

Modul

---

# BUDAYA BERMEDIA DIGITAL

---

**Kata Pengantar:**

Johnny G. Plate (Menteri Kominfo)

**Editor:**

Santi Indra Astuti, E. Nugrahaeni Prananingrum

**Penulis:**

Santi Indra Astuti, E. Nugrahaeni Prananingrum, Lintang Ratri  
Rahmiaji, Lestari Nurhajati, Leviane J. H. Lotulung & Novi Kurnia

# **MODUL**

# **BUDAYA BERMEDIA DIGITAL**

## **Editor:**

Santi Indra Astuti, E. Nugrahaeni Prananingrum

## **Penulis:**

Santi Indra Astuti, E. Nugrahaeni Prananingrum, Lintang Ratri  
Rahmiaji, Lestari Nurhajati, Leviane J. H. Lotulung, Novi Kurnia

**Kominfo, Japelidi, Siberkreasi**

**2021**

# Modul Budaya Bermedia Digital

## **Kata Pengantar**

Johnny G. Plate (Menteri Koinfo)

## **Penanggung Jawab:**

Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian KOMINFO

## **Editor**

Santi Indra Astuti, E Nugrahaeni Prananingrum

## **Penulis**

Santi Indra Astuti

E. Nugrahaeni Prananingrum

Lintang Ratri Rahmijati

Lestari Nurhajati

Leviane J. H. Lotulung

Novi Kurnia

## **Dewan Pengarah:**

Yosi Moku (Ketua GNLD Siberkreasi)

Tim Riset GNLD Siberkreasi

## **Koordinator**

Koordinator Literasi Digital Kementerian KOMINFO

Tim Literasi Digital Kementerian KOMINFO

Novi Kurnia

## ***Proofreader***

Maria Estri Wahyuningsih

## **Periset**

Abby Faraz Airlangga

Justino Yoel Perok

## **Desainer, Grafik, dan Tata Letak**

Tim Desain dan Konten Literasi Digital Kementerian KOMINFO

## **Penerbit**

Kementerian Komunikasi dan Informatika

Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta 10110

(021) 3452841

humas@mail.kominfo.go.id

**Ukuran: 15,5 x 23 cm; xvii + 130 halaman**

**E-ISBN: 978-602-18118-8-7**

**ISBN: 978-602-18118-8-7**

**Cetakan Pertama: April 2021**

Hak Penerbitan © 2021 Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika

 **creative  
commons**



Orang boleh menggunakan, mengutip dengan kewajiban menyebutkan sumber untuk keperluan pendidikan dan non komersial

# Kata Pengantar Kominfo

---

Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

Modul Literasi Digital – Budaya Digital  
April 2021

Bentangan laut dan ngarai yang memisahkan kita ke dalam ribuan pulau tidak pernah menyurutkan langkah kita untuk menjadi bangsa yang satu. Keragaman budaya terjalin dalam semangat Bhinneka Tunggal Ika, menyatukan kita sebagai Indonesia. Sinergi budaya yang difasilitasi konektivitas digital untuk mewujudkan persatuan dan kesatuan menjadi salah satu arahan Bapak Presiden Joko Widodo dalam peluncuran Program Konektivitas Digital pada Februari 2021 lalu.

Guna menjaga kedaulatan budaya dan kemandirian Indonesia di era disrupsi teknologi yang masif, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengimplementasikan arahan tersebut melalui kebijakan (i) perluasan infrastruktur digital, (ii) penyelesaian roadmap transformasi digital, (iii) adopsi teknologi baru, (iv) penyiapan talenta digital, serta (v) penyiapan regulasi pendukung dan pendanaan. Pemanfaatan teknologi digital tentu harus didukung oleh sumber daya manusia/talenta digital yang mumpuni. Hal tersebut mendasari upaya Kementerian Kominfo menargetkan 12,4 juta masyarakat Indonesia menerima literasi digital pada tahun 2021 ini.

Dalam realisasinya, Kementerian Kominfo bersama Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi), dan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi menyusun empat modul literasi digital, yaitu (i) Cakap Bermedia Digital; (ii) Etis Bermedia Digital; (iii) Aman Bermedia Digital; dan (iv) Budaya Bermedia Digital. Secara khusus, **Modul Literasi Digital – Budaya Bermedia Digital** menyampaikan materi yang mengajak masyarakat untuk mengedepankan toleransi guna menjaga ruang digital yang aman dan produktif, seperti Digitalisasi budaya, internalisasi nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai Warga Negara Digital.

Pengarusutamaan nilai ke-Bhinnekaan, didukung dengan upaya penghayatan nilai-nilai Pancasila, menjadi kunci utama dalam menjaga kesatuan dan persatuan bangsa dalam pemanfaatan teknologi digital. Kementerian Kominfo yakin, keempat modul literasi digital, khususnya **Modul Literasi Digital – Budaya Bermedia Digital** dapat menjadi pedoman bagi seluruh bangsa dalam mengamalkan pancasila, menjaga kebhinekaan, mewujudkan Indonesia maju.

Indonesia Terkoneksi: Semakin Digital, Semakin Maju  
#MakinCakapDigital!

**Menteri Komunikasi dan Informatika RI**  
Johnny G. Plate

# Kata Pengantar Japelidi

---

Tantangan utama masyarakat modern dewasa ini adalah penggunaan internet dan media digital yang tak hanya memberikan manfaat bagi penggunanya, namun juga membuka peluang terhadap berbagai persoalan. Kurangnya kecakapan digital dalam menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak menimbulkan penggunaan media digital yang tidak optimal. Lemahnya budaya digital bisa memunculkan pelanggaran terhadap hak digital warga. Rendahnya etika digital berpeluang menciptakan ruang digital yang tidak menyenangkan karena terdapat banyak konten negatif. Rapuhnya keamanan digital berpotensi terhadap kebocoran data pribadi maupun penipuan digital.

*Roadmap Literasi Digital 2021-2024* yang disusun oleh Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte pada tahun 2020 memberikan panduan untuk mengatasi persoalan tersebut dengan merumuskan kurikulum literasi digital yang terbagi atas empat area kompetensi: kecakapan digital, budaya digital, etika digital, dan keamanan digital. Keempat area kompetensi ini menawarkan berbagai indikator dan subindikator yang bisa digunakan untuk meningkatkan kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia melalui berbagai macam program yang ditujukan pada berbagai kelompok target sasaran.

Dalam rangka menerjemahkan peta jalan dan empat area kompetensi tersebut, Kominfo bekerja sama dengan Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) dan Siberkreasi, menyusun empat modul sebagai langkah awal: Modul *Cakap Bermedia Digital*, Modul *Budaya Bermedia Digital*, Modul *Etis Bermedia Digital*, dan Modul *Aman Bermedia Digital*. Keempat modul ini disusun oleh 22 tim penulis dari Japelidi yang 8 diantaranya juga menjalankan peran sebagai editor dengan dukungan 8 asisten riset dan 4 *proofreader* dalam menyelesaikan penulisan dalam jangka waktu kurang lebih hanya 3 minggu. Tim penyusun modul tentu saja mendapatkan dukungan dan fasilitasi dari Kominfo dan Siberkreasi sebagai mitra kolaborasi.

Meskipun 4 modul dari Seri Modul Literasi Digital Kominfo, Japelidi, & Siberkreasi ini mempunyai fokus yang berbeda dan ditulis oleh tim penyusun yang tak sama, namun keempatnya menyajikan modul yang utuh. Tak hanya memaparkan konsep, problematika, dan strategi yang bisa digunakan baik pengguna media digital maupun pengajar atau pegiat literasi digital, keempat modul ini juga dilengkapi dengan rekomendasi solusi dan evaluasi untuk mengukur kompetensi literasi digital. Namun sebagai upaya awal dan singkat

menerjemahkan *Roadmap Literasi Digital 2021-2024* tentu masih terdapat kelemahan di sana sini yang akan diperbaiki di waktu mendatang berdasarkan masukan dari pembaca maupun pengguna modul ini.

Semoga modul ini bermanfaat sebagai salah satu alat pembelajaran untuk meningkatkan kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia dalam empat tahun dari sekarang, bahkan mungkin di masa mendatang.

Yogyakarta, 21 Februari 2021

Koordinator Nasional Japelidi  
Novi Kurnia

# Daftar Isi

---

<b>Kata Pengantar Kominfo</b> .....	i
<b>Kata Pengantar Japelidi</b> .....	ii
<b>Daftar Isi</b> .....	iv
<b>Daftar Gambar</b> .....	vi
<b>Daftar Tabel</b> .....	Vii
<b>Daftar Grafik</b> .....	viii
<b>Bab I</b>	
<b>Budaya Digital sebagai Penguatan Karakter Berbangsa Manusia Modern</b> .....	1
Literasi Digital bagi Manusia Modern.....	6
Penguatan Karakter Individu dalam Digitalisasi.....	8
Memahami Kompetensi Literasi Digital.....	10
Manusia Karakter Pancasila dan Ber Bhinneka Tunggal Ika dalam Era Digital.....	16
Target Pengguna Modul.....	17
Sistematika Penulisan.....	18
Daftar Pustaka.....	18
<b>Bab II</b>	
<b>Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai Warga Negara Digital (<i>Digital Citizenship</i>)</b> .....	21
Konteks Ke-Indonesiaan Warga Negara Digital.....	21
Pemahaman Nilai Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika sebagai Landasan Kecakapan Digital.....	27
Dampak Rendahnya Pemahaman atas Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.....	32
Internalisasi Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam Kehidupan Berbangsa, Bernegara dan Berbudaya.....	36
Menjadi Warga Digital yang Pancasila-lais: Bagaimana Caranya? .....	38
Evaluasi.....	41
Rekomendasi: Pendekatan pada Target Sasaran.....	43
Daftar Pustaka.....	47
<b>Bab III</b>	
<b>Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi</b> .....	49
Pendahuluan.....	49
Multikulturalisme, Kebhinekaan dan Ruang Debat Yang sehat.....	50
Memahami Perubahan Media dan Budaya.....	53
Memproduksi Konten Budaya dalam Kehidupan Sehari-Hari.....	56

Berbagi Cerita Tentang Seni dan Budaya.....	59
Pelestarian Seni, Budaya dan Bahasa Daerah di Ruang Digital.....	60
Kolaborasi Budaya Visual: Lembaga, Pameran, Intervensi Budaya.....	63
Evaluasi.....	68
Rekomendasi .....	71
Daftar Pustaka.....	73
<b>Bab IV</b>	
<b>Cintai Produk Dalam Negeri.....</b>	<b>73</b>
Bijak Menjadi Konsumen di Era Digital.....	75
Mencintai dan Membeli Produk Dalam Negeri.....	77
Evaluasi .....	81
Rekomendasi .....	81
Daftar Pustaka.....	83
<b>Bab V</b>	
<b>Hak-hak Digital.....</b>	<b>84</b>
Akses Digital: Pintu Menuju Ruang Partisipasi Digital.....	85
Kebebasan Berekspresi di Ruang Digital.....	88
Perlindungan Data Pribadi & Privasi.....	93
Hak Kekayaan Intelektual.....	98
Evaluasi.....	103
Rekomendasi .....	106
Daftar Pustaka.....	110
<b>Bab VI:</b>	
<b>Budaya Komunikasi Digital dalam Masyarakat Indonesia.....</b>	<b>112</b>
Pancasila dan Digitalisasi dalam Kebudayaan.....	116
Hak Digital bagi Anak-Anak.....	118
Perempuan dan Hak Digital.....	120
Hak Digital bagi Warga Senior.....	121
Akses Digital untuk Merangkul Sesama.....	122
Daftar Pustaka.....	126
<b>Daftar Istilah.....</b>	<b>X</b>
<b>Daftar Indeks.....</b>	<b>Xiii</b>
<b>Tentang Penulis.....</b>	<b>Xiv</b>

# Daftar Gambar

---

Gambar I.1. Ilustrasi Komunitas Daring.....	2
Gambar I.2. Ilustrasi Media Sosial.....	5
Gambar I.3. Peta Kompetensi Literasi Digital Siberkreasi-Kominfo-Deloitte.....	15
Gambar II.1. Indonesia dalam Angka Keberagaman.....	22
Gambar II.2. Nilai Utama Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital.....	28
Gambar II.3. Demokrasi di Ruang Digital.....	33
Gambar II.4. Privasi di Ruang Digital.....	35
Gambar II.5. Klasifikasi Hoaks.....	36
Gambar II.6. Saring Sebelum Sharing.....	39
Gambar II.7. Filter Bubble.....	40
Gambar II.8. Kolaborasi di Ruang Digital.....	41
Gambar II.9. Kolaborasi Literasi Digital dalam Nilai Kebangsaan.....	44
Gambar III.1. Modal Budaya Indonesia.....	50
Gambar III.2. Kegiatan Upacara Digital.....	53
Gambar III.3. Upacara Pemakaman “Rambu Solok” di Tana Toraja.....	54
Gambar III.4. Kegiatan Umat Konghucu di Kelenteng.....	56
Gambar III.5. Penduduk Baduy Dalam dalam Perjalanan ke Hutan.....	57
Gambar III.6. Contoh Pameran Virtual di Ruang Digital.....	63
Gambar III.7. Contoh Kegiatan Baduy melalui Ruang Digital.....	65
Gambar III.8. Contoh Kegiatan Budaya Sendratari Ramayana di Prambanan secara Langsung yang Disiarkan melalui Ruang Digital.....	66
Gambar IV.1. Ilustrasi Belanja Daring.....	74
Gambar V.1. Alur Pengawasan Konten Negatif Melalui Trust+Positif.....	92
Gambar V.2. Jenis-jenis Privasi.....	94
Gambar V.3 Data Privasi.....	95
Gambar V.4. Jenis-jenis Kl.....	99
Gambar V.5. Tragedi Pembajakan Ebook.....	100
Gambar V.6. Menghindari Plagiarisme.....	103
Gambar VI.1. Ilustrasi Komunikasi Digital.....	114
Gambar VI.2. Ilustrasi Anak.....	121
Gambar VI.3. Ilustrasi Hak Digital bagi Warga Senior.....	124
Gambar VI. 4. Ilustrasi Kewargaan Digital.....	125

# Daftar Tabel

---

Tabel I.1 Kompetensi Literasi Digital.....	10
Tabel I.2 Kompetensi Literasi Digital Japelidi.....	11
Tabel I.3 Area dan Indikator Kompetensi Literasi Digital menurut.....	14
Tabel II.1. Jenis Kompetensi Literasi Terkait Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.....	24
Tabel II.2. Matriks Evaluasi Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.....	42
Tabel II.3. Pendekatan pada Target Sasaran.....	44
Tabel III.1. Lima Kompetensi Digital literasi Dalam Isu Budaya.....	52
Tabel III.2. Praktik Budaya Yang Beragam di Indonesia.....	55
Tabel III.3. Perspektif Budaya.....	59
Tabel III.4. Contoh Kelompok Teater, Budaya, Seni, dan Rumah Produksi.....	61
Tabel III. 5. Contoh Kegiatan Budaya Indonesia oleh Kedubes/Konjen RI.....	66
Tabel III.6. Domain Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi.....	68
Tabel III.7. Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi dilihat dari Aspek Konatif (Behavioral).....	69
Tabel III.8. Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi dengan aspek Kognitif, Afektif dan Konatif (Secara Kualitatif).....	65
Tabel III.9. Pendekatan pada Target Sasaran.....	71
Tabel IV.1. Pendekatan Target Sasaran.....	82
Tabel V.1. Ragam Hak Digital.....	85
Tabel V.2. Jenis Informasi.....	91
Tabel V.3. Matriks Evaluasi Hak Digital.....	105
Tabel V.4. Matriks Kelompok Sasaran.....	108

# Daftar Grafik

---

Grafik I.1. Kontribusi Pengguna Internet per Wilayah dari Seluruh Pengguna Internet.	3
Grafik I.2 Kepuasan terhadap Kecepatan Informasi Didapatkan (%).....	7

**MODUL  
BUDAYA BERMEDIA DIGITAL**



# BAB I

## BUDAYA DIGITAL SEBAGAI PENGUATAN KARAKTER BERBANGSA MANUSIA MODERN

# BAB I

## Budaya Digital sebagai Penguatan Karakter Berbangsa Manusia Modern

Nugrahaeni Prananingrum, Novi Kurnia, Santi Indra Astuti

---

### PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia dalam berbagai kurun waktu dan masa, akan terjadi perkembangan yang berbeda. Perkembangan manusia akan membuat manusia menjadi semakin banyak belajar dan berinovasi dalam perkembangan dirinya. Banyak hal yang dapat terjadi dalam kehidupan manusia. Termasuk dalam era pandemi seperti saat ini, manusia menjadi lebih lebih kreatif dalam berkomunikasi. Salah satu upaya manusia untuk dapat tetap menjalankan aktivitas komunikasi walaupun ruang digital dan komunikasi tetap berjalan dengan efektif.

Digitalisasi telah menjadi pengaruh yang sangat luas pada budaya karena munculnya internet sebagai bentuk komunikasi massal, dan meluasnya penggunaan komputer pribadi dan perangkat lain seperti smartphone. Teknologi digital ada di mana-mana di seluruh dunia sehingga studi tentang budaya digital berpotensi mencakup semua aspek kehidupan sehari-hari, dan tidak terbatas pada internet atau teknologi komunikasi modern.

Meskipun akan menjadi *artifisial* untuk membedakan era, tetapi kondisi komunikasi melalui ruang digital memiliki kekhasan yang tersendiri, yang jelas dan berbeda satu sama lain. Budaya yang dibentuk oleh digitalisasi berbeda dari pendahulunya, yaitu apa yang disebut budaya cetak dan budaya siaran, dalam sejumlah cara berbeda. Misalnya, teknologi digital telah memungkinkan bentuk budaya yang lebih berjejaring, kolaboratif, dan partisipatif. Menurut Miller (2012), karakteristik spesifik budaya digital dapat dijelaskan dengan jenis proses teknis yang terlibat, jenis bentuk budaya yang muncul, dan jenis pengalaman budaya digital.



**Gambar I.1.**  
**Ilustrasi Komunitas Daring**  
Sumber: deesign.com

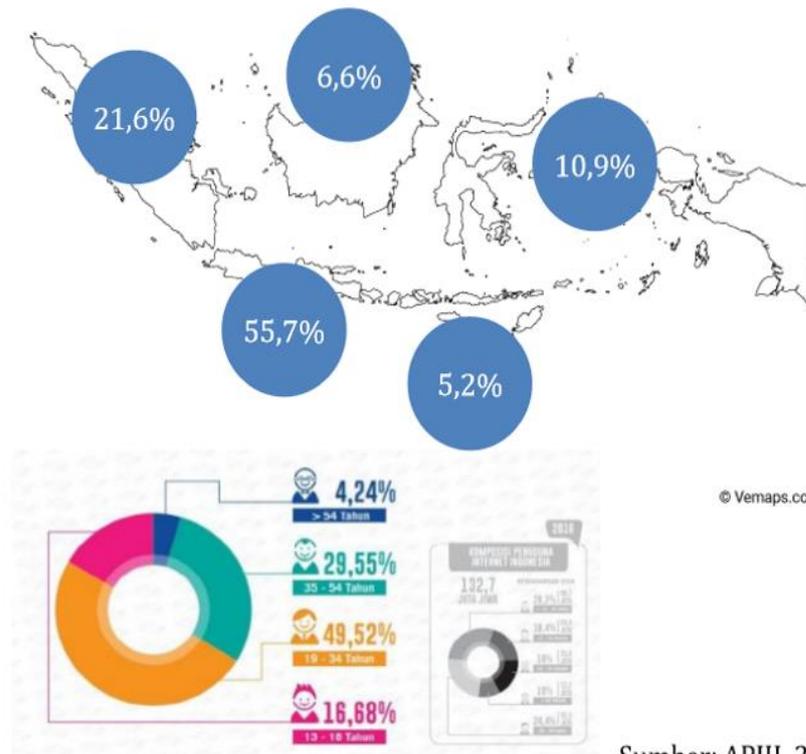
Pada akhir-akhir ini, berbagai perkembangan yang terjadi memang cukup menakjubkan, khususnya dalam bidang teknologi terutama dalam hal informasi dan komunikasi. Teknologi informasi yang tadinya dikenal dengan teknologi komputer, beserta perangkat elektronika lainnya, menjelma menjadi satu dalam perpaduan kemampuan. Semula dengan ditemukannya berbagai perangkat sederhana, mulai dari telepon, yang berbasis analog, maju dan berkembang terus hingga muncul berbagai perangkat elektronika lainnya. Hingga akhirnya teknologi ini terintegrasi satu dengan lainnya. Di sisi lain, akibat perkembangan dari kemampuan teknologi, terjadi juga perubahan yang cukup dramatis di sisi perjalanan dan operasi bisnis, yang menghasilkan pelayanan-pelayanan baru, termasuk dalam hal pemanfaatan jaringan dunia tanpa batas.

Perkembangan dunia digital sudah mencapai semua aspek dari segi bisnis, ekonomi, hiburan, transportasi bahkan dalam proses kegiatan belajar di sekolah. Hasil kegiatan melalui ruang digital juga dapat lebih efisien dan lebih akurat dalam proses pengerjaannya dibandingkan dengan kinerja manusia yang sibuk dengan melalui kegiatan luar ruangan dapat memberikan memiliki rasa lelah. Hal ini lah yang sudah diterapkan di seluruh negara di dunia baik negara maju maupun negara berkembang, di dunia ekonomi seluruh pebisnis sudah dapat melakukan transaksi online dimana transaksi tersebut dimana transaksi tersebut lebih bermanfaat karena kita dapat melakukan dimana saja dan dalam keadaan

apa saja. Kita dapat menggunakan laptop, telepon genggam atau apa saja yang terkoneksi dengan internet untuk melakukan transaksi *online*.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2019 dan dirilis pada tahun 2020, rata-rata pengguna internet di Indonesia tampak dalam data dibawah ini.

### Kontribusi Pengguna Internet per Wilayah dari Seluruh Pengguna Internet



Sumber: APJII, 2019

**Grafik I.1.**

#### **Kontribusi Pengguna Internet per Wilayah dari Seluruh Pengguna Internet**

Sumber : Data diperoleh dari Webinar Pendidikan Bermutu yang diselenggarakan Kementerian PPN/Bappenas 30 April 2020

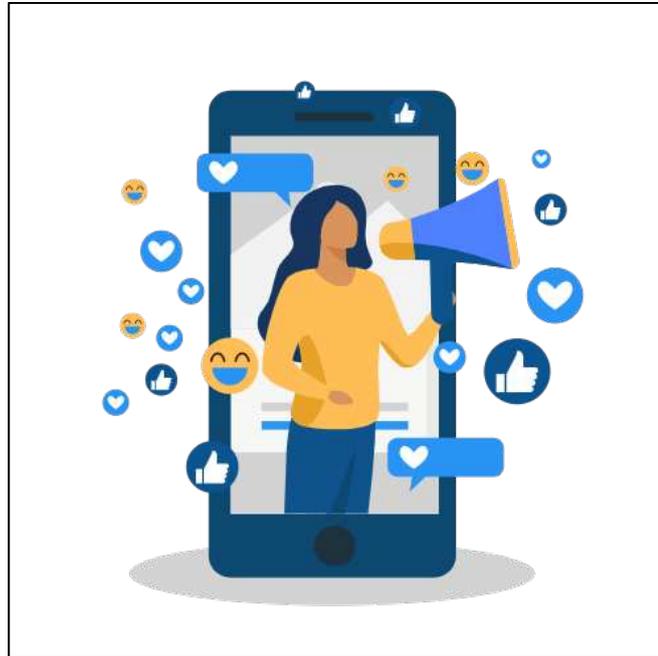
Data pengguna internet yang ada, dapat mendeskripsikan bahwa kebutuhan dalam komunikasi di dunia digital sangat diperlukan masyarakat pada saat ini, terutama untuk kebutuhan dalam bekerja. Komunikasi digital, sarana umum juga sekarang sudah menggunakan digital yang dapat lebih efisien dan lebih teratur. Contohnya adalah lampu lalu lintas. Itu merupakan salah satu alat digital yang sudah ada di seluruh tempat untuk

mengatur arus lalu lintas sehingga tugas polisi dapat menjadi lebih ringan dengan adanya lampu lalu lintas tersebut.

Sisi negatif dari perkembangan dunia digital, adalah penyalahgunaan perkembangan teknologi. Banyak pengguna yang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan hal yang jahat seperti pencurian, perampokan, penipuan dan untuk aksi pendukung teroris. Dari segi pencurian sudah banyak *hacker* yang menggunakan perkembangan teknologi untuk mengambil uang dari rekening orang lain yang tidak dia kenal. Ada pun dari segi penipuan sudah banyak orang yang menipu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui internet dan sudah banyak yang menjadi korban.

