal ini dengan baik. Tim mengadakan seminar bertema “Etika Media Sosial dalam Pembentukan *Personal Branding*” yang bertujuan membantu siswa-siswi SMP Katolik Ricci 1 mengenal lebih jauh tentang pentingnya etika dalam bermedia sosial.

REFERENSI

- Fahrimal, Y. (2018). "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial dalam Media Sosial". dalam *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78. <<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>>.
- Japutra, J. P., & Winduwati, S. (2024). "Analisis Pembentukan Online Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Kasus Channel YouTube The Joomers)". dalam *Prologia*, 8(2), 265–274. <<https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27524>>.
- Oktavianti, R., & Paramita, S. (2020). "Kegiatan Literasi Media Sosial di SMP Katolik Abdi Siswa di Jakarta Barat". dalam *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(2). <<https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i2.7222>>.
- Susanti, C., & Paramita, S. (2024). "Pembentukan Digital Personal Branding di Media Sosial Akun Instagram @ Chiquitalimer". dalam *Prologia*, 8(1), 42–49. <<https://doi.org/10.24912/pr.v8i1.21608>>.



BIOGRAFI PENULIS



Dr. Sinta Paramita. Saat ini penulis aktif sebagai dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Selain itu juga aktif mengikuti hibah penelitian eksternal dari Ristek Dikti, serta menjadi *reviewer* Jurnal Nasional Terakreditasi dan Internasional Bereputasi. Sinta ID: 62290.

ELEX MEDIA



Konten Media Sosial Menginspirasi dalam Meningkatkan Kompetensi Masyarakat

Salman¹, Erna Febriani²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta
Jalan Arjuna Utara Jakarta Barat

¹salman@esaunggul.ac.id

²erna.febriani@esaunggul.ac.id

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi membantu memudahkan dan meringankan penggunaannya. Terlebih lagi, teknologi baru yang berbasis digital. Pemanfaatan teknologi digital merupakan keniscayaan yang harus dikuasai oleh masyarakat Indonesia. Teknologi digital memanfaatkan jaringan internet sehingga teknologi ini menghilangkan batas ruang dan waktu. Internet yang tersebar dapat diakses oleh masyarakat dalam waktu yang bersamaan walau berada di tempat yang berjauhan.

Berbagai macam bentuk teknologi digital yang tersebar, di antaranya adalah media sosial (Salman, 2022). Media

sosial merupakan media yang digunakan untuk membantu kelancaran komunikasi dan saat ini menjadi media yang begitu digemari. Berbagai macam konten pun tersaji dalam media sosial tersebut, mulai dari kesukaan, hiburan, pembelajaran, dan sebagainya. Intinya, media sosial bak pisau bermata dua. Di satu sisi, menyuguhkan konten yang bermanfaat. Di sisi lain, media sosial dapat merugikan penggunaannya jika tidak *dibarengi* dengan kemampuan literasi yang baik.

Literasi digital (Pipit Widiatmaka, 2023) merupakan suatu keharusan bagi masyarakat dalam memanfaatkan media sosial tersebut. Kemampuan literasi digital yang baik akan menghindarkan penggunaannya mengonsumsi konten yang tidak bermanfaat dan merugikan. Dengan literasi yang memadai, pengguna media sosial dapat memanfaatkan konten untuk pemberdayaan masyarakat karena konten tersebut dapat memberikan manfaat dan wawasan serta menginspirasi penggunaannya.

Beberapa media sosial yang dapat digunakan dalam pemberdayaan masyarakat antara lain YouTube, TikTok, dan Instagram. Konten-konten tersebut pun bervariasi, seperti konten yang mengajari masyarakat untuk kreatif dalam membuat dan menyajikan makanan. Ada juga konten yang mengajari pengguna cara penyelesaian pekerjaan rumah yang dapat dikerjakan sendiri tanpa harus memanggil tukang. Masih banyak lagi konten-konten yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta meningkatkan keterampilan. Dari situlah, peluang usaha dapat tercipta.

PEMBAHASAN

Literasi digital merupakan kecakapan dan kemampuan pengguna dalam pemanfaatan teknologi digital secara bijak dan produktif. Kemampuan ini melindungi pengguna dari kerugian akibat paparan konten yang tidak bermanfaat. Literasi digital membantu melindungi pengguna dari paparan konten tanpa pengawasan atau penyaringan, berbeda dengan media tradisional, seperti koran, majalah, atau media elektronik yang memiliki pengendali konten (*gatekeeper*).

Dalam dunia digital, pengguna adalah *gatekeeper* yang bertanggung jawab menyeleksi konten sesuai kebutuhan dan manfaat. Selain kemampuan memilih konten, literasi digital juga mencakup kecakapan teknis dalam menggunakan perangkat keras, seperti *smartphone* dan komputer, serta perangkat lunak atau aplikasi yang mendukung kebutuhan pengguna. Pengguna harus bijak dalam memilih aplikasi yang relevan dan memahami prosedur operasionalnya.

Pengguna media sosial memiliki latar belakang, kebutuhan, dan kesukaan yang beragam. Namun, agar media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan, hal yang paling penting adalah memiliki kemampuan literasi digital yang baik. Literasi digital menjadi kunci utama dalam pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian, yang pada akhirnya dapat menciptakan masyarakat yang sejahtera.

Menurut Kominfo (Kominfo, n.d.), literasi digital terdiri dari empat pilar utama yang dapat diterapkan dalam penggunaan media sosial, yaitu *digital skills*, *digital culture*, *digital ethics*, dan *digital safety*.

Digital skills adalah kemampuan dan keahlian yang dimiliki pengguna dalam pemanfaatan perangkat keras dan perangkat lunak teknologi, memahami sistem kerja teknologi digital, serta memanfaatkan teknologi untuk berbagai kebutuhan. Selain itu, pengguna juga harus mampu memahami prosedur dalam membuat, membuka, dan menggunakan akun media sosial.

Digital culture adalah kemampuan dan keahlian pengguna dalam memahami budaya digital. Budaya merupakan nilai-nilai (Nasrullah, 2017) yang muncul dari proses interaksi yang terjadi. Nilai-nilai tersebut membentuk dan menjadi acuan dalam penggunaan media digital. Di samping itu, pengguna juga harus mengedepankan wawasan kebangsaan dan menjaga identitas budaya Indonesia yang terkenal sebagai bangsa yang ramah.

Digital ethics adalah kemampuan pengguna dalam menjaga nilai dan norma serta aturan-aturan yang berlaku dalam dunia digital. Etika merupakan moral yang dianut setiap manusia (Alfan, 2013) untuk hidup yang lebih baik sehingga manusia harus menjaga kebaikan tersebut untuk melindungi dirinya dari hal-hal yang dapat dianggap tidak baik. Dalam kehidupan digital, etika juga dijunjung dan

dijaga agar dapat memberikan kebermanfaatan serta menyebarkan kebaikan bagi sesama pengguna.

Digital safety adalah kemampuan pengguna untuk menjaga keselamatannya. Pengguna harus mampu memilih dan menentukan konten yang bermanfaat, baik bagi dirinya maupun lingkungannya. Di samping itu, pengguna juga harus mampu melindungi data pribadi, menjaga kerahasiaan akun, dan menghindari penyebaran informasi yang merugikan pengguna lain yang pada akhirnya berdampak pada keselamatan pengguna itu sendiri (Apjii, 2024).

Selain memiliki wawasan keindonesiaan, pengguna juga wajib memahami etika, mampu menyesuaikan diri, serta memiliki kemampuan berpikir rasional dan kritis. Dengan kemampuan ini, pengguna dapat menyeleksi informasi yang tersebar di platform digital. Kesadaran akan pentingnya perlindungan dan keamanan sebagai pengguna juga harus ditingkatkan. Hal yang tak kalah penting, pengguna perlu menguasai cara memanfaatkan perangkat teknologi, baik perangkat keras maupun perangkat lunak, secara optimal.

KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan. Keberhasilan dalam pemberdayaan ini akan membantu masyarakat meningkatkan kemampuan dan keahlian mereka, khususnya dalam menghadapi persaingan yang memanfaatkan teknologi digital. Dengan pengetahuan dan kecakapan dalam menggunakan teknologi digital, masyarakat dapat mengakses informasi yang bermanfaat untuk menunjang kehidupan mereka.

Masyarakat Indonesia merupakan salah satu negara pengguna internet aktif dunia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sejak bulan Desember 2023 sampai bulan Januari 2024, jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 (Apjii, 2024).

Dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah gen Z (kelahiran 1997–2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981–1996) sebanyak 30,62%. Kemudian berikutnya, gen X (kelahiran 1965–1980) sebanyak 18,98%, post gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby

boomers (kelahiran 1946–1964) sebanyak 6,58% dan pre-boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24%.

Peluang besar ini dimanfaatkan oleh banyak kreator konten yang kreatif dan inovatif untuk mengembangkan media sosial mereka. Tercatat, sepuluh konten kreator YouTube di Indonesia memiliki penghasilan yang signifikan, mulai dari ratusan juta hingga miliaran rupiah per bulan. Berdasarkan data (Detik, 2024), berikut daftar sepuluh YouTuber tersebut beserta perkiraan penghasilannya: Klara Tania (Rp1,6–26,5 M), Vimlet (Rp1,1–18,7 M), Willie Salim (Rp1–17 M), Frost Diamond (Rp735 juta–1,1 M), Yudist Ardhana (Rp689 juta–1,1 M), Ria Ricis (Rp570–912 juta), Jess No Limit (Rp559–894 juta), Deddy Corbuzier (Rp478–764 juta), Arif Muhammad (Rp303–486 juta), dan MiawAug (Rp280–450 juta).

Selain para konten kreator, masyarakat umum juga memanfaatkan media sosial YouTube untuk berbagai kebutuhan. Contohnya, para pekerja bengkel menggunakan YouTube untuk mencari solusi atas masalah baru yang belum pernah mereka hadapi. Sebagai ilustrasi, seorang mekanik motor yang biasanya menangani kendaraan produksi umum dapat memanfaatkan YouTube untuk mempelajari cara menangani jenis motor yang belum pernah ditangani sebelumnya. Hal ini tidak hanya membantu mereka menyelesaikan masalah, tetapi juga meningkatkan keterampilan dan keahlian mereka.

Pipit Widiatmaka, I. D. (2023). "Peningkatan Civic Literasi dengan Memanfaatkan Literasi Digital Melalui Pendidikan Kewarganegaraan di Perguruan Tinggi". dalam *PEKOMMAS*, 59–70.

Nurfajrina, Azkia. (2024). "10 YouTuber Terkaya di Indonesia 2024, Ada yang Penghasilannya Capai Miliaran". dalam *finance.detik.com*, diakses Desember 2024.

<<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7241862/10-youtuber-terkaya-di-indonesia-2024-ada-yang-penghasilannya-capai-miliaran>>.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Dr. Salman. Meraih gelar doktor ilmu komunikasi pada kajian media di sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Menyelesaikan jenjang pendidikan S-2 di Program Pascasarjana FISIP UI, serta jenjang Sarjana Ekonomi di Universitas Esa Unggul Jakarta. Dia juga berprofesi sebagai dosen prodi Ilmu Komunikasi di beberapa perguruan tinggi, seperti STIKOM InterStudi, Universitas Budi Luhur, Universitas Bina Nusantara, Universitas Kalbis, Universitas Bunda Mulia, dan Pascasarjana UPIYAI, Salman mengampu mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi, Komunikasi Politik, Komunikasi Organisasi, Krisis dan Manajemen Isue, Manajemen Public Relations, IMC. Saat ini sebagai dosen tetap Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta.

Dr. Erna Febriani, saat ini menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, dia juga aktif dalam berbagai organisasi yaitu Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) sebagai Ketua Bidang Website & Media Relations serta

Ikatan Sarjana Komunikasi (ISKI) Pusat sebagai Wakil Ketua Departemen Pengembangan Profesi. Dia juga merupakan asesor bidang Kehumasan. Erna Febriani memiliki kepakaran dalam bidang ilmu komunikasi khususnya *public relations*. Dia menamatkan pendidikan S-1 dan S-2 Komunikasi di Institut Komunikasi dan Bisnis The London School of Public Relations dan S-3 dari Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Sahid.

ELEX MEDIA

Cyberbullying pada Era Generasi Z: Tantangan dan Strategi Pencegahan

Adinda Arifiah¹

¹Program Studi Komunikasi PJJ, Universitas Siber Asia

adindaarifiah@lecturer.unsia.ac.id¹

PENDAHULUAN

Individu yang berusia 20 tahun ke bawah saat ini, yakni yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, termasuk dalam Generasi Z. Generasi ini cenderung menghabiskan waktu yang banyak dan memiliki waktu yang cukup fleksibel dalam menggunakan internet terutama media sosial. (Lenhart & Madden, 2007 dalam *Euajarusphan*, 2021).

Generasi Z yang dapat dikatakan sebagai *iGeneration* merupakan generasi global pertama yang sejati (Putra, 2016). Generasi Z merupakan generasi pertama yang hidup dengan perkembangan teknologi yang pesat. Perkembangan ini termasuk teknologi internet yang mencakup kehadiran media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai platform digital lainnya.

Kehidupan Generasi Z dapat dikatakan tak terpisahkan dari interaksi virtual yang menjadikan komunikasi daring sebagai aktivitas utama dalam kehidupan mereka sehari-hari (Anderson & Jiang, 2018). Kondisi ini memberikan pengaruh besar terhadap pola interaksi sosial mereka, termasuk meningkatnya risiko Generasi Z mengalami atau melakukan tindakan perundungan dari atau yang kerap dikenal sebagai *cyberbullying* (Kowalski dkk., 2014). Jumlah pengguna platform daring seperti media sosial yang menghadapi masalah *cyberbullying* terus meningkat di kalangan individu Generasi Z, yang menghabiskan 10 jam 36 menit secara daring, dengan total 1.940 kasus *cyberbullying* di Indonesia (Ulfah, 2020).

Cyberbullying merupakan bentuk intimidasi atau perundungan yang dilakukan melalui platform daring, seperti media sosial, surat elektronik, dan aplikasi pesan instan (Hinduja & Patchin, 2015). Perbedaan utama antaran perundungan di dunia nyata dan di platform daring terletak pada sifat anonimitas dan kemudahan akses bagi pelaku untuk menyerang korban kapan saja dan di mana saja.

Dampak dari *cyberbullying* pada Generasi Z cenderung lebih intens karena besarnya peran media sosial dalam kehidupan mereka (Pew Research Center, 2018). Maraknya *cyberbullying* di kalangan Generasi Z tidak terlepas dari karakteristik unik mereka. Sebagai generasi yang *digital-native*, Generasi Z terpapar teknologi sejak dini di kehidupan mereka. Hal ini membuat mereka menjadi lebih mahir

dalam menggunakan platform digital untuk berkomunikasi dan berekspresi. Namun, paparan terhadap teknologi sejak usia muda ini juga membuat mereka lebih rentan terhadap konflik sosial di dunia virtual (Anderson & Jiang, 2018). Maka dari itu, diperlukan strategi pencegahan khusus diperlukan untuk mengatasi permasalahan *cyberbullying* pada Generasi Z.

PEMBAHASAN

Cyberbullying atau perundungan daring merupakan salah satu dampak negatif dari penggunaan internet, terutama media sosial, yang makin marak di kalangan Generasi Z di Indonesia. *Cyberbullying* menjadi makin kompleks karena makin beragamnya bentuk dan platform yang memungkinkan perilaku ini berlangsung, mulai dari komentar negatif hingga penyebaran konten pribadi tanpa izin (Kowalski skk., 2014). Karakteristik platform media sosial dan pesan instan yang menonjolkan interaksi visual dan pesan singkat, kerap dijadikan sebagai media tindakan perundungan melalui komentar atau unggahan yang merugikan seseorang.

Jumlah peristiwa *cyberbullying* makin meningkat. Survei oleh lembaga penelitian Safenet Indonesia juga menunjukkan bahwa 6 dari 10 remaja mengaku pernah mengalami atau menyaksikan tindakan *cyberbullying* di platform media sosial. Bentuk *cyberbullying* ini beragam, mulai dari penghinaan, penyebaran informasi palsu, intimidasi, hingga pelecehan seksual yang dilakukan secara virtual. Di antara

jenis *cyberbullying* yang paling sering terjadi adalah penghinaan atau komentar negatif, yang mencapai angka 43% diikuti oleh penyebaran informasi palsu sebesar 29%, dan intimidasi sebesar 18% (Setiawan & Putri, 2022).

Studi lain mengungkapkan bahwa Generasi Z di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 10 jam sehari di dunia maya, yang menjadikan mereka lebih rentan terhadap perundungan daring (Wahyuni & Pratiwi, 2023). Penelitian ini juga menemukan bahwa hampir 70% responden dari kelompok Generasi Z pernah mengalami paling tidak satu jenis *cyberbullying*.

Dampak jangka panjang dari perilaku *cyberbullying* terhadap kesehatan mental Generasi Z juga tidak dapat diabaikan. Studi yang dilakukan Pew Research Center (2021) menunjukkan bahwa korban *cyberbullying* dari Generasi Z memiliki risiko masalah kesehatan mental jangka panjang dibandingkan korban dari generasi sebelumnya, mengingat intensitas penggunaan media digital yang lebih tinggi di kalangan mereka. Menurut penelitian yang dilakukan Elgar dkk. (2014), korban dari *cyberbullying* berpotensi mengalami berbagai masalah kesehatan mental, seperti penurunan harga diri, peningkatan gejala depresi, hingga upaya bunuh diri.

Selain itu, dampak psikologis yang terjadi sering kali bertahan untuk jangka waktu panjang. Hal ini dapat mempengaruhi kehidupan sosial, akademis, dan perkembangan diri pribadi para korban *cyberbullying* (Van Geel dkk,

2014). Lebih jauh lagi, perundungan dari juga mempengaruhi hubungan sosial Generasi Z. Pada studi yang dilakukan Wahyuni dan Pratiwi (2023), ditemukan bahwa lebih dari 45% responden mengalami *cyberbullying* mengaku menarik diri dari lingkungan sosial mereka, menghindari interaksi di dunia nyata, dan menunjukkan penurunan partisipasi dalam kegiatan sekolah atau komunitas. Hal ini memerlukan perhatian khusus karena dapat mempengaruhi perkembangan sosial dan akademis Generasi Z. Untuk itu, diperlukan langkah preventif yang tepat untuk melindungi generasi muda dari dampak buruk *cyberbullying*.

Tantangan terbesar dalam mengatasi *cyberbullying* di Indonesia adalah rendahnya literasi digital di kalangan remaja dan terbatasnya penegakan hukum terkait perundungan daring. Meskipun pemerintah telah mengeluarkan regulasi untuk melindungi pengguna internet, termasuk UU ITE, implementasi dari aturan ini masih kurang efektif terutama dalam menindak pelaku *cyberbullying*. Banyak korban yang merasa enggan melaporkan kasus perundungan daring karena takut tidak mendapatkan perlindungan yang memadai atau takut akan pembalasan dari pelaku (Budiarto dkk., 2022).

Selain itu, karakteristik media sosial yang memungkinkan anonimitas pengguna juga menjadi tantangan tersendiri. Pelaku *cyberbullying* sering kali bersembunyi di balik akun palsu atau anonim, yang membuat sulit dilacak dan

dididentifikasi. Faktor anonimitas ini mempermudah pelaku untuk menyerang korban kapan saja dan di mana saja tanpa konsekuensi langsung, yang makin memperburuk dampak psikologis pada korban.

Strategi pencegahan *cyberbullying* yang efektif perlu disesuaikan dengan karakteristik unik Generasi Z. Strategi pencegahan *cyberbullying* di kalangan Generasi Z membutuhkan pendekatan multidimensional yang melibatkan literasi digital, dukungan dari keluarga dan sekolah, serta keterlibatan aktif dari platform media sosial. Salah satu pendekatan yang dianggap efektif adalah pendidikan literasi digital di kalangan remaja. Pendidikan ini dapat dilakukan melalui kurikulum sekolah atau program pelatihan, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman remaja mengenai etika komunikasi daring dan cara menghadapi konflik secara positif. Studi oleh Zhang dan Johnson (2022) menunjukkan bahwa pendidikan literasi digital di sekolah dapat menurunkan risiko *cyberbullying* hingga 35% di kalangan siswa menengah, dengan mengajarkan cara melaporkan tindakan intimidasi dan bagaimana melindungi privasi mereka di media sosial.

Di sisi lain, peran orang tua dalam memberikan edukasi tentang penggunaan internet yang aman juga sangat penting. Penelitian menunjukkan bahwa anak-anak yang mendapatkan pengawasan ketat dari orang tua saat menggunakan media sosial cenderung lebih terlindungi dari risiko

cyberbullying (Setiawan & Putri, 2022). Orang tua dapat membantu dengan memberikan pemahaman tentang risiko yang mungkin mereka hadapi di dunia maya serta cara-cara untuk menghadapi situasi sulit yang mungkin muncul. Melalui pendekatan yang terbuka, orang tua bisa menjadi pendamping yang efektif dalam menghadapi permasalahan terkait *cyberbullying*.

Selain pendidikan dan peran keluarga, keterlibatan platform media sosial dalam menciptakan lingkungan yang aman juga diperlukan. Beberapa platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sudah mulai menerapkan kebijakan yang memungkinkan pengguna untuk melaporkan konten negatif atau tindakan perundungan. Namun, kebijakan ini masih perlu disempurnakan agar lebih responsif terhadap laporan dari pengguna. Dewi dkk. (2020) menyatakan bahwa respons cepat dari platform media sosial terhadap laporan *cyberbullying* dapat mengurangi dampak negatif yang dialami korban. Hal ini karena tindakan yang cepat dapat mencegah penyebaran konten yang merugikan.

Pengetahuan dan cara perlindungan mandiri di ruang virtual juga perlu ditekankan pada Generasi Z. Studi oleh Wahyudi dan Pratiwi (2023) menunjukkan bahwa 48% remaja yang pernah menjadi korban *cyberbullying* melindungi diri dengan membatasi akses media sosial mereka, seperti menjadikan akun mereka privat atau memblokir pelaku *cyberbullying*. Selain itu, sekitar 20% remaja juga memilih

melaporkan konten yang merugikan kepada platform media sosial. Meskipun beberapa platform memiliki mekanisme pelaporan, tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap respons platform tersebut masih rendah. Survei menunjukkan bahwa hanya sekitar 20% korban yang melaporkan *cyberbullying* merasa puas dengan respons yang diberikan platform.

Lebih lanjut, banyak remaja yang memilih untuk mencari dukungan dari teman sebaya saat menghadapi *cyberbullying*. Berdasarkan riset Wahyuni dan Pratiwi (2023), sekitar 60% remaja mengaku merasa aman ketika berbicara dengan teman dekat atau sebaya tentang masalah *cyberbullying* yang mereka alami. Dukungan sosial dari teman sebaya ternyata memiliki efek positif dalam meningkatkan kepercayaan diri korban dan membantu mereka mengatasi dampak emosional dari *cyberbullying*.

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa *cyberbullying* di kalangan Generasi Z di Indonesia merupakan isu yang kompleks dan memerlukan perhatian serius. Dengan jumlah populasi yang besar, Generasi Z memiliki peran penting dalam masa depan sosial dan digital Indonesia. Namun, tanpa adanya langkah preventif yang tepat, dampak negatif dari *cyberbullying* dapat menghambat perkembangan kesehatan mental dan sosial mereka.

SIMPULAN

Cyberbullying di kalangan Generasi Z di Indonesia merupakan fenomena yang membutuhkan perhatian serius dari berbagai pihak. Langkah pencegahan yang efektif memerlukan pendekatan multidimensional, termasuk melalui Pendidikan di sekolah, peran aktif keluarga dalam memberikan pengawasan dan edukasi terkait internet, serta keterlibatan platform media sosial dalam menyediakan sarana dan kebijakan pelaporan yang efektif dan responsif. Strategi perlindungan mandiri juga perlu ditekankan pada Generasi Z, seperti mengubah pengaturan privasi, mencari dukungan teman sebaya, serta mengetahui batasan tentang penyebaran data pribadi. Namun, efektivitas upaya ini masih memerlukan dukungan yang lebih luas dari berbagai pihak.

Adanya dukungan komprehensif dari pemerintah, institusi pendidikan, keluarga, dan platform media sosial, diharapkan dapat membuat Generasi Z terlindungi dari dampak negatif *cyberbullying*. Dengan demikian, generasi muda di Indonesia dapat tumbuh menjadi individu yang sehat secara mental, emosional, dan sosial. Penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk mengevaluasi efektivitas intervensi yang ada serta mengembangkan pendekatan yang inovatif dalam mengurangi perilaku *cyberbullying* di Indonesia.

REFERENSI

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). "Teens, Social Media & Technology". dalam *Pew Research Center*.
- Budiarto, R., dkk. (2022). "Cyberbullying Detection and Algorith-Based Interventions in Indonesia's Social Media". dalam *Journal of Digital Protection*, 14(3), 215-230.
- Dewi, H.A., Suryani, S., & Sriati, A. (2020). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Cyberbullying pada Remaja: A Systematic Review". dalam *Journal of Nursing Care*, 3 (2).
- Elgar, F. J., Craig, W., Boyce, W., Morgan, A., & Vella-Zarb, R. (2014). "Income Inequality and School Bullying: Multilevel Study of Adolescents in 37 Countries". dalam *Journal of Adolescent Health*, 50(1), 50-58.
- Euajarusphan, A. (2021). "Cyberbullying and Thai Generation Z Youth in Bangkok, Thailand". dalam *International Journal of Crime, Law and Social Issues*, Vol. 8, No. 2.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2015). "Bullying Beyond the Schoolyard: Preventing and Responding to Cyberbullying." Edisi kedua. *Corwin Press*.
- Kowalski, R., & Limber, S. (2014). "Psychological, Physical, and Academic Correlates of Cyberbullying and Traditional Bullying". dalam *Journal of Adolescent Health*, 53(1), 13-20.
- Putra, T.S. (2016). "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi." dalam *Among Makarti* 9, No.18, 123-134.

- Setiawan, R., & Putri, A. (2022). "Digital Literacy and Cyberbullying Among Adolescents in Indonesia". dalam *Indonesian Journal of Communications Studies*, 17(2), 45–58.
- Ulfah, M. (2020). *Digital Parenting: Bagaimana Orang Tua Melindungi Anak-Anak dari Bahaya Digital?* Edu Publisher.
- Van Geel, M., Vedder, P., & Tanilon, J. (2014). "Relationship Between Peer Victimization, Cyberbullying, and Suicide in Children and Adolescents: A Meta-Analysis". dalam *JAMA Pediatrics*, 168(5), 435–442.
- Wahyuni, D., & Pratiwi, F. (2023). "Cyberbullying in Generation Z: Mental Health and Coping Strategies". dalam *Journal of Indonesian Adolescent Research*, 18(1), 101–120.
- Zhang, Y., & Johnson, L. (2022). "The Role of Digital Literacy Education in Reducing Cyberbullying in Schools". dalam *International Journal of Educational Technology*, 15(4), 329–344.



BIOGRAFI PENULIS



Adinda Arifiah, S.I.Kom., M.I.Kom.. Lahir di Jakarta 2 Oktober 1991. Menempuh pendidikan S-1 dan S-2 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Saat ini menjabat sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Universitas Siber Asia. Bidang penelitian utamanya meliputi komunikasi budaya, psikologi komunikasi, komunikasi digital, dan studi sosial. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui email adindaarifiah@lecturer.unsia.ac.id. ID SINTA: 6747894. Google Scholar: [9uG47XwAAAAJ](https://scholar.google.com/citations?user=9uG47XwAAAAJ).

Literasi Digital dan Keterbukaan Informasi Publik dalam *E-Government*

Muhamad Rosit¹, Umar Halim²,
Thomas Bambang Pamungkas³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila

²Program Studi Ilmu Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional

✉Alamat Surat Elektronik:

muhamadrosit@univpancasila.ac.id¹, umarhalim@univpancasila.
ac.id², tb.pamungkas@civitas.unas.ac.id³,

PENDAHULUAN

Literasi digital dan keterbukaan informasi merupakan dua komponen sangat penting dalam meningkatkan masyarakat yang terbuka, partisipatif, dan informatif. Literasi digital merujuk pada keterampilan individu untuk memahami, memanfaatkan, dan menggunakan media digital dengan baik dan bijaksana (Zainudin, 2021), termasuk untuk mengakses ragam informasi yang berasal dari pemerintahan.

Sementara itu, keterbukaan informasi publik merupakan produk reformasi yang berkaitan dengan kepentingan bangsa Indonesia. Dengan mengamati perkembangan demokrasi yang semakin transparan, pemerintah membuat Undang-Undang yang mengatur khusus tentang keterbukaan informasi publik. Undang-Undang ini sebagai *legacy* penyelenggaraan pemerintahan yang transparan, kredibel, dan bertanggung jawab.

Masyarakat Indonesia yang dulunya menganggap semua informasi sebagai rahasia negara, sekarang percaya pada keterbukaan informasi. Saat ini, akan sulit bagi kita untuk menemukan rahasia negara. Semua pengelolaan badan-badan publik yang penting untuk penyelenggaraan negara dan pemerintah harus dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Ini memiliki makna yang luas bagi kehidupan ber-negara dan berbangsa (Bakti dkk. 2011, p. 221).

Hak masyarakat diwadahi apabila menyampaikan keluhan, rekomendasi, atau kritik tentang penyelenggaraan negara yang dianggap melanggar peraturan yang berlaku. Pengalaman dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa keluhan, rekomendasi, atau kritik masyarakat sering tidak ditanggapi dengan baik atau dengan benar. Salah satu tanda dan bukti bahwa pemerintah dengan sistem administrasinya mengabdikan kepada rakyatnya ialah seberapa baik pelayanan yang diberikan kepada masyarakat (Thoha, 2014, p. 90).

PEMBAHASAN

Prinsip Keterbukaan Informasi Publik

Ada beberapa prinsip keterbukaan informasi, yaitu

1. Akses untuk semua: Segala informasi pemerintah mesti tersedia untuk seluruh orang tanpa diskriminasi, kecuali alasan yang sah untuk membatasi akses, seperti keamanan negara atau privasi individu.
2. Transparansi: Agar masyarakat dapat memahami proses pengambilan keputusan dan efeknya, pemerintah harus secara aktif dan jelas mengomunikasikan kebijakan, keputusan, dan tindakan mereka kepada publik.
3. Akuntabilitas: Keterbukaan informasi memungkinkan masyarakat untuk menilai kinerja pemerintah dan meminta pertanggungjawaban jika ada ketidaksesuaian antara tindakan pemerintah dan kepentingan masyarakat.
4. Partisipasi publik: Memberikan akses yang lebih besar terhadap informasi pemerintah juga mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk menyuarakan kepentingan mereka dan memberikan umpan balik.
5. Perlindungan privasi dan keamanan: Meskipun penting untuk mendorong keterbukaan informasi, prinsip ini tidak boleh melanggar privasi orang atau keamanan negara. Informasi sensitif harus dilindungi dengan hati-hati.

Implementasi Good & Open Governance

Di satu sisi, kata "good governance" dapat berarti secara berbeda, dan di sisi lain dapat berarti kinerja suatu organisasi, seperti pemerintahan perusahaan atau kelompok masyarakat. *Good governance* dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk mengarahkan, mengendalikan, atau memengaruhi masalah publik. Ini karena etimologi dari kata asli dalam bahasa Inggris "*governing*" berarti mengarahkan atau mengendalikan. Oleh karena itu, ranah pemerintahan yang baik, tidak hanya terbatas pada birokrasi negara atau pemerintahan, tetapi juga mencakup masyarakat sipil yang diwakili oleh sektor swasta dan organisasi non-pemerintah. Dengan kata lain, tuntutan terhadap pemerintahan yang baik ditujukan kepada masyarakat yang berada di luar struktur birokrasi pemerintahan (Nugroho, Anugrah, dan Ghazaly. 2015, p. 219).

Semua lembaga publik diharapkan bertanggung jawab dan berkonsentrasi pada pelayanan rakyat dengan sebaik mungkin. Keterbukaan informasi publik tentu akan berguna atau bermanfaat untuk masyarakat dan lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Jika informasi publik tersedia dengan cukup, pemimpin lembaga penyelenggara pemerintahan dapat memanfaatkan pengawasan masyarakat untuk meningkatkan kinerja dan gerak organisasi hingga ke daerah-daerah (Al Faqih et al., 2026, p. 44).

Selain itu, Indonesia sudah menganut sistem pemerintahan terbuka (*open government*) sejak tahun 2011. Sistem

ini dilaksanakan sebagai kelanjutan dari diundangkannya Undang-Undang KIP pada tahun 2008. Pemerintahan terbuka dikelola secara terbuka dan transparan pada semua tingkatan serta diawasi oleh masyarakat atau publik. Konsep ini bertolak belakang dengan legitimasi ekstensif kerahasiaan negara, kelahiran pemerintahan terbuka sebenarnya sudah digagas pada abad pencerahan di Eropa dan sebagai konsekuensi dari sistem demokrasi (Dipropramono, 2017, p.14).

Meningkatkan Aksesibilitas Informasi Publik

Salah satu tujuan prioritas penyelenggaraan *e-government* adalah adanya peningkatan aksesibilitas informasi publik. *E-government* fokus pada proses pelayanan yang baik dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan komunikasi sehingga menguntungkan baik pemerintahan maupun publik, sebagaimana tujuan *e-government* sebagai berikut:

Pertama, melalui *e-government*, informasi penting yang dibutuhkan publik memperoleh prioritas utama. Pemerintah dan masyarakat menjadi interaktif melalui teknologi (media digital) untuk meningkatkan performa pelayanan dan tentu saja berbagai program dan kebijakan pemerintahan juga mudah diakses melalui portal dan bisa dikontrol oleh publik.

Ketiga, pemerintah membutuhkan dukungan dan partisipasi masyarakat yang lebih aktif berkaitan dengan proses pengambilan kebijakan yang akan dibuat untuk implementasi *e-government*. Dengan partisipasi masyarakat, bisa dipastikan bahwa kebijakan pemerintah akan memenuhi

aspirasi publik untuk menjalankan sistem demokrasi yang transparan (Indrajit, Rudianto dan Zainudin, 2005, p. 150).

Aksesibilitas publik merupakan salah satu dari pilar utama dalam sistem demokrasi yang sehat dan transparan. Dalam demokrasi, rakyat memiliki hak untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh pemerintah yang mereka pilih, termasuk keputusan-keputusan yang dibuat, kebijakan yang diimplementasikan, dan pengeluaran dana publik. Dengan demikian, aksesibilitas publik memungkinkan rakyat untuk mengawasi dan mengkritik tindakan pemerintah, yang merupakan landasan dari akuntabilitas dan transparansi pemerintahan.

Selain itu, meningkatnya aksesibilitas informasi publik dapat mendorong partisipasi masyarakat. Ketika informasi publik mudah diakses, masyarakat lebih terdorong untuk terlibat secara aktif dalam proses demokrasi. Dengan informasi yang memadai, mereka memiliki lebih banyak peluang untuk mengikuti diskusi publik, memberikan masukan, dan berkontribusi dalam pengambilan keputusan. Hal ini memperkuat peran masyarakat dalam pembangunan sekaligus menjaga akuntabilitas pemerintah.

Penguatan Literasi Digital

Peningkatan dan penguatan literasi media digital masyarakat menjadi sangat urgen untuk mendukung suksesnya aspek keterbukaan informasi publik melalui implementasi

portal berbasis elektronik ini. Masyarakat perlu memiliki keterampilan digital yang memadai agar tidak kesulitan dalam menggunakan teknologi media digital yang mendukung pelaksanaan *e-government*.

Selain itu, penguatan literasi digital menjadi urgen di tengah digitalisasi terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan keterbukaan informasi publik dalam penyelenggaraan *e-government*. Maka dari itu, keterbukaan informasi publik tentu membutuhkan literasi digital masyarakat secara menyeluruh. Menurut data pada bulan Januari 2024, pengguna internet sudah mencapai 185 juta yang setara dengan 66,5% dari total jumlah penduduk di Indonesia sebesar 278,7 juta jiwa (databoks.katadata.co.id, diakses 2/5/2024).

Data ini sesungguhnya menjadi modal sebagai penguat literasi digital dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik, artinya masyarakat Indonesia, lebih dari separuh penduduk, sudah bisa mengakses dengan internet sehingga proses transformasi pelayanan digital melalui *e-government* bisa diimplementasikan lebih cepat. Oleh karena itu, saat ini perlu sumber daya yang memahami dan mampu menerapkan digitalisasi dalam keterbukaan informasi publik untuk mengimplementasikan *e-government* sehingga pelayanan dan informasi mudah diakses dan bisa dipertanggungjawabkan.

Pengetahuan dan keterampilan literasi digital perlu dimiliki oleh seluruh warga karena pada era serba digital ini, pasti akan selalu berkorelasi dengan digitalisasi, terutama berkaitan dengan administrasi pemerintahan, baik secara teknis maupun substantial (Rosit dkk. 2024. p.230). Oleh karena itu, *e-government* bukanlah menjadi hambatan bagi masyarakat, melainkan justru menjadi potensi untuk menguatkan komponen literasi digital agar proses digitalisasi dalam pemerintahan bisa bertransformasi secara cepat, kemudian berdampak dalam berbagai aspek terutama dalam pelayanan dan informasi yang memberikan kontribusi yang positif. Diharapkan keterbukaan informasi publik dalam rangka mengimplementasikan *e-government* membantu memajukan suatu pemerintahan yang transparan, kredibel, dan bertanggung jawab.

SIMPULAN

Kemampuan literasi digital warga negara berkorelasi dengan kemampuan mengakses informasi publik. Keterbukaan informasi publik adalah prinsip atau kebijakan yang menjamin bahwa informasi yang dimiliki oleh pemerintah atau lembaga publik dapat diakses dengan mudah dan transparan oleh masyarakat umum. Prinsip ini sangat penting dalam rangka menjaga akuntabilitas pemerintah, memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, dan mendorong pertukaran informasi yang sehat dalam masyarakat.

REFERENSI

- Al-Faqih, M.Z. (2016). *Komisi Informasi Reposisi dan Penguatannya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bakti, Andi Faisal. (2011). *Literasi Politik dan Konsolidasi Demokrasi*. Tangerang Selatan: Churia.
- Dipropramono, Abdulhamid. (2017). *Keterbukaan dan Sengketa informasi Publik: Panduan Lengkap memahami Open Government dan Keterbukaan informasi publik serta praktek sengketa informasi publik*. Jakarta: Rebebook
- Muda, Zainudin. (2021). *Modul Cakap Bermedia Digital*. Jakarta: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Rosit, Muhamad. (2024). *Komunikasi Politik Digital*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Thoha, Miftah. (2014). *Birokrasi dan Dinamika Kekuasaan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Indrajit, R. Eko (2005). *E-Government in Action: Ragam Kasus Implementasi Sukses di berbagai Belahan Dunia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.



BIOGRAFI PENULIS



Muhamad Rosit, S.Sos.I., M.Si., dosen Ilmu Komunikasi, Fikom Universitas Pancasila. Menyelesaikan S-1 di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Jakarta dan menyelesaikan Magister Manajemen Komunikasi di Universitas Indonesia. Fokus penelitian pada bidang Komunikasi Politik. ID SINTA: 6668103. ID Google Scholars:

<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=HVGFRmoAAAAJ> Email: muhamadrosit@univpancasila.ac.id.

Umar Halim, S.Sos.I., M.Phil., dosen Ilmu Komunikasi Fikom Universitas Pancasila. Menyelesaikan S-1 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan S-2 di Universiti Kebangsaan Malaysia. Selain mengajar, dia saat ini menjabat sebagai Direktur Eksekutif Network Society Indonesia (NSI). Fokus penelitian pada Digital Divide. ID SINTA: 5996545. ID Google Scholars:https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=xo_NjSgAAAAJ. Email: umarhalim@univpancasila.ac.id.

Thomas Bambang Pamungkas, M.I.Kom., dosen tetap Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional. Masa pendidikan lebih banyak dihabiskan di Kota Yogyakarta hingga menyelesaikan studi Diploma Komunikasi di UGM tahun 1999, dan pada tahun yang sama, dia melanjutkan studi Ilmu Komunikasi di Universitas Diponegoro Semarang dan lulus tahun 2001. Adapun studi Magister Ilmu Komunikasi ditempuh tahun 2012 di Universitas Mercubuana Jakarta. Fokus penelitian pada bidang penyiaran. ID SINTA: 6869109. ID Google Scolars: <https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=NuO4nowAAAAJ>. Email: tb.pamungkas@civitas.unas.ac.id.

Literasi Hoaks untuk Perilaku Berbagi Informasi Baik di Media Sosial

Loina Lalolo Krina Perangin-angin

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Swiss German

✉loina.peranginangin@sgu.ac.id

PENDAHULUAN

Masyarakat informasi merujuk pada masyarakat yang aktivitas utamanya bersandar pada kegiatan pengolahan informasi, baik produksi maupun distribusinya, dengan ditopang oleh teknologi. Informasi digunakan untuk seluruh elemen kehidupan dan menjadi bagian penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Utamanya, ditandai oleh kegiatan saling berbagi informasi, baik untuk kegiatan pribadi, sosial, pendidikan, bisnis, maupun untuk mengisi waktu luang.

Dalam konteks Indonesia, infrastruktur jaringan Internet telah memfasilitasi masyarakat untuk menjadi bagian dari warga dunia digital dan terlibat dalam interaksi berbagai informasi. Tingkat penetrasi internet di Indonesia, menurut hasil survei penetrasi internet 2024 dari APJII untuk tahun

2024 sudah mencapai 79,5%, naik dari 73,7% pada tahun 2022 dan 78,19% pada tahun 2023 (We Are Sosial, 2023) dengan jumlah mencapai lebih dari 221 juta orang. Jumlah waktu yang dihabiskan mencapai 7–8 jam setiap harinya untuk menggunakan internet di semua perangkat. Pengguna media sosial mencapai 60,4% atau sekitar 167 juta orang.

Peningkatan aktivitas digital tersebut ternyata tidak serta-merta menunjukkan tingkat literasi digital yang baik. Hasil survei Literasi Digital Nasional 2023 yang dilakukan Kominfo menunjukkan indeks literasi digital masyarakat Indonesia untuk tahun 2023 masih berada di level sedang, dengan skor 3,65 dari skor tertinggi 5. Skor ini menunjukkan literasi digital masyarakat Indonesia masih perlu ditingkatkan apalagi hoaks makin meningkat, seperti terlihat dari Tabel 1 berikut ini.