Selain itu, materi digital mudah disalin, disebar, dan dimodifikasi, produk budaya digital berpotensi dalam keadaan konstan 'menjadi', dalam beberapa hal lebih tepat digambarkan sebagai proses daripada produk jadi. Inilah penyebab bentuk 'narasi' budaya yang sudah mapan, bersama dengan kepenulisan, telah bermasalah dalam jaringan, lingkungan *digital hyperlink*: produk tidak pernah lengkap, jalur membaca *hyperlink* dan jaringan, dan hubungan antara pencipta dan khalayak sering anti-hierarkis dan produk konstruksi kolaboratif. (Miller 2011, 21-30) Seni digital kolaboratif, fiksi penggemar *online*, dan meme internet hanyalah beberapa contoh dari produksi budaya masa kini.

Teknologi digital juga mempengaruhi hubungan antara objek, ruang dan waktu. (Miller 2012). Objek dapat dengan mudah tidak hanya dimodifikasi, tetapi juga di rekontekstualisasi, dan objek dari konteks sejarah dan spasial yang berbeda dapat disatukan untuk mengartikulasikan sesuatu yang baru atau untuk membuat kumpulan objek. Misalnya, layanan *streaming* musik atau film dan Televisi - seringkali juga dengan cara yang dipersonalisasi yang diaktifkan oleh otomatisasi berbasis data - adalah realisasi populer dari hal ini. Menyempitnya jarak antara penonton dan objek seni adalah contoh tipikal lainnya: partisipasi budaya tidak hanya lebih demokratis karena ketersediaan karya seni secara instan, tetapi juga sarana produksi misalnya gambar bergerak dan produk budaya visual dan membuatnya tersedia untuk khalayak yang lebih luas telah menjadi bentuk partisipasi budaya yang lebih dapat diakses. Teknologi realitas virtual dapat diharapkan untuk lebih mengubah bentuk dan partisipasi budaya *forms of cultural participation*.



**Gambar 1.2.**  
**Ilustrasi Media Sosial**  
Sumber: deesign.com

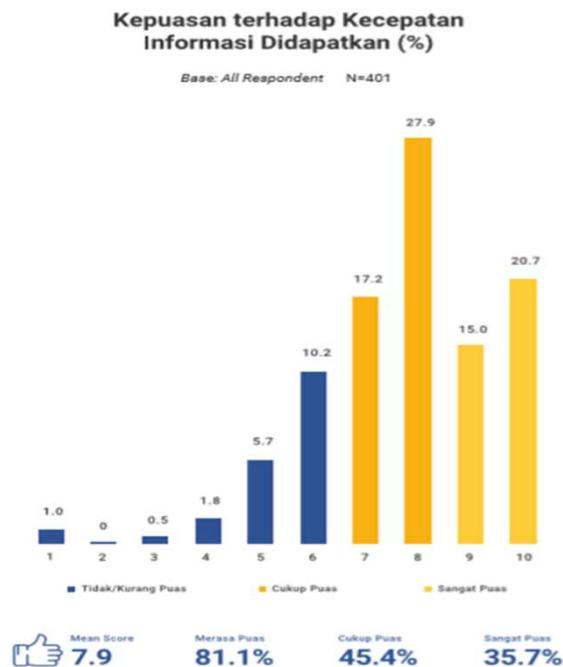
Masih umum untuk membuat perbedaan antara 'virtual' dan 'nyata'. Ini adalah perbedaan yang menyesatkan: meskipun lingkungan virtual tidak berwujud, ini tidak berarti bahwa lingkungan tersebut tidak 'nyata'. Kosakata kita juga cenderung menunjukkan perbedaan yang jelas antara 'virtual' (atau online) dan 'offline': istilah seperti 'cyberspace' dan 'meatspace' tampaknya menarik perbedaan ini sementara pengalaman kami keduanya secara bersamaan. Namun, misalnya dalam diskusi tentang intimidasi *online*, telah disarankan bahwa jenis kehadiran tertentu (jauh, dengan kurangnya kontak tatap muka; juga disebut 'telepresence') yang dimungkinkan oleh teknologi digital membuat ambang batas bagi orang untuk menyalahgunakan yang lain lebih rendah. Dunia virtual dan realitas virtual juga memungkinkan untuk jenis pengalaman yang disebut simulasi - pengalaman imersif yang ditimbulkan oleh penciptaan model dunia, terkadang meniru dunia offline. Yang terakhir di sini dipandang kurang otentik atau nyata, menarik peserta dari realitas 'nyata'. *Video game* adalah contoh lain dari media budaya digital yang dapat menghasilkan

pengalaman yang membuat orang menjadi lebih berimajinasi. (Miller 2012). Ketertarikan dengan permainan *game* membuat akhirnya orang akan lebih sibuk dengan dirinya sendiri.

## **LITERASI DIGITAL BAGI MANUSIA MODERN**

Menurut *National Leadership Conference on Media Education* menyatakan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam pelbagai bentuknya. Sementara itu, pasal 52 Undang-undang No.32/2003 tentang Penyiaran memaknai literasi media.

Pada sisi lain, pendidikan media merupakan bentuk pemberdayaan khalayak media. Hal ini sesungguhnya terkait dengan tujuan pendidikan media yang tidak lagi bertujuan untuk melindungi khalayak media sebagai konsumen produk yang dihasilkan industri media, tetapi juga mempersiapkan khalayak sebagai konsumen media untuk hidup di dunia yang dunia sosialnya sangat bergantung pada media massa. Karena itu, salah satu prinsip dalam pendidikan media atau literasi media adalah memberdayakan khalayak. Tingkat kepuasan terhadap penggunaan internet dapat juga memberikan efek pada budaya di masyarakat yang mempengaruhi budaya digital dalam masyarakat ketika bersosialisasi.



Gambar 3.10 Skor Kecepatan Penyampalan Informasi  
 Sumber: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, 2019

**Grafik I.2.**  
**Kepuasan terhadap Kecepatan Informasi Didapatkan (%)**  
 Sumber: Olahan tim penulis

Keterkaitan antara kepuasan penggunaan internet dengan literasi digital seharusnya dapat seimbang, sehingga pemanfaatan teknologi dapat berjalan sesuai dengan kesadaran masyarakat dalam mempergunakan teknologi tersebut. Tujuan literasi media adalah memberi kita kontrol yang lebih besar atas interpretasi karena semua pesan media merupakan hasil konstruksi. Berkenaan dengan pemberdayaan khalayak media untuk membangun khalayak yang berdaya tersebut, kita akan kembali melihat tujuan dan aliran pendidikan media untuk mencapai melek-media. Dari sisi tujuan literasi media, ada dua pandangan yang berbeda yang sama-sama memiliki pengaruh di kalangan praktisi pendidikan media/literasi media. Pandangan pertama yang disebut kelompok proteksionis menyatakan, pendidikan media/literasi media dimaksudkan untuk melindungi warga masyarakat sebagai konsumen media dari dampak negatif media massa. Pandangan kedua yang disebut preparasionis yang menyatakan bahwa literasi media merupakan upaya mempersiapkan warga masyarakat untuk hidup di dunia yang sesak-media agar mampu menjadi konsumen media yang kritis. Artinya, dalam pandangan kelompok preparasionis, warga masyarakat secara umum perlu diberi bekal kompetensi melek media untuk bisa mengambil manfaat dari kehadiran media massa.

## **PENGUATAN KARAKTER INDIVIDU DALAM DIGITALISASI**

Internet saat ini sudah menjadi kebutuhan primer bagi semua orang, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Sebagai salah satu negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia merupakan negara dengan populasi muda di antara negara-negara di dunia. Berdasarkan peringkat yang ada, rata-rata penduduk di Indonesia berusia 29,7 tahun. Angka ini di bawah rata-rata dunia yang berusia 30,9 tahun. Populasi yang sangat muda tentu memberikan peluang bagi bangsa Indonesia untuk terus lebih berkembang di dunia teknologi digital karena mayoritas penggunaannya adalah anak-anak muda atau yang lebih sering disebut generasi milenial. Tetapi yang perlu diperhatikan adalah penggunaan internet dalam benar sesuai dengan kecakapan yang berlandaskan dengan Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.

Arus informasi yang datang dapat mempengaruhi pola pikir dalam diri seseorang. Salah satu tantangan masyarakat pada masa saat ini adalah dengan kemampuannya untuk mencerna informasi yang masuk dari lingkungan yang ada di sekitarnya. Kemampuan mencerna informasi yang positif yang masuk dalam diri seseorang dipengaruhi oleh pendidikan karakter.

Pendidikan karakter turut memberikan andil yang kuat dalam penanaman nilai-nilai nasionalisme pada anak-anak, seperti yang disebutkan dalam kompas penanaman semangat kebangsaan dan pemahaman akan kebhinekaan digiatkan di sekolah. Salah satunya, dengan penerbitan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 21 Tahun 2015 tentang Penumbuhan Budi Pekerti. Harapannya, selama berjalannya Wajib Belajar 12 Tahun, anak-anak Indonesia tumbuh dengan mental nasionalisme yang kuat. Pendidikan karakter tidak hanya diperoleh melalui pendidikan di dalam keluarga dan di sekolah tetapi juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan.

Kekuatan pendidikan karakter dapat mempengaruhi cara berpikir pada masyarakat dalam memanfaatkan segala arus informasi yang diterapkan sehingga dapat memiliki nilai-nilai

budaya yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya mencontoh budaya dari luar saja, tetapi mempergunakan internet untuk pengembangan budaya nasional.

Terutama karena masyarakat pada era saat ini, khususnya masyarakat yang modern saat ini hidupnya sangat dipengaruhi oleh internet. Kehidupan masyarakat sangat tergantung dengan adanya internet. Kesukaan dan minat masyarakat melalui dalam berkomunikasi melalui ruang digital, khususnya mempergunakan **gadget** harus sesuai dengan konten yang bermanfaat bagi pengembangan diri, kecerdasan yang positif dan pengembangan relasi mereka dengan lingkungannya.

Banyak kejadian yang membuat penggunaan internet tersebut menyeret anak-anak dalam pergaulan bebas dan juga menyebabkan mereka menjadi korban kekerasan dan moral. Dilema masyarakat pada masa ini, mereka akan merasakan bahwa penggunaan internet banyak dipergunakan ketika mereka memainkan merupakan sebuah alat pergaulan semata, tetapi yang mereka seharusnya menyadari dampak dari media jejaring sosial tersebut melalui *games online* sangat berbahaya. Secara psikologis dampak kecanduan dari *game online* melalui *smartphone* dapat mengakibatkan depresi, gelisah, tidak fokus dan kurangnya manajemen diri. Hal ini diungkapkan oleh portal dosen psikologi Indonesia yang menyatakan bahwa anak-anak di Indonesia sudah banyak yang mengalami kecanduan dalam mempergunakan internet secara tidak sehat. Selain itu, tayangan-tayangan melalui *game online* dapat merusak daya pikir dari masyarakat serta membuat masyarakat menjadi memiliki motivasi yang rendah.

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi agar tetap melaksanakan kegiatan, karena fasilitas dan fitur dari teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki keunggulan dan kemudahan untuk dipergunakan oleh berbagai kalangan masyarakat.

Tidak hanya itu, transformasi digital yang semakin maju dan canggih memang mempunyai banyak manfaat untuk perkembangan di berbagai aspek kehidupan. Seperti yang terjadi di masa pandemi ini, terdapat banyak manfaat dari digital komunikasi tantangan yang cukup berarti apabila itu dijalankan dan partisipan tidak dapat mengikutinya. Kini terdapat

berbagai teknologi digital yang dapat digunakan untuk menambah dan meningkatkan strategi pekerjaan serta pembelajaran dan kesehatan masyarakat.

## **MEMAHAMI KOMPETENSI LITERASI DIGITAL**

Secara umum, literasi digital sering kita anggap sebagai kecakapan menggunakan internet dan media digital. Namun begitu, acapkali ada pandangan bahwa kecakapan penguasaan teknologi adalah kecakapan yang paling utama. Padahal literasi digital adalah sebuah konsep dan praktik yang bukan sekadar menitikberatkan pada kecakapan untuk menguasai teknologi.

Lebih dari itu, literasi digital juga banyak menekankan pada kecakapan pengguna media digital dalam melakukan proses mediasi media digital yang dilakukan secara produktif (Kurnia & Wijayanto, 2020; Kurnia & Astuti, 2017). Seorang pengguna yang memiliki kecakapan literasi digital yang bagus tidak hanya mampu mengoperasikan alat, melainkan juga mampu bermedia digital dengan penuh tanggung jawab.

Untuk dapat mengetahui sejauh mana pengguna mempunyai kecakapan dalam memediasi media digital, maka diperlukan alat ukur yang tepat. Berbagai gagasan mengenai kompetensi literasi digital pun kemudian ditawarkan oleh pengkaji dan pegiat literasi digital baik komunitas, program maupun pemerintah.

Di Indonesia, kajian-kajian mengenai literasi digital terutama dilihat dari area kompetensi dan kompetensinya terlihat dalam tabel di bawah ini.

**Tabel I.1**  
**Kompetensi Literasi Digital**

<b>Japeli</b> <b>(2018)</b> <b>10 kompetensi</b>	<b>Tular Nalar</b> <b>(2020)</b> <b>8 kompetensi</b>	<b>Badan Siber dan Sandi Negara</b> <b>(BSSN)</b> <b>(2020)</b> <b>5 kompetensi</b>	<b>Kominfo, Siberkreasi</b> <b>&amp; Deloitte</b> <b>(2020)</b> <b>4 area kompetensi</b>
--	--	--	---

● <b>Akses</b>	● Mengakses	● Kelola Data Informasi	● <i>Digital Skills</i>
● <b>Paham</b>	● Mengelola Informasi	● Komunikasi dan Kolaborasi	● <i>Digital Culture</i>
● <b>Seleksi</b>	● Mendesain Pesan	● Kreasi Konten	● <i>Digital Ethics</i>
● <b>Distribusi</b>	● Memproses Informasi	● Keamanan Digital	● <i>Digital Safety</i>
● <b>Produksi</b>	● Berbagi Pesan	● Partisipasi dan Aksi	
● <b>Analisis</b>	● Membangun Ketangguhan Diri		
● <b>Verifikasi</b>	● Perlindungan Data		
● <b>Evaluasi</b>	● Kolaborasi		
● <b>Partisipasi</b>			
● <b>Kolaborasi</b>			

Sumber: diolah dari Kurnia dkk, 2018; Kurnia & Wijayanto, 2020; Monggilo, Kurnia & Banyumurti, 2020; Kominfo, Siberkreasi & Deloitte (2020); Astuti, Mulyati & Lumakto (2020)

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) sejak 2018 secara konsisten menggunakan 10 kompetensi untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Kesepuluh kompetensi literasi digital Japelidi tersebut dijelaskan dalam tabel berikut ini:

**Tabel I.2**  
**Kompetensi Literasi Digital Japelidi**

No	Kompetensi	Definisi
1	Mengakses	Kompetensi dalam mendapatkan informasi dengan mengoperasikan media digital
2	Menyeleksi	Kompetensi dalam memilih dan memilah berbagai informasi dari berbagai sumber yang diakses dan dinilai dapat bermanfaat untuk pengguna media digital
3	Memahami	Kompetensi memahami informasi yang sudah diseleksi sebelumnya
4	Menganalisis	Kompetensi menganalisis dengan melihat plus minus informasi yang sudah dipahami sebelumnya
5	Memverifikasi	Kompetensi melakukan konfirmasi silang dengan informasi sejenis
6	Mengevaluasi	Kompetensi dalam mempertimbangkan mitigasi resiko sebelum mendistribusikan informasi dengan mempertimbangkan cara dan platform yang akan digunakan
7	Mendistribusikan	Kompetensi dalam membagikan informasi dengan mempertimbangkan siapa yang akan mengakses informasi tersebut
8	Memproduksi	Kompetensi dalam menyusun informasi baru yang akurat, jelas, dan memperhatikan etika
9	Berpartisipasi	Kompetensi untuk berperan aktif dalam berbagi informasi yang baik dan etis melalui media sosial maupun kegiatan komunikasi daring lainnya
10	Berkolaborasi	Kompetensi untuk berinisiatif dan mendistribusikan informasi yang jujur, akurat dan etis dengan bekerjasama pemangku kepentingan lainnya

Sumber: Dokumentasi Japelidi 2018 (dalam Kurnia & Wijayanto, 2020)

Seluruh kompetensi ini sudah digunakan dan dibumikan dalam berbagai aktivitas seperti penyusunan buku literasi digital, penelitian maupun kampanye melawan hoaks COVID-19 (Kurnia & Wijayanto, 2020).

Hingga akhir tahun 2020, sudah 13 buku seri panduan literasi digital Japelidi diterbitkan dengan tema beragam: Bijak Berbagai Informasi Bencana Alam (Kurnia dkk, 2018), Literasi Game (Yuwono dkk, 2018; Wirawanda & Setyawan, 2018), Pengasuhan Digital (Herlina dkk, 2018; Wenerda & Sapanti, 2019), Muslim Ramah Digital (Astuti dkk, 2018), Lawan Hoaks Politik (Adiputra dkk, 2019), Kewarganegaraan (Rejeki dkk, 2019), Jurnalis Warga (Nurhajati dkk, 2019), Perdagangan orang (Sukmawa dkk, 2019), Perempuan dan Transaksi Daring (Kurnia dkk, 2020), dan Perempuan dan Media Sosial (Monggilo dkk, 2020). Melalui buku-buku tersebut, pembaca diajak menggunakan 10 kompetensi Japelidi untuk digunakan secara praktis dalam kehidupan sehari-hari.

Terkait penerapannya dalam riset, 10 kompetensi Japelidi sudah digunakan untuk mengukur skor kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia yang terbagi menjadi lima segmen usia (Japelidi, 2019; Kurnia dkk, 2020). Dalam kedua penelitian tersebut tampak bahwa kompetensi fungsional (akses, seleksi, paham, distribusi, dan produksi) memiliki skor lebih tinggi dibandingkan dengan kompetensi kritis (analisis, verifikasi, evaluasi, partisipasi dan kolaborasi). 10 kompetensi Japelidi juga digunakan sebagai landasan bekerja Japelidi dalam melakukan kampanye melawan hoaks COVID-19 yang secara daring menghasilkan 28 konten dengan salah satu konten diterjemahkan dalam 45 bahasa (43 bahasa daerah, bahasa Mandarin dan bahasa Indonesia).

Dengan tujuan serupa untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia, Kurikulum Tular Nalar yang diusung oleh MAFINDO, Maarif Institute dan Love Frankie merumuskan 8 kompetensi yang digunakan sebagai indikator pengguna media digital dengan penekanan pada berpikir kritis (*critical thinking*). Kompetensi yang mengkolaborasikan berbagai model ini terdiri dari mengakses, mengelola informasi, mendesain pesan, memproses informasi, berbagi pesan, membangun ketangguhan diri, perlindungan data, dan kolaborasi. Kompetensi tersebut dikembangkan menjadi 3 jenjang, yaitu Tahu, Tanggap, dan Tangguh.

Kurikulum Tular Nalar selanjutnya menyusun aplikasi jenjang dan kompetensi literasi media digital pada 8 isu, mencakup literasi dasar (Berdaya Internet), kesehatan (Internet dan Kesehatan), pengajaran di dalam kelas (Internet dan Ruang Kelas), mitigasi bencana (Internet dan Siaga Bencana), kewarganegaraan (Menjadi Warga Digital), keberagaman (Internet Damai), keluarga/keayahbundaan (Internet dan Keluarga), serta difabilitas (Internet Merangkul Sesama) (Astuti, Mulyati & Lumakto, 2020).

Sementara itu, Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) menawarkan lima area kompetensi literasi digital yang terdiri dari: kelola data informasi, komunikasi dan kolaborasi, kreasi konten, keamanan digital, serta partisipasi dan aksi (Monggilo, Kurnia & Banyumurti, 2020). Kelola data informasi adalah kemampuan mengakses dan mengevaluasi data dan informasi secara cermat dan bijak. Komunikasi dan kolaborasi merupakan kemampuan berkomunikasi dan berkolaborasi secara etis dengan warganet lainnya. Kreasi konten adalah kemampuan menyunting dan memproduksi konten digital untuk tujuan baik. Keamanan digital merupakan kemampuan untuk melindungi privasi dan keamanan diri dari berbagai ancaman digital. Partisipasi dan aksi merupakan kemampuan untuk memanfaatkan media digital untuk berdaya dan bernilai lebih secara bersama-sama.

Berbeda dengan perumusan kompetensi literasi digital yang dilakukan oleh Japelidi, Tular Nalar dan BSSN; Kominfo, Siberkreasi & Deloitte (2020) menawarkan empat area kompetensi yang terdiri dari *Digital Skills*, *Digital Culture*, *Digital Ethics* dan *Digital Safety*.

*Digital Skills* adalah kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital. *Digital Culture* merupakan kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan, nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari). *Digital Ethics* adalah kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (netiquette) dalam kehidupan sehari-hari. *Digital Safety* merupakan kemampuan individu dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, dan meningkatkan kesadaran keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari.

Masing-masing area kompetensi ini mempunyai beragam indikator yang dapat disimak dalam tabel di bawah ini.

**Tabel I.3**  
**Area dan Indikator Kompetensi Literasi Digital menurut**

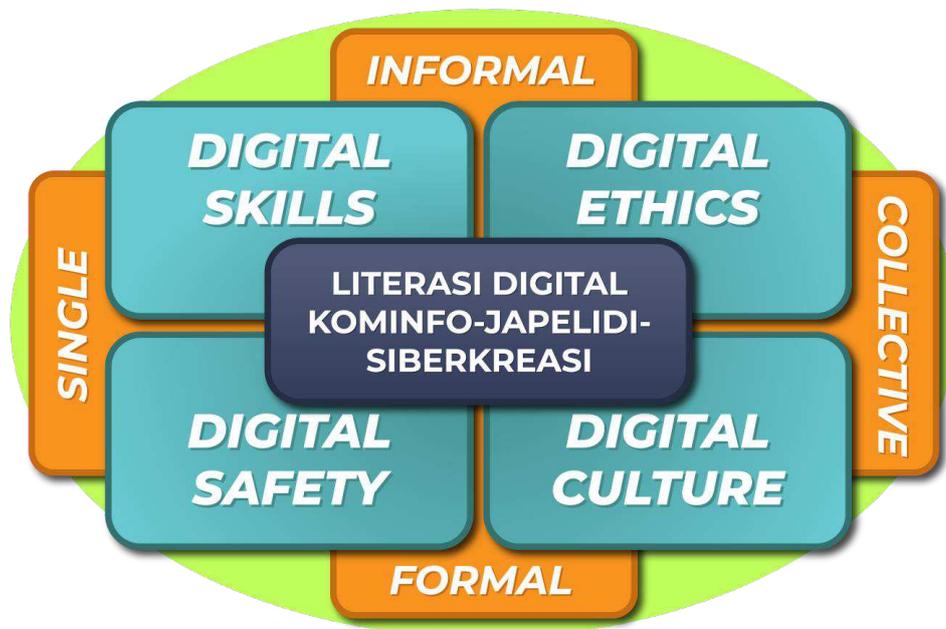
<i>Digital Skills</i>	<i>Digital Culture</i>	<i>Digital Ethics</i>	<i>Digital Safety</i>
<b>Pengetahuan Dasar Mengenai Lanskap Digital – Internet dan Dunia Maya</b>	Pengetahuan dasar akan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai landasan kecakapan digital dalam kehidupan berbudaya, berbangsa, dan bernegara	Etika Berinternet ( <i>Netiquette</i> )	Pengetahuan dasar mengenai fitur proteksi perangkat keras
<b>Pengetahuan Dasar mengenai Mesin Pencarian Informasi, cara penggunaan dan pemilahan data</b>	Digitalisasi Kebudayaan melalui pemanfaatan TIK	Pengetahuan mengenai informasi yang mengandung hoaks, ujaran kebencian, pronografi, perundungan dan konten negatif lainnya.	Pengetahuan dasar mengenai proteksi identitas digital dan data pribadi di platform digital
<b>Pengetahuan Dasar mengenai Aplikasi Percakapan, dan Media Sosial</b>	Pengetahuan dasar yang mendorong perilaku mencintai produk dalam negeri dan kegiatan produktif lainnya	Pengetahuan dasar berinteraksi, partisipasi, dan kolaborasi di ruang digital yang sesuai dengan kaidah etika digital dan peraturan yang berlaku	Pengetahuan dasar mengenai penipuan digital
<b>Pengetahuan Dasar mengenai Aplikasi dompet digital, loka pasar (market place), dan transaksi digital</b>	<i>Digital Rights</i>	Pengetahuan dasar berinteraksi dan bertransaksi secara elektronik di ruang digital sesuai dengan peraturan yang berlaku	Pengetahuan dasar mengenai rekam jejak digital di media (mengunduh dan mengunggah)
			<i>Minor safety (catfishing)</i>

Sumber: Kominfo, Siberkreasi & Deloitte (2020)

Mencermati area dan indikator literasi digital yang telah ditampilkan dalam Tabel X.X., terlihat bahwa literasi digital adalah subjek yang sangat kompleks dan multidimensi. Perbedaan mengenai cara menyusun kurikulum dan memaknai titik berangkat literasi digital

berbeda-beda, tergantung pada perspektif user maupun pihak yang mengembangkan kurikulum tersebut. Literasi digital Siberkreasi yang disusun ke dalam 4 subyek dan 17 indikator ini terdiri dari kompetensi, isu/area tematik, dan kasus. Misalnya, pengetahuan dasar mengenai lanskap digital dalam indikator Internet dan Dunia Maya terkategori area tematik, sementara pencarian informasi, cara penggunaan dan pemilahan data di area Digital Skills terkategori sebagai kompetensi. Pada area 'Digital Safety' terdapat indikator pengetahuan dasar mengenai penipuan digital, yang terkategori dalam 'kasus'. Adanya kategorisasi yang berbeda-beda dalam satu paket subyek literasi digital ini memang tidak terhindarkan, ketika kita berhadapan dengan berbagai isu yang perlu diselesaikan segera. Terlebih lagi, materi literasi digital ini tidak semata-mata bergerak pada level gagasan/ide/pemikiran, tetapi juga diorientasikan pada kemampuan pengguna dalam mengaplikasikan pengetahuan dasar yang mereka peroleh pada kasus-kasus di lapangan yang sifatnya urgen.