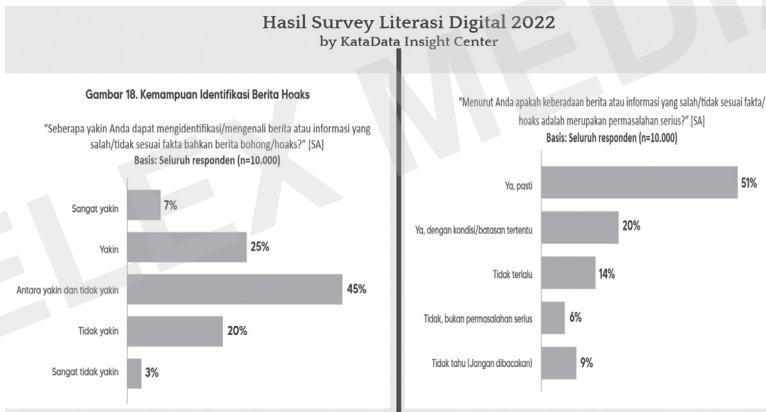
Tabel 1. Jumlah Hoaks yang Dilakukan Periksa Fakta

Persebaran Hoaks (2018-2023)				
Tahun	Total Hoaks	Hoaks Politik	% Hoaks Politik	Keterangan
2018	997	488	49,94	80-an hoaks per-bulan
2019	1221	644	52,0	100-an hoaks per bulan
2020	2298	700	30,5	190-an hoaks per bulan; hoaks kesehatan sebanyak 843 (36,7%)
2021	1888	428	22,7	150-an hoaks per bulan; hoaks kesehatan sebanyak 467 (24,7%)
2022	1698	549	32,3	140-an hoaks perbulan; hoaks kesehatan 242 (14,3%)
2023	2330	1292	55,5	200-an hoaks perbulan; hoaks kesehatan 150 (6,4%)
2024 (sampai Juni)	2119	1000s	48,9	350-an hoaks per bulan

Sumber: Tim Litbang Mafindo, 2024

Survei Literasi Digital Nasional 2022 menunjukkan kemampuan masyarakat untuk mengidentifikasi hoaks masih sangat rendah. Hanya 32% responden merasa yakin mampu mengidentifikasi atau mengenali berita atau informasi salah/tidak sesuai fakta bahkan berita bohong atau hoaks. Sebanyak 45% tidak merasa yakin, dan sisanya mengaku tidak bisa. Datanya dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Survei tentang Literasi Hoaks



Sumber: Survei Literasi Digital 2022, Kominfo, 2023

Berdasarkan penjelasan di atas, penting bagi masyarakat memiliki literasi hoaks untuk menanggapi dan memanfaatkan informasi yang beredar di ruang digital secara tepat.

PEMBAHASAN

Kehadiran Internet, diikuti dengan media sosial, memberikan perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi isi media (Denis & DeFleur, 2010). Di satu sisi, pesan diterima langsung melalui saluran komunikasi massa. Di sisi lain, isi media juga diterima melalui saluran komunikasi antarpribadi yang (juga) diisi oleh informasi dari media massa sambil berdiskusi dengan keluarga, sahabat, dan teman di dalam ruang-ruang komunitas virtual. Tak jarang kedua aksi ini pun dilakukan secara simultan dengan difasilitasi oleh media sosial (Walther, 2011).

Wigmore (2012) menggambarkan media sosial sebagai saluran komunikasi *online* kolektif yang memfasilitasi interaksi, berbagi konten, dan kolaborasi berbasis komunitas melalui berbagai platform seperti situs web, forum, micro-blogging, dan jejaring sosial. Karakteristik media sosial mencakup partisipasi antarindividu, keterbukaan, percakapan, pembentukan komunitas, dan keterhubungan. Media sosial mendukung kontribusi dan umpan balik dari partisipan, memungkinkan siapa saja untuk berpartisipasi sesuai minat mereka. Selain itu, media sosial memfasilitasi penyebaran informasi secara luas, termasuk konten multimedia dan informasi personal yang di-*posting* sebagai profil publik. Informasi dapat diterima langsung oleh individu, yang kemudian memberi komentar dan membagikan informasi tersebut, membuatnya viral tanpa ada pihak yang

bertanggung jawab sebagai sumber utama. Hal ini menyebabkan informasi yang tersebar seringkali mengalami gangguan atau distorsi.

PUSAD Paramadina dan Mafindo (2023) menyebutkan 3 bentuk gangguan informasi: (1) misinformasi; (2) disinformasi; (3) malinformasi. **Misinformasi** adalah informasi yang tidak benar, tetapi orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain. Contohnya adalah menyebarkan informasi tentang khasiat luar biasa satu bahan pangan tertentu yang belum terbukti kebenarannya. **Disinformasi** adalah informasi yang tidak benar dan orang yang menyebarkannya juga tahu kalau itu tidak benar. Informasi jenis ini merupakan kebohongan yang sengaja disebar untuk menipu, mengancam, bahkan membahayakan pihak lain karena ada motif tertentu dari orang yang menyebarkannya. Adapun **malinformasi** adalah informasi yang benar, tetapi tidak perlu disebarluaskan karena bisa mengancam keberadaan seseorang atau sekelompok orang dengan identitas tertentu. Secara singkat, hoaks adalah informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya atau pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan, tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya (Pusad dan Mafindo, 2023).

Untuk dapat mengidentifikasi apakah sebuah informasi itu hoaks atau tidak, kita perlu mengetahui jenis-jenisnya. Tidak menutup kemungkinan dalam sebuah hoaks terdapat

lebih dari satu jenis misinformasi atau disinformasi supaya lebih meyakinkan target. Sejauh ini, ada tujuh misinformasi dan disinformasi yang beredar di masyarakat: (1) satire; (2) koneksi yang salah; (3) koneksi yang menyesatkan; (4) konten yang salah; (5) konten tiruan; (6) konten yang dimanipulasi; (7) konten palsu. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar di bawah ini yang merupakan modifikasi dari tipe-tipe hoaks dalam bahasa Inggris yang dikeluarkan oleh First Draft.

Gambar 1. Tipe-Tipe Misinformasi dan Disinformasi



Sumber: Pusad dan Mafindo, 2023

Satire atau parodi adalah bentuk sindiran yang dibalut dalam konteks humor, tetapi dapat menyebabkan misinformasi atau disinformasi jika tidak dipahami dengan benar. Koneksi yang salah sering terjadi ketika elemen-elemen dalam berita (judul, isi, gambar, keterangan) tidak saling mendukung, seperti pada berita dengan judul sensasional (*clickbait*) yang tidak sesuai dengan isinya. Konten menyesatkan dapat muncul ketika informasi disajikan dengan cara tertentu untuk memengaruhi persepsi publik, seperti penggunaan potongan gambar atau kutipan yang mendukung *framing* cerita yang tidak akurat. Konten yang salah terjadi ketika informasi yang benar disebarluaskan dalam konteks yang berbeda, misalnya menggunakan foto yang tidak relevan dengan peristiwa yang sedang dibahas. Konten tiruan berisi informasi yang tampaknya berasal dari sumber yang sah, tetapi sebenarnya palsu. Konten manipulasi adalah hasil modifikasi dari gambar, video, atau tulisan untuk mengubah makna asli. Adapun konten palsu adalah informasi yang sepenuhnya salah, sengaja dibuat untuk menipu, seperti contoh kebohongan Ratna Sarumpaet yang menyebarkan foto dirinya dengan wajah lebam yang sebenarnya akibat operasi plastik, bukan tindak kekerasan.

Hoaks yang disebarluaskan melalui media sosial memiliki beberapa ciri khas, antara lain berisi ajakan untuk menyebarkan informasi, disertai kalimat, seperti, "Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu. Jika tidak, sesuatu yang buruk

akan terjadi.”; tidak ada identitas jelas, seperti tanggal atau keterangan yang dapat diverifikasi, hanya menggunakan istilah, seperti “kemarin” atau “di suatu tempat”; tidak ada tanggal kadaluarsa, yang menyebabkan informasi tetap beredar dan menimbulkan keresahan berkepanjangan; serta sumber informasi yang tidak jelas, sering kali berasal dari situs berita yang tidak terpercaya atau tidak terverifikasi, dan disebarakan melalui jejaring sosial.

Sikap kritis dan waspada perlu saat menerima informasi yang diragukan kebenarannya di ruang digital. Jangan sebarakan, kecuali yakin informasi tersebut sudah terverifikasi kebenarannya. Untuk verifikasi, Lakukan hal berikut:

1. Segera *cross-check* menggunakan mesin pencari apakah informasi tersebut ditulis dan diterbitkan oleh situs berita lainnya, bandingkan judul dan isinya untuk memperoleh kesimpulan yang berimbang dari beberapa sudut pandang.
2. Perhatikan alamat situs web atau media yang menerbitkan, apakah lembaga atau perusahaan media yang terdaftar di Dewan Pers.
3. Verifikasi informasi ke Google atau situs pencari fakta seperti liputan6.com, kompas.com, tirta.id, tempo.co, atau situs turnbackhoax.id milik Mafindo untuk tahu apakah informasi itu sudah pernah diperiksa faktanya.

4. Laporkan ke email aduankonten@mail.kominfo.go.id atau hubungi hotline KOMINFO di nomor 021-38997800 atau (021)3452841 jika menemukan informasi sesat yang dapat menimbulkan resiko besar atau keresahan masyarakat.
5. Laporan juga bisa disampaikan kepada polisi melalui Contact Center 110 atau secara *online* melalui *website* resmi kepolisian di <https://dumaspresisi.polri.go.id/> atau aplikasi mobile PRESISI—POLRI Super App.

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Ruang digital saat ini dipenuhi dengan berbagai informasi yang dibagi secara bebas tanpa hambatan sebagai bagian dari pola interaksi masyarakat informasi. Masyarakat harus dapat menanggapi dan memanfaatkan informasi itu dengan bijak, cermat, serta lebih berhati-hati saat menerima ataupun menyebarkan suatu informasi agar tidak mudah terpengaruh dengan berita yang belum pasti kebenarannya.

REFERENSI

- Alakpodia, Onome Norah. (2015). "Social Networking Among Library and Information Science Undergraduate Students". dalam *International Journal of Information and Communication Technology Education* 11.3 (2015): 90–99.
- Denis, Everette E. & Melvin DeFleur. (2010). *Understanding Media in the Digital Age*. USA: Pearson Education. Inc.
- Eikenberry, Angela M. (2012). "Social Networking, Learning, and Civic Engagement: New Relationships Between Professors and Students". dalam *Public Administrators and Citizens*.
- Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Paramadina dan Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo). (2023). *Buku Panduan Melawan Hasutan Kebencian dan Hoaks*. Edisi Perluasan. Jakarta.
- Walther, Joseph B., et al. (2011). "Interaction of Interpersonal, Peer, and Media Influence Source Online: A Research Agenda for Technological Convergence". dalam Z. Papacharissi (peny.), *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- West, Richard., and Lynn H. Turner. (2014). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Edisi ke-5. USA: Mc.Graw Hill International Edition.

Wigmore, Ivy. (2012). "What Is Social Media?". dalam *techtarget.com*, diakses 12 September 2013. <<http://whatis.techtarget.com/definition/social-media>>.

Wood, Julia T. (2008). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*. Edisi ke-7. Boston: Cengage Learning.

Survei Penetrasi Internet 2024 dari APJII.

We Are Sosial, 2023.

Survei Literasi Digital Nasional 2023, Kominfo.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Loina Peranginangin. Lulus dari Fikom Unpad Bandung, kemudian meneruskan studi pada jenjang pascasarjana Departemen Ilmu Komunikasi UI. Saat ini, menempuh studi Doktorat di Institute for Media and Communication, Technische Universitat Ilmenau, Germany. Dia memulai sebagai dosen Universitas Sahid Jakarta tahun 1996, sejak 2012 hingga sekarang memperkuat Global Strategic Communication Department di Swiss German University.

Literasi Media Digital dan Pemberdayaan Perempuan Berbasis Kearifan Lokal di Kota Binjai

Mazdalifah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara

✉ mazdalifah@usu.ac.id

PENDAHULUAN

Literasi media digital dewasa ini amat mendesak dan penting dilakukan, masyarakat diharapkan cerdas dalam menggunakan, memahami/mengevaluasi, memilih, dan memproduksi pesan melalui media digital. Potter dan Kotilainen menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu prinsip literasi media (Iriantara, 2009).

Pemberdayaan masyarakat yang dimaksud, yaitu melakukan upaya penguatan masyarakat, terutama di akar rumput (*grass roots*) dan kalangan pendidik dalam rangka meningkatkan kompetensi mereka sehingga mereka lebih berdaya dalam mengkonsumsi media digital. Hal sederhana yang bisa dilakukan adalah melakukan pendidikan media

berupa seminar, pelatihan, *talk show*, penyuluhan, kampanye, atau pendampingan intens di satu masyarakat.

Fenomena penggunaan media digital, khususnya media sosial, makin meningkat dari tahun ke tahun. Data tahun 2024 *We Are Social* menunjukkan bahwa 46,5 % pengguna media sosial di Indonesia adalah perempuan (Kemp, 2024). Berdasarkan data tersebut, berarti ada 90 puluh juta perempuan di Indonesia yang menggunakan media sosial. Sebuah jumlah yang amat besar dan memiliki potensi untuk dikembangkan ke arah yang lebih baik.

Mengapa pemberdayaan perempuan terkait media digital perlu mendapat perhatian? Selain dari sisi jumlah yang amat besar, hal lainnya karena perempuan merupakan khalayak rentan mendapat pengaruh buruk media (Herlina, 2019). Media digital, seperti *smartphone*, merupakan media yang tidak asing lagi digunakan oleh seluruh masyarakat. *Smartphone* menjadi media wajib yang harus dibawa para ibu, bapak, remaja, dan anak. Bahkan, ada anggapan yang menyatakan, "lebih baik ketinggalan dompet daripada ketinggalan *smartphone*". Ungkapan ini menunjukkan betapa *smartphone* alias telepon genggam ini sangat penting dalam aktivitas sehari-hari.

Kearifan lokal adalah gagasan, ide, norma, nilai, adat, yang bersumber dari satu masyarakat. Kearifan lokal biasanya bersumber dari budaya yang dianut dari masyarakat tersebut. Hasil penelitian Mazdalifah & Sitepu (2019) tentang

literasi media berbasis kearifan lokal, memperlihatkan bahwa kearifan lokal yang ada di Sipirok dan di Tanjung Pura dapat menjadi benteng dalam mengatasi berita hoaks yang menyebar melalui media sosial. Kearifan lokal menjadi satu identitas individu, masyarakat, dan bangsa yang perlu dipelihara dan dijadikan dasar dalam kehidupan sehari-hari. Kearifan lokal biasanya berisi hal-hal yang bersifat arif dan bijaksana, dekat dengan nilai yang dianut masyarakat, turun-temurun dari generasi ke generasi.

Tulisan ini merupakan hasil wawancara kepada beberapa pihak, di antaranya Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kotamadya Binjai, Staff Pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kotamadya Binjai, Ibu Lurah Damai Binjai Utara, dan empat informan ibu-ibu Kelurahan Damai yang aktif menggunakan smartphone dan aktif dalam berbagai kegiatan.

PEMBAHASAN

Pemberdayaan khalayak merupakan dasar dalam literasi media. Tujuannya agar khalayak memiliki kompetensi dan berdaya. Model pemberdayaan literasi media yang ditawarkan oleh beberapa lembaga yang melakukan pendampingan dan pemantauan media, berhasil disimpulkan oleh Yayasan Tifa dalam buku *Model Gerakan Literasi media di Indonesia* (2013) Ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian.

● *Pertama*, siapa sasaran program dan bagaimana kriterianya.

Kedua, sejauh mana tingkat literasi media yang sudah dimiliki oleh sasaran. *Ketiga*, sejauh mana kebutuhan sasaran akan literasi media. Ketiga hal tersebut akan menjadi konteks bagi program literasi media. Konteks sangat diperlukan sehingga program sesuai dengan kebutuhan dan keadaan sasaran.

Hasil kesimpulan Yayasan TIFA merupakan rangkuman dari berbagai organisasi yang aktif dalam memberdayakan masyarakat. Ada yang menjadikan sasarannya kaum jurnalis, anak-anak, mahasiswa, dan ibu rumah tangga. Pemberdayaan yang mereka lakukan berlangsung dalam kurun waktu tertentu. Bukan hanya sekali kegiatan saja langsung selesai. Ada rentang waktu yang diperlukan untuk melakukan semua kegiatan yang bertujuan agar warga menjadi makin cerdas dalam memanfaatkan media. Kegiatan pemberdayaan harus memperhatikan siapa yang menjadi sasaran dan kriteria khusus yang perlu mendapat perhatian. Misalnya, sasaran anak-anak harus memperhatikan sifat dan khas mereka yang riang gembira. Penyampaian materi harus disesuaikan dengan sifat mereka.

Fenomena penggunaan media digital khususnya *smartphone* menunjukkan angka yang tinggi. Di samping itu, pemberdayaan di kalangan perempuan perlu mendapat perhatian karena alasan berikut: *pertama*, jurnal perempuan oleh Rachman (2013) berjudul *Women and the Web* menyarankan agar perempuan dan anak-anak diberikan kemampuan untuk mengembangkan dan mengintegrasikan literasi

media digital. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan akses, kompetensi, dan keterampilan mereka dalam menggunakan internet dengan bijak. Alasan *kedua* adalah perempuan khalayak rentan dipengaruhi oleh media, termasuk media digital. Apalagi perempuan sering menjadi obyek konten media, sering dimanfaatkan untuk maksud-maksud tidak baik (Herlina, 2019).

Pemberdayaan literasi media digital berbasis kearifan lokal belum mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Padahal, negara Indonesia mempunyai banyak kearifan lokal yang bersumber dari berbagai etnis yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Kearifan lokal adalah satu potensi besar yang menjadi ciri khas dan menjadi identitas bangsa di kancan dunia internasional.

Hasil penelitian Mazdalifah & Yovita (2018) menemukan model literasi media berbasis kearifan lokal Provinsi Sumatera Utara. Penelitian tersebut menemukan bahwa kearifan lokal pantun yang ada di Tanjung Pura dan Dalihan Natolu sebuah konsep di Sipirok, mampu menepis hoaks yang menyebar di media sosial. Berdasarkan hasil temuan ini maka pemberdayaan literasi media berbasis kearifan lokal di Provinsi Sumatera Utara memiliki peluang untuk dikembangkan secara lebih luas.

Kearifan lokal pada kegiatan pemberdayaan Kelurahan Damai Binjai Utara adalah menyantuni anak yatim dan orang-orang tidak mampu. Ibu Fitriyani yang menjabat

sebagai ketua lingkungan, terlibat sebagai pengurus. Sebanyak 200 anak mendapatkan santunan berupa beras dan uang tunai. Kegiatan ini memperoleh sumber dana dari masyarakat yang bersedia menjadi donatur. Pihak pengurus berhasil menyelenggarakan kegiatan memberi bantuan secara rutin, dengan cara mengumpulkan swadaya masyarakat dan dari donatur.

Pemberdayaan perempuan lainnya adalah dalam kegiatan pengajian (wirid) kaum perempuan yang rutin dilakukan sejak lama. Kegiatan ini dilakukan dengan membaca ayat suci, memanggil ustaz/ustazah untuk mendapatkan siraman rohani mengenai berbagai hal yang ditinjau dari sisi agama Islam. Kegiatan wirid dilaksanakan setiap minggu, dan mendapat sambutan di kalangan ibu-ibu. Selain menjalankan ibadah, mereka bisa saling bersilaturahmi.

Kegiatan pemberdayaan yang menjadi ciri khas adalah SAMTAS (satu jam berkualitas). Kegiatan ini bermula dari fenomena sibuknya orang tua sehingga tidak ada waktu untuk berkomunikasi dengan anak. Dengan durasi satu jam ini, diharapkan orang tua dan anak bisa saling berkomunikasi, anak-anak serta orang tua tidak sibuk menggunakan *smartphone*. Waktu dilakukannya sekitar pukul tujuh malam. Kegiatan ini dilakukan dan diawasi oleh pihak kelurahan, mereka berkeliling dan mendatangi rumah-rumah, mengimbau agar tidak berkeliaran di luar. Orang tua diharapkan mengajak anak untuk berkumpul, makan

bersama, dan saling bertanya berbagai aktivitas yang sudah dilewati dalam satu hari.

SAMTAS bisa menjadi alternatif pemberdayaan perempuan dalam literasi digital yang berbasis kearifan lokal. Ide SAMTAS berdasarkan dari pihak Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kotamadya Binjai yang khawatir melihat perkembangan maraknya penggunaan media digital khususnya *smartphone*. Kepala Dinas, Ibu Hilda, menyatakan keprihatianannya melihat banyaknya waktu yang terbuang percuma. Setiap anggota keluarga sibuk dengan mediana. Beliau melihat jika keluarga berkumpul, pasti anak, suami, ibu sibuk dengan *smartphone*. Waktu berkumpul menjadi percuma. Oleh sebab itu, beliau mempunyai gagasan untuk memaksimalkan waktu tanpa pegang *smartphone* selama satu jam dan diisi dengan berbincang akrab antar anggota keluarga. Ide SAMTAS, meskipun bukan ide baru, menurutnya pantas untuk diimplementasikan agar anggota keluarga bisa memiliki *bonding* (keterikatan) satu sama lainnya.