Tidak dapat dihindarkan, antara satu modul dan modul lain juga terdapat keterkaitan yang erat, sehingga terkesan ada sedikit tumpang tindih. Peta berikut ini akan menjelaskan posisi masing-masing modul dan issue yang dibawa.



**Gambar I.3.**  
**Peta Kompetensi Literasi Digital Siberkreasi-Kominfo-Deloitte**  
 Sumber: Olahan tim penulis

Terdapat dua poros yang membagi area setiap domain kompetensi. Poros pertama, yaitu domain kapasitas 'single – kolektif' memperlihatkan rentang kapasitas literasi digital sebagai kemampuan individu untuk mengakomodasi kebutuhan individu sepenuhnya hingga kemampuan individu untuk berfungsi sebagai bagian dari masyarakat kolektif/societal. Sementara itu, poros berikutnya adalah domain ruang 'informal – formal' yang memperlihatkan ruang pendekatan dalam penerapan kompetensi literasi digital. Ruang informal ditandai dengan pendekatan yang cair dan fleksibel, dengan instrumen yang lebih menekankan pada kumpulan individu sebagai sebuah kelompok komunitas/masyarakat. Sedangkan ruang formal ditandai dengan pendekatan yang lebih terstruktur dilengkapi instrumen yang lebih menekankan pada kumpulan individu sebagai 'warga negara digital.' Blok-blok kompetensi semacam ini memungkinkan kita melihat kekhasan setiap modul sesuai dengan domain kapasitas dan ruangnya.

*Digital Skills* merupakan dasar dari kompetensi literasi digital, berada di domain 'single, informal'. *Digital Culture* sebagai wujud kewarganegaraan digital dalam konteks keIndonesiaan berada pada domain 'kolektif, formal' di mana kompetensi digital individu difungsikan agar mampu berperan sebagai warga negara dalam batas-batas formal yang berkaitan dengan hak, kewajiban, dan tanggung jawabnya dalam ruang 'negara'. *Digital Ethics* sebagai panduan berperilaku terbaik di ruang digital membawa individu untuk dapat menjadi bagian masyarakat digital, berada di domain 'kolektif, informal'. *Digital Safety* sebagai panduan bagi individu agar dapat menjaga keselamatan dirinya berada pada domain 'single, formal' karena sudah menyentuh instrument-instrumen hukum positif.

## **MANUSIA KARAKTER PANCASILA DAN BER-BHINEKA TUNGGAL IKA DALAM ERA DIGITAL**

Sebagai bangsa Indonesia diwajibkan untuk memiliki sikap dan perilaku yang menjunjung nilai nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Keduanya menjadi landasan yang kuat dalam bersosialisasi di masyarakat baik secara tatap muka maupun melalui kegiatan dalam jaringan (daring). Manusia harus memiliki mental yang tangguh dan memiliki prinsip dalam menjalankan tugas tugas berkomunikasi dengan orang lain. Sikap Pancasila ditunjukkan

dalam berkegiatan kemanusiaan dalam berbagai kegiatan, salah satu aplikasinya melalui media sosial yaitu melalui penggunaan nilai nilai Pancasila dalam berkomunikasi antar sesama manusia. Terutama dalam menjalankan tugas tugas sebagai duta bangsa dalam kesenian dan teknologi serta dalam menjalankan tugas sebagai duta pariwisata untuk mempromosikan produk dalam negeri.

Kesadaran semua pihak dalam memberikan peran serta yang terbaik bagi bangsa dan negara dalam berbagai hal yang mendukung manusia menjadi manusia sosial berbudaya dalam dunia digital, bukan malah sebaliknya menjadi manusia yang asocial dalam era digital.

## **TARGET PENGGUNA MODUL**

Modul ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi khalayak. Target pengguna modul ini adalah :

1. Khalayak/Masyarakat Luas

Melalui khalayak luas, modul ini dapat disampaikan pada masyarakat dengan menggunakan berbagai pendekatan yang persuasif. Sehingga masyarakat dapat menikmati modul ini. Baik dalam wujud modul yang utama, maupun modul yang berbentuk aplikasi yang bermanfaat bagi masyarakat

2. *Opinion Leader*/Pemuka Masyarakat

Pemuka masyarakat merupakan pihak yang dapat membantu dalam penyebarluasan modul. Karena dengan bantuan pemuka masyarakat, maka modul ini dapat semakin disebarluaskan pada masyarakat di berbagai lapisan.

3. Tenaga Pendidik

Para tenaga pendidik diharapkan dapat menjadi pihak yang akan penyebarluaskan modul Budaya Bermedia Digital pada para peserta didiknya. Sehingga para peserta didik di berbagai tingkatan semakin lebih memiliki kecakapan mempergunakan ruang digital dalam kehidupan sehari hari

4. Fasilitator dalam Masyarakat

Fasilitator dalam masyarakat merupakan pihak-pihak yang akan membantu pemerintah dalam menyebarkan modul-modul ini berbagai lapisan dan elemen masyarakat.

#### 5. Humas Pemerintah

Humas (Hubungan Masyarakat) di lembaga pemerintah membantu untuk mensosialisasikan tentang kecakapan budaya bermedia digital di kalangan birokrasi pemerintah

#### 6. Humas Pendidikan

Humas (Hubungan Masyarakat) di lingkungan pendidikan akan membantu untuk mensosialisasikan untuk para guru, siswa dan seluruh elemen di lingkungan lembaga pendidikan.

## **SISTEMATIKA PENULISAN**

Bab 1 : Budaya Digital sebagai Penguatan Karakter Berbangsa Manusia Modern

Bab 2 : Pengetahuan Dasar Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika sebagai

landasan dalam kecakapan digital berbudaya, berbangsa, dan bernegara

Bab 3 : Digitalisasi kebudayaan melalui pemanfaatan TIK

Bab 4 : Pengetahuan Dasar yang mendorong perilaku mencintai produk dalam negeri dan kegiatan produktif lainnya

Bab 5 : Digital Right

Bab 6 : Budaya Komunikasi Digital dalam Masyarakat Indonesia

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adiputra, W.M., Kurnia, N., Monggilo, Z.M.Z., Yuwono, A., Rahayu. (2019). *Yuk, Lawan Hoaks Politik, Ciptakan Pemilu Damai*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada

- Astuti, Y.D., Virga, R.L., Nusa, L., Mukti, R.K., Iqbal, F., Setyo, B. (2018). *Muslim Milenial Ramah Digital*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Astuti, S.I., Mulyati, H., & Lumakto, G., (2020). In Search of Indonesian-Based Digital Literacy Curriculum through TULAR NALAR [paper presentation]. "Islam, Media and Education in the Digital Era", Bandung, Indonesia, <https://sores.unisba.ac.id/2020/>
- Herlina, D., Setiawan, B, & Adikara, G.J. (2018). *Digital Parenting: Mendidik Anak di era Digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Horst, Heather & Miller, Daniel. (2012). *Digital Anthropology*. London : University College London
- Japelidi (2019). *Pemetaan Literasi Digital Masyarakat Indonesia 2019*. Paper dipresentasikan pada Seminar Nasional Seminar Nasional Literasi Digital Dalam Membangun Perdamaian dan Peradaban Dunia. Diselenggarakan oleh ComTC UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 5-6 September.
- Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte (2020) *Roadmap Literasi Digital 2021-2024*. Jakarta: Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte
- Kurnia, N, Wendratama, E., Rahayu, R., Adiputra, W.M., Syafrizal, S., Monggilo, Z.M.Z...Sari, Y.A. (2020). *WhatsApp group and digital literacy among Indonesian women*. Yogyakarta: WhatsApp, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, PR2Media & Jogja Medianet.
- Kurnia, N. & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166.
- Kurnia, N. & Wijayanto, X.A. (2020) Kolaborasi Sebagai Kunci: Membumikan Kompetensi Literasi Digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, S.I. Astuti, *Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Monggilo, Z.M.Z., & Adiputra, W.M. (2018). *Yuk, Tanggap dan Bijak Berbagi Informasi Bencana Alam Melalui Aplikasi Chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Sadasri, L.M., Angendari, D.A.A, Yuwono, A.I, Syafrizal, S., Monggilo, Z.M.Z, & Adiputra, W.M. (2020) *Yuk, Sahabat Perempuan Bertransaksi Daring dengan Cermat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
- Monggilo, Z.M.Z, Fandia, M, Tania, S, Parahita, G.D., Setianto, W.A., Sulhan, M, Rajiyem, R, & Kurnia, N. (2020) *Yuk, Sahabat Perempuan Bermedia Sosial dengan Bijak*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada

- Monggilo, Z.M.Z, Kurnia, N, Banyumurti, I. (2020) *Panduan Literasi Media Digital dan Keamanan Siber: Muda, Kreatif, dan Tangguh di Ruang Siber*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara
- Nurhajati, L., Fitriyani, LR., Wijayanto, XA. (2019). *Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.
- Sukmawa, A.I., Karim, A.M., Yuwono, A.P., Elsha, D.D., Urfan, N.F., & Andiyansari, P. (2019). *Yuk, Cegah Tindak Pidana Perdagangan Orang!* Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru dan UTY.
- Wenerda, I. & Sapanti, I.R. (2019) *Literasi Digital bagi Millennial Moms*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru dan Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi.
- Wijayanto, XA., Fitriyani, LR., Nurhajati, L. (2019). *Mencegah dan Mengatasi Bullying di Dunia Digital*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.
- Wirawanda, Y., Setyawan, S. (2018). *Literasi Game untuk Remaja & Dewasa*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta - Lembayung Embun Candikala
- Yuwono, A.I., Anshari, I.N., Rahayu, Syafrizal, Adiputra, W.M. (2018). *Yuk, Jadi Gamer Cerdas: Berbagi Informasi Melalui Literasi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.



# BAB II

---

## INTERNALISASI NILAI PANCASILA DAN BHINNEKA TUNGGAL IKA SEBAGAI WARGA NEGARA DIGITAL (DIGITAL CITIZENSHIP)

## BAB II

# Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai Warga Negara Digital (*Digital Citizenship*)

Lintang Ratri Rahmiaji

---

Indikator pertama dari kecakapan dalam Budaya Digital (*Digital Culture*) adalah bagaimana setiap individu menyadari bahwa ketika memasuki Era Digital, secara otomatis dirinya telah menjadi warga negara digital. Dalam konteks keIndonesiaan, sebagai warga negara digital, tiap individu memiliki tanggung jawab (meliputi hak dan kewajiban) untuk melakukan seluruh aktivitas bermedia digitalnya berlandaskan pada nilai-nilai kebangsaan, yakni Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Hal ini karena Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika merupakan panduan kehidupan berbangsa, bernegara dan berbudaya di Indonesia. Pada bab ini akan dipaparkan secara komprehensif dua pokok pembahasan. Pertama, konsep dasar nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai landasan kecakapan digital dalam kehidupan berbudaya, berbangsa, dan bernegara. Kedua, Internalisasi nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam kehidupan berbudaya, berbangsa, dan bernegara. Kedua penjelasan ini akan disertai berbagai ilustrasi dan contoh-contoh yang relevan dan terkini.

### KONTEKS KE-INDONESIAAN WARGA NEGARA DIGITAL

Menjadi Indonesia, sebagai warga negara digital adalah menyadari bahwa setiap kita merupakan bagian dari negara **MAJEMUK, MULTIKULTURALIS, sekaligus DEMOKRATIS**. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dalam “Statistik Indonesia 2020”, Indonesia adalah negara kepulauan dengan jumlah pulau tercatat sebanyak 16.056 pulau, dimana 111 pulau diantaranya adalah pulau terluar yang harus dijaga serta dikelola dengan baik karena menjadi penentu batas dengan negara lain. Indonesia merupakan negara kesatuan yang dalam pengelolaan pemerintahannya terbagi menjadi 34 provinsi.

Pemerintahan Indonesia menganut sistem presidensial berdasarkan Pancasila. Sistem politik di Indonesia dilaksanakan dalam kerangka kerja Trias Politika, yakni terdiri dari **lembaga**

**legislatif** yang dipilih langsung oleh masyarakat dalam siklus pemilihan umum lima tahun sekali, **lembaga eksekutif** dan **lembaga yudikatif**. Indeks Demokrasi di Indonesia (2018) berada di angka 72,39% diukur berdasarkan pencapaian kebebasan sipil, hak-hak politik, dan keberadaan lembaga demokrasi. Pada pemilihan umum (PEMILU) 2019 yang lalu, merujuk laman Komisi Pemilihan Umum (KPU), ada 20 partai politik yang lolos verifikasi menjadi peserta pemilihan legislatif.



**Gambar II.1.**  
**Indonesia dalam Angka Keberagaman**

Sumber: olahan tim penulis

Jumlah penduduk Indonesia sampai dengan pencatatan populasi tahun 2019 adalah sebesar 268 juta dengan laju pertumbuhan 1,31%. Menariknya, penduduk di Indonesia datang dari beragam suku, berdasarkan data sensus penduduk tahun 2010 (SP2010) yang dikeluarkan oleh BPS, terdapat 1331 kategori suku bangsa yang dihasilkan dari 633 kelompok suku besar, dimana mayoritas adalah suku Jawa (41%) dan suku Sunda (15,5%). Dalam riset etnografi lanjutan yang dilakukan tahun 2015 oleh Institute of Southeast Asian Studies di buku "Demography of Indonesia's Ethnicity" terhadap keanekaragaman data suku SP 2010,

temuan analisisnya menyatakan jika keanekaragaman diukur menggunakan *Ethnic Fractionalize Index* (EFI) dan *Ethnic Polarized Index* (EPOI) diperoleh EFI sebesar 0,81 dan EPOI sebesar 0,50. Angka-angka tersebut menguatkan bahwa Indonesia adalah negara yang sangat *heterogen/majemuk*, namun *tidak terpolar* (tidak terpecah belah, terpisah secara ekstrim) sehingga potensi akan dampak konflik antar suku cenderung rendah.

Indonesia secara resmi mengakui adanya 6 agama yakni Islam, Katolik, Kristen Protestan, Hindu, Budha dan Konghucu berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 6 Tahun 2000. Namun, lagi-lagi keunikan dari Indonesia adalah banyaknya agama leluhur, agama lokal, agama asli, atau kepercayaan kepada Tuhan YME yang juga bertumbuh di Bumi Nusantara. Melansir infografis dari KataData (2017) bertajuk “Aliran Kepercayaan Dalam Angka”, terdapat 245 organisasi kepercayaan tingkat Pusat dan 954 organisasi tingkat Daerah di 25 provinsi dengan jumlah pengikut 9,9 juta jiwa. Sementara itu, Badan Bahasa Kemendikbud menyatakan bahwa sampai dengan 2020, Indonesia memiliki 716 bahasa ibu (bahasa daerah), yang menjadikan kita sebagai **negara kedua pemilik bahasa terbanyak di dunia**.

Memahami konteks ke-Indonesiaan dari angka-angka tersebut akan memudahkan kita untuk meyakini dan menjawab pertanyaan, “Mengapa harus (berlandaskan) Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika?”. Mengutip pernyataan Ketua Dewan Pertimbangan MUI (2015-2020) sekaligus mantan Utusan Khusus Presiden untuk Dialog dan Kerja Sama Antar-Agama dan Peradaban, Din Syamsudin, “*Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika, merupakan jalan tengah yang penting bagi masyarakat majemuk yang mampu mengatasi sikap primordial atas dasar keagamaan ataupun kesukuan. Meski era reformasi membawa banyak perubahan, namun Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika mutlak menjadi rujukan dalam berbangsa yang plural*”.

Pemahaman multikulturalisme dan pluralisme membutuhkan upaya pendidikan sejak dini. Apalagi, kita berhadapan dengan generasi masa kini, yaitu para *digital native* (warga digital) yang lebih banyak ‘belajar’ dari media digital. Meningkatkan kemampuan membangun *mindfulness communication* tanpa stereotip dan pandangan negatif adalah juga persoalan meningkatkan kemampuan literasi media dalam konteks budaya digital.

Sebagai pengayaan konteks ke-Indonesiaan, berbicara tentang pilihan politis Indonesia membangun sistem demokrasi, adalah hak warga negara untuk mendapatkan perlindungan

atas kebebasan berekspresi dan berpendapat di ranah publik, termasuk di ruang digital. Jika Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika ada dalam kebebasan berekspresi, maka tidak akan muncul hoaks, ujaran kebencian, perundungan siber atau pembatasan akses digital lainnya. Tidak akan ada *black campaign* berbasis agama dan ras, *doxing* kepada jurnalis yang menulis berbasis data ilmiah (*science journalism*) atau perang *meme* "cebong vs kampret" dan "kadrun vs togog" di lini media sosial.

Memasuki era *The Death of Expertise* dimana Internet memungkinkan kita untuk menjadi produsen informasi, peran partisipatif warga negara digital yang baik sangat diperlukan. Artinya, menjadi kewajiban kita untuk memastikan tidak memproduksi dan menyebarkan informasi yang tidak benar, sekaligus memproduksi konten positif. Selain partisipasi, kita juga diharapkan memiliki kecakapan berkolaborasi, dalam hal ini secara aktif menginisiasi, menggerakkan dan mengelola kegiatan bermedia digital yang positif. Melandasi diri ketika berpartisipasi dan berkolaborasi dengan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika akan mengarahkan kita pada komunitas digital yang Pancasila dalam pilihan kegiatannya. Untuk mempermudah pemahaman modul ini, kita akan mengelaborasi kompetensi literasi digital, merujuk pada 10 Kompetensi Literasi Japelidi, dengan konseptualisasi nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Ada 5 kompetensi dasar yang digunakan yakni Cakap Paham, Cakap Produksi, Cakap Distribusi, Cakap Partisipasi dan Cakap Kolaborasi :

**Tabel II.1.**  
**Jenis Kompetensi Literasi Terkait Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Jenis Kompetensi Literasi	Pemahaman Kompetensi
Paham Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital	<p>Paham adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk mengakses, mengeksplorasi, mengelaborasi, menyeleksi informasi terkait Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sehingga pada akhirnya mampu menginterpretasikan konsep nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dan pengaplikasiannya dalam ruang digital dengan tepat.</p> <p>Capaian :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individu mampu memahami nilai sila pertama Pancasila dan pengaplikasiannya di ruang digital</li> <li>- Individu mampu memahami nilai sila kedua Pancasila dan pengaplikasiannya di ruang digital</li> <li>- Individu mampu memahami nilai sila ketiga Pancasila dan pengaplikasiannya di ruang digital</li> <li>- Individu mampu memahami nilai sila keempat Pancasila dan</li> </ul>

	<p>pengaplikasiannya di ruang digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individu mampu memahami nilai sila kelima Pancasila dan pengaplikasiannya di ruang digital</li> <li>- Individu mampu memahami nilai Bhinneka Tunggal Ika dan pengaplikasiannya di ruang digital</li> </ul>
<p>Produksi Konten yang Berlandaskan Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital</p>	<p>Produksi adalah adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk merancang dan menciptakan konten dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya di ruang digital. Baik proses produksi maupun konten yang dihasilkan dilandasi dengan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.</p> <p>Capaian :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai sila Pertama dari Pancasila</li> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai sila Kedua dari Pancasila</li> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai sila Ketiga dari Pancasila</li> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai sila Keempat dari Pancasila</li> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai sila Kelima dari Pancasila</li> <li>- Memproduksi konten yang selaras dengan nilai Bhinneka Tunggal Ika</li> </ul>
<p>Distribusi Konten yang Berlandaskan Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital</p>	<p>Distribusi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk menyebarluaskan konten yang mengandung nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Disini tidak hanya terkait aktivitas berbagi saja namun juga penyertaan sikap yang mengamplifikasi pesan, direpresentasikan dalam simbol/emoticon, komentar, <i>subscribe</i>, <i>follow</i>, mengunggah ulang (<i>repost</i>, <i>regram</i>, <i>retweet</i>, <i>repath</i>) kepada jejaring di media sosial atau media percakapan digital seperti <i>whatsapp</i>, <i>line</i>, <i>telegram</i>, dan aplikasi percakapan lainnya. Distribusi juga berkaitan dengan ajakan untuk bersikap dan bahkan beraksi terhadap isu tertentu.</p> <p>Capaian :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai sila Pertama dari Pancasila</li> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai sila Kedua dari Pancasila</li> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai sila Ketiga dari Pancasila</li> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai sila Keempat dari Pancasila</li> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai sila Kelima dari Pancasila</li> <li>- Mendistribusikan konten yang selaras dengan nilai Bhinneka Tunggal Ika</li> </ul>

Partisipasi Aktif Menumbuhkembangkan Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital	Partisipasi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk terlibat aktif dalam aktivitas yang bertujuan menumbuhkembangkan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital. Aktif disini berarti menggunakan semua platform digital secara optimal, dengan intensitas tinggi dan jejaring yang luas serta beragam. Aktif juga berarti terus tumbuh, tidak stagnan, namun terus bergerak, membuka diri dalam berjejaring mendukung kegiatan yang mempromosikan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.  Capaian : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terlibat dalam komunitas digital pancasilais lebih dari 1 komunitas</li> <li>- Terlibat dalam aktivitas kampanye digital yang pancasilais lebih dari 1 per tahunnya</li> <li>- Jumlah komunitas dan aktivitas digital yang pancasilais terus bertambah setiap tahunnya</li> <li>- Terlibat dalam komunitas dan aktivitas digital yang beragam entitasnya</li> <li>- Intensitas keterlibatan dalam komunitas dan aktivitas digital</li> </ul>
Kolaborasi Aktif Menumbuhkembangkan Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital	Kolaborasi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk menginisiasi, mengelola, memimpin komunitas digital dan aktivitas digital yang pancasilais.  Capaian : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginisiasi komunitas digital dan atau aktivitas digital yang pancasilais</li> <li>- Mengelola komunitas digital dan atau aktivitas digital yang pancasilais</li> <li>- Memimpin komunitas digital dan atau aktivitas digital yang pancasilais</li> <li>- Jumlah komunitas digital dan atau aktivitas digital yang dikolaborasikan</li> <li>- Scope komunitas digital dan atau aktivitas digital yang dikolaborasikan</li> <li>- Keberagaman entitas komunitas digital atau aktivitas digital yang dikolaborasikan</li> </ul>

Sumber : Modifikasi dari Kurnia dkk, 2018; Nurhajati dkk, 2019

Kelima konsep kecakapan/kompetensi yang bisa kita internalisasikan dalam kegiatan literasi digital pada konteks budaya digital terkait nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika, selanjutnya dapat diklasifikasikan menjadi dua pokok besar, yaitu:

1. Pemahaman Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai Landasan Kecakapan Digital Dalam Kehidupan Berbudaya, Berbangsa dan Bernegara. Adapun kompetensi yang dibutuhkan adalah Cakap Paham.

2. Internalisasi (Penerapan) Nilai-Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital. Adapun kompetensi yang dibutuhkan adalah Cakap Produksi, Cakap Distribusi, Cakap Partisipasi dan Cakap Kolaborasi.

Mari kita bahas satu persatu.

## **PEMAHAMAN NILAI PANCASILA DAN BHINEKA TUNGGAL IKA SEBAGAI LANDASAN KECAKAPAN DIGITAL**

### **Konseptualisasi Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Pancasila, sebagaimana dimuat dalam Pembukaan UUD 1945 dan dipertegas dalam UU UU No. 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan sebagai sumber dari segala sumber hukum negara, merupakan dasar negara Republik Indonesia, baik dalam arti sebagai dasar ideologi maupun filosofi bangsa. Artinya, setiap materi muatan kebijakan negara, termasuk UUD 1945, tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Begitu pun dalam kehidupan berbudaya, berbangsa dan bernegara masyarakat Indonesia, termasuk juga kehidupan bermedia digital. Adapun rumusan nilai-nilai yang dimaksud adalah sebagai berikut :



**Gambar II.2.**  
**Nilai Utama Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di Ruang Digital**  
 Sumber: olahan tim penulis

### 1. Ketuhanan Yang Maha Esa

Apa nilai dasar dari sila pertama? Nilai utamanya adalah **CINTA KASIH**. Secara sederhana kita diminta untuk hidup beragama dengan baik, memeluk sebuah keyakinan dan kemudian beribadah atasnya. Beribadah di sini tentu bukan hanya bersoal relasi kepada Tuhan YME, namun juga bagaimana menjalin relasi dengan sesama. Beragama dan beribadah kemudian menjadi hak setiap warga negara. Kendati demikian, ada dampak logis dari hak. Yakni, kewajiban untuk **menghormati agama dan ibadah orang lain**. Artinya, kita tidak boleh memaksakan agama,

keyakinan dan cara beribadah tertentu kepada orang lain, **tidak melakukan perundungan baik verbal maupun nonverbal berdasarkan agama**, tidak boleh menghalangi ibadah orang lain dan merusak sarana prasarana ibadah.

Di ruang digital, kecakapan budaya digital terkait nilai Ketuhanan Yang Maha Esa dimulai dengan kemampuan untuk mengakses, mengeksplorasi dan sekaligus menyeleksi informasi tentang agama dan kepercayaan dari sumber yang kredibel, dan memungkinkan adanya kajian multi perspektif. Hal ini penting agar kita tidak terjebak dalam *filter bubble* atau *echo chamber*, sebuah kondisi yang membentuk penyeragaman pemikiran, adanya ketergantungan pada produsen pesan dan resistensi pada pemikiran berbeda (Mustikaningtyas, 2018).

## 2. Kemanusiaan Yang Adil Dan Beradab

Apa nilai dasar dari sila kedua? Nilai utamanya adalah **SETARA**. Yaitu, bagaimana kita menjadi manusia dan memanusiakan yang lain dalam berelasi. Konsekuensi logisnya adalah tidak ada yang berlaku seperti “Tuhan”, yang merasa berhak atas hidup orang lain, tidak pula merasa lebih derajatnya dari manusia lainnya atas dasar apapun, dan tidak pula merasa lebih rendah sehingga berhak melakukan apapun tanpa mengindahkan rasa kemanusiaan. **Adil** disini mengharuskan kita memperlakukan semua orang sama baiknya apapun latar belakangnya, tanpa diskriminasi. Mengembangkan **tenggang rasa, toleransi, empati, tolong menolong** dan saling mendukung. Sementara **Beradab** mengandung nilai penghormatan atas kehidupan sesuai norma agama, sosial, budaya juga hukum.

Di ruang digital, kecakapan budaya digital terkait nilai Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab dimulai dengan kesadaran bahwa **setiap kita adalah setara**. Tidak ada perbedaan jenis kelamin, ras, agama, status sosial, kelompok politik, disabilitas fisik dan perbedaan lainnya dalam hal akses memperoleh informasi di ruang digital. Kita diharapkan memiliki pengetahuan yang cukup tentang definisi konten yang berisi penghinaan, perendahan, pengucilan, perundungan terhadap kelompok tertentu. Kita juga diharapkan meluaskan toleransi, misalnya perbedaan pandangan politik, perbedaan pilihan gaya hidup, perbedaan orientasi seksual, perbedaan cara

beribadah dan lain sebagainya, dengan membuka akses informasi terhadap isu-isu minoritas di ruang publik.

### 3. Persatuan Indonesia

Apa nilai dasar dari sila ketiga? Inti dari nilai Persatuan Indonesia adalah **HARMONI**. **Harmoni** artinya mengusahakan, memprioritaskan, **mengutamakan kepentingan Indonesia di atas kepentingan pribadi atau kelompok**. Pada pengamalan sila ketiga, kita diingatkan untuk mengutamakan Indonesia di atas kepentingan lainnya, untuk selalu menjalin kerjasama, beraliansi daripada berseteru, mengusahakan konsolidasi daripada memprovokasi konflik. **Mempromosikan keberagaman dan meminimalisir prasangka juga stereotip**. Hal ini selaras dengan nilai **Bhinneka Tunggal Ika**, yang arti ansih nya berbeda tapi tetap satu, merayakan keberagaman sebagai kekayaan yang menguatkan bukan melemahkan.

Di ruang digital, kecakapan budaya digital terkait nilai Persatuan Indonesia dimulai dengan kesadaran untuk bangga menjadi warga negara Indonesia. Kita harus mampu mengakses, mengeksplorasi, menyeleksi dan mengelaborasi pengetahuan tentang Indonesia. Hal ini ditujukan agar pemahaman tentang Indonesia yang kita miliki menumbuhkan rasa cinta kepada Tanah Air. Kita juga diharapkan memiliki pengetahuan yang cukup tentang batasan ujaran kebencian (*hate speech*) yang memprovokasi polarisasi/perpecahan. Disinformasi dan malinformasi adalah jalan yang kerap dipilih sebagai cara memprovokasi. Selain itu, kita juga harus memahami konsep misinformasi, disinformasi dan malinformasi.

### 4. Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan

Apa nilai utama dari sila keempat? Nilai yang diutamakan adalah **DEMOKRATIS**. Merujuk pada prinsip-prinsip demokrasi, negara menjamin adanya pembagian kekuasaan, pemilihan umum yang bersifat LUBER (Langsung, Umum, Bebas dan Rahasia), manajemen lembaga publik yang terbuka (transparansi), **diakuinya kebebasan berekspresi, peradilan yang tidak memihak, pengakuan hak-hak kelompok minoritas, pemerintahan yang konstitusional, tegaknya supremasi**

**hukum, pers yang bebas, dan keberadaan beberapa partai politik** (Syafiie, 2013). Salah satu implikasi dari prinsip demokrasi adalah **egaliter**. Yaitu, bahwa semua orang sama di mata hukum. Sebagai warga negara, kita berhak sekaligus berpartisipasi aktif dalam proses demokratisasi dengan menghormati pendapat orang lain, mengutamakan musyawarah untuk mufakat, taat hukum, transparan dan akuntabel.

Di ruang digital, kecakapan budaya digital terkait nilai Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan, dimulai dengan kesadaran untuk mengetahui, mengeksplorasi, menyeleksi dan mengelaborasi informasi publik yang berhak diakses dari lembaga publik sebagai pertanggungjawaban transparansi dan akuntabilitasnya. Demokrasi digital juga menjamin adanya prinsip egaliter, sehingga kita harus belajar untuk memberi ruang bagi setiap orang untuk bebas berekspresi. Jika berbeda pandangan, maka bukanlah ruang diskusi yang sehat untuk membangun pemahaman bersama, seperti yang diproyeksikan Thomas Friedman di buku *The World is Flat* (2005).

##### **5. Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia**

Apakah nilai utama dari sila kelima? Nilai yang diutamakan adalah **GOTONG ROYONG**. Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia mempunyai makna bahwa kita berhak mendapatkan keadilan dalam hukum, ekonomi, politik juga kebudayaan demi terwujudnya masyarakat yang adil dan makmur. Pada pengamalan sila ini, kita diharapkan mampu mengembangkan **sikap kekeluargaan, kerjasama, kerja keras, peduli sesama, tidak mengeksploitasi orang lain**, tidak bersikap boros dan bermewah-mewahan (Andrianni & Rianto, 2019). Nilai lainnya adalah **menghargai hasil karya orang lain, dan berkolaborasi mewujudkan kemajuan yang merata di seluruh Indonesia** (Mahardika, 2018, hal. 283-285)

Di ruang digital, kecakapan budaya digital terkait nilai Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia, dimulai dengan kesadaran untuk memahami regulasi dan kebijakan tentang ranah digital, di Indonesia ditetapkan UU ITE yang telah mengalami revisi di tahun 2016, juga UU Kebebasan Memperoleh Informasi. Selain

itu di ruang digital kita harus memahami *netiquette*, sebuah panduan etika berperilaku sebagai warga negara digital. Bergotong-royong di ruang digital berarti kita harus memahami konsep kolaborasi yang dapat mewujudkan kemajuan yang merata di seluruh Indonesia.

## **DAMPAK RENDAHNYA PEMAHAMAN ATAS NILAI PANCASILA DAN BHINNEKA TUNGGAL IKA**

Memahami konsep dasar nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika adalah kunci agar mampu menginternalisasikannya dalam berbagai ruang, termasuk ruang digital. Terdapat sejumlah implikasi yang muncul jika kita tidak cukup memiliki pemahaman atas hal tersebut.

### **1. Tidak mampu memahami batasan kebebasan berekspresi dengan perundungan siber, ujaran kebencian, pencemaran nama baik atau provokasi yang mengarah pada segregasi sosial (perpecahan/polarisasi) di ruang digital**

Berdasarkan data APJII 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 196 juta orang. Angka ini didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z sebagai representasi generasi *digital native*. Internet memang menawarkan platform komunikasi baru yang *borderless* (tanpa batas). Media massa menjadi personal dan interaktif. Semua orang bisa menjadi produsen konten. Di sinilah kesenjangan antara kebebasan berekspresi di ruang publik dengan tanggung jawab kewargaan digital acap terjadi. Seringkali euforia mendapatkan ruang bicara justru menjadikan kita tidak bijak bermedia. Banyak pengguna tidak mampu memahami batasan antara kebebasan berekspresi dengan perundungan siber.



**Gambar II.3.**  
**Demokrasi di Ruang Digital**  
Sumber: olahan tim penulis

Mari kita belajar dari kasus penghinaan terhadap artis cilik di akun pribadi *haters* sang artis. Kasusnya diadukan kepada pihak berwenang, karena dianggap sangat meresahkan, apalagi ternyata pelakunya masih remaja. Kasus selanjutnya adalah perundungan pada kaum minoritas yang diunggah di media sosial berupa video *prank* bantuan sosial untuk kaum transgender, yang ternyata berisi sampah. Aksi menyedihkan ini dilakukan YouTuber muda berinisial FP dari Kota Bandung. Cuitan di Twitter tentang fenomena tertentu, namun memiliki tendensi ujaran kebencian atau provokasi juga sering terjadi. Sebagai contoh, kasus ujaran kebencian yang dilakukan seorang figur publik terhadap organisasi profesi yang diunggah di sosial media.

## **2. Tidak mampu membedakan keterbukaan informasi publik dengan pelanggaran privasi di ruang digital**

Merujuk pada UU No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang wajib memberikan informasi publik adalah lembaga public. Itupun sebatas informasi yang sifatnya penting untuk publik. Kita berhak memperoleh perlindungan privasi di ruang digital, apapun profesi yang kita pilih. Seringkali, kita melakukan pelanggaran hak privasi dengan mengunggah foto, atau video tanpa adanya *consent* (persetujuan dua belah pihak). **Hanya karena seseorang menjadi figur publik, tidak berarti ia tidak memiliki privasi dengan alasan resiko profesi.** Di Indonesia, akun Instagram bertajuk “lambe” menjadi platform media baru *infotainment*. Akun ini kerap

mengeksploitasi figur publik. Terkadang, sumber pelanggaran berasal dari diri sendiri. Hal lain terjadi saat kita mengunggah foto atau video yang berisi orang lain di dalamnya, tanpa pertimbangan. Jangan mentang-mentang itu anak kita sendiri, maka kita bebas menyebarluaskan foto atau videonya. Seringkali, orang tua terjebak melakukan *sharenting* yang justru membahayakan anak. *Sharenting* yang berasal dari kata *share* (berbagi) dan *parenting* (keayahbundaan) adalah perilaku orangtua menyebarluaskan informasi tentang anaknya dalam bentuk foto dan video melalui media digital, khususnya media sosial.

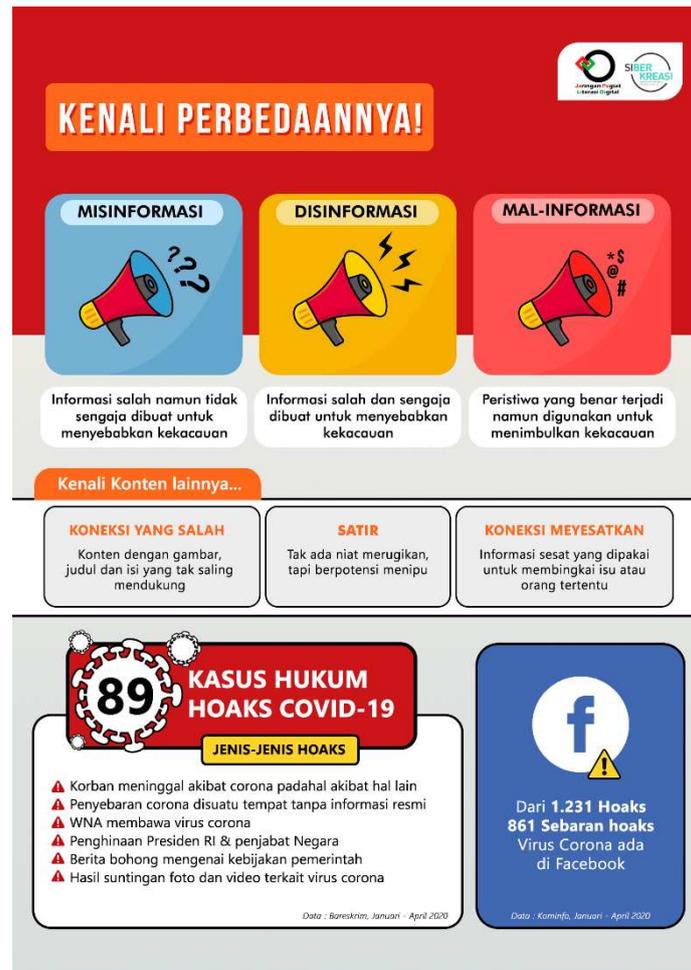


**Gambar II.4**  
**Privasi di Ruang Digital**  
Sumber: diolah mandiri oleh penulis

### 3. Tidak mampu membedakan misinformasi, disinformasi dan malinformasi

Perjalanan demokrasi ternyata banyak menghasilkan anarkisme, kemelut politik dan kebisingan publik. Dalam konteks demokrasi, kehadiran media digital secara signifikan mengubah perilaku aktor politik. Di satu sisi, demokrasi digital membantu proses transformasi demokrasi berjalan egaliter dan partisipatif. Sayangnya, di sisi lain,

kehadirannya juga berkontribusi merusak tatanan nilai demokrasi itu sendiri. Salah satu yang merusak adalah persebaran hoaks baik yang berupa misinformasi, disinformasi dan malinformasi. Contoh terbaru bisa kita lihat dari masifnya penyesatan informasi tentang vaksinasi COVID-19. Sebagai warga digital, kita harus mampu untuk melihat dan mengkaji hoaks yang beredar.



**Gambar II.5**  
**Klasifikasi Hoaks**

Sumber: Metode Klasifikasi Hoax - MAFINDO - Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

## **INTERNALISASI NILAI-NILAI PANCASILA DAN BHINNEKA TUNGGAL IKA DALAM KEHIDUPAN BERBANGSA, BERNEGARA DAN BERBUDAYA**

**Kontekstualisasi Konsep Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dengan Kecakapan Digital yang Dibutuhkan**

Pemahaman konsep nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika menjadi landasan kecakapan digital dalam beraktivitas di ruang digital. Untuk mempraktikkannya, berikut adalah beberapa bentuk kecakapan digital yang mewujudkan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.

### **1. Produksi Konten Berlandaskan Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Produksi adalah adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk merancang dan menciptakan konten dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya di ruang digital. Baik proses produksi maupun konten yang dihasilkan dilandasi dengan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika yakni cinta kasih, kesetaraan, harmoni dalam keberagaman, demokrasi dan kekeluargaan (kegotongroyongan) juga kesadaran mematuhi hukum di Indonesia.

### **2. Distribusi Konten Berlandaskan Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Distribusi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk menyebarluaskan konten yang mengandung nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika yakni cinta kasih, kesetaraan, harmoni dalam keberagaman, demokrasi dan kekeluargaan (kegotongroyongan) juga kesadaran mematuhi hukum di Indonesia. Distribusi tidak hanya terkait aktivitas berbagi, namun sekaligus penyertaan sikap yang mengamplifikasi pesan, direpresentasikan dalam simbol/emoticon, komentar, *subscribe*, *follow*, mengunggah ulang (*repost*, *regram*, *retweet*, *repath*) kepada jejaring di media sosial, atau media percakapan digital seperti *WhatsApp*, *Line*, *Telegram*, dan aplikasi percakapan lainnya. Distribusi juga berkaitan dengan ajakan untuk bersikap dan bahkan beraksi terhadap isu tertentu.

### **3. Partisipasi Aktif dalam Aktivitas Digital Berlandaskan Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Partisipasi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk terlibat aktif dalam aktivitas yang bertujuan menumbuhkembangkan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di ruang digital. Aktif disini berarti

menggunakan semua platform digital secara optimal, dengan intensitas tinggi dan jejaring yang luas serta beragam. Aktif juga berarti terus tumbuh, tidak stagnan, namun terus bergerak, membuka diri dalam berjejaring mendukung kegiatan yang mempromosikan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.

Penerapannya bisa dilihat dari keterlibatan dalam komunitas digital atau kampanye digital yang memperluas jejaring program maupun target sasaran yang beragam entitasnya secara intens. Dari satu kegiatan, dapat melahirkan kegiatan-kegiatan lain yang tak kalah penting.

#### **4. Kolaborasi Aktif dalam Komunitas Digital yang berlandaskan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Kolaborasi adalah kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk menginisiasi, mengelola, memimpin komunitas digital dan aktivitas digital yang Pancasila. Penerapannya dapat dilihat dari jumlah komunitas digital dan atau aktivitas digital yang diinisiasi, dikelola dan dipimpin. Selain itu, penerapan kecakapan kolaborasi bisa dilihat dari cakupan (*scope*) komunitas digital, keberagaman entitas dan aktivitas digital yang diinisiasi, dikelola dan dipimpin.

## **MENJADI WARGA DIGITAL YANG PANCASILAIS: BAGAIMANA CARANYA?**

### **1. Berpikir Kritis**

Menjadi warga digital yang Pancasila harus dimulai dengan proses berpikir kritis. Berpikir kritis melatih kita untuk tidak sekedar *sharing*, namun mempertimbangkan apakah konten yang akan kita produksi dan distribusikan selaras dengan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Dasar utamanya adalah pertanyaan apakah konten kita benar (objektif, sesuai fakta), penting, dibutuhkan (inspiratif) dan memiliki niatan baik untuk orang lain (tidak memihak, tidak merugikan). Selanjutnya, perlu dipastikan apakah konten kita datang dari sumber yang kredibel? Apakah konten kita sudah komprehensif dan mencakup banyak perspektif?

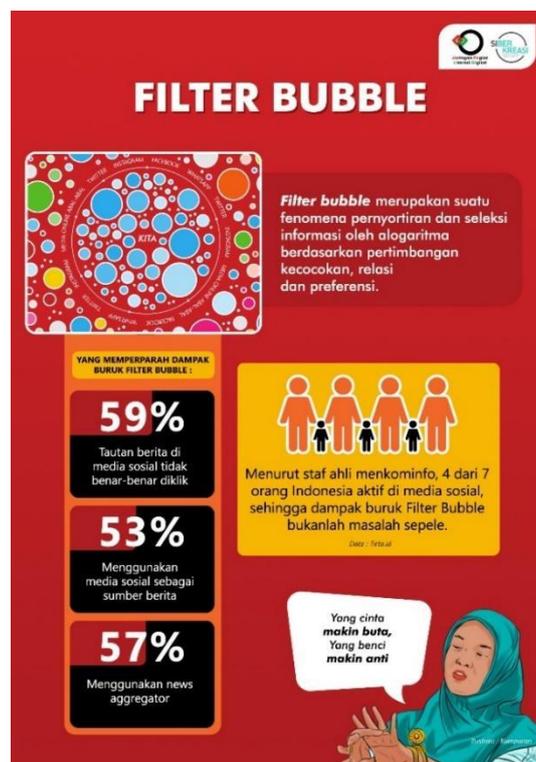


**Gambar II.6**  
**Saring Sebelum Sharing**  
 Sumber: diolah mandiri oleh penulis

## 2. Meminimalisir *Unfollow*, *Unfriend* dan *Block* untuk menghindari *Echo Chamber* dan *Filter Bubble*

Menjadi warga digital yang Pancasilais berarti siap untuk berhadapan dengan pengguna internet dengan latar belakang yang beragam. Tidak semua orang memiliki pemikiran yang sama atau keberpihakan isu yang sama. Namun demikian, sangat penting kiranya melatih kematangan bermedia. Salah satunya adalah dengan belajar untuk tidak mudah memutuskan pertemanan (*unfollow*, *unfriend*, *block* atau blokir) di media sosial dan media percakapan *online*. Algoritma Internet merekam perilaku bermedia kita dalam *big data*, kemudian menyajikan konten yang sesuai dengan personalisasi kita. Jika tidak menyadari hal ini, kita bisa terjebak dalam *echo chamber*

dan *filter bubble*. *Echo chamber* adalah ruang yang seolah-olah ramai dengan beragam komentar, tetapi sebenarnya hanya gaung opini yang seragam, amplifikasi dari satu perspektif bahkan seringkali dari satu sumber saja. *Filter bubble* atau gelembung saringan adalah ruang yang tersaring dari suara-suara yang tidak sesuai dengan *personalisasi* kita, hal ini tercipta sesuai algoritma internet yang sebenarnya bersumber dari jejak digital pengguna selama menggunakan internet. Otomatis, warnanya tidak banyak, hanya itu-itu saja sesuai dengan saringan yang diciptakan. Baik *echo chamber* maupun *bubble filter* menciptakan situasi yang membuat kita berhadapan dengan keseragaman—seragam sama dengan kita. Akibatnya, kerap kita merasa paling benar atas pemikiran kita sendiri, karena terhalangi untuk melihat realitas yang lebih beragam di luar sana. Hal ini tentu berlawanan dengan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.



**Gambar II.7**  
**Filter Bubble**  
Sumber: tirtio.id

### 3. Gotong Royong Kolaborasi Kampanye Literasi Digital

Menjadi warga digital yang Pancasilais berarti memiliki inisiatif untuk berpartisipasi dan berkolaborasi aktif dalam aktivitas dan komunitas digital. Pada konteks ini, nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika tercermin dalam kesediaan kita untuk

berkolaborasi dengan beragam entitas untuk mewujudkan tujuan berbangsa dan bernegara.



Gambar II.8

Kolaborasi di Ruang Digital

Sumber: Kampanye Luring dan Daring Lawan (Hoaks) Covid-19 JAPELIDI Kolaborasi dengan Program Pengabdian Masyarakat Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro (2019)

## EVALUASI

Evaluasi terhadap aspek Internalisasi Nilai Pancasila dalam Ruang Digital adalah sebuah upaya untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mengenai aspek tersebut telah dimiliki oleh target sasaran, sehingga memadai untuk diaplikasikan dalam perilakunya sehari-hari di ruang digital. Berikut adalah rancangan evaluasi kuantitatif yang bisa disesuaikan berdasarkan aspek Budaya Digital Pancasila.

**Tabel II.2.**  
**Matriks Evaluasi Internalisasi Nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

No.	Aspek Budaya Digital Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika	Domain Evaluasi		
		Kognitif	Afektif	Konatif
1	Nilai Pancasila	Memahami nilai yang terkandung dalam sila pertama sampai sila kelima Pancasila dan aplikasinya	Mampu menilai konten digital yang selaras dan tidak selaras dengan nilai Pancasila	Mempraktikkan nilai Pancasila dalam aktivitas di ruang digital
2	Nilai Bhinneka Tunggal Ika	Memahami nilai Bhinneka Tunggal Ika dan aplikasinya	Mampu menilai konten digital yang selaras dan tidak selaras dengan nilai Bhinneka Tunggal Ika	Mempraktikkan nilai Bhinneka Tunggal Ika dalam aktivitas di ruang digital

Sumber: diolah mandiri oleh penulis

## RANCANGAN EVALUASI

### A. KUIS “Apakah Anda Warga Digital yang Pancasila?”

Pilihlah Benar (B) atau Salah (S) dalam kolom yang disediakan pernyataan di bawah ini :

1. (...) Saya mempertimbangkan agama dalam menerima pertemanan di media sosial
2. (...) Saya mempertimbangkan status sosial dalam menerima pertemanan di media sosial
3. (...) Saya memutuskan pertemanan dengan teman yang berbeda pandangan agama
4. (...) Saya memutuskan pertemanan dengan teman yang berbeda pandangan politik
5. (...) Saya memutuskan pertemanan dengan teman yang gemar berbagi hoaks
6. (...) saya memiliki aplikasi cek fakta di gawai

7. (...) saya terlibat di beragam aktivitas komunitas digital
8. (...) saya menginisiasi dan mengelola beragam komunitas digital

## **B. Diskusi Kasus**

Pemberian Contoh Materi Kasus Pelanggaran UU ITE, bisa berupa video pemberitaan di televisi atau foto dari pemberitaan media online. Melakukan Diskusi Terpadu terkait pelanggaran UU ITE yang ada, mengkategorisasikan jenis pelanggaran, analisa permasalahan, rekomendasi solusi.