Menurut Ibu Zuraidah, pemberdayaan literasi media digital berbasis kearifan lokal dapat memanfaatkan pengajian tiap minggu (wirid). Pengajian tiap minggu bisa menyisipkan materi tentang cara menggunakan *smartphone* yang baik, tidak berlebihan, tidak termakan berita bohong (hoaks), serta dapat memilih konten yang baik dan menghasilkan tulisan, foto ataupun video yang mendidik dan menginspirasi.

Ibu Fitriyani menjadi salah satu orang yang sangat mendukung pemberdayaan literasi media digital perempuan di Kelurahan Damai. Menurut ibu Fitriyani, dengan banyaknya profesi perempuan di Kelurahan Damai sebagai ibu rumah tangga dan pedagang, banyak yang sudah memanfaatkan media sosial, seperti Facebook *monetization* untuk mencari pendapatan.

Ibu Rahimah pun sependapat dengan Ibu Fitriyani. Beliau sangat mendukung adanya pemberdayaan literasi media digital, khususnya bagi perempuan di Kelurahan Damai. Ibu Rahimah menyatakan bahwa kearifan lokal di Kelurahan Damai, seperti kegiatan-kegiatan sosial, kegiatan pengajian, santunan anak yatim, kegiatan Muharram dapat digunakan sebagai wadah yang efektif untuk menjadi media penyampaian materi-materi pendidikan terkait literasi media digital.

Ibu Herawaty juga menyatakan pemberdayaan media digital dapat dilakukan dengan menghadirkan orang-orang yang ahli di bidangnya dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat di Kelurahan Damai. Banyak sekali kearifan lokal di Kelurahan Damai seperti perwiridan yang merupakan wadah untuk langsung interaksi dengan ibu-ibu Kelurahan Damai.

SIMPULAN

Pemberdayaan literasi media digital perempuan amatlah penting untuk diterapkan, khususnya yang berbasis kearifan lokal karena kearifan lokal merupakan potensi besar yang dimiliki masyarakat Indonesia. Kearifan lokal adalah sesuatu yang dekat, akrab dan berasal serta berakar dari budaya masyarakat setempat sehingga masyarakat akan lebih mudah menerima pesan-pesan dengan lebih baik. Pada era kehidupan serba digital, literasi media menjadi benteng yang bisa dimanfaatkan untuk menepis hal-hal yang tidak baik. Masyarakat menjadi lebih cerdas dan memanfaatkan media untuk membangun kreativitas, mendapatkan keuntungan, dan berkembang mencapai kehidupan yang lebih baik.

REFERENSI

- Herlina, D. (2019). *Literasi Media Teori dan Fasilitasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Simbiosis Rekatama Media.
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. Darareportal.
- Mazdalifah, & Sitepu, Y. (2019). "Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal di Tanjung Pura Kabupaten Langkat Sumatera Utara". dalam *Jurnal Simbolika*, 88.
- Poerwaningtias, I., Rianto, P., Ni'am, M., Adiputra, W. M., Marganingtyas, D., Mirasari, E., & Misbah, N. (2013). *Model-Model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*. Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dengan Yayasan TIFA.
- Rachman, D. (2013). "Women and The Web : Bagaimana Meningkatkan Akses, Kompetensi dan Keterampilan Perempuan Melalui Internet". dalam *Jurnal Perempuan: untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 25-41.



BIOGRAFI PENULIS



Mazdalifah, ID SINTA 612386, Lektor Kepala Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara sejak tahun 1989. Anak pertama dari lima bersaudara yang memperoleh gelar S-1 pada jurusan Ilmu Komunikasi. Pendidikan S-2 diperoleh melalui Institut Pertanian Bogor, jurusan Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan. Selanjutnya, S-3 dijalani pada University Sains Malaysia, Penang, Malaysia dengan jurusan Mass Communication. Karya tulis yang sudah diterbitkan dalam bentuk buku adalah *Perempuan, Krisis dan Mikrokredit* (2011). Seri Bunga Rampai Ilmu Komunikasi *Komunikasi, Budaya, dan Kekuasaan* (2011), *Gerakan Literasi Media Indonesia* (2012), *Mediamorfosa: Transformasi Media Komunikasi di Indonesia* (2017), *Konten Lokal Sumatera Utara di Stasiun TV Nasional* (2018), *Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal* (2019), *Diskursus Covid-19 dalam Perspektif Komunikasi* (2020). Beberapa tulisan bertema literasi media di beberapa seminar nasional ISKI dan seminar internasional.

Media Sosial sebagai Kanal Cyber Extension Membangun Ketahanan Keluarga dari Dampak Destruktif Internet

Metha Madonna¹, Novrian²

^{1) 2)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya

metha.madonna@dsn.ubhajaya.ac.id
rianqud@gmail.com

PENDAHULUAN

Keluarga merupakan sebuah entitas sosial terkecil di dalam sebuah ekosistem kehidupan berbangsa. Meskipun keluarga terlihat kecil dan lemah, implikasi daya tuntutan (*punishment*) pada negara mempunyai peran strategis yang menentukan berjalannya sistem sosial secara baik dan sehat. Keluarga merupakan tempat pemupukan dan pendidikan yang nantinya untuk berkehidupan bermasyarakat dan bernegara sehingga dapat dikatakan keluarga faktor penentu terlaksananya sebuah regulasi yang bercita-cita mewujudkan

harmonisasi sosial serta kemakmuran material dalam sebuah komitmen bernegara (Gintulangi et al., 2017).

Konsep keluarga sebagai akar dalam subsistem sosial yang disepakati punya peran penting, signifikan, dan dominan untuk membangun sebuah negara maju dan kuat. Ternyata, secara faktual hanya menjadi entitas terkecil, lemah, serta jadi sasaran pertama melemahkan kekuatan sebuah negara. Anggota keluarga merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari bapak, ibu, serta anak-anak. Anak-anak dan perempuan kerap menjadi target pelemahan ideologi, karakter kebangsaan, dan moral sehingga berujung pudarnya rasa kebangsaan serta daya tahan generasi terhadap invasi budaya, bisnis, hingga sumber daya manusia (SDM) dari pihak asing. Anak-anak dan perempuan menjadi pintu masuk berlangsungnya imperialisme budaya asing (Irmania, 2021).

Terjadinya invasi budaya asing, peradaban bangsa Indonesia yang diperjuangkan leluhur melalui pendidikan, etika, moral, dan kebiasaan membangun sikap saling menghargai terus memudar akibat terpaan contoh-contoh peradaban yang liberal, tidak menjunjung etika serta generasi yang individualistis dan arogan (Laksono & Manik, 2023). Penetrasi invasi budaya, lunturnya peradaban bermoral makin terlihat jelas dan dapat dirasakan ketika terpaan negatif masuk ke ruang-ruang privasi (personal) melalui saluran internet. Internet menjadi sebuah ruang terbuka luas yang dapat diakses setiap orang, sekaligus menjadi celah bagi pihak-

pihak yang punya kepentingan untuk memasuki ruang privasi pengguna (*user*) internet (Fitriani et al., 2023).

Ajakan perilaku hidup bebas, pornografi, perundungan hingga jerat judi *online* adalah tayangan yang bertebaran di internet melalui *website*, media sosial atau aplikasi interaktif lainnya melibatkan massa sebagai pengguna internet (*netizen*) (Utami et al., 2021). Materi bermuatan negatif dan bersifat destruktif disajikan dalam beragam tayangan yang dikemas khusus untuk menghindari patroli siber dan tayangan vulgar yang berdampak langsung kepada khalayak yakni anak-anak dan perempuan. Tayangan pornografi, eksploitasi daring, kekerasan, perundungan siber dapat berimplikasi langsung kepada sikap, perilaku, dan pola pikir remaja (Sari & Reftantia, 2024).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa internet dan media komunikasi digital memiliki peran besar dalam meningkatkan kualitas hidup dan peradaban manusia. Namun, kemajuan teknologi komunikasi juga membawa dampak negatif. Misalnya, gangguan pada proses belajar dan *cyberbullying* yang dapat menyebabkan kelelahan mental serta stres (Purnomo & Jannah, 2024). Selain itu, penggunaan gadget secara berlebihan dan tayangan yang ada di dalamnya dapat menyebabkan hilangnya sifat humanis. Orang cenderung menjadi arogan dan kurang peduli terhadap lingkungan sekitar akibat efek adiktif dari teknologi tersebut (Madonna, 2016).

Ancaman imperealisme budaya asing, penggerusan peradaban dan dekadensi moral, serta munculnya perilaku destruktif sebagai akibat tayangan bermaterikan ajakan hidup bebas tak terkendali, pornografi, perundungan atau kekerasan merupakan permasalahan mendesak diatasi oleh pembuat kebijakan serta seluruh *stakeholders* terkait. Diperlukan langkah tepat serta cepat untuk membangun ketahanan dan keamanan keluarga dari ketiga bentuk ancaman di ruang maya tersebut.

PEMBAHASAN

Intensifkan Penyelenggaraan *Cyber Extension*

Pemblokiran, penutupan, atau menonaktifkan situs web, aplikasi, atau akun media sosial yang memuat konten destruktif adalah langkah penting yang harus diambil oleh pemerintah. Namun, Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebagai pembuat kebijakan sekaligus pelaksana tindakan pemblokiran (eksekutor *take down*) di ruang siber, menghadapi keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan waktu. Kecepatan tindakan tegas yang diambil oleh Kementerian sering kali tidak sebanding dengan cepatnya kemunculan situs-situs baru, seperti situs pornografi, judi *online*, pinjaman *online* ilegal, atau akun media sosial yang memuat eksploitasi seksual, kekerasan, dan perundungan. Berdasarkan data, setiap satu menit muncul sekitar 30.000

halaman situs porno baru di internet (Sutatminingsih & Tuapattinaja, 2019).

Tindakan represif dari Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) sebaiknya didahului dengan langkah preventif, seperti penyuluhan siber (*cyber extension*), yang bertujuan meningkatkan literasi keluarga tentang ancaman di dunia maya. *Cyber extension* adalah konsep yang melibatkan penyebaran informasi, sosialisasi, dan edukasi melalui internet. Kegiatan ini dilakukan oleh penyuluh atau profesional seperti psikolog, pendidik, dan petugas keamanan siber untuk membantu pembinaan keluarga. Awalnya, konsep *cyber extension* diterapkan di bidang pertanian sebagai mekanisme pertukaran informasi tentang inovasi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk pertanian. Tujuannya adalah mencapai kemajuan kolektif dalam sektor tersebut (Sumardjo & Mulyandari, 2010).

Konsep *cyber extension* juga telah diterapkan untuk membangun ketahanan pangan. Penyuluhan interaktif yang dilakukan oleh partisipan (seperti *influencer*) melalui media sosial dan aplikasi YouTube telah berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan menanam tumbuhan produktif di pekarangan (Madonna et al., 2022). *Cyber extension* dimulai dengan perencanaan materi (konten) yang diproduksi, dengan mempertimbangkan audiens, platform, atau kanal yang akan digunakan. Format, teknik visualisasi, dan pendekatan

bahasa persuasif sangat penting untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Konsep *cyber extension* tidak sekadar memindahkan pesan penyuluhan ke media digital, tetapi juga melibatkan proses perencanaan, interaksi, bahkan konsultasi yang terjadi di ruang siber.

Penyelenggaraan *cyber extension* untuk membangun ketahanan keluarga dalam menghadapi dampak destruktif internet sangat relevan dengan kondisi masyarakat masa kini. Data pengguna internet di Indonesia menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencapai 221,56 juta orang pada tahun 2024, artinya hampir di setiap keluarga terdapat perangkat media komunikasi digital. Praktik *cyber extension* dapat berdampak pada perubahan aspek kognitif dan afektif sebagaimana dijelaskan dalam Teori Belajar Sibernetika (1958) bahwa pesan pendek yang bermakna akan meninggalkan ingatan pendek (*short-term memory*), tetapi bila disampaikan secara terus-menerus, akan berubah menjadi ingatan jangka panjang (*long-term memory*).

Media Sosial Kanal Utama Anak-Anak dan Perempuan

Platform media sosial merupakan kanal paling ideal untuk menyelenggarakan *cyber extension* membangun ketahanan keluarga. Media sosial menjadi pilihan utama anak-anak dan perempuan untuk mengekspresikan diri dan menjaga eksistensi sebagai netizen. Media sosial juga menjadi kanal

yang strategis untuk memberikan penyuluhan dan literasi sosial mengenai dampak destruktif internet dan kejahatan siber. Manfaat strategis dapat terjadi karena materi yang disampaikan melalui media sosial tidak saja tertuju sasaran penyuluhan, tetapi menyentuh segala segmentasi khalayak.

Pandangan skeptis meragukan validitas dan reliabilitas penyampaian pesan di media sosial berasal dari kalangan akademisi dan peneliti berbasis statistik. Menebarkan pesan penyuluhan sebagaimana menayangkan iklan di media sosial adalah langkah spekulatif, bukan berlandaskan riset di media konvensional atau teresterial yang sudah punya data segmentasi khalayak, ceruk pasar, atau basis pelanggan. Padahal, merujuk pada Teori Ekonomi Politik Media Vincent (2009), faktanya, konvergensi media memaksa para pengguna media untuk mengikuti derasnya arus komodifikasi menyederhanakan proses, tetapi memperoleh multi efek.

Penyebaran informasi melalui kanal media sosial dapat dikategorikan spekulatif karena berbasis data yang minim tentang khalayak berikut garansi diterimanya pesan oleh sasaran, tetapi *cyber extension* via media sosial memiliki potensi memperoleh multi efek. Efek jangkauan luas, efek tersebarnya pesan penyuluhan secara akseleratif, efek sumber informasi dan literasi tersimpan dalam waktu panjang di ruang siber, serta efek terbukanya akses informasi dan materi penyuluhan bagi pengguna media sosial dari kalangan anak-anak dan perempuan.

Materi penyuluhan yang disampaikan medsos dapat diukur sebaran khalayak yang memberi respons aktif maupun pasif, begitu juga dengan *traffic* interaksi yang ditunjukkan intensitas diskusi antara penyampai pesan dengan khalayak netizen. Data statistik interaksi antara penyuluh dengan sasaran berupa intensitas diskusi frekuensi respons dapat membantu evaluasi secara kuantitatif penyelenggaraan *cyber extension* melalui media sosial. Sebaliknya, evaluasi penyampaian pesan penyuluhan di media sosial secara kualitatif dapat ditelaah berdasarkan pernyataan yang muncul dalam diskusi menggunakan metode Netnografi.

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Imperialisme budaya asing, penurunan moral, lunturnya peradaban dan etika, serta kejahatan siber adalah beberapa dampak negatif dari internet yang kini memengaruhi masyarakat Indonesia. Anak-anak dan perempuan merupakan kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh buruk penggunaan teknologi pada era akses terbuka ini. Oleh karena itu, penting untuk membangun ketahanan keluarga dalam menghadapi ancaman-ancaman tersebut melalui literasi tentang risiko kebebasan berinternet. Aktivitas anak-anak dan perempuan yang tinggi di internet menjadi alasan pentingnya dilaksanakan *cyber extension*, yaitu upaya untuk memperkuat ketahanan keluarga secara masif dan berkelanjutan agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Media sosial menjadi saluran utama untuk *cyber extension* karena tingginya interaksi pengguna dan potensi dampak yang luas dari platform ini.

REFERENSI

- Fitriani, N. E., Syayekti, E. I. D., & Hidayatullah, M. S. (2023). "Etika Bermedia: Menyebarkan Foto dan Video Tanpa Izin Termasuk Melanggar Privasi". dalam *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 04(01), 79 s.d 94. <<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/ajdc.v4i1.6401>>.
- Gintulangi, W., Puluhulawa, J., & Ngiu, Z. (2017). "Dampak Keluarga Broken Home pada Prestasi Belajar PKN Siswa di SMA Negeri 1 Tilamuta Kabupaten Boalemo". dalam *Jurnal Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo*, 02(02). <<https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/JPS/article/view/154>>.
- Irmania, E. (2021). "Upaya Mengatasi Pengaruh Negatif Budaya Asing Terhadap Generasi Muda di Indonesia". dalam *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(01), 148 s.d 160. <<https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2970/2045>>.
- Laksono, B. K. D., & Manik, Y. M. (2023). "Pendidikan Karakter Moral dan Toleransi Siswa". dalam *Edu Cendikia Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 03(01), 162 s.d 166. <<https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i01.2388>>.
- Utami, Risma Tri. (2016). "Perlu Gerakan Nasional Awasi Penggunaan Gadget pada Anak". dalam *Minanews.net*, 15 Oktober 2016, diakses Desember 2024. <<https://minanews.net/metha-madonna-perlu-gerakan-nasional-awasi-penggunaan-gadget-pada-anak/>>.

- Madonna, M., Sumardjo, S., Amanah, S., & Anwas, E. O. M. (2022). "Mobilization of Cyber Extension Participants to Build Household Food Security". dalam *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 08. <<https://doi.org/DOI: 10.29303/jppipa.v8iSpecialIssue.2479>>.
- Purnomo, I. D., & Jannah, R. (2024). "Dampak Positif dan Negatif Social Media pada Pendidikan Agama Islam". dalam *Religion*, 03(02), 588 s.d 599. <<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/religion.v3i2.967>>.
- Rizal, A. (2020). "Penerapan Cyber Extension dalam Penyuluhan Narkoba di Masa Pandemi Covid 19". dalam *cimahikota.bnn.go.id*. <<https://cimahikota.bnn.go.id/penerapan-cyber-extension-dalam-penyuluhan-narkoba-di-masa-pandemi-covid-19/>>.
- Sari, K. A., & Reftantia, G. (2024). "Hegemoni 'Clash of Champions Ruang Guru' di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif". dalam *Resiliensi Indonesia Dalam Pusaran Disrupsi Global*. <<https://doi.org/https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1047>>.
- Sumardjo, S., & Mulyandari, R. S. H. (2010). "Implementasi Cyber Extension dalam Komunikasi Inovasi Pertanian". dalam *Informartika Pertanian*, 19(02), diakses Desember 2024. <https://www.litbang.pertanian.go.id/warta-ip/pdf-file/2.retno_vol19-2-10.pdf>.

Sutatminingsih, R., & Tuapattinaja, J. M. . (2019). "Psikoedukasi Pencegahan Adiksi Pornografi". dalam *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 01(02), diakses Desember 2024. <<https://doi.org/https://doi.org/10.62144/jikq.v1i2.15>>.

Utami, H., Alfiansyah, A., & Fadlian, A. (2021). "Analisis Yuridis Terhadap Ancaman Cyberporn Bagi Pengguna Aplikasi Twitter". dalam *De Juncto Delicti: Journal of Law*, 01(02), 106 s.d 131, diakses Desember 2024. <<https://journal.unsika.ac.id/djd/article/view/5738/3001>>.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom.. Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pendidikan S-1 dan S-2 IISIP Jakarta. Kandidat Doktor Komunikasi Pembangunan FEMA IPB. ID SINTA 5985338. <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=rR1mq2gAAAAJ>.

Novrian, S.Sos.,M.I.Kom.. Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pendidikan S-1 IISIP dan S-2 Mercu Buana. Kandidat Doktor Komunikasi Pembangunan FEMA IPB. ID SINTA <https://scholar.google.co.id/citations?user=bFKEJp4AAAAJ&hl=id>.



Literasi Digital: Ancaman Pornomedia Bagi Kalangan Pelajar

Muhammad Nur Ichsan

Program Studi PJJ Komunikasi, Universitas Siber Asia

✉Alamat Surat Elektronik:

MuhammadIchsan@lecturer.unsia.ac.id

PENDAHULUAN

Ruang virtual sebagai realitas sosial saat ini menyajikan berbagai informasi, dengan berbagai jenis informasi yang dikirimkan dan berbeda pula respons yang ditunjukkan oleh pengguna atau sering disebut netizen. Terlepas dari kecanggihan dan kemudahan akses terhadap segala informasi, konten pornografi bukanlah hal yang aneh bagi kelompok sasaran tertentu. Hal ini menjadi “momok” menakutkan bagi sebagian besar orang tua yang mengkhawatirkan anaknya, apalagi jika saat masih remaja dan pelajar. Istilah remaja diartikan sebagai proses pertumbuhan atau transisi menuju kedewasaan, meliputi kematangan mental, emosional, sosial,

dan fisik (Hurlock, E.B, 2011). Santrock (2007) mendefinisikan masa remaja sebagai masa peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, J, 2007).

Perubahan biologis meliputi perubahan sifat fisik suatu individu. Perubahan biologis pada wanita dimulai pembesaran payudara, pembesaran pinggul, pertumbuhan rahim, menstruasi, pertumbuhan rambut halus di ketiak dan vagina. Adapun perubahan biologis pada pria, antara lain perubahan suara, jakun membesar, payudara membesar, tubuh berotot, tumbuhnya kumis, cambang dan rambut di sekitar kemaluan dan ketiak. Perubahan kognitif meliputi perubahan pemikiran, tingkat kecerdasan, dan bahasa tubuh seseorang. Sementara itu, perubahan sosio-emosional mencakup perubahan hubungan individu dengan orang lain, termasuk emosi, kepribadian, dan peran konteks sosial dalam perkembangan remaja. Literasi digital tentang bahaya konten pornografi bagi pelajar merupakan upaya untuk mengedukasi masyarakat (pelajar) tentang pemanfaatan media digital (media sosial).