## **REKOMENDASI**

Untuk menghindari stigma negatif dan penolakan terhadap Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika, maka normalisasi penerapan nilai-nilai bisa dilakukan dengan cara-cara informal melalui video tutorial, animasi dan permainan yang lebih mudah terinternalisasi. Rekomendasi solusi atas permasalahan yang diakibatkan kurangnya pemahaman akan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika terfokus pada aktivitas untuk kelompok yang bersifat formal. Jenis kegiatannya dapat melalui dua hal :

1. Sinergi literasi melalui pendidikan kewarganegaraan digital

Bentuk programnya antara lain *School of Influencer* yang diselenggarakan oleh Siberkreasi, penerbitan buku panduan dan modul para pegiat literasi digital pada literasidigital.id, Pandu Digital yang digagas Dirjen Aptika KOMINFO, Pelatihan Literasi Media Digital Tular Nalar, juga integrasi literasi digital pada kurikulum mapel TIK dan Kewarganegaraan di sekolah.

2. Kampanye publik berkolaborasi dengan komunitas digital yang bergerak di bidang literasi digital, dinas terkait, institusi pendidikan dan masyarakat.

Bentuk programnya adalah antara lain Kampanye Lawan (Hoaks) COVID-19 dari Japelidi, Kampanye Cek Fakta MAFINDO, Kampanye Konten Kreatif Siberkreasi, dan lain-lain.

## Kolaborasi Literasi Digital dalam Nilai Kebangsaan



**Gambar II.9.**

### Kolaborasi Literasi Digital dalam Nilai Kebangsaan

Sumber foto:

<https://suaraislam.id/hitam-putih-internet-masuk-desa/>

<https://aptika.kominfo.go.id/2019/09/pandu-digital/>

Rekomendasi selanjutnya berkaitan dengan target sasaran yang spesifik, atau yang tergolong sasaran rentan sehingga memerlukan pendekatan tersendiri.

**Tabel II.3.**

### Pendekatan pada Target Sasaran

TARGET SASARAN	INTERNALISASI NILAI-NILAI PANCASILA DAN BHINNEKA TUNGGAL IKA DI RUANG DIGITAL
Anak	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebenarnya terintegrasi dalam pembelajaran mata pelajaran Kewarganegaraan, artinya secara kognitif anak-anak relatif mudah mendapatkan informasi terkait nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Menjadi penting untuk bekerjasama dengan institusi pendidikan formal untuk memasukkan konteks ruang digital dalam contoh kehidupan sehari-hari. Dan karena itu bapak-ibu guru diharapkan memiliki modul pembelajaran cakap digital.</li> <li>Namun demikian ada pekerjaan rumah tambahan yakni, internalisasi di ruang digital adalah hal yang berbeda, sebagai <i>digital native</i>, anak-anak cenderung mencari rujukan kepada internet. Sehingga strategi yang dilakukan adalah juga menyediakan pengetahuan di internet. Misalnya menyediakan e-book, e-modul, video animasi, dan juga bisa memanfaatkan teknologi yang sedang digemari, misalnya platform Tik-Tok, untuk menjelaskan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Sebagai contoh salah satunya adalah yang dilakukan akun instagram @goodnewsfromindonesia atau @museumnasional untuk program literasi digital.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Anak-anak juga lebih menyukai penyampaian secara informal, bervariasi dan riang gembira. Maka pendekatan melalui permainan (game online), kuis (kahoot), lomba karya online (video, meme, poster, karya sastra, essay, dll) akan lebih mudah mengajarkan tentang internalisasi nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di ruang digital terutama fokus pada penciptaan konten kreatif.</li> <li>● <i>Digital native</i> juga lebih mempercayai <i>influencer</i> yang dekat dengan mereka, yakni youtube dan selebgram juga selebtwit, sehingga menggandeng mereka untuk ikut serta menyampaikan informasi terkait nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika akan lebih efektif.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Perempuan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perempuan sebenarnya adalah target sasaran yang jaringannya lebih mudah terpetakan. Salah satunya adalah menggunakan jalur PKK. PKK adalah organisasi terstruktur sampai ke level rukun tetangga (RT) yang biasanya dikelola oleh perempuan. Memasukkan informasi tentang nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di ruang digital melalui jalur PKK bisa dengan sosialisasi dan pelatihan literasi digital. Kegiatan ini juga bisa bekerjasama dengan akademisi yang memiliki program pengabdian masyarakat sebagai salah satu perwujudan tri dharma perguruan tinggi, disini kolaborasi menjadi kata kunci.</li> <li>● Strategi lain adalah menggunakan jalur organisasi perempuan secara formal, misalnya berkolaborasi dengan Aisyiah, Fatayat NU, Muslimat NU, Walubi dari pendekatan keagamaan, bisa juga dengan berkolaborasi dengan Dharmawanita, Persit, Bhayangkari dari pendekatan istri dari profesi tertentu, atau organisasi perempuan lain seperti IWAPI, Perwari, KPPG, Institute Perempuan, dll. Perempuan dalam organisasi ini bisa menjadi opinion leader bagi perempuan lain sekaligus menjadi <i>role model</i>.</li> <li>● Program pemberdayaan perempuan adalah strategi lainnya, hal ini karena edukasi di budaya Indonesia didominasi oleh peran perempuan. Mendidik perempuan berarti mendidik satu generasi. Perempuan yang terliterasi akan mencerdaskan yang lainnya.</li> <li>● Penggunaan aplikasi chat WhatsApp pada riset literasi digital sebelumnya (lihat “WhatsApp Group and Digital Literacy Among Indonesian Women” Novi Kurnia dkk (2020)) perempuan lebih intens bertukar informasi melalui whatsapp, sehingga sebaran informasi yang bisa mudah dibagikan via whatsapp akan lebih efektif sampai kepada perempuan</li> <li>● Adapun bentuk pesannya lebih pada pesan bergambar, teks terbatas dan minim angka, juga strategi pesan yang terkait erat dengan status sosial sebagai ibu atau istri lebih diperhatikan perempuan</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Lansia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Membagikan informasi tentang nilai-nilai pancasila dan bhinneka tunggal ika berpotensi lebih ringan karena generasi lansia hari ini adalah generasi masa orde baru yang terinternalisasi nilai tersebut melalui program P4 (Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila).</li> <li>● Namun demikian, perihal pelaksanaannya di ruang digital adalah persoalan baru bagi generasi <i>baby boomers</i>. Terkait dengan kemampuan untuk cek fakta menjadikan generasi lansia rentan menyebarkan hoaks. Strategi pendekatannya adalah dengan membagikan konten positif sebanyak-banyaknya terutama di Televisi,</li> </ul>

	<p>Radio dan Surat Kabar, karena media yang digunakan mayoritas adalah media konvensional, juga informasi-informasi yang bisa disebar di WhatsApp dan Facebook.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepada segmen lansia juga bisa melalui kegiatan keagamaan. Hal ini karena biasanya aktivitas lansia didominasi oleh kegiatan keagamaan. Penyebaran nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika melalui dakwah dari pemuka agama akan jauh lebih efektif.</li> <li>• Adapun bentuk pesannya adalah diksi sederhana, ringkas dengan contoh-contoh yang terjadi di sekeliling.</li> </ul>
<b>3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar di Indonesia)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internalisasi nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika kepada masyarakat di daerah 3T ini perlu pendekatan khusus. Hal ini karena sebagian besar masyarakat yang tinggal di daerah 3T cenderung merasa berjarak dengan pusat pemerintahan. Daerah 3T butuh sentuhan langsung dari pemerintah terkait penguatan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika</li> <li>• Strategi yang dilakukan adalah dengan berkolaborasi dengan pemerintah daerah dalam program-program sosialisasi dan pelatihan literasi digital, sinergi dengan institusi pendidikan dan institusi keagamaan.</li> <li>• Melatih sebanyak-banyaknya <i>trainer</i> atau <i>influencer</i> lokal sehingga mereka bisa secara langsung memberikan pengetahuan kepada masyarakat lokal. Hal ini karena dikhawatirkan beberapa wilayah 3T secara infrastruktur terbatas.</li> </ul>
<b>Penyandang disabilitas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi internalisasi untuk masyarakat penyandang disabilitas adalah dengan menggunakan media khusus. Yakni mentransformasi modul atau buku-buku literasi digital ke dalam format <i>braille</i>, video tutorial yang dilengkapi dengan bahasa isyarat. Bisa juga memproduksi <i>podcast-podcast</i> untuk menjelaskan nilai-nilai Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika.</li> <li>• Dibutuhkan pendampingan untuk memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.</li> </ul>

Sumber: diolah mandiri oleh penulis

Globalisasi memungkinkan kita untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu dengan orang yang berbeda budaya melalui platform media baru berbasis digital, seperti media sosial. Memahami konteks ke-Indonesiaan sebagai warga digital, kita menyadari urgensi internalisasi Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam aktivitas bermedia digital. Melandasi diri ketika produksi dan distribusi konten digital, berpartisipasi dan berkolaborasi dengan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika akan mengarahkan kita pada aktivitas digital yang pancasilais dalam pilihan kegiatannya. Apa cirinya? Mudah saja, mendukung toleransi keberagaman, membiasakan bersikap demokratis, mengutamakan Indonesia diatas kepentingan pribadi dan golongan, serta menginisiasi cara kerja melalui gotong-royong.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkarim, A. (2007). Pendidikan Kewarganegaraan: Membangun Warga Negara yang Demokratis. PT Grafindo Media Pratama.
- Ananta, Aris, dkk (2015). Demography of Indonesia's Ethnicity. Institute of Southeast Asian Studies : Singapore.
- Andrianni, S., & Rianto, H. (2019). Analisis Nilai Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia  
Mengembangkan Sikap Keadilan di Desa Pusat Damai Kecamatan Parindu Kabupaten Sanggau. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 3(2), 166-174.
- Friedman, T. L. (2005). *The World is Flat: A Brief History of The Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kurnia, Novi, Z.M.Z. Monggilo, W.M. Adipura (2018). Yuk, Tanggap dan Bijak Berbagi Informasi Bencana Alam Melalui Aplikasi Chat. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
- Mahardika, Ahmad Gelora. Menggali Nilai-Nilai Kebangsaan Dalam Pancasila Sebagai Groundnorm Negara Kesatuan Republik Indonesia. *AHKAM*, Volume 6, Nomor 2, November 2018: hal. 267-292.
- Mustikaningtyas, Dhyah (2018). Studi Fenomenologi Mengenai Konsumsi Pesan Audiens Instagram Dari Hasil Filter Bubble Media Sosial Instagram. Tesis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Nurhajati, Lestari, Xenia Angelica Wijayanto, Lamria Raya Fitriani. 2019. Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika. Jakarta : Penerbit LP3M LSPR
- Nurhajati, Lestari. 2019. Indonesia: Diversities and media discrimination; Transnational Othering Global Diversities Media, extremism and free expression. Sweden : Nordicom Publisher
- Rejeki, MC Ninik Sri. (2008). LMI dan Dialog Antarbudaya. Dalam Y. Widodo & M.A. Birowo (Ed.). *Literasi Media Informasi dan Citizenship*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Statistik Indonesia 2020. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Syafiie, Inu Kencana. 2013. Pengantar Ilmu Pemerintahan. Bandung : PT. Refika Aditama
- <https://edukasi.kompas.com/read/2020/02/21/17464191/data-kemendikbud-2011-2019-11-bahasa-daerah-di-indonesia-punah?page=all>.
- <https://edukasi.kompas.com/read/2020/02/21/17464191/data-kemendikbud-2011-2019-11-bahasa-daerah-di-indonesia-punah?page=all>
- [https://www.bbc.com/indonesia/laporan\\_khusus/2011/04/110405\\_agamasatu](https://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2011/04/110405_agamasatu)
- <https://tirto.id/agama-agama-yang-dipinggirkan-bnP3>
- <https://katadata.co.id/anhar/infografik/5e9a5626033be/jalan-panjang-pengakuan-bagi-penganut-aliran-kepercayaan>
- <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/verpol/skparpol>

<https://nasional.kompas.com/read/2017/10/31/21244031/din-syamsuddin-pancasila-dan-bhineka-tunggal-ika-adalah-jalan-tengah>.

<https://kumparan.com/radius-setiyawan/populisme-dan-demokrasi-digital-1u6Le8cgY1V/full>

<https://suaraislam.id/hitam-putih-internet-masuk-desa/>

<https://aptika.kominfo.go.id/2019/09/pandu-digital/>



# BAB III

## DIGITALISASI KEBUDAYAAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI

# BAB III

## Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi

Lestari Nurhajati

---

Perubahan media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, tidak terlepas dengan perubahan teknologi komunikasi yang ada. Ketika media komunikasi beranjak cepat menuju digital, maka praktek budaya kita pun mau tak mau mengalami perubahan. Sesungguhnya, media massa dan budaya tidak terpisahkan. Satu sama lain saling mempengaruhi. Pada modul di bab ini, kita akan diajak menjelajahi bagaimana budaya digital mengubah cara kita memahami masa lalu, mengalami masa kini, dan mengantisipasi masa depan. Budaya digital yang akan kita pelajari bersama ini akan memberi wawasan kritis tentang tantangan dan peluang sosial, politik, dan ekonomi yang ditimbulkan oleh teknologi digital itu sendiri.

Sebuah budaya memberi masyarakatnya gagasan tentang cara mendekati keputusan hidup, mulai dari bangun hingga tidur. Sekaligus, memberi ide tentang semua pelajaran hidup yang dapat diterima. Melalui media, termasuk media digital, gagasan masyarakat tentang kehidupan disampaikan kepada masyarakat luas.

Budaya adalah gagasan dan rasa, tindakan dan karya yang dihasilkan oleh manusia dalam kehidupan masyarakat. Budaya juga sebuah cipta, karya, dan karsa manusia.

Koentjaraningrat, 2000

Secara umum, media massa menyajikan ide-ide budaya dalam tiga cara yang berkaitan satu sama lain. Pertama, media membantu kita untuk mengidentifikasi dan mendiskusikan kode perilaku yang dapat diterima dalam masyarakat. Kedua, media mempelajari apa dan

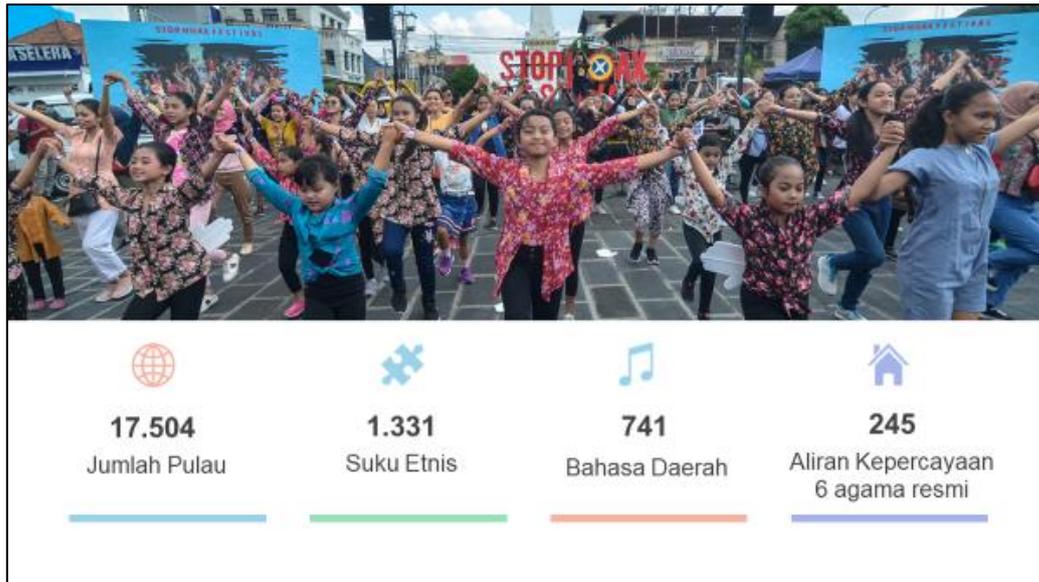
siapa yang diperhitungkan di dunia kita, serta mengapa mereka begitu penting. Ketiga, media menentukan apa yang dipikirkan orang lain tentang kita, dan apa dipikirkan orang-orang “seperti kita” memikirkan orang lain (Turow, 2018).

Bentuk budaya terdiri dari **praktik, produk, dan perspektif**. Praktik berarti pola interaksi sosial, atau perilaku. Praktik melibatkan penggunaan produk. Praktik mewakili pengetahuan tentang "apa yang harus dilakukan kapan dan dimana," serta bagaimana berinteraksi dalam budaya tertentu. Sementara, **produk** adalah kreasi berwujud atau tidak berwujud dari budaya tertentu. Produk mencerminkan perspektif budaya. Contoh produk berwujud adalah lukisan, karya patung, ukiran, karya sastra, dan lain-lain. Sementara, produk tak berwujud terdiri dari dongeng lisan, tarian, ritual sakral, sistem pendidikan, hukum, dan masih banyak lagi. **Perspektif sendiri** lebih cenderung pada hal-hal yang filosofis, yakni makna, sikap, nilai, keyakinan, gagasan yang mendasari praktik budaya dan produk budaya masyarakat. Perspektif budaya mewakili pandangan sekelompok masyarakat tentang dunia (National Standards for Foreign Language Education Project, 1999).

Melihat rangkaian praktik, produk, dan perspektif budaya secara utuh adalah prasyarat untuk melakukan kegiatan literasi digital dalam ruang budaya. Agar lebih mudah, pelaksanaannya akan dibantu melalui tahapan kompetensi literasi digital yang telah dirumuskan oleh Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Tetapi, sebelum sampai ke sana, mari kita hayati dulu kekayaan budaya kita yang tercermin dalam keragaman Indonesia.

## **MULTIKULTURALISME, KEBHINEKAAN DAN RUANG DEBAT YANG SEHAT**

Pembahasan seputar budaya Indonesia tentu tak lepas dari keberagaman kita yang luar biasa. Masyarakat Indonesia yang majemuk merupakan gambaran sempurna tentang budaya yang beragam. Inilah yang disebut sebagai multikulturalisme. *Bhinneka Tunggal Ika* (berbeda-beda namun tetap satu jua) merupakan sebuah gagasan sekaligus realita dasar masyarakat Indonesia dalam berbangsa. Sehingga, sangat penting untuk mengenali aspek multikulturalisme dan kebhinekaan kita, menghormati perbedaan dan keragaman kita, yang berkonsekuensi pada penciptaan ruang debat nan sehat di ruang digital bersama.



**Gambar III.1.**  
**Modal Budaya Indonesia**  
 Sumber: Dokumentasi Kristianus Nugroho, 2019

Ruang debat yang sehat merupakan salah satu ciri utama kehidupan berbangsa dan bernegara. Indonesia sebagai negara demokratis menekankan pentingnya kebebasan berpendapat untuk menciptakan tujuan bersama bangsa, termasuk ketika multikulturalisme dibawa ke dalam ruang digital, sebagai bagian dari ruang publik. Ruang publik yang sehat adalah ruang publik yang menekankan adanya kebebasan berpendapat sekaligus tetap dalam koridor berpikir kritis (Habermas, 1991). Menerima berbagai perbedaan berarti menjaga keberagaman nilai dengan penuh kesadaran. Memang, tidak mudah ketika kebudayaan yang berbeda dilihat sebagai sebuah kelemahan ataupun kekurangan. Di antara kita, ada saja pihak-pihak yang menganggap budaya tertentu lebih tinggi daripada budaya lainnya, yang berujung pada upaya penyeragaman budaya. Tentu saja, kita tidak menginginkan penyeragaman budaya, karena keragaman seni budaya adalah kekayaan Indonesia.

Persoalannya, bagaimana ruang digital dapat mempertahankan keragaman budaya Indonesia yang menghormati perbedaan dan menciptakan ruang debat nan sehat? Nah, pada bagian ini, kita akan mempelajari proses memahami, produksi, distribusi, partisipasi, dan kolaborasi ruang digital dalam isu keberagaman budaya kita. Dengan kata lain, kita cermati bersama proses literasi digital pada bidang budaya yang disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel III.1.**  
**Lima Kompetensi Digital literasi Dalam Isu Budaya**

Jenis Kompetensi Literasi	Pemahaman Kompetensi
<b>Memahami Budaya di Ruang Digital</b>	Memahami adalah kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk memahami makna dari konten budaya yang ada di media digital pada tingkat literal. Contohnya kemampuan untuk menangkap pesan orang lain, juga ide-ide individu tentang budaya yang dipublikasikan pada <i>platform</i> yang berbeda (misalnya buku, video, <i>blog</i> , <i>Facebook</i> , dll). Termasuk, menafsirkan makna dalam bentuk pendek baru atau <i>emoticon</i> .
<b>Produksi Budaya di Ruang Digital</b>	Kecakapan produksi ini melibatkan kemampuan untuk menduplikasi (sebagian atau seluruhnya) konten budaya. Tindakan produksi budaya dalam format digital, di antaranya memproduksi klip video dengan menggabungkan gambar dan materi audio, atau menulis pada beragam media daring, termasuk media sosial. Kecakapan ini mengacu pada kemampuan untuk berinteraksi secara mendalam dengan beragam perangkat, termasuk untuk menangani alur informasi budaya dan narasi budaya di beberapa jenis konten berikut sumber medianya.
<b>Distribusi Budaya di Ruang Digital</b>	Kompetensi mendistribusikan berkaitan dengan kemampuan individu untuk menyebarkan informasi budaya yang ada di tangan mereka. Dibandingkan dengan kecakapan produksi (produksi dan konsumsi), kecakapan ini melibatkan proses berbagi. Contohnya, kemampuan individu untuk berbagi perasaan (misalnya setuju atau tidak setuju), untuk berbagi pesan, dan untuk mengapresiasi konten budaya. Kecakapan ini juga berfokus pada “kemampuan untuk mencari, mensintesis, dan menyebarkan informasi dengan konten budaya” dalam jaringan yang dimilikinya.
<b>Partisipasi Budaya di Ruang Digital</b>	Kecakapan ini adalah wujud budaya partisipatif yang mengacu pada kemampuan untuk terlibat secara interaktif dan kritis dalam lingkungan media baru. Misalnya, individu diharapkan untuk aktif membangun dan mendiskusikan ide-ide orang lain mengenai -isu isu budaya dalam beragam platform media platform digital (Youtube, FB, Instagram, Twitter, Skype, Blog, dan sebagainya). Kecakapan ini menyatukan pengetahuan yang dimiliki dan membandingkan catatan orang lain untuk mencapai tujuan bersama. <b>Berpartisipasi</b> membutuhkan keterlibatan individu yang terus-menerus dan interaktif agar bisa menulis, menyusun, dan mengembangkan konten budaya. Di sini, ada aspek koneksi sosial (keterhubungan) yang menghargai kontribusi masing-masing individu.
<b>Kolaborasi Budaya di Ruang Digital</b>	Kecakapan ini mengacu pada kemampuan untuk membuat konten budaya di media digital bersama-sama pihak lain. Kecakapan kolaborasi ini biasanya membutuhkan inisiatif dari diri kita sendiri dibandingkan dengan mengandalkan inisiatif pihak lain.

Sumber: Modifikasi dari Kurnia dkk, 2018; Nurhajati dkk, 2019

Setelah memahami 5 kompetensi yang digunakan dalam kegiatan literasi digital pada konten budaya, kini kita pelajari ragam konten budaya. Berhubung konsep budaya itu luas, maka modul ini akan membaginya pada tiga pokok berikut ini.

1. Memahami perubahan media dan budaya.
2. Memproduksi konten budaya dan kehidupan sehari-hari.
3. Mendistribusikan cerita tentang seni dan budaya.

Kita mulai dari pokok bahasan pertama.

## **MEMAHAMI PERUBAHAN MEDIA DAN BUDAYA**

Ini terkait dengan bagaimana menghargai keragaman budaya Indonesia saat ditampilkan di ruang digital. Media digital kita makin cepat dan terbuka dalam menampilkan keragaman budaya yang ada. Semua orang kini bisa berperan menjadi jurnalis warga yang melaporkan informasi dan mengangkat adat budaya dari Sabang sampai Merauke. Seluruh ekspresi budaya Indonesia layak diapresiasi. Termasuk busana adat lelaki suku-suku di Papua dengan kotekanya, maupun busana perempuan dengan penutup tubuh yang mencerminkan kedekatan pada alam. Semua ini adalah keunikan budaya yang harus diapresiasi.

Ragam budaya juga terlihat dari kegiatan ritual kepercayaan berbagai suku asli di Indonesia, Misalnya, Upacara Kasada di suku Tengger yang berdiam di pinggiran gunung Bromo. Kegiatan ini harus dimaknai sebagai kebebasan menjalankan keyakinan serta adat istiadatnya, tanpa harus dipaksakan masuk dalam kategori ibadah agama, karena Suku Tengger Bromo memang memiliki pola keyakinan yang tidak mengacu pada agama 'resmi' di Indonesia.



**Gambar III.2.**  
**Kegiatan Upacara Digital**

Sumber foto: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/03/13/mengenal-berbagai-bentuk-rasa-syukur-suku-tengger-dalam-upacara-kasada>

Contoh kekayaan ritual budaya lain bisa dilihat dari prosesi penyembelihan binatang untuk upacara pemakaman di Tana Toraja, yang dikenal dengan sebutan “Rambu Solo”. Dalam perspektif budaya, prosesi harus dilihat dengan kejernihan perbedaan tradisi. Jadi, bukan dipertentangkan teknik pemotongan hewannya, ataupun betapa mahal biaya upacara tersebut. Penghargaan atas budaya yang berbeda inilah modal utama dalam kompetensi memahami perubahan media dan budaya. Pada ruang digital, media sangat berperan. Kebebasan setiap individu untuk menyajikan budaya di ruang digital tidak terhindarkan. Maka dalam ruang digital, budaya mendapatkan apresiasi. Tetapi tidak tertutup kemungkinan juga mengundang para individu yang melihat beragam kebudayaan dengan cara yang kurang tepat, ataupun cenderung mengklimi secara sepihak. Perbedaan budaya jangan dijadikan alat untuk melakukan tindak diskriminasi. Ketika diskriminasi terjadi di masyarakat, media memiliki kemungkinan untuk melakukannya, memperkuatnya, atau, yang diharapkan, mengambil sikap membela kelompok yang menghadapi diskriminasi (Nurhajati, 2019).



**Gambar III.3.**

**Upacara Pemakaman “Rambu Solok” di Tana Toraja**

Sumber foto: <https://www.infobudaya.net/2020/01/rambu-solo-upacara-pemakaman-termahal-di-dunia/>

Mari kita pelajari apa saja unsur yang terkandung dalam praktik Budaya di Indonesia, seperti ditunjukkan tabel berikut ini:

**Tabel III.2.**

**Praktik Budaya Yang Beragam di Indonesia**

<b>Tatanan sosial</b>	<b>perilaku</b>	Membicarakan perlunya sikap formal atau non formal dalam berinteraksi. Perlunya jarak atau tidak dalam proses interaksi tersebut. Mungkinkah interaksi dilakukan secara langsung, atau melalui melalui perantara? Di Jawa Tengah, misalnya, masih banyak paham feodal yang mempertahankan posisi keluarga Raja/Bangsawan pada tempat yang lebih tinggi dari masyarakat pada umumnya. Termasuk suku Bali yang masih mengenal sistem kasta.
<b>Bentuk komunikasi verbal dan non verbal</b>		Ini adalah tentang menempatkan bahasa tubuh yang tepat. Penggunaan bahasa verbal dan non verbal harus sesuai dengan budaya yang ada. Satu kata, bisa berbeda makna. Dalam bahasa Sunda, misalnya, kata “Atos” memiliki makna “Selesai”. Sementara bagi orang Jawa, kata yang sama bermakna “keras.”
<b>Penampilan dan kegiatan keseharian</b>		Cara berpakaian, tata aturan minum dan makan, dan lainnya. Misalnya, bagi sebagian besar suku Minang, Sumatera Barat, makan bersama-sama dalam satu wadah besar sambil duduk di lantai, adalah sangat biasa. Namun, tidak bagi suku lainnya.
<b>Ritual adat yang berlaku</b>	<b>yang</b>	Berbagai upacara ritual dalam peristiwa kelahiran, perkawinan, dan kematian yang berbeda-beda. Misalnya saja di Suku Batak,

---

maupun suku Toraja, upacara kematian sangat mewah dengan berbagai kelengkapan budaya, seperti layaknya mengadakan pesta. Demikian juga dengan orang Manado yang melakukan berbagai pesta dansa untuk upacara panen, pernikahan, dan lainnya.

---

Sumber:

Modifikasi dari National Standards for Foreign Language Education Project, 1999

Beragam praktik budaya tadi bisa dilihat dan diperhatikan secara langsung apabila kita bertatap muka atau berada di lokasi secara fisik. Namun, apabila tidak dimungkinkan demikian, maka media digital menjadi menjadi perantaranya, dan memberikan konteks serta gambaran situasi ketika praktik budaya itu dijalankan.

## **MEMPRODUKSI KONTEN BUDAYA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI**

Beragam sajian dalam bentuk foto, video, maupun tulisan, saat ini tersebar di semua lini media digital kita. Pada tahapan ini, kita sebenarnya sudah punya modal untuk memproduksi konten budaya dalam kehidupan sehari-hari. Di sinilah tantangan yang kita hadapi menjadi lebih kompleks. Di satu sisi, kita dituntut untuk menghargai segala perbedaan. Di lain pihak, kita juga dituntut memprioritaskan upaya menjaga konten budaya yang diproduksi. Dalam proses produksi konten, jangan lupa ada pihak lain, atau orang lain dalam konteks budaya yang berbeda, yang mungkin tidak nyaman ketika kegiatan ritual budaya maupun ibadah kepercayaan/keagamaannya diekspos. Saat kita hendak membuat foto maupun video tentang pemeluk Kong Hu Cu yang sedang berdoa di Klenteng, misalnya, belum tentu lho mereka berkenan untuk diabadikan kegiatannya. Maka, menjadi kewajiban pihak yang memproduksi konten budaya tersebut untuk mendapatkan izin dari individu-individu yang hendak diekspos kegiatannya.



**Gambar III.4.**  
**Kegiatan Umat Konghucu di Kelenteng**

Sumber foto:

<https://www.liputan6.com/news/read/4163467/sambut-imlek-umat-khonghucu-khusyuk-beribadah-di-kelenteng-petak-semilan>

Contoh kasus lainnya adalah penolakan para warga Baduy Dalam, Banten, untuk diambil foto/videonya, baik foto diri maupun kampungnya. Dalam hal ini, pihak-pihak yang hendak mengabadikan mereka, harus menghormati sikap tersebut. Penghargaan atas keyakinan yang berbeda, wajib terus dijaga dan menjadi tanggung jawab kita bersama. Mengabadikan foto/video secara diam-diam, sembunyi-sembunyi, demi konten media digital, merupakan perbuatan yang melanggar etika berbudaya dalam bermasyarakat dan berbangsa.



**Gambar III.5.**  
Penduduk Baduy Dalam dalam Perjalanan ke Hutan

Sumber foto:  
<https://www.inanews.co.id/2018/10/apa-perbedaan-baduy-dalam-dan-baduy-luar/>

Apa saja sih produk budaya yang perlu dilestarikan, dan dapat didokumentasikan melalui media digital kita? Tabel berikut ini akan membantu kita mencermati produk budaya yang berwujud dan tak berwujud.

**Tabel 3.3.**  
Jenis-jenis Produk Budaya

Berwujud	Tak Berwujud
	
<p>Mainan, kelengkapan rumah tangga, pecah belah/tembikar, instrumen musik, busana daerah, kegiatan olah raga, jenis-jenis masakan/makanan, artefak, seni sastra, seni kriya, seni tari, komik, film, permainan tradisional, seni teater (wayang, ketoprak, lakon, dll), dan lainnya.</p>	<p>Musik dan lagu, bahasa, logat/dialek, pola perilaku, kegiatan supranatural, dan lainnya.</p>

Sumber foto: Factsofindonesia.com dan Komunitas Aleut, 2015

Kemampuan produksi budaya dalam ruang digital membutuhkan dua keterampilan sekaligus, yakni keterampilan menghasilkan produk budayanya itu sendiri, kemudian memproduksinya dalam bentuk tampilan digital. Media sosial memiliki kemampuan untuk menayangkan produksi budaya dalam bentuk audio visual seperti terlihat di berbagai saluran Youtube, Facebook, Twitter, Instagram TV dan lain-lain. Secara khusus, beberapa pengisi konten Youtube (Youtuber) bahkan mendedikasikan dirinya untuk pengembangan konten budaya di Indonesia. Ini adalah sikap yang sangat terpuji, perwujudan dari produksi budaya di ruang digital.

### **BERBAGI CERITA TENTANG SENI DAN BUDAYA**

Ketika kita sudah bisa memproduksi konten budaya, maka tahapan selanjutnya yang tidak kalah penting adalah mendistribusikan konten budaya tersebut. Inilah Klkat dari berbagi cerita tentang kita dan budaya di sekeliling kita. Nah, kemampuan kita untuk **mendistribusikan cerita tentang seni dan budaya** dalam berbagai platform digital, sekaligus berbagai kategori khalayaknya, juga memiliki tantangan tersendiri.

Berbagi cerita tentang seni dan budaya dalam proses distribusi ini dapat dimulai dari hal-hal sederhana. Yang paling sederhana adalah menjelaskan konteks dan ruang lingkup konten. Konten-konten terkategori dewasa, haruslah diinformasikan sejak awal melalui keterangan pembatasan usia, ataupun petunjuk “Tayangan di bawah pengawasan orang tua.” Tentu saja, penjelasan seperti ini tidak cukup. Kemampuan kompetensi kita pada aspek distribusi tidak bisa dipisahkan dari konteks dan pemahaman atas perspektif budaya itu sendiri. Apakah perspektif budaya itu? Perhatikan hal-hal berikut untuk memahaminya. Memiliki perspektif budaya, berarti menimbang aspek-aspek ini.

**Tabel III.3.  
Perspektif Budaya**

<b>Adanya pemahaman atas batas usia, dan perbedaan perilaku karena beda usia</b>	Misalnya saja tayangan untuk anak-anak harus dibedakan dengan tayangan remaja, dan juga dewasa. Penghargaan atas kebebasan berpendapat dalam setiap budaya yang dimiliki oleh seseorang dan kelompoknya.
<b>Adanya keyakinan</b>	Misalnya saja, ada yang menganggap olahraga dan hiburan lebih

<b>sesuatu lebih baik dari lainnya</b>	berharga daripada pendidikan. Juga kemampuan berbahasa lebih dari satu itu lebih baik daripada hanya memiliki satu bahasa. Berbagai perbedaan keyakinan ini haruslah diterima dan ditoleransi satu dengan lainnya.
<b>Adanya nilai kepemilikan</b>	Misalnya saja pada sebagian besar suku di Indonesia menganggap bahwa manusia tidak bisa terlepas dari alam, sehingga punya kewajiban memelihara alam. Di sisi lain, ada juga budaya di Indonesia yang menekankan alam bersifat kolektif, milik semua bukan milik individu, sehingga apabila seseorang menanam pohon dan buahnya jatuh ke halaman orang lain atau ke jalanan, maka buah tersebut menjadi hak orang yang menemukannya.
<b>Adanya nilai dan perilaku yang harus dekat dengan keluarga</b>	Bahwa keluarga adalah segalanya, termasuk pepatah “Makan atau Tidak makan itu tidak penting, asal berkumpul dengan keluarga”. Namun, di sisi lain ada yang menganggap berbagai kegiatan dalam keluarga bersifat sangat pribadi, sehingga tampak sangat tertutup.

Sumber:

Modifikasi dari National Standards for Foreign Language Education Project, 1999

Tentu saja, perspektif budaya di atas harus digali lebih dalam dengan contoh-contoh beragam budaya di Indonesia. Perbedaan yang ada harus dihargai oleh setiap pihak. Distribusi literasi digital dalam bidang budaya didasari oleh menghargai keragaman dan perbedaan. Buktinya secara nyata dapat kita lihat pada beragam media daring maupun media sosial kita.

## **PELESTARIAN SENI, BUDAYA DAN BAHASA DAERAH DI RUANG DIGITAL**

Pada penjelasan sebelumnya, kita sudah menggali kekayaan multikultural masyarakat dan bangsa Indonesia. Pada bagian ini, kita akan mencermati cara melestarikan bahasa daerah, seni, dan budaya dalam ruang digital. Ada dua poin yang akan kita diskusikan yakni: 1. Partisipasi dalam seni budaya tradisional dan kontemporer, dan 2. Kolaborasi budaya visual: lembaga, pameran, intervensi budaya. Kita mulai dari poin pertama.

### **Partisipasi dalam seni budaya tradisional dan kontemporer.**

**Salah satu kompetensi penting literasi digital adalah partisipasi.** Partisipasi literasi digital dalam seni budaya tradisional dan kontemporer bisa dilakukan dengan banyak cara. Salah satu cara yang paling manjur adalah bergabung dengan berbagai kelompok seni budaya tradisional & kontemporer, serta menjadi bagian dari kelompok penjaga dan pelestari bahasa daerah di masing-masing daerah. Setiap Kota/Kabupaten di Indonesia biasanya memiliki lembaga pusat kebudayaan daerah. Nah, kita dapat berpartisipasi dengan cara bergabung dalam jaringan-jaringan tersebut. Harus diakui, ini tidak mudah, karena tidak semua pusat kebudayaan daerah memiliki media digital. Sehingga, menjalin jaringan tidak begitu saja mudah dilakukan. Namun, apabila kita bisa mengembangkan jaringan tersebut, berpartisipasi dengan mendorong agar lembaga budaya atau komunitas ini memiliki media digital, sehingga mampu menghadirkan seni, budaya dan bahasa daerah mereka dalam ruang digital yang lebih luas.

Berikut ditampilkan beberapa contoh Kelompok Teater, Budaya, Seni, dan Rumah Produksi yang sudah memiliki ruang digital, namun bisa terus dikembangkan konten maupun penggunaan platform media sosialnya. Dari kelompok yang beragam ini kita bisa menggali ide dan mendapatkan inspirasi untuk mengembangkan gagasan kita atas partisipasi literasi digital dalam seni budaya tradisional, kontemporer, dan bahasa daerah.

**Tabel III.4.**  
**Contoh Kelompok Teater, Budaya, Seni, dan Rumah Produksi**

No.	Nama Kelompok	Deskripsi	Karya/Program	Link Terkait
1	Jakarta Movement of Inspiration	<b>Organisasi seni pertunjukan</b> yang dikenal dengan karya-karya drama musikal yang melibatkan <b>pemuda melalui audisi terbuka</b>	Musikal Petualangan Sherina (2017-2018), Dongeng Pohon Impian (2018), Jakarta Show Off (2019), dst.	<a href="https://www.jakarta-movin.com/">https://www.jakarta-movin.com/</a>
2	Ravacana Films	<b>Rumah produksi.</b> Ravacana Films lahir atas asas kolektif oleh beberapa orang yang memiliki visi yang sama untuk menggali potensi kolektif di bidang perfilman. Dalam proses pengkaryaan, Ravacana Films <b>selalu melibatkan kawan-kawan yang</b>	Tilik (2018), Kodhok (2019), Nilep (2015), Anak Lanang (2017), Ubeg-ubeg (2020)	<a href="https://ravacanafilms.com/">https://ravacanafilms.com/</a>

		<b>memiliki ketertarikan di bidang film baik dari kalangan profesional maupun pemula.</b>		
3	Serrum	Serrum adalah kolektif seniman yang berbasis di Jakarta. Serrum (ruang berbagi) <b>fokus pada isu pendidikan dengan metode kerja penelitian, kolaborasi, partisipatif dan aktivasi.</b>	Pasar Ilmu, Rumah Guru, Buku Satu Selimut, Kurikulum Masuk Desa, Remedial	<a href="https://serrum.id/">https://serrum.id/</a>
4	Koalisi Seni	Koalisi Seni Indonesia berdiri sebagai perkumpulan yang bertujuan untuk mendukung pengembangan kesenian di Indonesia, inisiatif ini dimulai karena adanya <b>kesadaran terhadap pentingnya nilai seni dalam kehidupan masyarakat sipil.</b>	Pemajuan Kebudayaan, Kebebasan Berkesenian, Dana Abadi Kesenian, Seni Semasa Krisis, Tata Kelola Industri Musik	<a href="https://koalisiseni.or.id">https://koalisiseni.or.id</a>
5	Komunitas Galang Kangin	Komunitas Galang Kangin didirikan tahun 1996 dan <b>secara rutin menyelenggarakan aktivitas pameran di berbagai ruang kebudayaan.</b> Para anggotanya juga meraih berbagai penghargaan seni rupa, semisal semisal Phillip Morris Arts Foundation serta melakukan pameran di dalam maupun luar negeri.	Transformasi Air dalam Karya Visual Atraktif	<a href="https://www.bentarabudaya.com/komunitas/bentara-budaya-bali">https://www.bentarabudaya.com/komunitas/bentara-budaya-bali</a>
6	Komunitas Sahaja	Komunitas Sahaja adalah sebuah <b>kelompok studi sastra dan penulisan kreatif</b> yang terdiri dari kalangan pelajar, baik SMP, SMA maupun tingkat Universitas. Sejak dibentuk pada tanggal 24 Mei 2006, kini Sahaja telah		<a href="https://komunitassahaja.wordpress.com/">https://komunitassahaja.wordpress.com/</a>

		memiliki lima belas orang anggota inti dan sebelas anggota non inti.		
--	--	--	--	--

Sumber: Olahan penulis

Partisipasi saja, tidak cukup. Untuk melestarikan budaya, kompetensi lain yang diperlukan adalah kolaborasi. Mari kita bahas poin kedua.

### **Kolaborasi Budaya Visual: Lembaga, Pameran, Intervensi Budaya.**

Kompetensi kolaborasi adalah lanjutan dari kompetensi partisipasi. Inilah yang akan dibahas pada bagian akhir bab ini, yaitu **kolaborasi budaya visual: lembaga, pameran, intervensi budaya**. Tentu saja, sebagai kompetensi dengan tingkat keterampilan yang lebih kompleks, tidak mudah untuk melakukannya. Namun, jika kita betul-betul berminat pada isu budaya, kita tetap bisa menjalankannya, karena terdapat banyak pilihan kategori kegiatan, maupun tingkatan yang dimiliki. Kegiatan kolaborasi budaya visual ini tentunya harus tetap merujuk pada praktik, produk dan perspektif budayanya.

Pada bagian sebelumnya kita sudah membahas bagaimana kita dapat berpartisipasi pada lembaga-lembaga budaya. Langkah ini dapat dilanjutkan dengan kegiatan kolaborasi. Bentuk kolaborasi paling sederhana adalah melakukan pameran-pameran di bidang budaya. Kegiatan pameran ini dapat dikemas dalam bentuk visual digital yang bisa diakses dan dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Pameran digital bisa dilakukan dengan berbagai aplikasi pameran virtual, seperti Artstep.com, Acute Art, Accelevents, Communiqué, Hexafair, InxPo, vFairs, dan lain-lain. Sayangnya, semua aplikasi merupakan produk luar negeri. Menjadi tantangan selanjutnya untuk memproduksi aplikasi pameran virtual karya anak bangsa. Pameran virtual bisa juga dilakukan dengan metode hibrida. Di sini, ruang pamerannya secara fisik ada, kemudian direkam secara audio visual, dan ditayangkan dalam bentuk rekaman digital. Jadi, tersedia

berbagai alternatif yang bisa disesuaikan dengan kemampuan kita sebagai pihak penyelenggara kegiatan pameran budaya tersebut.



**Gambar III.6.**  
**Contoh Pameran Virtual di Ruang Digital**

Sumber foto:

<https://bali.tribunnews.com/2020/08/12/dibuka-hari-ini-inilah-keistimewaan-pameran-virtual-seni-rupa-literacy-across-cultures>

Pada tahun 2020 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Daerah Surabaya mengawali digelarnya kegiatan seni dan budaya melalui ruang digital. Sebuah terobosan yang dilakukan karena situasi pandemi Covid-19. Kegiatan seni budaya yang biasanya rutin dilakukan secara langsung di Balai Kesenian Surabaya, dialihkan dalam bentuk kegiatan seni budaya virtual yang tetap menarik dalam penggarapan kontennya. (<https://kompas.id/baca/humaniora/dikbud/2020/09/20/parade-seni-budaya-surabaya-dialihkan-ke-ruang-virtual/>).



**Gambar III.7.**

**Contoh Kegiatan Baduy melalui Ruang Digital**

Sumber Foto: [https://m.youtube.com/watch?v=H3LBU0gz7\\_o](https://m.youtube.com/watch?v=H3LBU0gz7_o) saluran dari Pemda Surabaya dengan nama Sapa Warga Kota Surabaya.

Event di Surabaya kemudian disusul oleh Direktorat Jenderal Kebudayaan Kemendikbud yang meluncurkan Pekan Kebudayaan Nasional (PKN) 2020 dengan tema “Ruang Bersama Indonesia Bahagia” secara daring pada 31 Oktober-30 November 2020 (<https://www.antaranews.com/berita/1801169/pekan-kebudayaan-nasional-2020-secara-daring>). Hal seperti ini bisa ditiru dan dimodifikasi oleh berbagai lembaga seni dan budaya daerah lainnya. Intinya kegiatan seni budaya tetap harus hadir dalam berbagai ruang digital kita. Pada bagian ini, proses intervensi kebudayaan sudah dijalankan.

Bentuk intervensi budaya membutuhkan kolaborasi minimal dari kedua belah pihak. Bagaimanapun juga, Kikat kolaborasi adalah memadukan ide dan gagasan dua atau lebih pihak-pihak yang memiliki tujuan yang sama untuk pengembangan dan pelestarian budaya Indonesia. Saat ini, sudah banyak kegiatan intervensi budaya secara langsung yang dilakukan berbagai organisasi dan lembaga yang bersifat nasional maupun internasional untuk mempertahankan keberadaan dan keragaman budaya Indonesia. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) maupun Konsul Jenderal (Konjen/KJ) Republik Indonesia di berbagai

negara, biasanya secara rutin melakukan kegiatan intervensi budaya Indonesia dengan menyajikannya dalam beragam pentas seni budaya dalam panggung pertunjukan secara langsung (lihat tabel Contoh Kegiatan Budaya Indonesia oleh Kedubes/Konjen RI).

Pada tahun 2020 momentum yang cukup unik dilakukan oleh KJRI Mumbai di India, yang menggelar sendratari Ramayana di pelataran Candi Prambanan, yang disiarkan langsung melalui streaming YouTube selama 2 jam. Meskipun awalnya acara ini diharapkan akan dinikmati oleh masyarakat India di Mumbai, namun dalam praktiknya malah dinikmati oleh seluruh masyarakat dunia yang tertarik pada kegiatan ini. Ini adalah salah satu bentuk intervensi budaya yang bisa terus dikembangkan oleh berbagai organisasi dan lembaga yang ada di Indonesia.



**Gambar III.8.**

**Contoh Kegiatan Budaya Sendratari Ramayana di Prambanan secara Langsung yang Disiarkan melalui Ruang Digital**

Sumber Foto: <https://kemlu.go.id/mumbai/en/news/8315/gelar-sendratari-ramayana-virtual-kjri-mumbai-sukses-promosi-budaya-indonesia-di-tengah-pandemi>

**Tabel III. 5.**  
**Contoh Kegiatan Budaya Indonesia oleh Kedubes/Konjen RI**  
 Sumber: Olahan tim penulis

No.	Nama Kegiatan	Deskripsi	Penyelenggara	Tanggal	Link Terkait
1	Sendratari Ramayana Virtual – Live dari Yogyakarta	Upaya promosi seni budaya Indonesia ke masyarakat India di masa pandemi Covid-19 dan dalam rangka memperingati HUT RI ke-75.	KJRI Mumbai, India, dengan siaran langsung dari Yogyakarta	5 September 2020	<a href="https://www.tribunnews.com/internasional/2020/09/07/4600-orang-tonton-sendratari-ramayana-virtual-gagasan-kjri-mumbai">https://www.tribunnews.com/internasional/2020/09/07/4600-orang-tonton-sendratari-ramayana-virtual-gagasan-kjri-mumbai</a>
2	Partisipasi dalam Festival Internacional De Música De Comidas 2020	Menyajikan kuliner khas nusantara dan menampilkan tarian Serampang Dua Belas.	KBRI di Quito, Ekuador	7 Februari 2020	<a href="https://www.metrotvnews.com/play/bJECzrAp-kbri-quito-gelar-festival-kuliner-dan-budaya">https://www.metrotvnews.com/play/bJECzrAp-kbri-quito-gelar-festival-kuliner-dan-budaya</a>
3	Safira Cup (Festival Budaya dan Turnamen Pencak Silat)	Menampilkan pertunjukan Gamelan KI Ageng Ganjur dan atraksi pencak silat yang diwakili oleh organisasi pencak silat NU Pagar Nusa	KBRI Aljazair, di Alger	20-21 September 2019	<a href="https://www.antarane.ws.com/berita/1074858/kbri-aljazair-gelar-festival-budaya-indonesia-dan-turnamen-silat">https://www.antarane.ws.com/berita/1074858/kbri-aljazair-gelar-festival-budaya-indonesia-dan-turnamen-silat</a>
4	Festival Indonesia	Festival ini merupakan kali keempat. Festival akan diadakan di Krasnaya Presnya, salah satu taman terbesar dan terpopuler di Kota Moskwa.	KBRI di Moskwa	2-4 Agustus 2019.	<a href="https://news.detik.com/berita/d-4448084/promosikan-budaya-indonesia-kbri-kembali-gelar-festival-di-rusia">https://news.detik.com/berita/d-4448084/promosikan-budaya-indonesia-kbri-kembali-gelar-festival-di-rusia</a>

Setelah mempelajari digitalisasi dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kita diharapkan bisa memperdalam gagasan kebudayaan Indonesia yang ditampilkan di ruang digital. Selain itu, kita juga bisa melakukan penyebaran praktik, produk dan perspektif kebudayaan secara digital dengan lebih luas.