Media sosial, sebagai ruang publik virtual, menjadi lingkungan baru untuk komunikasi, interaksi, dan sosialisasi di antara jutaan individu. Namun, pengetahuan tentang bagaimana menggunakan media sosial secara bijak dan memanfaatkannya sebagai sumber informasi sering kali masih terbatas. Sayangnya, media sosial juga dapat menyala-

jikan konten negatif, seperti pornografi, yang berpotensi meresahkan dan mengancam, khususnya bagi siswa. Perlu diingat bahwa semua informasi yang tersedia di ruang virtual dapat diakses dengan sangat mudah dan cepat oleh siapa saja, baik melalui jalur vertikal (antargenerasi) maupun horizontal (antarsesama pengguna). Oleh karena itu, pendidikan media digital merupakan upaya untuk meminimalisasi “konsumsi” media pornografi di kalangan pelajar. Harapannya, para remaja yang juga berstatus sebagai pelajar mempunyai kesempatan untuk memfilter setiap paparan informasi/konten yang mengarah pada materi pornografi di ruang maya.

PEMBAHASAN

Remaja di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, yaitu berada di angka 25% dari seluruh total penduduk. Menurut data pada tahun 2014, remaja di Indonesia mencapai 65 juta jiwa (25%) dari total keseluruhan penduduk 255 juta jiwa. Hal ini menjadikan remaja sebagai salah satu *trendsetter* saat itu yang banyak diperbincangkan. Berkaitan dengan hal demikian, *indonesia pun menjadi tuan rumah diselenggarakannya International Conference on Family Planning (ICFP) ke-4* di Bali pada bulan Januari tahun 2016 silam (Puspitasari, W, 2015). Agenda tersebut, banyak mengulas seputar permasalahan yang dialami remaja, seperti hubungan seks di luar nikah, pernikahan di bawah umur, hamil di luar nilai sampai persoalan HIV, AIDS, dan narkoba.

Selain itu, data lain yang bersumber dari Center for Strategic and International Studies (CSIS) dan International Youth Foundation dalam laporan *Global Youth Wellbeing Index 2014* menunjukkan bahwa kesejahteraan remaja di Indonesia berada di angka 19 dari 30 negara yang dikaji. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesejahteraan remaja Indonesia termasuk yang paling rendah (Ucup, E, 2015).

Minimnya kesejahteraan tersebut disebabkan oleh berbagai permasalahan yang dihadapi remaja, baik dari aspek internal dirinya maupun dari aspek eksternal, seperti ancaman pornomedia. Terdapat banyak bentuk pornomedia, baik berupa cerita, gambar, film, tarian, maupun lagu, yang diciptakan dengan sengaja untuk membangkitkan hasrat seksual orang-orang yang menerima konten informasi tersebut sehingga merangsang hasrat dan menimbulkan pikiran-pikiran senonoh dalam benaknya. (Lesmana, Tjipta, 1995).

Selain itu, berbagai bentuk porno juga kerap ditampilkan di ruang umum dalam balutan berbagai acara, seperti hiburan dangdut dan sejenisnya dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, misalnya dalam bentuk uang. Dengan kata lain, istilah "pornomedia" masih ada kaitannya dengan objek seksual yang merangsang nafsu, tidak sehat, dan merugikan martabat individu. Dalam wacana pornomedia, terdapat beberapa variasi pengertian porno seperti yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1
Variasi Pemahaman Porno

Kategori	Keterangan
Pornografi	Pornografi terdiri dari gambaran perilaku cabul yang berfokus pada tubuh dan alat kelamin manusia. Bentuk yang disajikan dalam bentuk visual maupun audio visual.
Pornoteks	Pornoteks merupakan bentuk perilaku seksual yang dituangkan dalam bentuk teks atau tulisan. Misalnya, cerita yang membangkitkan imajinasi seksual bagi pembacanya.
Pornosuara	Porno suara adalah bentuk perilaku seksual yang berbentuk audio atau suara, misalnya desahan, baik secara langsung maupun di dalam media.
Pornoaksi	Pornografi merupakan representasi gerak, pembengkokan, distorsi tubuh, perluasan bagian tubuh dominan yang memberikan rangsangan seksual, hingga tindakan pemaparan organ vital secara tidak disengaja atau disengaja, sehingga dapat membangkitkan hasrat seksual pada penontonnya. apa yang kamu lakukan. Misalnya saja ayunan-ayunan lucu dari Dangdut.

Sumber: (Bungin, Burhan, 2005)

Di antara berbagai varian pornografi di atas, yang dimaksud dengan media pornografi adalah segala wacana pornografi yang ditampilkan oleh media (digital), baik dalam bentuk pornografi, pornoteks, pornosuara, maupun

pornoaksi (Bungin, Burhan, 2005). Oleh karena itu, yang dimaksud dengan emisi media pornografi adalah bentuk-bentuk ujaran pornografi (pornografi, pornografi, dan pornografi) yang disajikan di semua platform media digital. Kemunculan tayangan media porno di berbagai *platform* media digital menimbulkan kontroversi di masyarakat. Kontroversi ini erat kaitannya dengan konsep seks normatif dan komunitas media anti pornografi menilai tayangan televisi pornografi dapat mengganggu sikap seksual masyarakat serta mendorong perubahan sikap seksual di masyarakat.

Tabel 2
Data Tabulasi KPAI 2022

No	Kluster Kasus	Jenis Pengaduan			Media		Total
		Langsung	Tdk Langsung	Online	Cetak	Online	
1	Anak korban kejahatan seksual	50	90	604	31	84	859
2	Anak berhadapan dgn hukum (sbg pelaku)	3	0	6	5	23	37
3	Anak dieksploitasi secara ekonomi dan/atau seksual	1	0	8	6	25	40
4	Anak korban pornografi dan cyber crime	2	1	58	1	2	64
Total kasus pornografi pada anak di Indonesia tahun 2022							1000

Sumber: Komisi Perlindungan Anak (KPAI) 2022

Data di atas menunjukkan bahwa media pornografi merupakan salah satu faktor pembentuk perilaku seksual di Indonesia. Pelanggaran seksual dekat dengan kehidupan remaja dan diakibatkan oleh paparan media digital dengan

konten pornografi yang dapat diakses tanpa batasan ruang dan waktu. Jadi, jika keadaan ini terus berlanjut, lambat laun akan menjadi sesuatu yang dianggap “normal dan lumrah” sebagai “budaya atau cara hidup” di masyarakat.

Masyarakat yang awalnya menganut norma-norma perkawinan dalam konsep seksual normatif yang dibingkai dalam kerangka agama, kemudian tanpa disadari mulai meninggalkan konsep tersebut dan memilih norma-norma seksual yang lebih modern, yaitu seks lebih diperuntukkan bagi pasangan suami istri. Konsep seks normatif mencakup nilai-nilai seksual yang dilembagakan dalam masyarakat dan dijadikan pedoman masyarakat dalam perlakuan terhadap gender. Sebagaimana kita ketahui bersama, struktur nilai masyarakat Indonesia sarat dengan nilai-nilai kehidupan ketimuran yang erat kaitannya dengan ajaran agama.

Sikap seksual merupakan respons seksual yang diberikan seseorang setelah melihat, mendengar atau membaca informasi dan berita, serta gambar pornografi, berupa orientasi atau kecenderungan bertindak. Sikap seksual yang ditimbulkan dalam penelitian ini merupakan sikap siswa terhadap perilaku seksual sebelum menikah. Sikap seksual mengacu pada skala sikap yang dikemukakan dalam Bungin, 2005 sebagai berikut:

Tabel 2
Skala Sikap Seks

Skala Sikap	Keterangan
Sangat menerima	Ketika seseorang tidak hanya menerima adanya perilaku seksual pranikah sebagai realitas sosiologis, tetapi juga menyetujui adanya hubungan seksual pranikah;
Sikap menerima	Ketika seseorang menerima perilaku seksual pranikah sebagai sebuah realitas sosiologis;
Sikap tidak tahu	Ketika seseorang tidak tahu apa yang harus dilakukan terhadap seks pranikah;
Sikap tidak menerima	Ketika seseorang tidak menerima perilaku seksual pranikah hanya sebagai pengetahuan untuk mengetahui berbagai perilaku seksual yang ada di masyarakat;
Sikap sangat tidak menerima	Ketika seseorang menganggap perilaku seksual pranikah sebagai sesuatu yang harus dihindari karena tidak sejalan dengan ajaran agama.

Sumber: (Bungin, Burhan, 2005)

Dari perubahan sikap seksual tersebut, diyakini telah terjadi perubahan konsepsi normatif tentang seks di masyarakat, beralih dari norma perkawinan yang hanya memperbolehkan hubungan seksual dalam perkawinan menjadi hubungan seksual yang bebas, tanpa melalui hubungan suami istri. Artinya, konsep normatif tentang seks yang dibingkai oleh norma agama mulai ditinggalkan. Lebih jelasnya lagi bahwa seks pranikah pada tataran perilaku diterima oleh masyarakat, terutama oleh generasi muda.

Hal ini merupakan konsekuensi dari perubahan sosial yang terjadi dan dapat membuat masyarakat kebingungan dalam melakukan hubungan seksual yang benar, termasuk menjaga perjanjian seksual normatif yang ada. Oleh karena itu, mereka mengacu pada teori norma budaya, media, melalui penyajiannya yang selektif dan penekanan pada topik tertentu menimbulkan kesan pada penontonnya di mana norma-norma budaya dibentuk dengan cara tertentu (Effendy, Onong Uchjana, 2003).

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Berdasarkan realitas yang terjadi, dapat disimpulkan bahwa untuk menghadapi tantangan dan ancaman pornomedia bagi generasi muda (pelajar) saat ini, perlu dilakukan upaya preventif di semua tingkatan. *Pertama*, adanya kolaborasi antara figur orang tua dan lingkungan pendidikan formal untuk memantau aktivitas siswa, khususnya terkait media digital. Ada kebutuhan untuk menerapkan peraturan yang relevan untuk meminimalkan paparan pornomedia dari gawai yang dimiliki pelajar. *Kedua*, harus ada komitmen yang kuat antara orang tua dan siswa dalam pemanfaatan media digital, hal ini akan menyadarkan siswa untuk menyaring informasi yang dianggap tidak relevan dengan kebutuhannya. *Terakhir*, perlu dibangun konsep internet *parenting* di lingkungan rumah agar anak memahami fungsi dan manfaat media digital di *smartphone* miliknya.

REFERENSI

- Bungin, Burhan. (2005). *Pornomedia: Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, dan Perayaan Seks di Media Massa – Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Aditya Bakti.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Hidup (Edisi Kelima ed.)*. (R. M. Sijabat, Ed., & I. Soedjarwo, Trans) Jakarta: Erlangga.
- Komisi Perlindungan Anak Indonesia. (2022). "Data Kasus Perlindungan Anak".
- Lesmana, Tjipta. (1995). *Pornografi dalam Media Massa*. Jakarta: Puspa Swara.
- Puspitasari, W. (2015). "Konferensi Internasional KB dilaksanakan Januari 2016". dalam *antaranews*, 28 November 2015, diakses Desember 2024. <<https://www.antaranews.com/berita/531954/konferensiinternasional-kb-dilaksanakan-januari-2016>>.
- Ucup, E. (2015). "Pertumbuhan Remaja Indonesia 25 Persen dari Jumlah Penduduk". dalam *bareskrim.com* , diakses Desember 2024. <<http://bareskrim.com /2015/05/21/pertumbuhan-remaja Indonesia-25-persen-dari-jumlah-penduduk/>>.
- Santrock, J. (2007). *Remaja: Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.



BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Nur Ichsan, S.I.Kom., M.I.Kom., merupakan lulusan S-2 Ilmu Komunikasi (Riset dan Pengembangan Teori Komunikasi) di Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta. Sementara di jenjang S-1 mengambil Program Studi Ilmu Komunikasi (*Public Relations*) di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saat ini, aktif sebagai akademisi dan mengajar di beberapa perguruan tinggi serta menjabat sebagai Pembina Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) di Universitas Siber Asia. Penulis aktif melakukan penelitian yang dapat diakses pada ID SINTA (6477899) atau dapat melalui Google Scholar melalui tautan berikut https://scholar.google.com/citations?user=_Nbl7L8AAAAJ&hl=id.

Urgensi Literasi Media Digital Berbasis Pemberdayaan Perempuan

Rini Sudarmanti ¹

Kurniawaty Yusuf ²

¹Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

¹rini.sudarmanti@paramadina.ac.id

²kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id

PENDAHULUAN

Pada bulan Januari 2024, We Are Social merilis bahwa Instagram merupakan media sosial terfavorit mengungguli WhatsApp dan Facebook. Platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, TikTok, dan X menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia saat ini. Penggunaannya terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin luasnya akses internet.

Pemanfaatan media sosial ini sejalan dengan catatan survei APJII pada tahun 2018 yang menyimpulkan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8%. Angka ini

terus meningkat pesat, dari 73,70% pada tahun 2019–2020 menjadi 77,02% pada tahun 2022, dan mencapai 78,19% pada tahun 2023. Perkembangan penetrasi internet ini merupakan potensi sumber daya yang luar biasa, terutama mengingat Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia.

Sensus Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mencatat jumlah penduduk mencapai 270,20 juta jiwa pada tahun 2020. Pada tahun 2023, jumlah ini diperkirakan meningkat menjadi 278,70 juta orang dan diprediksi akan terus bertambah pada tahun 2024. Berdasarkan data SUPAS 2015, jumlah penduduk laki-laki dan perempuan hampir seimbang. Penduduk perempuan mencapai sekitar 136,3 juta jiwa (49,33%), sementara penduduk laki-laki mencapai 139,3 juta jiwa (50,56%). Namun, perbedaan jumlah ini berdampak pada tingkat penetrasi internet yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

Kementerian Komunikasi dan Digital Indonesia mencatat bahwa pada awal tahun 2024, pengguna internet mencapai 221,6 juta orang atau setara dengan 79,5% dari total penduduk. Sejak pandemi Covid-19, jumlah pengguna *mobile connection* meningkat sebesar 3,6%. Penetrasi internet di kalangan laki-laki mencapai 79,32%, sementara di kalangan perempuan tidak jauh berbeda, yaitu sebesar 77,36%.

Kontribusi penggunaan internet juga menunjukkan perbedaan. Penduduk laki-laki menyumbang 51,19% dari pemanfaatan internet, sedangkan penduduk perempuan berkontribusi sebesar 48,81%. Perbedaan ini menunjukkan

bahwa meskipun penetrasi internet terus meningkat, manfaat yang diperoleh belum merata antara laki-laki dan perempuan. Padahal, peran keduanya sama pentingnya dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan.

Sementara itu, gelombang internet yang luar biasa, tidak hanya mengubah kebiasaan hidup masyarakat Indonesia, tetapi juga membawa ancaman terhadap kualitas hidup mereka. Berdasarkan laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama Katadata Insight Center pada tahun 2022, indeks literasi digital masyarakat Indonesia mencapai skor 3,54 dari skala 3,00, yang masuk dalam kategori "sedang".

Pengukuran indeks literasi ini mencakup empat pilar, dimulai dari indeks terendah hingga tertinggi, yaitu keamanan digital (3,12), kecakapan digital (3,52), etika digital (3,68), dan budaya digital (3,84). Skor tersebut sedikit meningkat dibandingkan tahun 2021, yang hanya mencapai 3,49. Meski demikian, pencapaian ini masih belum memuaskan sehingga upaya peningkatan literasi digital tetap diperlukan.

Fakta menunjukkan bahwa hoaks menyesatkan berseliweran di ruang lautan internet. Parahnya, mayoritas penduduk Indonesia belum mampu bersikap kritis dalam memverifikasi kebenaran informasi yang mereka terima. Dari laman TrustPositif menyebutkan bahwa ratusan hoaks telah terdeteksi di platform media sosial hanya dalam kurun waktu 2 Januari hingga 6 Februari 2023. Artinya, rata-rata

terdapat 3–5 hoaks yang viral setiap harinya, dan jumlah ini terus bertambah tanpa ada mekanisme efektif untuk menghentikannya. Modus penyebaran hoaks yang paling umum terkait dengan isu-isu politik, kebijakan pemerintah, dan kehidupan sosial (Winarti et al., 2021).

Perempuan sering menjadi sasaran empuk hoaks yang dengan cepat menyebar dan viral di media sosial. Media sosial sering mencerminkan realitas kehidupan perempuan di dunia nyata, termasuk berbagai bentuk keprihatinan yang mereka alami. Topik tentang perempuan selalu menarik untuk dibahas dalam berbagai aspek kehidupan. Mulai dari kecantikan, kekurangan, kelebihan, hingga kebahagiaan dan penderitaan perempuan sering menjadi bahan diskusi yang ramai. Misalnya, perbincangan tentang pengendara motor perempuan yang lupa menyalakan lampu sein saat berbelok ke kiri atau kanan kerap menjadi bahan candaan. Hal ini sering dikaitkan dengan keterbatasan orientasi spasial perempuan dalam memahami situasi dan kondisi di sekitarnya, yang dianggap sebagai sesuatu yang alami.

Membahas potensi literasi media digital sebagai sarana pemberdayaan perempuan adalah topik yang menarik untuk didiskusikan. Pemberdayaan perempuan melalui pemanfaatan teknologi informasi perlu didorong agar dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Literasi media, khususnya dalam media digital, menjadi prioritas utama karena teknologi internet saat ini makin masif digunakan oleh masyarakat.

PEMBAHASAN

Konsep literasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk memilih dan memilah informasi yang tersedia dengan bijak. Internet memberikan peluang besar bagi siapa saja untuk menjelajahi berbagai sumber informasi guna memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan. Media sosial, sebagai salah satu wadah informasi, sangat menarik untuk digunakan. Namun, penggunaannya membutuhkan kemampuan untuk menyaring informasi yang benar-benar relevan dan bermanfaat. Informasi yang telah dipilih ini kemudian dapat diolah menjadi berbagai bentuk komunikasi, seperti tulisan opini, gambar, grafik, desain, atau konten status di media sosial. Produk-produk ini merupakan hasil dari pengolahan ulang (*remaking*) dan abstraksi informasi melalui pemikiran manusia.

Literasi menyangkut aspek informasi, pengetahuan dan kemampuan berpikir kritis (Riesmeyer et al., 2019). Secara sederhana, literasi dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengolah informasi secara kritis yang tersedia di berbagai media untuk kemudian dimanfaatkan (Pompper & Ertem-Era, 2023). Pemanfaatan ini tentunya tergantung kebutuhan, seperti untuk membantu memecahkan masalah dan menentukan pengambilan keputusan yang tepat (Hakim & Pitoyo, 2022). Makin baik kemampuan literasi seseorang maka makin bijak pertimbangannya menyikapi informasi dan makin bermutu hasil olah pikir yang dihasilkan.

Literasi media digital sering kali dihubungkan dengan penggunaan teknologi yang juga erat kaitannya dengan konsep gender (Gnams, 2021). Perbedaan kemudahan akses fasilitas dan pendidikan berpotensi menjadi pemicu terjadinya kesenjangan antara perempuan dan laki-laki. Di negara-negara berkembang, laki-laki sering kali mendapatkan kesempatan lebih besar untuk mengenyam pendidikan dan memiliki akses memanfaatkan teknologi. Perbedaan kesempatan ini tentu akan berdampak pada kurang terampilnya perempuan.

Kondisi yang demikian ini diperparah dengan pemahaman budaya patriarki yang nilai dan norma sosialnya memandang teknologi sebagai wilayah publik yang menjadi domain utama bagi laki-laki. Akibatnya, perempuan akan sering kali tampak kurang percaya diri dan enggan untuk ikut berpartisipasi dalam ruang publik meskipun itu berada dalam wilayah digital.

Ketersediaan fasilitas dan perbedaan akses internet juga sering kali menjadi faktor pertama yang menjadi penyebab kesenjangan literasi media (Liu, 2024). Akses perempuan pada akses internet dan teknologi lebih terbatas, dalam arti, mereka sering kali tidak tahu apa yang sebaiknya harus dilakukan, apa yang harus dipilih untuk mengendalikan akses internet yang tersedia. Perempuan, karenanya, lebih sering tampak kurang piawai dibandingkan laki-laki. Perempuan lebih sering menjadi pengguna yang memanfaatkan dibandingkan laki-laki yang dapat mengendalikan sebagai subjek atau pelaku.

Kedua, aspek pendidikan serin gkali juga menjadi bagian dari diskusi yang menunjukkan level literasi media. Laki-laki lebih banyak menyukai berbagai pengetahuan yang berkaitan dengan teknologi ketimbang perempuan. Laki-laki lebih “dekat” dengan teknologi dan internet dibandingkan dengan perempuan (Suwana & Lily, 2017). Oleh karena itu, pemberdayaan teknologi komunikasi lebih sering menyasar pada perempuan untuk mendorong pemberdayaan mereka agar lebih kreatif memanfaatkannya.