Jangan lupa, nilai Bhinneka Tunggal Ika dan multikulturalisme bangsa Indonesia harus menjadi acuan utama. Segala perbedaan yang ada dalam budaya Indonesia, mesti disikapi dengan bijaksana. Mendiskusikan beragam perbedaan budaya dengan sifat terbuka dan saling menerima adalah kunci utama agar budaya Indonesia tetap terjaga.

## EVALUASI

Evaluasi penting untuk mengukur sejauh mana perubahan yang terjadi setelah mencerna tema tentang Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi. Matriks evaluasi berikut ini dapat membantu memetakan jenis evaluasi apa yang dibutuhkan, sesuai dengan aspek-aspek digitalisasi kebudayaan dan teknologi informasi komunikasi.

Tabel III.6.

Domain Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi

No.	Aspek Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi	Kognitif	Domain Evaluasi Afektif	Konatif/behavioral
1	<b>Memahami Budaya di Ruang Digital</b>	Mengetahui konsep, jenis, serta konteks budaya dalam ruang digital	Menyadari pentingnya keberagaman budaya pada seluruh masyarakat di Indonesia	Mempraktikkan keragaman budaya dalam ruang digital
2	<b>Memproduksi Budaya di Ruang Digital</b>	Mengetahui konsep, jenis serta konteks keragaman budaya sebagai bagian dari multikulturalisme dan kebhinekaan di ruang digital	Menyadari keberagaman sebagai bagian dari multikulturalisme. Menyadari kebhinekaan dalam ruang digital.	Mempraktikkan ruang debat yang sehat atas segala perbedaan yang ada.
3	<b>Mendistribusikan Budaya di Ruang Digital</b>	Mengetahui cara mendistribusikan cerita tentang seni dan budaya yang penuh keragaman di ruang digital.	Menyadari pentingnya proses pendistribusian cerita di ruang digital tentang seni dan budaya yang penuh keragaman.	Mempraktikkan pendistribusian cerita di ruang digital tentang seni dan budaya yang penuh keragaman
4	<b>Partisipasi Budaya di Ruang Digital</b>	Mengetahui bagaimana proses partisipasi pelestarian seni, budaya dan bahasa daerah di ruang digital.	Menyadari pentingnya proses partisipasi pelestarian seni, budaya dan bahasa daerah di ruang digital.	Mempraktikkan partisipasi pelestarian seni, budaya dan bahasa daerah di ruang digital.
5	<b>Kolaborasi Budaya di Ruang</b>	Mengetahui bagaimana proses	Menyadari pentingnya	Mempraktikkan partisipasi literasi

	<b>Digital</b>	partisipasi literasi digital dalam seni budaya tradisional dan kontemporer.	proses partisipasi literasi digital dalam seni budaya tradisional dan kontemporer.	digital dalam seni budaya tradisional dan kontemporer.
--	----------------	---	--	--

Sumber: olahan tim penulis

Matriks yang memperlihatkan domain evaluasi pada setiap aspek Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi dapat diterjemahkan menjadi instrumen evaluasi. Berikut ini adalah contoh evaluasi kuantitatif yang terdiri dari serangkaian pernyataan dengan menggunakan skala sikap. Tujuannya adalah memahami sejauh mana pengisi evaluasi memiliki sikap-sikap yang mencerminkan kecakapan digitalisasi kebudayaan dan teknologi informasi dan komunikasi.

**Tabel III.7.**  
**Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi dilihat dari Aspek Konatif (Behavioral)**

No	Pernyataan	Berilah tanda V (centang) pada salah satu pilihan				Alasan
		Sangat Jarang	Jarang	Sering	Sangat Sering	
1	Melakukan salah satu kegiatan budaya (menyanyi atau menari, atau bermain alat musik) yang berasal dari suku lainnya di Indonesia					
2	Menggunakan kata atau kalimat dari bahasa daerah lainnya.					
3	Meminta izin pada subyek budaya yang berupa manusia ketika hendak produksi budaya dalam bentuk digital.					
4	Mendiskusikan perbedaan budaya dengan suku lainnya di Indonesia.					
5	Memproduksi kegiatan budaya dalam bentuk digital.					
6	Ikut menyebarkan kegiatan budaya melalui media digital.					
7	Berpartisipasi dalam kegiatan budaya dalam lingkup lokal					

	atau nasional yang didokumentasikan dalam bentuk digital.					
8	Menonton seni budaya tradisional maupun kontemporer secara digital.					
9	Berkolaborasi dengan kelompok budaya untuk melakukan pentas seni secara digital.					
10	Mempromosikan berbagai kolaborasi kegiatan budaya Indonesia melalui ruang digital.					

Sumber: olahan tim penulis

Selain melakukan evaluasi secara kuantitatif, kita juga dapat mengevaluasi kecakapan digitalisasi kebudayaan dan teknologi komunikasi dan informasi secara kualitatif. Ada berbagai cara untuk melakukannya, seperti diskusi, simulasi, praktik, dan lain-lain. Tabel berikut ini merinci beberapa contoh untuk memoles kompetensi literasi yang diinginkan, melalui sejumlah aktivitas.

**Tabel III.8.**  
**Evaluasi Kecakapan Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi dengan aspek Kognitif, Afektif dan Konatif (Secara Kualitatif)**

<b>Jenis Kompetensi Literasi Digital</b>	Pemahaman dan Praktik Kompetensi
<b>Memahami Budaya di Ruang Digital</b>	Berilah contoh perbedaan budaya antar suku di Indonesia yang tidak perlu diperdebatkan. Minimal dua contoh.
<b>Produksi Budaya di Ruang Digital</b>	Buatlah perencanaan seni budaya yang hendak Anda produksi melalui ruang digital yang ada. Sebutkan detil jenis dan karakter medianya.
<b>Distribusi Budaya di Ruang Digital</b>	Buatlah contoh mendistribusikan praktik, produk maupun perspektif budaya yang ada melalui ruang digital. Jangan lupa, sertakan kategori dan tipe khalayak yang dituju dengan medianya.
<b>Partisipasi Budaya di Ruang Digital</b>	Buatlah rincian kelompok seni budaya di wilayah Anda, mulai dari seni tradisi, seni tari, sampai seni kriya. Buatlah perencanaan untuk berpartisipasi budaya dengan memanfaatkan ruang digital.
<b>Kolaborasi Budaya di Ruang Digital</b>	Berilah contoh alternatif bentuk kolaborasi budaya di ruang digital yang bisa terus dikembangkan

Sumber: Olahan tim penulis

## REKOMENDASI

Menanamkan prinsip-prinsip digitalisasi kebudayaan untuk memajukan budaya bangsa, bukan hal yang mudah. Lebih-lebih lagi karena konsep budaya itu sendiri sangat abstrak. Pendekatan yang tepat diperlukan bagi beragam target sasaran, khususnya target yang rentan, perlu dilindungi, dan perlu diberdayakan.

**Tabel III.9.**  
**Pendekatan pada Target Sasaran**

Anak-anak	Perempuan	Lansia	3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) di Indonesia	Penyandang disabilitas
<b>Memahami Budaya di Ruang Digital</b>				
Jangan memberi anak teori dan konsep. Perkenalkan budaya dengan memberikan contoh dan cara mengapresiasi. Ajak anak mengakses konten digital bermuatan budaya yang positif, ajari bagaimana mengapresiasi konten tersebut. Integrasikan pemahaman dan apresiasi dengan beragam pelajaran sekolah, sehingga budaya digital	Berikan pemahaman bahwa budaya bisa berarti apa saja, tidak terkotak-kotakkan pada seni dalam pemaknaan sempit. Berikan contoh ekspresi budaya yang tepat di ruang digital, dengan tujuan memberdayakan perempuan dan memberi ruang aktualisasi diri bagi mereka.	Dibandingkan yang lainnya, lansia memiliki pengalaman berbudaya yang paling banyak. Mengajari mereka bukan pendekatan yang tepat. Justru, undang mereka untuk berbagi pengalaman budaya dalam segala bidang dalam ruang digital. Dengan mengapresiasi pengalaman mereka, maka konsep dan praktik	Perkenalkan potensi ruang digital dalam mempromosikan kebudayaan. Berikan pemahaman bahwa ruang digital bisa dimanfaatkan secara positif untuk menggali potensi budaya. Berikan contoh yang tepat dan praktis. Bahasan tentang budaya di ruang digital harus bertitik-tolak dari keseharian mereka.	Sebelum memberikan pemahaman budaya di ruang digital, eksplorasi terlebih dahulu platform digital untuk mengakses sehingga sahabat penyandang disabilitas dapat bersama-sama mengapresiasi budaya di ruang digital. Cari contoh-contoh yang dapat memotivasi sahabat penyandang disabilitas untuk mengisi budaya di ruang digital.

yang positif menjadi bagian keseharian anak.		budaya di ruang digital akan semakin luas.		
<b>Memproduksi, Mendistribusikan, Berpartisipasi dan Berkolaborasi di Ruang Digital</b>				
Tahapan setelah apresiasi budaya adalah memberikan anak project mengerjakan karya budaya baik mandiri maupun kelompok dengan memanfaatkan ruang digital, baik sebagai platform, maupun sebagai tools.	Memberikan project memproduksi karya seni budaya dan mendistribusikannya di platform digital. Proyek bersama ini sekaligus dapat melatih aspek kolaboratif, di samping mengasah partisipasi di ruang public. Berikan contoh yang relevan.	Dengan perangkat yang murah dan mudah dioperasikan, lansia dapat diajak memproduksi gagasan karya cipta budaya. Dengan cara ini, lansia dapat mengisi waktu dengan bermanfaat, dan menambah konten positif.	Berikan pendampingan untuk berkolaborasi memproduksi konten budaya dengan perangkat yang mudah dan murah. Libatkan generasi mudanya yang lebih mudah menguasai teknologi dalam proses produksi.	Dampingi sahabat penyandang disabilitas untuk memproduksi karya atau ekspresi budaya untuk mengisi ruang digital. Tujuannya selain memperbanyak konten positif juga memberdayakan sahabat penyandang disabilitas dengan mengisi ruang budaya digital secara produktif.

Sumber: diolah oleh tim penulis

Budaya adalah produk, praktik dan perspektif hasil pemikiran, gagasan, dan tindakan manusia. Ruang digital sebagai buah kemajuan teknologi, dengan demikian, adalah bagian dari budaya. Kendati demikian, kehadiran ruang digital memberikan sejumlah tantangan bagi pelestarian budaya nasional maupun daerah. Menyikapi hal ini, bahasan tentang Digitalisasi Kebudayaan dan Teknologi Informasi Komunikasi telah memperlihatkan cara menyiasati tantangan dan peluang tersebut melalui kompetensi literasi digital berupa pemahaman terhadap aspek budaya di ruang digital, produksi, distribusi, partisipasi, dan kolaborasi. Selamat mempraktikkan, dan jadilah agen literasi digital yang berpihak pada budaya bangsa.

## DAFTAR PUSTAKA

Habermas, Jürgen. 1991. *Moral Consciousness and Communicative Action*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Koentjaraningrat. 2000. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kurnia, Novi, ZMZ Monggilo, WM Adipura. 2018. *Yuk, tanggap dan bijak berbagi informasi bencana alam melalui aplikasi chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada

Nurhajati, Lestari, Xenia Angelica Wijayanto, Lamria Raya Fitriani. 2019. *Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika*. Jakarta : Penerbit LP3M LSPR

Nurhajati, Lestari. 2019. *Indonesia: Diversities and media discrimination; Transnational Othering Global Diversities Media, extremism and free expression*. Sweden : Nordicom Publisher

National Standards for Foreign Language Education Project. (1999). *Standards for foreign language learning in the 21st century*. Lawrence, KS: Allen Press, Inc.

Turow, Joseph. 2018. *Media today : an introduction to mass communication* . New York: Routledge.

<https://kompas.id/baca/humaniora/dikbud/2020/09/20/parade-seni-budaya-surabaya-dialihkan-ke-ruang-virtual/>

<https://www.antaraneews.com/berita/1801169/pekan-kebudayaan-nasional-2020-secara-daring>

<https://kemlu.go.id/mumbai/en/news/8315/gelar-sendratari-ramayana-virtual-kjri-mumbai-sukses-promosi-budaya-indonesia-di-tengah-pandemi>

<https://perpustakaan.id/pakaian-adat-papua/>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/03/13/mengenal-berbagai-bentuk-rasa-syukur-suku-tengger-dalam-upacara-kasada>

<https://www.liputan6.com/news/read/4163467/sambut-imlek-umat-khonghucu-khusyuk-beribadah-di-kelenteng-petak-sembilan>

<https://www.inanews.co.id/2018/10/apa-perbedaan-baduy-dalam-dan-baduy-luar/>

<https://bali.tribunnews.com/2020/08/12/dibuka-hari-ini-inilah-keistimewaan-pameran-virtual-seni-rupa-literacy-across-cultures>

<https://factsofindonesia.com/history-of-pottery-indonesia>

<https://komunitasaleut.com/2015/11/17/engklak-engklakan-di-saung-angklung-udjo/>



# BAB IV

## CINTAI PRODUK DALAM NEGERI

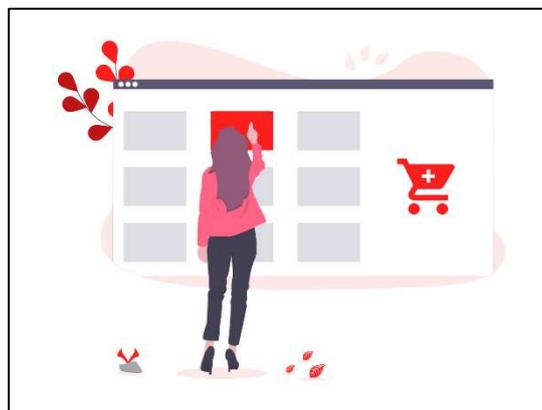
# BAB IV

## Cintai Produk Dalam Negeri

Leviane J. H. Lotulung

---

Belanja melalui media digital bukan menjadi hal yang luar biasa dalam kehidupan saat ini. Hampir semua hal bisa diperjualbelikan di dunia digital, bahkan ada pihak-pihak yang menjual hal-hal yang sensitif juga bisa terjadi di dunia maya. Diketahui, *marketplace* pertama kali muncul di Amerika Serikat dengan adanya *eBay* dan *Amazon*. Di China, dengan kehadiran *Alibaba* yang didirikan *Jack Ma*. Di Indonesia sendiri pada tahun 1999 hadir *Toko online* yang didirikan *Forum Jual Beli Kaskus*. Namun di masa awal berdirinya forum jual beli online, proses transaksinya tetap dilakukan secara *offline*, sedangkan kebanyakan orang hanya menggunakan platform tersebut guna menunjukkan produknya saja.



**Gambar IV.1.**  
**Ilustrasi Belanja Online**  
Sumber: undraw.co

Kini *marketplace* di Indonesia terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan internet. *Tokopedia* berdiri di Tahun 2009, *Bukalapak* di Tahun 2010. Peminat masyarakat terhadap jual-beli secara online, memicu *marketplace* fashion asal Singapura *Zalora* mendirikan *Zalora Indonesia* pada tahun 2011. Bahkan karena antusias yang tinggi di tahun yang sama dicetuskan Hari Belanja Online Nasional (*Harbolnas*).

Belakangan muncul aplikasi yang memudahkan masyarakat guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat, seperti Traveloka, Gojek, Grab, indriver, dan masih banyak lagi aplikasi. Saat ini jumlah marketplace sudah begitu banyak dengan kekuatan industrinya masing-masing. Begitu pula dengan pilihan metode pembayaran yang juga semakin beragam. Proses transaksi yang tadinya terbatas yakni dengan debit dan kredit kini bisa dilakukan melalui *smartphone*. Bahkan sejumlah *marketplace* menyediakan dompet elektroniknya sendiri. Hal itu terjadi karena perkembangan jual-beli di media online, termasuk perkembangan teknologi komunikasi informasi di dunia perbankan.

Fenomena jual-beli di dunia maya semakin marak ketika menyebarnya penyakit baru bernama Covid-19 di dunia sehingga menyebabkan WHO mencetuskan pandemi di dunia akibat penyakit ini. Penyebaran penyakit menggunakan media udara yang menyerang organ pernapasan manusia, meskipun belakang virus juga menyerang bagian pencernaan manusia. Di saat pandemi ini, ketika ada pembatasan manusia untuk keluar rumah dan bahkan semuanya disarankan untuk bekerja dari rumah, ada kewajiban melakukan jaga jarak sehingga para para produsen kecil sampai besar memutar otak dan mencari solusi dengan memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk-produknya.

Media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatts Grup menjadi pilihan yang paling diminati para pengusaha *home industri* yang didominasi dari kalangan ibu-ibu rumah tangga, dari berjualan aneka makanan, pakaian, kosmetik, dan lain sebagainya. Banyak grup-grup jual-beli yang akhirnya bermunculan mengikuti perilaku konsumen. Sedangkan para pengusaha menengah ke atas telah menggunakan fasilitas yang lebih baik lagi seperti fasilitas *web*. Menurut Engel (1994) perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Terdapat dua elemen penting dari perilaku konsumen, yaitu (1) Proses pengambilan keputusan, (2) Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai dan mendapatkan barang dan jasa.

Menariknya dalam fakta yang ada, terlihat minat besar dari pihak asing ingin menguasai pasar dalam negeri Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa. Peluang-

peluang ini yang terus dilirik pihak asing, dengan berbagai produk yang mereka miliki, yang ingin dijualnya di Indonesia. Sementara, produsen dalam negeri cukup banyak, bahkan Indonesia juga dikenal sebagai pengeksport barang-barang tertentu yang bisa bersaing di luar negeri.

## **BIJAK MENJADI KONSUMEN DI ERA DIGITAL**

Cerita atau pengalaman mengenai penipuan saat melakukan jual-beli sudah begitu banyak kita dengar, bahkan mungkin banyak diantara kita menjadi salah satu korbannya. Inilah tantangan bagi kita semua ketika era digital sudah merambah semua lini kehidupan manusia. Japelidi, (2020:12) menghasilkan 10 kompetensi literasi digital, mari kita bahas masing-masing kompetensinya tersebut dalam konteks menjadi konsumen yang bijak di era digital.

Mampu mengakses informasi merupakan kompetensi awal yang dibutuhkan setiap individu untuk bisa mendapatkan informasi akurat yang diperlukan sehingga bisa menjadi konsumen yang bijak di era digital saat ini. Karena dalam mendapatkan informasi di media digital harus ada kemampuan-kemampuan spesifik dalam mengakses informasi di dalam setiap aplikasi jual-beli yang ada.

Setelah memiliki kemampuan mengakses informasi, warganet harus bisa menyeleksi atau bisa memilih dan memilah berbagai informasi dari berbagai sumber yang diakses dan dinilai dapat bermanfaat bagi dirinya. Kompetensi ini sangat diperlukan dalam rangka agar kita tidak salah/keliru dalam proses pengambilan keputusan, khususnya dalam melihat produk-produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhannya.

Kemampuan menyeleksi kemudian diikuti dengan kemampuan memahaminya apa sebenarnya informasi yang dibutuhkan warganet. Dalam proses ini, warganet tidak saja mengikuti tren konsumsi yang ada, tapi menyesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang benar-benar diperlukan warganet. Jangan hanya sekedar mengikuti tren yang ada sehingga berujung pada mengkonsumsi barang/jasa yang berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan bahkan berujung pada mengkonsumsi secara berlebih-lebihan.

Kompetensi berikutnya adalah menganalisis. Kemampuan ini bertujuan untuk bisa melihat kelebihan dan kekurangan dari informasi yang sudah dipahami sebelumnya. Banyak informasi potongan harga yang akhir-akhir ini sering dilakukan para produsen untuk menarik minat konsumen membeli, padahal barangkali barang tersebut kualitasnya sudah di bawah standar yang ada. Misalnya, jika pakaian, modelnya sudah sesuai lagi dengan saat ini. Jika makanan, mungkin kadaluarsanya sudah akan mendekati waktunya, dan lain sebagainya. Faktor-faktor itu harus menjadi bahan pertimbangan warganet untuk pengambilan keputusan dalam membeli sangat dipengaruhi oleh potongan harga dan potongan ongkir.

Langkah berikutnya adalah kemampuan memverifikasi. Kompetensi ini mengajarkan agar warganet mampu melakukan kompetensi silang dengan informasi sejenis. Artinya kita seharusnya bisa membandingkan informasi jual beli dengan fasilitas potongan harga atau potongan ongkir dengan informasi dari toko online sejenisnya lainnya.

Guna menjadi konsumen yang bijak diperlukan kompetensi mengevaluasi. Tujuan dari kompetensi ini adalah agar warganet bisa mempertimbangkan mitigasi risiko sebelum mendistribusikan informasi dengan mempertimbangkan cara dan platform yang akan digunakan. Di sini, warganet harus memperhatikan resiko-resiko yang ada dengan jual beli secara online, kadangkala apa yang kita pesan tidak sesuai dengan gambar yang di tampil di media online.

Kompetensi berikutnya adalah mendistribusikan atau memberikan informasi dengan mempertimbangkan siapa yang akan mengakses informasi tersebut. Pencerahan yang dilakukan berbagai pihak agar kita tidak menjadi korban penipuan secara online sangatlah diperlukan. Orang yang melakukan pencerahan mengenai suatu hal terkait distribusi informasi harus memiliki ketulusan dan kebaikan hati sesuai nilai-nilai baik yang kita anut selama ini. Lagi-lagi tujuannya agar tingkat penipuan online semakin menurun. Pencerahan ini harus dilakukan orang yang lebih paham dengan memperhatikan pihak-pihak yang akan mengakses informasi tersebut.

Memproduksi informasi adalah kompetensi berikutnya dalam menyusun informasi baru yang akurat, jelas dan mempertimbangkan etika. setiap manusia yang telah melek informasi, ada kecenderungan untuk menyusun informasi. Warganet diharapkan bisa menyusun informasi baru yang akurat berdasarkan fakta yang ada serta akal sehat sehingga tidak banyak pihak yang merasa dirugikan dan mengalami ketersinggungan.

Partisipasi adalah kompetensi untuk berperan aktif dalam berbagi informasi yang baik dan etis melalui media sosial maupun kegiatan komunikasi dari lainnya. Kompetisi ini sangat penting agar warganet lainnya tidak mengalami berbagai penipuan online yang sering sekali terjadi di dunia digital.

Kolaborasi adalah sebuah kompetensi untuk berinisiatif dan mendistribusikan informasi yang jujur, akurat dan etis dengan bekerja sama pemangku kepentingan lainnya. Kompetensi ini adalah sebuah kerja nyata dari sebuah komunitas untuk bisa memerangi penipuan-penipuan yang masih ada di dunia digital.

Kolaborasi juga menjadi ciri khas dari Japelidi. Kolaborasi (Japelidi, 2020:11) sesuai dengan kultur gotong royong masyarakat Indonesia yang bisa dijadikan kompetensi untuk mengatasi kompleksitas permasalahan masyarakat digital. Kolaborasi juga sesuai dengan wilayah Indonesia yang luas dengan variasi latar belakang pengguna media digital dilihat dari usia, gender, tempat tinggal, kebutuhan media digital, serta berbagai faktor lainnya.

## **MENCINTAI DAN MEMBELI PRODUK DALAM NEGERI**

Berdiri sejenak di depan cermin

lihat wajah kita

Tanya pada diri kita ini siapa

Putra Indonesia

Cintailah tanah air kita

Bangsa dan bahasa kita  
Apa yang bisa kita banggakan  
Buatan Indonesia

Ref : Aku Cinta, anda cinta, semua cinta

Buatan Indonesia...

Pilihanku hanya satu buatan Indonesia

Demikian lagu dari Bimbo yang hingga kini masih saya ingat. Lagu ini terutama bagian *refren*-nya digunakan sebagai lagu pembuka dan penutup acara TVRI, *Apresiasi Film Indonesia* dengan pembawa acaranya Sandy Tyas pada tahun 1985-1994. Petikan lagu ini menggambarkan bahwa sebagai warga negara Indonesia sudah selayaknya kita mencintai produksi dalam negeri Indonesia yang tidak kalah dengan produksi luar negeri.