Kesenjangan partisipasi perempuan dalam teknologi akan berdampak luas misalnya pada wilayah dunia kerja perempuan yang saat ini kemampuan digital menjadi penting. Keterbatasan ruang eksplorasi perempuan tentunya akan memengaruhi kemajuan ekonomi dan sosial.

Oleh karena itu, penting untuk segera berinovasi mengidentifikasi peluang dan hambatan untuk mengatasi kemajuan keterampilan literasi perempuan memanfaatkan media digital. Dengan meningkatkan kemampuan literasi media digital ini, tentunya akan membuat perempuan terdorong untuk lebih berdaya dan memberikan kontribusi positif terbaiknya bagi pembangunan masyarakat yang inklusif, adil dan seimbang.

Salah satu yang perlu mendapat perhatian adalah potensi masalah yang muncul disebabkan karena kurangnya pemahaman tentang perbedaan antara perempuan dan laki-laki. Keduanya menggunakan media sosial sesuai dengan stereotip mereka masing-masing (Kimbrough et al., 2013). Keduanya memiliki gaya atau kebiasaan berkomunikasi

yang berbeda. Perempuan dapat lebih mudah diprediksi ketika menggunakan media digital terutama media sosial karena berpotensi lebih mampu meramaikan media sosial dengan kemampuannya membangun relasi.

Perbedaan gaya berkomunikasi akan menentukan juga bentuk interaksi yang dibangun dalam berbagai situasi. Misalnya, kondisi yang terjadi ketika perempuan dan laki-laki sama-sama pergi ke pasar. Meskipun berada pada lingkungan yang sama, dapat dibayangkan bagaimana gaya mereka berinteraksi. Keduanya menunjukkan keunikan yang berbeda ketika melakukan proses tawar-menawar.

Komunikasi perempuan cenderung lebih ekspresif dan menunjukkan empati ketika mereka melakukan pendekatan menawar barang. Mereka sering kali mementingkan hubungan sosial dan menyoal suasana hati penjual saat melakukan tawar-menawar. Perempuan tidak berkeberatan bila memerlukan waktu lebih banyak untuk membangun hubungan sosial yang lebih nyaman dengan penjual, dan atau bahkan memperhatikan detail-detail kecil, seperti nada suara, ekspresi wajah, gerakan tangan dan sebagainya. Sementara laki-laki lebih berfokus pada transaksi tawar-menawar tanpa basa basi, dan bersifat langsung. Mereka lebih tampak percaya diri untuk mengungkapkan keinginan dengan lugas.

Perbedaan ini memberikan sinyal bahwa ketika berkomunikasi penting untuk melakukan pendekatan gender (Ellemers, 2018). Ketika perempuan berkomunikasi, laki-laki akan memandang perempuan bicara kepanjangan dan

bertele-tele sehingga direspons kurang dihargai dan malas untuk dipahami. Sebaliknya, ketika laki-laki berkomunikasi, perempuan akan menilainya sebagai kurang etis dan elok. Ketidakpahaman ini tentunya akan menimbulkan konflik, apalagi di ruang maya yang setiap orang tidak dapat mengonfirmasi langsung pemaknaannya seperti bertemu tatap muka.

Memahami perbedaan berkomunikasi, tentunya menjadi alasan logis untuk menimbang perlunya perubahan ketika melakukan upaya penguatan literasi media digital yang menyasar perempuan. Disinilah peluang-peluang penguatan literasi yang menyasar perempuan membutuhkan banyak inovasi dengan menimbang cara pandang perempuan sendiri ketika berkomunikasi dan berinteraksi. Ketika mendorong pemberdayaan perempuan dari sudut pandang laki-laki tentunya besar kemungkinan akan memberikan respons yang berbeda.

SIMPULAN

Hasil diskusi sampailah pada kenyataan yang perlu diakui bahwa perempuan bukanlah objek penderita dalam memanfaatkan teknologi berbasis internet dan atau media digital. Perempuan memiliki peran unik yang tidak kalah penting dalam kehidupan masyarakat. Kontribusinya pada kemajuan bangsa dan negara juga patut diperhitungkan. Perempuan sebagai ibu, menjadi orang pertama dalam pembentukan karakter kehidupan manusia. Perempuan menjadi orang pertama yang mengajarkan nilai dan norma kehidupan dalam keluarga.

Pemberdayaan perempuan dalam pemanfaatan media digital dan teknologi komunikasi perlu diikuti dengan penguatan literasi pemanfaatannya. Potensi pembawaan perempuan yang mengutamakan relasi kebersamaan dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan kapasitasnya untuk memproduksi konten komunikasi yang kreatif, menarik dan bermutu untuk mengarahkan serta menggerakkan pemberdayaan perempuan lainnya.

Studi literasi media digital bagi perempuan selayaknya dikembangkan dan disebarluaskan tidak terbatas hanya pada lingkup akademis. Upaya *getok tular* perlu

dikembangkan agar dapat menyentuh setiap lapisan masyarakat. Selain itu, perlu juga untuk menimbang hasil studi pemikiran tersebut disampaikan dengan cara yang lebih menarik sesuai dengan karakter dan gaya tren anak muda terkini sehingga dapat lebih mengena sasaran. Harapannya, perempuan-perempuan generasi muda tentunya dapat terus memperbaiki diri dan terus mengembangkan serta menularkan kreativitas kepada yang lainnya.

ELEX MEDIA

REFERENSI

- Ellemers, N. (2018). "Gender Stereotypes". dalam *Annual Review of Psychology*, 69, 275–298. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>.
- Gnambs, T. (2021). "The Development of Gender Differences in Information and Communication Technology (ICT) Literacy in Middle Adolescence". dalam *Computers in Human Behavior*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106533>.
- Hakim, L., & Pitoyo, P. (2022). "Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Informasi Politik Peserta Didik terhadap Hasil Belajar PPKn di SMAN 6 Kabupaten Tangerang". dalam *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1197>.
- Kimbrough, A. M., Guadagno, R. E., Muscanell, N. L., & Dill, J. (2013). "Gender Differences in Mediated Communication: Women Connect More Than Do Men". dalam *Computers in Human Behavior*, 29(3). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.005>.
- Liu, S. (2024). "Infrastructure and Gender Disparity in Information Communication Technology Literacy: A Cross-Country Comparative Study". dalam *Statistics, Politics and Policy*, 15(1). <https://doi.org/10.1515/spp-2023-0017>.

- Pompper, D., & Ertem-Era, T. (2023). "Media Literacy and COVID-19 Communication: Work and Home Sphere Differences". dalam *Journal of Media Literacy Education*, 15(2). <https://doi.org/10.23860/JMLE-2023-15-2-7>
- Riesmeyer, C., Naab, T., Camerini, A.-L., Festl, R., & Dallmann, C. (2019). "Editorial: Media Literacy as Intergenerational Project: Skills, Norms, and Mediation". dalam *MedienPädagogik: Zeitschrift Für Theorie Und Praxis Der Medienbildung*, 35. <https://doi.org/10.21240/mpaed/35/2019.10.15>.
- Suwana, F., & Lily. (2017). "Empowering Indonesian Women Through Building Digital Media Literacy". dalam *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3). <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.10.004>.
- Winarti, N., Rachmawati, N., & Putra, A. (2021). "Cerdas Berpolitik: Literasi Media Anti Hoax Kelurahan Dompok Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang". dalam *Journal of Maritime Empowerment*, 3(2). <https://doi.org/10.31629/jme.v3i2.3497>.



BIOGRAFI PENULIS



Rini Sudarmanti, dosen Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina sejak tahun 2003. Saat ini, dia mendapatkan amanah sebagai ketua prodi dan koordinator wilayah ASPIKOM Jabodetabek 2023-2025. Untuk menghubunginya dapat melayangkan surel melalui rini.sudarmanti@paramadina.ac.id. Rekam jejaknya dapat ditelusur melalui ID SINTA: 6004932, dan <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=X6C8mjIAAAJ>.

Kurniawaty Yusuf, akrab dipanggil Nara Yusuf. Bergabung menjadi dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina sejak 1999. Saat ini menjabat sebagai Direktur Kerjasama, Pemasaran, dan Hubungan Alumni Universitas Paramadina untuk periode 2023-2026. Untuk menghubunginya dapat melayangkan surel melalui kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id. Rekam jejaknya dapat ditelusur melalui ID SINTA: 6021469, dan https://scholar.google.com/citations?user=rc_SwuoAAAAJ&hl=en.

Jalan Terjal Membangun Literasi di Tengah Kooptasi Bisnis dan Kekuasaan

Koesworo Setiawan¹, Mujahidah Afifah²,
Tiara Lie Kamilatin³

¹²³)Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda

✉Alamat Surat Elektronik:

koesworo.setiawan@unida.ac.id¹, mujahidahafifah03@gmail.com²
arakamilatin@gmail.com³

PENDAHULUAN

Laksana pedang bermata dua, media memiliki peran vital menentukan kualitas literasi informasi masyarakat. Di tengah derasnya informasi yang dikenal sebagai “info-demik”, media berbasis digital dapat memperkuat hak-hak konstitusional warga. Namun, sebaliknya, serbuan konten digital dengan segala manipulasinya juga dapat membawa dampak negatif. Tidak hanya risiko terpapar berbagai jenis konten negatif (hoaks, disinformasi, informasi yang mengandung ujaran kebencian, ataupun konten yang tidak

tunduk pada nilai-nilai moral atau etika), tetapi dengan struktur sistem media yang oligopolistik dengan ciri pemusatan kepemilikan di segelintir konglomerat dan institusi demokrasi yang keropos, media menjadi alat propaganda yang melanggengkan *status quo*. Alih-alih menjadi *bargaining power* terhadap kekuasaan, media konvensional malah terkooptasi oleh kepentingan bisnis dan kekuasaan. Maka dari itu, membangun literasi tidak semata dimaknai sebagai penguatan kognisi, edukasi, dan *skill* di tengah dinamika media digital yang cepat, tetapi juga melibatkan dan memberdayakan masyarakat dalam penciptaan ekosistem informasi yang setara, terbuka, inklusif, sembari memastikan hak-hak konstitusional mereka dihormati dan dipenuhi. Inilah jalan terjal karena pemberdayaan harus disandarkan kepada aktor-aktor non-negara dan kegigihan media berbasis kewargaan di tengah institusi demokrasi yang rapuh dan berorientasi elit.

PEMBAHASAN

Mendefinisikan Literasi

Istilah “literasi media” banyak kita jumpai di berbagai ruang diskusi, artikel, ataupun literatur komunikasi lainnya. Berbagai pihak menjadi artikulator istilah ini, baik itu mahasiswa, akademisi, aktivis, orang tua, pembuat kebijakan, jurnalis, pendidik, maupun berbagai kalangan. Tidak semua definisi sama, sebagian memiliki kesamaan, dan sebagian lainnya

sama sekali berbeda. Menurut (Potter, 2022), literasi media merupakan gabungan dari banyak keterampilan, termasuk kemampuan membaca, mengevaluasi, menganalisis, membayangkan kemungkinan, mendekonstruksi pesan, mengenali pola, menantang makna, menilai kredibilitas, menguraikan maksud pengirim, membantah, menggali kebenaran, menghindari pengaruh, serta menghasilkan pesan, dan masih banyak lagi. Literasi media juga dikaitkan dengan banyak faktor lain di luar keterampilan, seperti penguasaan terhadap pengetahuan, pola perilaku seseorang, dan motivasi. Jadi, literasi media meliputi kemampuan untuk mengakses, memahami, dan menciptakan komunikasi dalam berbagai konteks. Maka dari itu, masyarakat yang terliterasi berarti teredukasi sehingga memahami bagaimana media bekerja, kritis, peka terhadap bias informasi, aktif, dan tajam menguji validitas informasi, serta aktif berupaya menciptakan ekosistem informasi yang inklusif, demokratis, memperkuat hak-hak dasar warga negara untuk berpartisipasi mengontrol kinerja pengambil keputusan agar berkinerja berdasarkan prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas. Media merupakan aktor penting dalam pemberdayaan literasi publik.

Media tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga agen edukasi untuk meningkatkan keterampilan literasi digital masyarakat melalui kampanye publik, program khusus, dan berita berbasis fakta. Merujuk Jones & Mitchell (2016), masyarakat dengan keterampilan deteksi informasi

yang memadai, lebih terampil dan kritis menyeleksi konten informasi. *Kedua*, media arus utama dan bereputasi menjadi lokomotif menerapkan standar tinggi dalam penyajian informasi. Menurut McNair (2017), akurasi dan kredibilitas informasi dari media arus utama ikut mendorong dan memperkuat tanggung jawab media sosial dan platform digital lainnya menyaring konten yang mereka sajikan.

Ketiga, memperkuat akses masyarakat terhadap informasi yang akuntabel dapat meningkatkan kewaspadaan mereka terhadap manipulasi atau bias informasi yang pada gilirannya mengurangi pengaruh konten negatif (Mardjianto et al., 2022). Kondisi tersebut dapat menciptakan lingkungan partisipatif bagi masyarakat melawan konten negatif.

Belenggu Kekuasaan

Dalam faktanya, media tidak bekerja di ruang sosial yang kosong. Media berkelindan dengan berbagai kepentingan lain yang tidak selamanya sejalan dengan penguatan literasi khalayak. Alih-alih menjaga murahnya sebagai agen edukasi publik, dalam kadar tertentu, media menjadi bagian produksi konten negatif atau merugikan masyarakat. Pada era digital, tekanan untuk bersaing dalam kecepatan penyajian informasi dan kebutuhan untuk menarik perhatian khalayak membuat media konvensional tergelincir dari keharusan untuk verifikasi. Ada beberapa alasan mengapa media justru berkontribusi kepada memburuknya kualitas literasi khalayak.

Pertama, kuatnya kepentingan bisnis. Media telah mengalami pergeseran orientasi dari pijakan utama menegakkan fungsi pengawasan. Di bawah tekanan mencetak profit dan memenangkan persaingan bisnis, media memilih tunduk pada selera pasar daripada menjaga garis api (Khumairoh, 2021; Susanto, 2021). Demi jumlah klik, tingkat interaksi, dan statistik kunjungan sebagai indikator utama keberhasilan, tayangan murah dan kualitas rendah membanjiri pasar (Pers, 2014). Masyarakat dijejali dengan sajian informasi sensasional dan minus verifikasi. Konten dengan jangkauan pembaca besar bercita rasa sensasional rawan membawa konten hoaks. Praktik "*clickbait*", menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan *traffic* dan *engagement* di situs web meskipun dengan mengorbankan kesahihan informasi.

Kedua, karakteristik media sosial yang khas telah mengubah pola kerja jurnalis profesional. Karakteristik media sosial yang cepat, spontan, interaktif dan *many to many*, telah menambah tekanan pada media konvensional untuk berkompetisi atau setidaknya mengimbangi. Sayangnya, upaya itu membuat media konvensional tidak lagi tegar dengan keharusan verifikasi dan validasi informasi. Salah satu prinsip yang dilanggar adalah keharusan untuk *cover both side*. Jurnalis lebih terdorong untuk menulis berita yang sesuai dengan tren di media sosial ketimbang melaporkan fakta dengan akurasi tinggi.

Ketiga, media mengalami pelemahan mekanisme verifikasi dan penegakan standar etika jurnalistik (Pers, 2014). Verifikasi merupakan “mahkota” jurnanisme—salah satu dari sembilan elemen dasar yang berperan sentral dalam praktik jurnalistik sehingga membedakannya dengan produk propaganda, fiksi, opini, hiburan, atau lainnya (Mardjianto et al., 2022). Selera pasar membuat sebagian media mempersepsi tahapan verifikasi sebagai “penghambat” dalam mengejar kecepatan.

Keempat, independensi media di bawah konglomerasi kepemilikan. Konstelasi sistem media di Indonesia, diwarnai pengelompokan media dengan bos media menjadi ketua umum partai politik atau memiliki bisnis yang terafiliasi dengan kekuasaan. Alih-alih bersikap kritis, media malah melakukan *self-censorship*. Selama 10 tahun pemerintahan Joko Widodo, kebebasan pers mengalami tekanan dan intervensi, jurnalis Indonesia menjadi sasaran serangan fisik dan siber (AJI, 2024b, 2024a). Peringkat kebebasan pers di Indonesia berada pada urutan ke-111 atau turun 4 peringkat (AJI, 2024b). Laporan Reporters Without Borders (RSF), Indonesia memperoleh skor 51,15 pada Indeks Kebebasan Pers Dunia 2024, menurun dari 54,83 pada 2023 (AJI, 2024b). Di negara-negara dengan demokrasi rapuh, kekuasaan politik leluasa memanipulasi informasi dengan menindas kebebasan dan independensi jurnalis untuk mewujudkan agenda politiknya (House, 2023).

Kerugian bagi Publik

Dalam jangka panjang, kondisi ini akan merugikan masyarakat. Perselingkuhan kepentingan bisnis dan politik berdampak pada menurunnya kualitas jurnalis dan produk jurnalistik itu sendiri. Ketika standar verifikasi diabaikan dan kualitas informasi dikorbankan maka jurnalis kehilangan motivasi untuk memelihara sikap kritis (Pers, 2014). Dengan cara kerja seperti itu, mereka kehilangan integritas profesional, yang pada akhirnya menggerus kepercayaan publik kepada media. Masyarakat makin sulit membedakan mana informasi yang akurat dan mana yang propaganda atau sensasi. Publik kehilangan akses terhadap informasi yang jujur, transparan, dan akuntabel. Publik tidak akan mendapatkan gambaran objektif mengenai situasi sekitarnya, kinerja pemerintah, atau isu-isu penting lainnya yang berkaitan langsung dengan pemenuhan terhadap hak-hak dasar informasi. Dalam jangka panjang, hal ini akan mempengaruhi persepsi masyarakat dan menghambat pengambilan keputusan yang berdasar pada informasi yang akurat. Masyarakat sulit mengadvokasi kepentingan mereka karena informasi yang tersedia untuk dasar tindakan sudah terlebih dahulu dimanipulasi.

Lemahnya literasi dan menguatnya apatisme, menjadi benefit bagi kelompok oportunistis dalam sistem birokrasi dan jabatan-jabatan publik. Mereka leluasa melakukan praktik-praktik culas dan curang dengan menguasai aset

negara tanpa terendus publik. Itulah potret besar ekosistem literasi di negeri ini. Publik dihadapkan pada pilar-pilar penopang literasi—media massa dan lembaga demokrasi—yang tidak hanya rapuh, tetapi juga telah dibajak oleh kepentingan pragmatis dan fragmentaris. Ikhtiar mengadvokasi masyarakat untuk memperoleh kembali hak-hak demokratisnya, dihadapkan pada pilihan yang cukup terbatas. Artikel ini menawarkan beberapa strategi alternatif yang diharapkan dapat menemukan jalan bagi pemberdayaan literasi publik.

Pertama, penguatan program literasi yang inklusif dan berbasis kerakyatan. Peran aktivis dan penggerak demokrasi bisa menggalang aliansi menjadi mesin alternatif memperkuat daya literasi khalayak. Mereka dapat menginisiasi program pendidikan literasi untuk berbagai kelompok sasaran: siswa, para guru, pegiat pendidikan, dan jurnalis. Pendidikan literasi sebaiknya dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan (dimulai dari usia dini) dan inklusif. Cara/pola pikir dan budaya kritis ditanamkan sejak usia muda. Aktivitas literasi haruslah meluas ke komunitas kecil di kampung-kampung, di desa-desa, dan di kawasan terluar dan terpencil, bukan hanya di perkotaan.

Kedua, memperkuat peran media alternatif dan jurnalisme kewargaan. Di tengah tentakel kooptasi kekuasaan yang menjalar di berbagai sektor, masyarakat dapat mengembangkan media alternatif yang independen sebagai sumber

informasi, melalui jurnalisme warga (*citizen journalist/CJ*). Independensi—posisinya yang berjarak dengan berbagai kepentingan menjadi nilai lebih dari CJ (Hanitzsch & Vos, 2018). Warga dapat melaporkan masalah publik dan menyuarakan kepentingan mereka melalui blog, situs web, atau akun media sosial mereka. Seperti dilakukan Bimo, mahasiswa di Australia asal Lampung yang mengkritik pembangunan infrastruktur di kampungnya, beberapa waktu lalu. Namun, tetap penting untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat agar memahami standar jurnalisme menekankan pada akurasi informasi.

Ketiga, menggalang aliansi dengan komunitas akademik dan pegiat demokrasi. Para aktivis lembaga swadaya masyarakat (LSM), pegiat demokrasi, dan kalangan akademik menjadi pilihan untuk meretas jalan pemberdayaan masyarakat dengan pertimbangan mereka relatif berjarak dengan kekuasaan. Bahkan, kelompok ini dikenal memiliki tradisi dan pandangan kritis terhadap penyelenggaraan kekuasaan. Banyak LSM yang berfokus pada pengawasan kinerja pemerintah, pemberantasan korupsi, dan advokasi hak asasi manusia, dan menjalankan fungsi-fungsi *watch dog*.

Komunitas akademik juga berperan penting dalam menyediakan riset-riset independen yang berbasis bukti ilmiah. Perguruan tinggi, pusat studi, atau lembaga penelitian dapat menjadi pusat unggulan bagi masyarakat, dan menginisiasi diskusi publik yang membantu masyarakat memahami berbagai isu dari sudut pandang yang mendalam dan ilmiah.

SIMPULAN

Dalam kondisi ketika media dan lembaga demokrasi tidak lagi dapat diandalkan, masyarakat harus memiliki strategi pemberdayaan yang mandiri dan proaktif. Melalui pendidikan literasi informasi, pengembangan media alternatif, dukungan dari LSM dan akademisi, serta penggunaan teknologi digital, masyarakat dapat memperoleh akses terhadap informasi yang transparan dan akuntabel. Partisipasi publik dalam pengawasan kebijakan dan advokasi keterbukaan informasi juga memperkuat kemampuan masyarakat dalam mengawasi dan mengontrol kinerja pemangku kekuasaan. Dengan strategi ini, hak-hak demokratis masyarakat dapat ditegakkan dan kualitas informasi yang diterima masyarakat akan meningkat. Masyarakat yang terinformasi dengan baik mampu bertindak lebih kritis, partisipatif, dan proaktif mengawasi penyelenggaraan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- AJI. (2024a). "Pembungkaman Suara Kritis: Akhir dan Awal Masa Jabatan Presiden". dalam *aji.or.id*, 21 Oktober 2024. Diakses Desember 2024. <<https://aji.or.id/informasi/pembungkaman-suara-kritis-akhir-dan-awal-masa-jabatan-presiden>>.
- AJI. (2024b). "Skor Kebebasan Pers di Asia Pasifik Melorot 12". dalam *aji.or.id*, 12 Mei 2024. Diakses Desember 2024. <<https://aji.or.id/informasi/skor-kebebasan-pers-di-asia-pasifik-melorot>>.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). "Journalism Beyond Democracy: A New Look Into Journalistic Roles in Political and Everyday Life". dalam *Journalism*, 19(2), 146–164.
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2016). "Defining And Measuring Youth Digital Citizenship". dalam *New media & society*, 18(9), 2063–2079.
- Khumairoh, U. (2021). "Dampak Konglomerasi Media terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media". dalam *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2(1), 63–78.
- Mardjianto, F. L. D., Wedhaswary, I. D., Monggilo, Z. M. Z., Ningtyas, I., & Budiarto, M. N. (2022). dalam I. Ningtyas (peny.) *Modul Literasi Digital untuk Perguruan Tinggi*. Aliansi Jurnalis Independen.

- McNair, B. (2017). "After Objectivity? Schudson's Sociology of Journalism in the Era of Post-factuality". dalam *Journalism Studies*, 18(10), 1318–1333.
- NN. (2023). "Freedom in the World 2023". dalam *freedomhouse.org*, 2023. Diakses Desember 2024. <<https://freedomhouse.org/country/indonesia/freedom-world/2023>>.
- Pers, D. (2014). "Mengungkap Independensi Media". Edisi no.9. dalam *dewanpers.or.id*, Juli 2014. Diakses Desember 2024. <https://dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/90271.jurnal_edisi9_juni.pdf>.
- Potter, W. J. (2022). "Analysis of Definitions of Media Literacy". dalam *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), 27–43.
- Susanto, E. (2021). "Independensi Media Tempo dan Pengaruh Ekonomi Politik dalam Praktik Strukturasi". dalam *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 24–38.



BIOGRAFI PENULIS



Koesworo Setiawan S.Sos., M.IK., praktisi kehumasan, jurnalis lebih dari 25 tahun, penulis opini, buku, narasumber isu komunikasi, kehumasan, jurnalistik dan politik, dan instruktur pelatihan jurnalistik dasar. Sejak 7 tahun terakhir aktif mengajar dan menjadi peneliti. Saat ini Sekretaris Program Studi Sains Komunikasi FISIP Universitas Djuanda. Dapat dihubungi di: koesworo.setiawan@unida.ac.id, ID SINTA: 6700634, dan <https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=9xueJPAAA-AAJ>.

Mujahidah Afifah, mahasiswa Sains Komunikasi FISIP Universitas Djuanda semester V. Aktif dalam berbagai organisasi, kepanitiaan, volunteer, program magang, dan studi mandiri, baik di dalam maupun luar kampus. Dapat dihubungi di: mujahidahafifah03@gmail.com.

Tiara Lee Kamilatin, mahasiswa Sains Komunikasi FISIP Universitas Djuanda semester V. Aktif dalam berbagai organisasi, kepanitiaan, volunteer, program magang, dan studi mandiri, baik di dalam maupun luar kampus. Dapat dihubungi di: arakamilatin@gmail.com.

Kontenmu Membuatku Bergairah: Pornografikasi di Media Sosial

Wiwid Adiyanto¹, Stara Asrita²,
Andreas Tri Pamungkas³

¹⁾²⁾³⁾ Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta

✉ Alamat Surat Elektronik:
wiwidadiyanto@amikom.ac.id¹,
staraasrita@amikom.ac.id²,
andreas.pamungkas@amikom.ac.id³,

PENDAHULUAN

Guliran konten sering kali berhenti pada suatu unggahan video yang menampilkan pengguna media sosial perempuan memamerkan gerakan erotisnya. Kamera seakan sengaja difokuskan ke salah satu bagian tubuh yang sensitif. Sambil berjoget, tidak jarang perempuan itu memainkan lidah, menyentuh bibir bagian atas. Memainkan rambut. Mengedipkan mata. Seakan mengajak penontonnya untuk datang menghampiri. Penampungan komentar dibanjiri *celetukkan* pengguna media sosial lainnya, “*ada yang tegak*

tapi bukan keadilan". "Ada yang besar tapi bukan nyali". "Ada yang menonjol tapi bukan bakat". Semua komentar bisa dibaca oleh pengguna media sosial lainnya. Sementara itu, sang pembuat konten bisa jadi tersenyum atas keberhasilannya dalam membangun keterlibatan netizen.

Mediasosialbesertaperkembangannya memainkan peran penting dalam pembentukan budaya masyarakat. Munculnya gawai seperti *smartphone* dan tablet mengubah cara individu menikmati media massa. Dari generasi sebelumnya, pesan dari televisi maupun radio lebih memungkinkan untuk dinikmati secara berkelompok. Namun, tidak dengan media berbasis internet yang terenggam di tangan. Setiap orang atau kelompok bisa membuat media. Pada saat yang sama, setiap orang juga menjadi audiens. Media menjadi sesuatu hal yang memiliki tayangan yang lebih beragam, tetapi bersifat lebih privat dalam penggunaan. Beragam konten disajikan dan direkomendasikan oleh media sosial, mulai dari konten literasi atau pendidikan, komedi, tutorial *make-up*, masak, otomotif, kehidupan pribadi, sandiwara, serta konten yang mengandung unsur pornografi. Konten-konten TikTok misalnya, penggunanya adalah laki-laki (Foster & Baker, 2022).

Asumsinya, tidak semua orang terliterasi media. Akan terasa aneh jika tayangan yang menjurus pada pornografi di televisi ditonton oleh keluarga. Tidak perlu gerakan eksotis

yang ekstrem, adegan ciuman romantis saja cukup membuat penonton seisi rumah canggung, baik sang anak maupun orang tua. Sang anak pura-pura lihat jam dinding, dan orang tua sibuk cari remot untuk mengganti *channel*. Namun, tidak dengan media sosial. Sifat yang privat memungkinkan seseorang menyendiri menikmati tayangan itu tanpa rasa canggung (Vescan et al., 2024). Lama-kelamaan menjadikan pornografi adalah hal yang lumrah.

Menggulir unggahan di media sosial adalah salah satu pembunuh waktu yang ampuh. Saat sendiri, berkelompok, tetapi tetap sendiri, ataupun melawan hak mata yang menuntut istirahat, tetapi penasaran apa unggahan yang ada setelahnya. Media sosial bergerak mengikuti algoritma, seakan tahu apa yang diinginkan, ingin diketahui, dan dibutuhkan penggunaanya. Akibatnya, media sosial membentuk kerja pikir penggunaanya untuk menafsirkan serta mengevaluasi tanda dan simbol dalam estetika digital ke dunia nyata (Čábyová & Hudáková, 2022; Pan & Lee, 2024). Di satu sisi, media sosial bisa menjadi wadah berekspresi dan ruang publik secara digital. Keterlibatan antarpengguna media sosial bermanfaat untuk peningkatan *awareness*, promosi, sampai pada penjualan suatu produk, ataupun sekadar meningkatkan eksistensi diri (Dijck & Poell, 2015; Kaur et al., 2022; Liadeli et al., 2022). Di sisi lain, media sosial bisa menjadi pintu masuk pornografi (Balhara et al., 2018; McCormack & Wignall, 2024).

Penggunaan pornografi dianggap bermasalah. Dampaknya, bukan saja menghabiskan waktu, melainkan juga terdapat potensi dampak gangguan kesehatan pada audiensnya (Su et al., 2024). Pornografi berpotensi mendatangkan kekhawatiran, depresi, dan kebingungan bagi remaja (Watkins, 2018). Lebih jauh lagi, pornografi bisa menimbulkan konsekuensi berbahaya lainnya seperti kekerasan dan peningkatan tingkat perilaku agresif seksual (Owens et al., 2012). Pornografi juga dapat memperkuat ketidaksetaraan gender. Atribusi perempuan berpotensi terjun bebas yang terasosiasikan dengan pergaulan seks bebas. Di sisi lain, tubuh laki-laki yang tertampil dapat digunakan sebagai instrumen di berbagai tujuan (Salter, 2015), termasuk melakukan pelecehan ataupun dilecehkan.

PEMBAHASAN

Lebih dari sepuluh tahun terakhir, jurnalis, komentator budaya, dan akademisi memperhatikan adanya transformasi dalam peningkatan aksesibilitas dan penerimaan pornografi. Beragam cara dan citra pornografi tersamarkan menjadi bagian-bagian dalam budaya populer (Tyler & Quek, 2016). McNair (2013; 1996) juga menyatakan kemajuan teknologi media komunikasi mengantarkan pada penggabungan citra dan ikonografi ke bentuk-bentuk yang beraneka ragam dalam budaya pop. Artinya, media sosial sebagai pusaka pamungkas budaya populer tidak luput dari

konten pornografi. Representasi seks yang muncul, cepat atau lambat bisa dianggap normal. Hal itu disebut dengan istilah pornografikasi atau pornifikasi. Secara sederhana, pornografikasi adalah normalisasi pornografi lewat instrumen media yang terdapat pada suatu budaya. Dalam hal ini adalah budaya populer (McNair, 2013; Mulholland, 2013; Tyler & Quek, 2016).

Pornografikasi juga mengarah pada budaya kapitalis arus utama. Pornografi yang mulanya marginal, menjadi lebih banyak, lebih terlihat, tetapi tetap modis. Pornografi semacam itu dalam budaya pop menjadi hal yang ditiru, digandakan dalam berbagai bentuk, dirujuk, diparodikan, bahkan sampai diberi penghormatan oleh budaya non-pornografi (McNair, 2013; Sarracino & Scott, 2008). Perlu diketahui, merujuk pada Undang-Undang nomor 44 tahun 2008 bahwa pornografi merujuk pada gambar, sketsa, ilustrasi, atau bentuk pesan lainnya yang membangkitkan hasrat dan melanggar nilai kesusilaan.

Setidaknya ada lima tren yang merujuk konten erotis di media sosial. *Ring light challenge*, handuk jatuh, joget, acc sayang, dan PK *challenge* cilok. Selain konten video yang memperlihatkan seseorang, ditemukan juga konten serupa dalam bentuk animasi atau kartun. *Ring light challenge* memperlihatkan transisi seseorang menggunakan pakaian lengkap ke sorotan tubuh. Begitu lampu pindah ke bagian tubuh belakang, latar menjadi gelap dan video

memfokuskan pada tubuh seseorang. Pada perempuan biasanya hanya menggunakan pakaian dalam, sedangkan laki-laki tidak mengenakan baju. Sepintas terlihat biasa saja, seperti ajang kontes atau pameran tubuh ideal di media sosial sebagai eksistensi diri. Namun, hal tersebut dirasa mengkonstruksi imajinasi audiens. Perempuan berdandan *culun*, berubah menjadi perempuan seksi dan erotis yang menggoda. Begitu juga laki-laki tampak biasa-biasa saja, berubah menjadi erotis.

Menjatuhkan handuk ketika kurir datang juga sempat menjadi tren di media sosial. Hal ini terlihat sebagai lelucon, tetapi audiens sebenarnya diajak untuk berimajinasi, bila-mana berada di posisi sang kurir. Pada kasus, melihat perempuan berdua telanjang di apartemen. Tidak jarang, ada pula yang memproduksi konten video berjoget dengan penekanan bagian tubuh tertentu, seperti payudara dan bokong. Dalam bentuk foto, bahkan perempuan diperlihatkan nyaris telanjang. Selain itu, industri kartun juga turut meramaikan keberagaman pornografi di media sosial. Layaknya *fan fiction*, tokoh animasi ternama yang digambarkan hampir tanpa busana turut menyumbang imajinasi bagi penggemarnya.

Tren konten selanjutnya, yakni konten "acc sayang". Tidak ada yang salah dalam konten tersebut karena selayaknya konten joget di media sosial. Persoalannya, konten "acc sayang" justru menjadi pintu masuk tanda yang bersifat erotis. "*kok rambutnya belah tengah mulu? Belah samping dong*",

lalu sang kreator konten mengatur ulang rambutnya dengan menggigit bibirnya secara lembut, atau memanyunkan bibirnya. Seakan memberi pesan "*sentuhlah aku*".

Pornografi juga ditemukan dalam balutan Konten Permainan Koin (PK). Konten kompetisi ini merupakan perlombaan dari dua pengguna yang menayangkan video secara langsung untuk mendapatkan *saweran* terbanyak. Penonton diharuskan membeli koin yang bisa beli dengan pembayaran digital. Ada saja orang yang *ngide*, yang kalah harus masturbasi. Penonton diajak untuk mendengarkan suara sang perempuan masturbasi sepaket dengan desahannya. Lomba itu dikenal dengan PK *challenge* cilok. Saya yakin, masih banyak lagi situasi yang bisa dipornografikasikan selama pornografi masih dianggap menguntungkan bagi industri.

Sejalan dengan pemikiran Laura Mulvey tentang Male Gaze, perempuan di media dikonstruksikan dengan dasar tatapan laki-laki. Konstruksi itu memunculkan fantasi seakan mengendalikan tubuh perempuan (Mulvey, 1975). Lebih dari itu, media sosial juga menyumbang tatapan perempuan yang memunculkan fantasi seakan mengendalikan tubuh laki-laki. Objektifikasi tubuh di media yang dulu diperangi, kini malah merambah pada *self-objectification*. *Self-objectification* merujuk pada situasi seseorang berhenti mengevaluasi tubuhnya sehubungan dengan nilai dan fungsinya. Sebaliknya, mereka menilai tubuh mereka berdasarkan daya tarik bagi orang lain (Fredrickson et al., 2011). Kreator

konten dan audiens seakan memiliki keuntungan bersama dari pornografi. Sederhananya, ada ketidakberesan sosial yang didukung oleh struktur dalam penggunaan pornografi sebagai bumbu industri. Sebab, media sosial bekerja secara *self-regulating*. Konten yang tidak diminati akan hilang dengan sendirinya (Baran & Davis, 2012), begitu juga sebaliknya.

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Pornografikasi muncul karena ada simbiosis mutualisme antara pembuat konten dengan audiens. Pembuat konten membutuhkan penonton, sedangkan penonton mendapatkan fantasi seksual. Dalam hal ini ada ketidakterbacaan yang didukung oleh struktur. Satu sisi, media sosial bisa menjadi instrumen berkomunikasi yang luas, dan menjadi ruang publik untuk mengekspresikan diri, menyampaikan aspirasi, serta keperluan promosi bagi industri. Di sisi lain, pornografi bermanifestasi ke dalam berbagai bentuk produk budaya populer yang makin permisif. Mengingat media sosial bersifat *self-regulating*, literasi media yang berkelanjutan mutlak diperlukan. Penekanan literasi bukan hanya berhenti sampai objektifikasi tubuh, tetapi literasi terkait *self-objectification* juga perlu dipahami, baik dampak bagi diri sendiri maupun sosial budaya secara luas. Hal itu bertujuan agar kita bisa lebih kritis dan skeptis mengenai apa yang ditayangkan oleh media.

REFERENSI

- Balhara, Y. P. S., Verma, K., & Bhargava, R. (2018). "Screen Time and Screen Addiction: Beyond Gaming, Social Media and Pornography– A Case Report:.. dalam *Asian Journal of Psychiatry*, 35, 77–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ajp.2018.05.020>.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Wadsworth.
- Čábyová, L., & Hudáková, V. (2022). "Social Media Use and Adolescents' Levels of Advertising Literacy". dalam *Media Literacy and Academic Research*, 5(2), 147–163. <https://doi.org/10.11114/smc.v1i1.5870>.
- Dijck, J. van, & Poell, T. (2015). "Social Media and the Transformation of Public Space". dalam *Social Media + Society*, 1(2), 1–5. <https://doi.org/10.1177/2056305115622482>.
- Foster, J., & Baker, J. (2022). "Muscles, Makeup, and Femboys: Analyzing TikTok's "Radical" Masculinities". dalam *Social Media and Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221126040>.
- Fredrickson, B. L., Hendler, L. M., Nilsen, S., O'Barr, J. F., & Roberts, T.-A. (2011). "Theory, Bringing Back the Body: A Retrospective on the Development of Objectification". dalam *Psychology of Women Quarterly*, 35(4), 689–696. <https://doi.org/10.1177/0361684311426690>.

- Kaur, A., Khandai, S., & Mathew, J. (2022). "Mapping the Field of Social Media Engagement: A Literature Review Using Bibliometric Analysis". dalam *FIIB Business Review*, 12(4), 368–385. <https://doi.org/10.1177/23197145221112734>.
- Liadeli, G., Sotgiu, F., & Verlegh, P. W. J. (2022). "A Meta-Analysis of the Effects of Brands' Owned Social Media on Social Media Engagement and Sales". dalam *Journal of Marketing*, 87(3), 406–427. <https://doi.org/10.1177/00222429221123250>.
- McCormack, M., & Wignall, L. (2024). "Pornography, Social Media, and Sexuality". dalam *Handbook of Social Media Use Online Relationships, Security, Privacy, and Society* (2nd ed., pp. 309–326). Academic Press.
- McNair, B. (1996). *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*. St. Martin's Press.
- McNair, B. (2013). *Porno? Chic! How Pornography Changed the World and Made It a Better Place*. Routledge.
- Mulholland, M. (2013). *Young People and Pornography: Negotiating Pornification*. Palgrave Macmillan.
- Mulvey, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Afterall Books.
- Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C., & Reid, R. C. (2012). "The Impact of Internet Pornography on Adolescents: A Review of the Research." dalam *Sexual Addiction & Compulsivity*, 19, 99–122. <https://doi.org/10.1080/10720162.2012.660431>

- Pan, L.-Y., & Lee, C. T. (2024). "How Does Engagement on Social Media Reinforce Life Aesthetic Literacy? The Role of Interpersonal and Intrapersonal Influences". dalam *Computers in Human Behavior*, 161. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108409>.
- Salter, M. (2015). "Privates in the Online Public: Sex(ting) and Reputation on Social Media". dalam *New Media & Society*, 18(11), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444815604133>.
- Sarracino, C., & Scott, K. M. (2008). *The Porning of America: The Rise of Porn Culture, What It Means, and Where We Go from Here*. Beacon Press.
- Su, Y., Zheng, L., & Zheng, Y. (2024). "Pornography Use and Mental Health Problems in the Chinese Population: Examining the Pornography Problems Due to Moral Incongruence Model". dalam *The Journal of Sex Research*, 61(8), 1210–1221. <https://doi.org/10.1080/00224499.2023.2201255>.
- Tyler, M., & Quek, K. (2016). "Conceptualizing Pornographication: A Lack of Clarity and Problems for Feminist Analysis". dalam *Sexualization, Media, & Society*, 2(2), 2374623816643281. <https://doi.org/10.1177/2374623816643281>.
- Vescan, M., Flack, M., & Caudwell, K. M. (2024). "Loneliness and Problematic Pornography Use: What is the Role of Emotion Regulation and Interaction with Content

Creators?". dalam *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100550. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100550>.

Watkins, K. B. (2018). "Impact of Pornography on Youth". dalam *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 57(10), S89. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jaac.2018.07.376>.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Wiwid Adiyanto, M.I.Kom. telah menyelesaikan studi di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dengan konsentrasi kebijakan media. Saat ini, dia bekerja sebagai dosen di Universitas Amikom Yogyakarta. Riset yang telah dilakukan fokus pada kajian media, budaya, dan gender. SINTA ID: 6725681. Tautan Google Cendekia: <https://scholar.google.com/citations?user=qBbC1X8AAAJ&hl=id>.

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A. mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi dari Universitas Gadjah Mada. Saat ini mengajar sebagai dosen di Universitas Amikom Yogyakarta dengan konsentrasi media dan gender. SINTA ID : 6162683 Tautan Google Cendekia: <https://scholar.google.co.id/citations?user=vUNLHFwAAAAJ&hl=id>.

Andreas Tri Pamungkas, S.Sos., M.A. memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Saat ini, dia mengajar di Universitas Amikom Yogyakarta dan dosen tamu di beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta dengan konsentrasi media dan jurnalisme. SINTA ID : 6767040. Tautan Google Cendekia: <https://scholar.google.com/citations?user=Ex3nEwIAAAAJ>.



Literasi Media: Transformasi Era Digital melalui Pemberdayaan Perempuan Wujudkan Pembangunan Berkelanjutan

Maria Fitriah¹, Undang Suryatna², Nadia Amalia³

¹²³)Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda

✉Alamat Surat Elektronik:

maria.fitriah@unida.ac.id¹, undangwar@unida.ac.id²,

nadia.amalia@unida.ac.id³

PENDAHULUAN

Akses informasi secara *real-time*, kemampuan untuk memperluas pengetahuan Anda dengan cepat, kemampuan untuk bekerja sama dalam tim, dan kemampuan untuk berdaya saing inilah yang kita dapatkan keuntungan di era digital. Masyarakat percaya atas informasi yang tersebar melalui media sosial.

Masyarakat saling klaim atas kebenaran informasinya. Tak heran hoaks pun bermunculan akibat kurang bijaknya kita memanfaatkan media digital, terutama media sosial.

Kualitas informasi tidak sebanding dengan literasi media yang rendah. Kondisi di mana pentingnya kita beradaptasi di era digital melalui kecerdasan literasi media era digital.

Pondasi utama literasi media digital adalah berpikir kritis. Kemampuan untuk memahami media di era digital ini diperkuat oleh kemampuan untuk berpikir kritis. Hadirnya AI memunculkan terobosan teknologi yang membuat samar-samar dalam keakuratan informasi, baik suara, tulisan, maupun gambar.

Maka perlunya partisipasi berbagai pihak dalam memberikan edukasi dan kampanye melek. Menurut (Perovic, 2015), literasi media dapat mendorong partisipasi warga melalui kompetensi kesadaran media dan partisipasi sipil bermedia.

Pemberdayaan perempuan pun dinilai penting dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan melalui literasi digital. Perempuan sebagai akses informasi dalam agen perubahan pada keluarga.

PEMBAHASAN

Perempuan dalam Akses Informasi Digital

Stereotype perempuan menyebabkan terbatasnya akses informasi. Akses informasi bagi perempuan berdampak luas sebagai investasi besar. Tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga untuk keluarga, komunitas, dan masyarakat yang mempengaruhi aspek kesehatan, politik, ekonomi, dan lainnya.

Transformasi luar biasa dengan kehadiran internet meng-

akibatkan arus informasi *superhighway*. Makin interaktif relasi satu sama lain maka jangkauan luas informasi pun makin cepat. Hal ini yang memunculkan produksi hingga sirkulasi hoaks yang masif sulit dilepaskan dari kehadiran media digital.

Tingginya informasi hoaks, lemahnya daya berpikir kritis, rentan tertimpa penipuan, kurang percaya pada sumber terpercaya, dan kurang pemahaman privasi data sebagai akibat dari kurang kompeten kesadaran media.

Perempuan dan Problem Informasi Hoaks

Media digital tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif yang diakibatkan oleh penyebaran ujaran kebencian (*hate speech*), berita hoaks (*hoax*) atau berita palsu (*fake news*), dan terjadinya polarisasi dalam masyarakat yang mengancam integritas bangsa.

Penyebaran berita hoaks sebagai salah satu problem literasi media digital dapat dikonsumsi berupa teks, gambar, audio dan/atau video. Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) mulai dimanfaatkan untuk membuat konten hoaks melalui suara dan gambar atau video sehingga makin sulit diakui hoaks atau fakta.

Seiring dengan penyebaran hoaks dan ujaran kebencian, muncul asumsi bahwa kaum perempuan lebih rentan terhadap hoaks, bahkan turut andil dalam menyebarkan-

nya dibandingkan dengan kaum laki-laki, perempuan lebih emosional, cenderung ragu-ragu dalam mengambil keputusan, dan sebagainya (Carli, Elemers, Hentschel, Koenig, & Koenig&Eagly, 2016; 2018; 2019; 2018; 2014)

Menurut (Rahayu, 2023), kasus-kasus hoaks dan ujaran kebencian yang sempat viral mengindikasikan perempuan Indonesia berada pada pusaran hoaks dan ujaran kebencian. Beberapa kasus ini antara lain hoaks penganiayaan yang diciptakan Ratna Sarumpaet (2018), hoaks dan ujaran kebencian berbau SARA terkait Presiden Jokowi di Karawang (2019), penyebaran video kebencian penggal Jokowi oleh Ina Yuniarti (2019), dan lainnya.

Tahun politik Pemilu yang merupakan kontestasi politik antara peserta Pemilu intensitas penyebaran informasi hoaks cenderung meningkat di media-media sosial, seperti Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, Twitter (X) dan WhatsApp. Pada masa tahapan kontestasi Pemilu 2024, selama tahun 2023 Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menemukan 2.330 informasi hoaks dengan berita hoaks politik paling banyak, yaitu 1.292. Jumlah hoaks politik tahun 2024 meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan hoaks politik pada masa Pemilu tahun 2019, yaitu sebanyak 644 (Saputra, 2024). Pada tahun 2024, penyebaran berita hoaks relatif merata pada berbagai platform media sosial, yaitu YouTube (23%), TikTok (21%), Facebook (21%), Twitter/X (16%), WhatsApp (11%), Instagram (5%), dan lainnya 2% (Fajriansyah, 2024). Beberapa contoh konten hoaks pada

Pemilu 2024, di antaranya adalah “Debat Capres di Pilpres 2024 Ditiadakan”, “Data KPU Hasil Pemilu 2024 Sudah Diiapkan Sebelum Pemungutan Suara”, “Orang Gila Didata untuk Mengikuti Pemilu 2024” (Antaraneews, 2023), konten hoaks yang menggunakan AI, di antaranya Presiden Joko Widodo sedang berpidato menggunakan bahasa Mandarin dengan fasih yang disertai dengan narasi “Jokowi Berbahasa Mandarin” (Kominfo, 2023) dan “Rekaman Suara Surya Paloh Memarahi Anies Baswedan” (Media Indonesia, 2024).

Penyebaran konten hoaks di tahun politik Pemilu bisa makin marak dilakukan peserta Pemilu dalam upaya membangun citra politiknya sambil menjatuhkan citra lawan politiknya di mata netizen. Netizen yang terpolarisasi dukungannya pada masing-masing peserta Pemilu dapat makin dipertajam dengan sikap emosional *post-truth* dari pendukung fanatik peserta Pemilu yang didukungnya. (Mawlana, 2024).

Sikap *post-truth* para pendukung fanatik peserta Pemilu memungkinkan terjadinya penyebaran konten hoaks yang masif di media-media sosial karena mereka lebih mempercayai informasi yang disampaikan oleh netizen yang merupakan bagian dari kelompoknya dengan cara memberi komentar mendukung dan/atau menyebarkan kembali konten hoaks tersebut ke kelompok-kelompok lainnya. Perilaku *post-truth* dapat makin mempertajam polarisasi di dalam kelompok masyarakat yang dapat menyebabkan terganggunya keharmonisan hubungan.

Fenomena penyebaran informasi hoaks dan era *post-truth* mengutip pendapat (Bowyer, 2017) yang menjelaskan bahwa ada dua tipe motivasi yang mempengaruhi cara seseorang memproses informasi, yaitu *directional motivation* dan *accuracy motivation*. Dengan *directional motivation*, seseorang cenderung hanya menerima informasi-informasi yang sejalan saja dengan apa yang ia sudah ketahui atau percaya sebelumnya. Apabila tidak sejalan maka tidak akan menyukainya, sedangkan dengan *accuracy motivation*, seseorang akan lebih hati-hati dalam menerima setiap informasi. Ia akan menggali dan mengkritisi suatu informasi lebih dalam (Lintang, 2022).

Peran Media Digital dalam Literasi Informasi

UNESCO—Institusi Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Pendidikan—pada tahun 2012 mendeklarasikan bahwa literasi media dan informasi merupakan salah satu hak asasi manusia yang fundamental (Silverblatt, 2014).

Media sudah menampilkan perubahan yang dulu kita harus pergi ke perpustakaan dan membeli koran untuk mendapatkan informasi atau berita terkini, kini sudah bertransformasi tersaji teks, foto, maupun video di media digital dengan jangkauan luas dan waktu yang cepat. Media sosial dapat memunculkan disinformasi dan misinformasi.

Beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh netizen dalam menangkal hoaks, di antaranya: *Pertama*, mewas-

padai informasi yang beredar yang berpotensi memicu emosi atau konten hoaks; *Kedua*, melakukan verifikasi dan mengklarifikasi informasi yang diduga berisi konten hoaks kepada lembaga yang kredibel sebelum disebarkan kembali di media sosial; *Ketiga*, memastikan kebenaran informasi dengan melakukan pengecekan asal informasi dan membandingkannya dengan sumber-sumber yang berbeda; *Keempat*, melakukan konfirmasi kebenaran informasi melalui lembaga “Cek Fakta” yang kredibel; dan *Kelima*, bersikap bijak sebelum meneruskan informasi kepada pihak lain dengan mengkaji segi manfaat dan mudaratnya atau dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari informasi tersebut.

Efek media dapat dipahami pada dua tingkatan: individu (mikro) dan masyarakat (makro). Di Tingkat mikro, konten media dapat berpengaruh secara kognitif (pengetahuan dan pemikiran), sikap, emosi, psikologi, dan perilaku di tingkat individu, sedangkan di tingkat makro, efek media dianggap dapat mempengaruhi pandangan kolektif dalam berbagai isu: ekonomi, politik, keluarga, dan interaksi sosial (Hanson, 2014). Isu yang tidak kalah penting adalah politik. Pemahaman dan sikap politik warga juga sangat ditentukan oleh konten media. Media menyediakan sudut pandang tertentu tentang calon pemimpin, kepentingan, dan pengambilan keputusan publik. Pemahaman khalayak terhadap konten politik akan mempengaruhi tingkat partisipasi dan legitimasi kekuasaan.

Literasi Media Digital: Pemberdayaan Perempuan dalam Ketimpangan dan Kesenjangan Media Digital

Menurut Pratnyawan (2018), 79,92 persen perempuan Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Literasi digital sangat penting untuk kemajuan perempuan dalam interaksi sosial, pekerjaan, dan pendidikan. Ini juga membuka akses perempuan ke media digital, yang berarti mereka tidak hanya dapat menggunakannya, tetapi juga mampu memanfaatkannya.

Relasi perempuan dengan media digital tampaknya masih jauh dari ideal. Persoalan utama yang mendominasi wacana tentang penggunaan media digital oleh kaum perempuan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu kesenjangan digital dan lemahnya kompetensi literasi digital (Rahayu dkk, 2023).

Kesenjangan digital menandai relasi perempuan dengan media digital yang timpang, terutama akses teknologi yang tidak seimbang antara perempuan dengan laki-laki (GSMA Intelligence Consumer Survey, 2018; Singh, 2017). Meski tidak dapat dimungkiri, cukup banyak perempuan yang dapat mengakses teknologi dan mampu memanfaatkannya untuk tujuan produktif, kecenderungan umum masih belum merata (Singh, 2017; Asmorowati, Schubert & Reindrawati, 2019; Dunkerly-Bean & Crompton, 2016).

Kompetensi literasi digital tidak hanya pada aspek kemampuan menggunakan media digital secara piawai,

tetapi juga mampu memahami dan menganalisis informasi dengan tepat sehingga mentransfer informasi akurat kepada keluarga dan masyarakat.

Oleh karena itu, perempuan memiliki hak yang sama dengan laki-laki untuk beradaptasi dengan teknologi informasi sehingga dapat membangun keluarga melalui kemampuan literasi digital dengan bekal pengetahuan dan informasi. Perempuan dapat memproteksi keluarga dari informasi negatif (Veranita, 2023).

Sejalan dengan ungkapan Ritonga (2021), perempuan sebagai tokoh penting di dalam keluarga seharusnya tokoh yang paling paham dan memiliki kemampuan literasi digital yang cukup karena dia akan banyak melakukan proses "*information sharing*" baik di lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan, maupun di lingkungan kerjanya. Peran perempuan sebagai sumber informasi bagi keluarga dan masyarakat sangat esensial.

Perempuan dijadikan target utama kegiatan literasi digital, baik untuk kepentingan perempuan secara individu maupun dalam posisinya sebagai ibu dianggap sebagai kunci dalam literasi digital keluarga (dkk K., 2019) *dalam* (Rahayu, 2023). Perempuan sebagai subjek berpartisipasi aktif menjadi pegiat literasi digital dari unit terkecil (keluarga) hingga memberdayakan perempuan lain di masyarakat.

Pentingnya literasi digital juga melahirkan suatu gerakan advokasi. Ini merupakan tindakan pemberdayaan melalui

pendidikan, pelatihan, dan pendampingan agar masyarakat cerdas dan bijak dalam bermedia (dkk D., 2019).

Menurut (UNESCO, 2018), Literasi digital yang baik akan membantu memerangi kemiskinan karena masyarakat akan dapat mengakses layanan sosial digital pemerintah dan menggunakan informasi yang luas untuk memperoleh keuntungan dari media digital.

ELEX MEDIA

SIMPULAN

Kemudahan akses informasi melalui internet dapat berpeluang terjadinya penyebaran berita hoaks atau konten yang tidak tepat. Hal ini menyebabkan disinformasi dan misinformasi, apalagi hadirnya AI dalam terobosan teknologi informasi dan komunikasi maka perlu bijak memilih informasi dan memanfaatkan media digital. Pemberdayaan literasi digital perlu digiatkan untuk memberikan edukasi tentang berpikir kritis, kreatif, dan inovatif dalam memahami maupun menganalisisnya. Perempuan pun diberdayakan dalam peningkatan literasi digital yang memiliki hak sama dalam pengembangan diri, keluarga, dan masyarakat.

REFERENSI

- Antaraneews. (2023). *Penanganan Komnten Hoaks Terkait Pemilu*, Kamis, 2 November 2023 13:45 WIB. <https://www.antaraneews.com/infografik/3803160/penanganan-konten-hoaks-terkait-pemilu>
- Carli, L. L., Ellemers, N., Hentschel, T., Koenig, A. M., & Eagly, A. H. (2014-2019). *Gender Differences in Decision-Making and Vulnerability to Misinformation: A Review of Psychological and Sociological Perspectives*. *Journal of Social and Political Psychology*.
- Hanson, R. (2014). *Mass Communication: Living in a Media World (4th ed.)*. Sage Publications.
- Kominfo. (2023). *DISINFORMASI] Video "Pidato Presiden Jokowi Diduga Menggunakan Bahasa Mandarin"*, 27 Oktober 2023. <https://www.kominfo.go.id/berita/berita-hoaks/detail/disinformasi-video-pidato-presiden-jokowi-diduga-menggunakan-bahasa-mandarin>
- Lintang, Hana. (2022). *Apa Itu Era Post-Truth dan Kaitannya dengan Maraknya Hoax di Indonesia*. February, 23, 2022. <https://www.zenius.net/blog/era-post-truth>
- Mawlana, Moch. Ichsean. (2024). *Politik Muda Era Post-Truth*. February, 25, 2024. (<https://rumahpemilu.org/politik-muda-era-post-truth/>)
- Media Indonesia. (2024). *Mafndo Temukan Hoaks Politik Meningkat Tajam Jelang Pemilu,02/2/2024 08:53* (<https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/648446/>)

mafindo-temukan-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024)

Perovic, J. (2015). *Literasi Media: Peran dalam Meningkatkan Partisipasi Sipil dan Kesadaran Media*. Journal of Media Literacy Education

Rahayu, dkk. (2023). *Perempuan dan Literasi Diigital Antara Problem, Hambatan, dan Arah Pemberdayaan*. Gajah Mada University Press.

Ritonga, A. (2021). *The Essential Role of Women in Families: Digital Literacy and Information Sharing*. Journal of Family Studies, 9(2), 122-135.

Saputra, Dedi. (2024). *Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia, Ferbruary 2, 2024*

(<https://mafindo.or.id/2024/02/02/siaran-pers-mafindo-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024-ganggu-demokrasi-indonesia/>)

Silverblatt, A. (2014). *Media Literacy: Keys to Understanding Media, Digital Literacy, and Information Literacy*. Journal of Media Literacy Education, 6(2), 1—4.

Singh, A., Asmorowati, A., Dunkerly-Bean, J., & Crompton, H. (2016). *Women's Access to Digital Technology: Barriers and Opportunities*. Journal of Gender Studies, 25(3), 255—270.

Singh, A., Asmorowati, A., Dunkerly-Bean, J., & Crompton, H. (2019). *Bridging the Digital Divide: Empowering Women Through Technology*. Journal of Women and Gender Studies, 14(1), 12—28.

Silverblatt, A. (2014). *Media Literacy: Keys to Understanding Media, Digital Literacy, and Information Literacy*. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 1—4.

UNESCO. (2018). *Digital Literacy Initiatives for Sustainable Development*. Paris: UNESCO. Diakses dari <https://en.unesco.org/themes/literacy-all>

Veranita, M. (2023). *Empowering Women through Digital Literacy: Building Family Resilience Against Negative Information*. *Journal of Digital Empowerment*, 8(1), 34-48.

ELEX MEDIA



BIOGRAFI PENULIS



Maria Fitriah, S.Sos., M.Si. lahir di Cirebon, menyelesaikan studi pada program S-1 Jurusan Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung (2007), menyelesaikan program magister (S-2) pada Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, FEMA, Institut Pertanian Bogor (2011). Saat ini, ia sedang studi lanjut program doktor (S-3) di Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, FEMA Institut Pertanian Bogor. Sinta ID 5978598. Tautan Google Cendekia <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=VJlzZ5wAAAAJ>

Nadia Amalia, S.I.Kom., M.A.P. lahir di Sukabumi, 8 Juli 1995 menyelesaikan program ilmu komunikasi S-1 di Universitas Djuanda Bogor (2017) menyelesaikan program magister administrasi publik (S-2) di Universitas Djuanda. Saat ini, ia sedang studi lanjut program doktor (S-3) di Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, FEMA IPB University. Sinta ID 6853164, Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=drE4YiEAAAAJ&hl=id>

Undang Suryatna, Drs., M.Si. lahir di Ciamis, menyelesaikan studi pada Program S-1 Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Padjadjaran Bandung (1987), menyelesaikan Program Magister (S-2) Komunikasi Pembangunan, Institut Pertanian Bogor (2007). Sinta ID. 6033195. Tautan Google Cendekia: https://scholar.google.co.id/citations?user=pXY_jVUAAAAJ&hl=id

ELEX MEDIA

Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan literasi digital menjadi fondasi utama bagi masyarakat untuk menghadapi tantangan teknologi informasi yang semakin kompleks. Buku ini mengupas tuntas bagaimana komunikasi digital dapat dioptimalkan untuk memperkuat literasi masyarakat, membangun kesadaran kritis, serta menciptakan peluang pemberdayaan di berbagai bidang.

Melalui pendekatan yang informatif dan berbasis penelitian, buku ini menjelaskan empat pilar literasi digital—keterampilan, budaya, etika, dan keamanan digital—yang dirancang untuk membantu pembaca memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Buku ini juga menyajikan studi kasus menarik tentang bagaimana teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial, membuka akses informasi yang lebih inklusif, dan menciptakan ruang bagi dialog lintas komunitas. Ditulis dengan gaya yang menarik dan mudah dipahami, namun tetap kaya akan data dan referensi akademik, buku ini menjadi bacaan wajib bagi dosen dan mahasiswa yang ingin menggali lebih dalam peran literasi digital dalam memajukan masyarakat. Buku ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis, tetapi juga alat praktis untuk menghadapi tantangan era digital, menjadikannya investasi intelektual yang berharga.

Buku ini menginspirasi pembaca untuk menjadi bagian dari transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.



"Buku ini menarik dan wajib untuk dibaca karena memberikan ulasan kajian-kajian yang membuka wawasan mengenai pentingnya literasi digital pada masa transformasi komunikasi digital. Para penulis dalam buku ini telah mampu mengangkat beberapa isu penting, antara lain toleransi beragama, gerakan sosial, upaya advokasi digital berkaitan keberpihakan kepada kelompok minoritas melalui pemberdayaan perempuan dan kepedulian kepada ODGJ, serta memberikan kesadaran akan dampak negatif akan bahaya dari pornografi dan perundungan siber yang terjadi di berbagai media sosial. Elaborasi pada setiap bab dalam buku telah menunjukkan pentingnya kompetensi masyarakat melalui upaya meningkatkan kemampuan literasi digital. Kompetensi diperlukan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan dalam pemanfaatan inovasi digital yang memperkuat ketahanan sosial, baik dalam konteks pengelolaan lingkungan, pertanian, kesehatan, identitas lokal, serta untuk ketahanan keluarga. Saya sangat merekomendasikan buku yang bermanfaat ini untuk dibaca oleh masyarakat umum, mahasiswa, pemerhati media, akademisi, peneliti, dan praktisi kebijakan."

Donna Asteria
Profesor Ilmu Komunikasi
Universitas Indonesia

Penerbit PT Elex Media Komputindo
Gedung Kompas Gramedia
Jl. Palmerah Barat 29-37 Lt.2 Jakarta 10270
Telp. (021) 53650111 ext. 3218, 3225
Webpage: <http://www.elexmedia.co.id>

REFERENCE & DICTIONARY



523028122



9 786230 069925