Di masa Orde Baru, Presiden Soeharto sampai perlu memasukkan Menteri Muda Urusan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dalam Kabinet Pembangunan IV, 1983–1988 yang dijabat Ginanjar Kartasasmita guna menggugah kesadaran semua warga Indonesia untuk lebih mencintai produk-produk dalam negeri. Di Era Orde Lama, grup band Koes Bersaudara sampai dipenjarakan oleh pemerintah karena musiknya dinilai kebarat-baratan yang dinilai tidak mencerminkan Bangsa Indonesia. Di masa Presiden Joko Widodo, juga terus mengajak semua pihak membeli produk pertanian, perikanan, dan produk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam negeri. Ajakan tersebut untuk meningkatkan pendapatan para petani, nelayan, dan para pelaku usaha kecil di masa pandemi ini.

Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dari Orde Lama sampai pemerintahan sekarang memiliki dasar kuat yang bertujuan bukan hanya akan menguatkan daya beli petani, nelayan, dan UMKM, tapi juga akan menjadi mesin penggerak bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Saat ini Presiden Jokowi meminta kerja sama untuk membangkitkan pelaku usaha kecil yang sangat terdampak oleh kontraksi ekonomi akibat pandemi Covid-19. Dengan membeli produk pertanian, nelayan, dan UMKM buatan anak bangsa, Presiden Jokowi berharap roda perekonomian bisa digerakkan lagi.

Kita tahu bersama banyak perusahaan-perusahaan luar negeri berbasis online terus melirik potensi pasar yang dimiliki Indonesia dengan lebih dari 250 juta warganya. Contoh masuknya perusahaan AirAsia milik Malaysia, perusahaan transportasi dan jasa pengantaran Grab yang kantor pusatnya di Malaysia yang kemudian berpindah di Singapura, perusahaan fashion Salora milik Singapura, dan masih banyak lagi usaha-usaha lain yang terus melirik keberadaan Indonesia dengan potensi pasarnya.

Potensi Indonesia bukan saja bertitik tolak pada jumlah penduduknya tapi hasil-hasil karya anak bangsa yang sebenarnya banyak dilirik kalangan mancanegara. Seperti contoh batik, songket, ulos, kain tenun dan lain sebagainya termasuk barang aksesoris, perhiasan, tas, sepatu dan lain-lain. Aneka karya anak bangsa itu dilirik karena pengerjaannya masih berbasis pekerjaan tangan manusia bukan pabrik.

Kecintaan pada produksi dalam negeri sebenarnya bukti dari bela negara secara ekonomi. Siswanto (2017). Bela negara dimaksudkan sebagai upaya untuk menumbuhkan semangat patriotisme dan cinta tanah air kepada seluruh warga negara Indonesia. (Akmadi, 2017). Artinya bela negara adalah langkah-langkah untuk membangun nilai-nilai rela berkorban untuk Indonesia. Hal ini dipandang penting karena di era globalisasi, arus informasi dan nilai-nilai luar masuk dengan deras dan berpengaruh kepada perilaku masyarakat. Namun yang perlu dipahami bahwa bela negara dalam konteks kekinian tidak mengutamakan wajib militer, tetapi lebih mengutamakan dimensi kreativitas, sosial media, dan acara-cara hiburan yang edukatif. Lebih lanjut, gerakan bela negara melibatkan Badan Ekonomi Kreatif.

Hal ini untuk menindaklanjuti pemaknaan konsep bela negara dalam konteks kekinian yang lebih bersifat nonmiliter. Adapun dasar hukum dari bela negara ini diatur dalam konstitusi UUD 1945.

- a. Pasal 27 ayat (3) semua warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya pembelaan negara.
- b. Pasal 30 ayat (1) tiap-tiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam pertahanan dan keamanan negara.

Jadi sudah selayaknya, warga negara Indonesia melakukan bela negara yang lebih nyata dengan selalu menggunakan barang-barang yang diproduksi di dalam negeri. Juga selalu mengkonsumsi hasil-hasil pertanian dan perikanan asli Indonesia. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan daya beli masyarakat sektor pertanian dan perikanan juga tidak menghabiskan devisa negara karena karena memenuhi kebutuhan makan-minum yang sebenarnya tersedia di dalam negeri. Gerakan kampanye mencintai produksi dalam negeri harus selalu digalakkan tanpa henti dengan menggunakan *platform* yang ada dengan berbagai lapisan masyarakat.

Perlu juga menggunakan orang-orang yang punya pengikut banyak seperti para politisi, artis, selebritis, tokoh agama, tokoh masyarakat dalam membantu kampanye menggunakan produk dalam negeri. Keseharian para *influencer* formal maupun informal harus juga benar-benar menggunakan dan mengkonsumsi produk-produk Indonesia dalam kesehariannya.

Mengutip Siswanto, ada beberapa langkah strategis yang harus dilakukan yaitu Strategi Subjektif dan Objektif.

#### A. Strategi Subjektif meliputi:

- 1) Membangun nasionalisme berkonsumsi. Masyarakat Indonesia perlu digugah rasa nasionalismenya dalam berkonsumsi. Sosialisasi pentingnya membeli produk nasional ketimbang produk luar negeri. Sosialisasi ini dilakukan secara sinergi antara pemerintah dan masyarakat.
- 2) Membangun rasionalisme (logis) masyarakat Indonesia dalam membeli produk. Masyarakat Indonesia perlu diajak bersikap logis dalam berkonsumsi. Dalam hal ini, informasi bahwa produk Indonesia tertentu juga tidak kalah mutunya dari produk luar yang dibuktikan secara objektif dan bertanggungjawab. Jika mutunya sama antara produk nasional dan produk luar maka sebagai bangsa Indonesia sebaiknya membeli produk nasional. Hal yang dilakukan sebagai langkah membela industri nasional atau bagian dari langkah bela negara.

#### B. Strategi Objektif meliputi :

- 1) Peningkatan kualitas atau mutu produknya. Hal ini penting dilakukan agar masyarakat bersedia mengonsumsi produk nasional. Kalau bisa mutu atau kualitasnya melebihi produk luar negeri, tetapi kalau tidak bisa minimal sama dengan mutu produk dari luar negeri.
- 2) Penetapan harga yang bersaing. Harga produk dalam negeri seharusnya bisa lebih rendah dari produk luar karena tidak ada beban.

## EVALUASI

1. Apakah kamu pernah melakukan transaksi online?
  - a. Ya b. Tidak
2. Apakah kamu pernah merasa ditipu saat membeli online?
  - a. Ya b. Tidak
3. Apakah kamu secara konsisten menggunakan produk dalam negeri?
  - a. Ya b. Tidak
4. Apakah kamu masih suka berbelanja di pasar tradisional?
  - a. Ya b. Tidak
5. Apakah kamu mempromosikan produk-produk dalam negeri pada teman-teman di sekitarmu.
  - a. Ya b. Tidak

## REKOMENDASI

Menjadi konsumen yang berpihak pada produk dalam negeri, sekaligus bijak mengonsumsi, adalah salah satu ekspresi kecintaan Tanah Air. Dengan menghargai produk dalam negeri, warga digital bisa menjadi salah satu aktor yang menggerakkan perekonomian. Kendati demikian, diperlukan pendekatan tersendiri bagi berbagai kelompok masyarakat agar sikap cinta produk dalam negeri tidak sebatas menjadi jargon kosong.

**Tabel IV.1.**  
**Pendekatan Target Sasaran**

<b>Anak</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Lansia</b>	<b>3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) di</b>	<b>Penyandang disabilitas</b>
-------------	------------------	---------------	--	-------------------------------

			Indonesia	
<b>Mengetahui pentingnya mencintai dan membeli produk dalam negeri</b>				
Ajak anak mengapresiasi produk dalam negeri. Ajak mereka untuk mengetahui rantai produksi. Dengan melibatkan mereka sebagai bagian dari aktor produksi, mereka akan mampu menghargai produk tersebut. Libatkan anak dalam keputusan berbelanja sehingga mereka terlatih untuk bijak mengonsumsi dan mengutamakan produk dalam negeri.	Keterbatasan mereka dalam mempergunakan pengetahuan mereka dalam berbelanja. Mereka juga memiliki keterbatasan terhadap banyaknya produk dalam negeri yang bermanfaat.	Keterbatasan mereka dalam membeli produk dalam negeri dan pengetahuan akan produk dalam negeri juga terbatas. Selain itu keterbatasan mereka pada penggunaan dari perangkat digital yang sudah maju	Keterbatasan oleh permasalahan infrastruktur. Ini lebih sebagai masalah pemerataan pembangunan. Seiring dengan permasalahan infrastruktur, mengakibatkan mereka mengalami keterbatasan dalam pengetahuan dan pemahaman serta cara mempromosikan produk dalam negeri.	Keterbatasan akses dari para penyandang penyandang disabilitas membuat mereka memiliki keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital. Selain itu mereka memiliki kendala pengetahuan tentang berbagai produk dalam negeri yang ditampilkan dalam penjualan digital.
<b>Menghindari pola konsumsi berlebihan</b>				
Pemberian kesadaran pada anak agar mereka menghindari pola konsumsi yang berlebihan.	Kesadaran pada perempuan agar mereka lebih mampu menahan diri untuk mencegah konsumsi berlebihan melihat dampak iklan dalam negeri	Permasalahan lansia adalah keterbatasan kemampuan dan kapasitas mengekspresikan diri. Faktor keterbatasan mereka dalam mengendalikan emosi ketika mereka melakukan	Tantangan di daerah 3T adalah mereka memiliki keterbatasan dalam mengakses informasi. Baik untuk memahami pentingnya mengendalikan pola konsumsi	Permasalahan pada warga penyandang disabilitas mereka memiliki cara pandang yang berbeda dengan warga biasa, sehingga perlu bagi mereka untuk

		konsumsi yang berlebihan. Ini menjadi tantangan mereka	yang berlebihan. Cara pandang mereka sebagai konsumen juga perlu diperhatikan agar mereka dapat mengendalikan diri dalam melakukan proses belanja yang efektif.	memperoleh penjelasan mengenai bahaya konsumsi berlebihan
--	--	--	---	---

## DAFTAR PUSTAKA

Akhmadi, Yudono Yanuar, dalam <https://nasional.tempo.co/read/894758/bela-negara-dilanjutkan-jokowi-inginada-unsur-kekinian>, diakses pada 17 Februari 2021.

Japelidi. 2021. *Kolaborasi Lawan (Hoaks) Covid-19 : Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi*. Yogyakarta : Program Studi Mangister Ilmu Komunikasi, UGM.

Siswanto. 2017. *Mencintai Produk Dalam Negeri Sebagai Manifestasi Bela Negara Di Era Global*. Jakarta : Jurnal Pertahanan & Bela Negara, Volume 7 Nomor 3.



# BAB V

## HAK-HAK DIGITAL

# BAB V

## Hak-hak Digital

Santi Indra Astuti

---

Hak-Hak Digital (*Digital Rights*) merupakan isu yang cukup kompleks. Dalam ranah kewargaan digital, hak-hak digital tak pernah bisa dilepaskan dari tanggungjawab. Baik hak maupun tanggungjawab berbicara mengenai kebebasan, sekaligus batasan-batasan dari kebebasan tersebut. Dalam area Budaya Digital (*Digital Culture*), hak dan tanggungjawab digital menempati posisi terakhir setelah indikator lainnya dikuasai. Indikator Hak Digital mencakup persoalan akses, kebebasan berekspresi, perlindungan atas data privasi, dan hak atas kekayaan intelektual di dunia digital. Bab ini **bertujuan** menjelaskan keempat topik tersebut dengan memberikan pemahaman atas masing-masing konsep, diikuti contoh-contoh yang relevan, serta dampak dari pelanggaran hak dan tanggungjawab digital terkait.

Sebelum bergerak lebih jauh, mari kita kenali terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan hak-hak digital. **Hak Digital** adalah **hak asasi manusia** yang menjamin tiap warga negara untuk mengakses, menggunakan, membuat, dan menyebarkan media digital. Hak Digital terdiri dari hak untuk mengakses, hak untuk berekspresi, dan hak untuk merasa aman.

**Tabel V.1.**  
**Ragam Hak Digital**

HAK UNTUK MENGAKSES ( <i>right to access</i> )	HAK UNTUK BEREKSPRESI ( <i>right to express</i> )	HAK UNTUK MERASA AMAN ( <i>right on safety</i> )
Kebebasan mengakses Internet, seperti ketersediaan infrastruktur, kepemilikan dan kontrol layanan penyedia Internet, kesenjangan digital, kesetaraan akses antargender, penapisan dan blokir.	Jaminan atas keberagaman konten, bebas menyatakan pendapat, dan penggunaan Internet dalam menggerakkan masyarakat sipil.	Bebas dari penyadapan massal dan pemantauan tanpa landasan hukum, perlindungan atas privasi, hingga aman dari penyerangan secara daring

Sumber: SAFENet, 2019

Ada hak, tentu ada kebebasan dan tanggungjawab. Kebebasan yang diniscayakan oleh hak-hak digital, bagaimanapun, bukannya tanpa batas. Mengacu pada penjelasan sejumlah regulasi, baik dari tafsir dalam negeri maupun luar negeri, maka pembatasan kebebasan hak digital terdiri dari:

- Menjaga hak-hak atau reputasi orang lain.
- Menjaga keamanan nasional atau ketertiban masyarakat atau kesehatan atau moral publik.

(ELSAM, 2012)

Artinya, dalam mewujudkan hak-hak digital, kita tidak boleh menginjak-injak hak orang lain, melukai, atau merusak reputasi orang lain. Selain itu, jangan mentang-mentang merasa punya *'the right of information'* (hak atas informasi), lantas kita dengan gampang menyebarkan rahasia pribadi orang lain, atau bahkan dokumen-dokumen penting yang sensitif. Ingat, batasan hak digital sama saja dengan hak mengakses informasi, berekspresi, atau mengungkapkan pendapat pada umumnya. Yaitu, jangan sampai menimbulkan keresahan, mengacaukan ketertiban, membuat huru-hara, dan menghasut orang lain.

## **AKSES DIGITAL: PINTU MENUJU RUANG PARTISIPASI DIGITAL**

### **Akses dalam Konteks Hak Digital**

Akses bisa bermakna banyak hal. Misalnya saja, akses sebagai sebuah peluang atau kesempatan. Maka, mengakses berarti berkesempatan untuk menggunakan atau memanfaatkan sesuatu. Contohnya mengakses sumber pustaka. Ini artinya berkesempatan untuk memanfaatkan koleksi yang tersimpan dalam perpustakaan. Mengakses lokasi tertentu, berarti dapat terhubung atau memasuki lokasi tersebut. Tidak sekadar menggunakan, akses juga bisa berarti mengonsumsi. Mengakses televisi, misalnya, berarti menyalakan televisi dan menonton acaranya. Bagaimana dengan akses digital? Akses digital berarti dapat terhubung dengan piranti digital yang membuka kesempatan untuk berpartisipasi secara elektronik dalam ruang digital.

Berpartisipasi secara elektronik dalam ruang digital. Apa maksudnya, ya? Bayangkanlah ruang digital sebagai kamar yang memiliki pintu. Agar bisa memasuki ruang tersebut,

pintunya harus dibuka terlebih dahulu. Kalau dikunci, ya cari kuncinya. Pintu ke ruang digital bukanlah pintu kayu, pintu besi, atau pintu fisik lainnya. Kita baru bisa mengakses ruang digital lewat piranti yang dihidupkan oleh listrik, apakah itu baterai atau saklar sumber listrik. Itulah yang dimaksud dengan 'mengakses secara elektronik'.

Nah, setelah pintu ke ruang digital terbuka, kita bisa memasuki dan melakukan apa saja di sana. Di dalam ruang digital, ada banyak orang dengan berbagai urusan. Apapun yang dilakukan orang di dalam ruang digital tersebut, entah sendirian atau bersama-sama, pada dasarnya mereka melakukan hal yang sama dengan Anda. Yaitu, membuka pintunya terlebih dahulu dan menggunakan platform digital. Ruang digital, dengan demikian, adalah sebuah wahana tempat banyak orang berkumpul. Melakukan urusan di ruang digital, dengan demikian, berarti berpartisipasi di ruang tersebut!

Jadi, akses digital adalah keterhubungan dengan piranti digital yang membuka kesempatan untuk berpartisipasi secara elektronik dalam ruang digital. Kemampuan akses adalah kunci yang akan menuntun kita pada aktivitas-aktivitas lainnya di ruang digital (Monggilo, Kurnia & Banyumurti, 2020).

### **Akses: Keterampilan Teknis Dan Kewargaan Digital**

Mengakses mencakup kemampuan untuk menggunakan apapun yang hendak diakses, dengan sebaik-baiknya. Dalam lingkup literasi digital, kompetensi mengakses berarti mengacu pada serangkaian keterampilan teknis yang diperlukan bagi seorang individu ketika berinteraksi dengan media baru (Wijayanto, Fitriyani & Nurhayati, 2019). Misalnya saja, sebelum bisa memanfaatkan media sosial, orang perlu mengetahui bagaimana mengunduh aplikasinya, memiliki akun, mengawali percakapan di ruang sosial, memfungsikan tombol untuk berinteraksi dengan pihak lain, dan sebagainya. Bahkan saat semua itu akan dilakukan, seseorang harus mampu mengoperasikan piranti yang dipakai, entah itu menghidupkan laptop, tablet, gawai, atau mencari sumber energi listrik ketika gawainya kehabisan baterai atau menghubungkan gawai dengan Wifi.

Di ruang digital, kemampuan mengakses akan menghindarkan pengguna dari berbagai permasalahan.

- Mengakses sumber informasi yang valid dapat membuat kita terhindar dari jebakan hoaks, membantu kita dalam mengambil keputusan, hingga menyelamatkan orang lain ataupun kita sendiri dari fitnah atau tuduhan palsu.
- Mengakses perangkat secara legal, jelas melindungi kita dari perbuatan yang melawan hukum karena melanggar hak cipta milik orang lain.
- Mengakses program sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan, dapat membantu kita mengoptimalkan fungsi program atau alat, serta menghindari kerusakannya.

Sampai di sini, mengakses (perangkat komunikasi atau lanskap digital) tampaknya perkara sederhana. Tetapi, kenyataannya tidak seperti itu, terlebih jika berkaitan dengan infrastruktur digital. Mengakses melibatkan kepemilikan atas barang atau program yang akan diakses (ITU, 2007 dalam Budiman, Yusrizal, dan Damanik, 2007). Atau, setidaknya terbukanya peluang untuk memanfaatkan barang tersebut. Nah, kenyataannya, infrastruktur digital kita belum memadai. Karena itu, fenomena kesenjangan digital kita masih menjadi PR di antara kita. Ketika masih ada tempat atau kelompok masyarakat di Indonesia yang masih tidak bisa mengakses ruang digital sepenuhnya, jelas itu masalah besar dalam demokrasi kita karena berarti, ada hak-hak yang tidak bisa terpenuhi.

Mengakses adalah bagian dari kewargaan digital (*digital citizenship*) yang menjadi inti dari tema Digital Culture (Budaya Digital) dalam modul ini. Dalam kurikulum TIK, akses digital ditempatkan sebagai komponen pertama: Bunyinya adalah “Setiap orang punya hak untuk memakai fasilitas TIK, tapi tidak setiap orang punya kesempatan yang sama untuk mengakses teknologi” (Aribawanto, 2019). Di sini, mengakses bukan sekadar kemampuan, melainkan juga sebuah hak. Belajar menghargai hak setiap orang untuk memiliki akses ke teknologi informasi, serta berjuang untuk mencapai kesetaraan hak dan ketersediaan fasilitas untuk mengakses teknologi informasi merupakan dasar dari Kewargaan Digital. Warga digital harus mengetahui bahwa akses adalah hal yang berharga, maka wajib dipergunakan dengan bertanggungjawab.

## KEBEBASAN BEREKSPRESI DI RUANG DIGITAL

### Kebebasan Berekspresi sebagai Hak Asasi

Kebebasan berekspresi adalah salah satu hak asasi manusia yang menjadi ciri negara demokrasi. Tanpa kebebasan berekspresi, demokrasi tidak akan terwujud, dan sistem pemerintahan jatuh pada *dictatorship* atau pemerintahan otoriter yang jelas tidak diinginkan oleh siapa saja. Media menjadi salah satu ruang kebebasan berekspresi, tempat publik atau khalayak menyampaikan ide, gagasan, kebutuhan, termasuk kritik-kritiknya terhadap lembaga maupun tokoh-tokoh pemerintahan.

Dengan berkembangnya teknologi, berkembang pula jenis-jenis media massa. Dari media tradisional yang bersifat analog, menjadi media baru yang bersifat digital. Maka, ruang berekspresi publik pun menjadi lebih beragam. Pertanyaannya, samakah kebebasan berekspresi di ruang biasa maupun di ruang digital? Adakah konsekuensi tertentu dari kebebasan berekspresi di ruang digital?

Berbeda dengan media massa tradisional yang dikuasai oleh redaksi atau pemilik media, media digital dikuasai oleh siapa saja. Khalayak dalam ruang digital dapat menjadi produser, di samping konsumen. Fenomena khalayak media digital sebagai prosumen berimplikasi menghadirkan ruang kebebasan yang lebih luas. Bebas dalam hal apa? Bebas dalam mengakses, maupun bebas berekspresi.

Kebebasan berekspresi adalah salah satu wujud hak asasi manusia. Kebebasan berekspresi tak bisa dilepaskan dari kebebasan mencari, menerima, dan berbagi informasi. Kebebasan berekspresi juga berkaitan langsung dengan kebebasan berpendapat yang menjadi prasyarat demokrasi.

“Setiap orang berhak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi; hak ini mencakup kebebasan untuk berpendapat tanpa intervensi dan untuk mencari, menerima dan berbagi informasi dan ide melalui media apapun dan tanpa memandang batas negara”.

(Pasal 19, Deklarasi Universal Hak-hak Asasi Manusia, 1948)

“Setiap orang berhak untuk berpendapat tanpa diintervensi. Setiap orang berhak atas kebebasan berekspresi; hak ini wajib mencakup hak untuk mencari, menerima dan

berbagi informasi dan ide dalam segala bentuknya, tanpa memandang batas negara, baik secara lisan, tertulis maupun cetak, dalam bentuk seni, atau melalui media lainnya yang dikehendaki”

“Kebebasan berekspresi, yang mencakup hak untuk ‘mencari, menerima dan berbagi informasi dan ide dalam segala jenisnya, mencakup hak untuk berbagi atau mengekspresikan informasi dan ide, serta hak untuk mengakses informasi”  
(Masyarakat Hak-hak Asasi Manusia Internasional/International)

Nah, tonggak penting dari kebebasan berekspresi di ruang digital hadir di tahun 2012. Pada tahun itu, PBB mengeluarkan Resolusi tentang Pemajuan, Perlindungan dan Penikmatan HAM atas Internet. Salah satu pasalnya mengakui bahwa ekspresi yang disampaikan secara daring mendapatkan perlindungan yang sama dengan aktivitas berekspresi yang disampaikan secara luring (ELSAM, 2013).

### **Mempraktikkan Kebebasan Berekspresi Sebagai Hak Digital**

Kebebasan berekspresi berkaitan dengan kompetensi kecakapan digital, namun terletak pada jenjang yang lebih canggih. Dalam tangga kompetensi literasi digital Jaringan Pegiat Literasi Media (JAPELIDI), mempraktikkan kebebasan berekspresi sebagai bagian dari hak digital muncul **setelah menguasai kompetensi-kompetensi dasar** seperti mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, dan mendistribusikan. Penguasaan kebebasan berekspresi sebagai hak digital terkait dengan maka kompetensi berikutnya, yaitu **memproduksi**. Ini senada dengan modul BSSN “Panduan Literasi Media Digital dan Keamanan Siber: Muda, Kreatif, dan Tangguh Di Ruang Siber” (Monggilo, Kurnia & Banyumurti, 2020) yang menempatkan kebebasan berekspresi sebagai kompetensi ke-3, yaitu ‘**Kreasi Konten**’.

Memproduksi konten untuk ruang digital mencakup duplikasi baik sebagian atau seluruhnya, atau mengembangkan konten yang orisinal. Konten tersebut bisa berupa teks tulisan, gambar, foto, suara, film atau gambar bergerak, ilustrasi grafis, dan masih banyak lagi. Kemasannya juga beragam, mulai dari informasi ringan, berita, *feature*, film, dokumenter, *talk show*, wawancara, iklan, dan lain-lain. Kebebasan berekspresi termasuk

mengaktualisasikan diri dalam bentuk berstatus di media sosial, beropini dalam aplikasi percakapan media sosial, mengunggah foto atau ilustrasi ke laman media sosial, dan bentuk-bentuk ekspresi lainnya.

Kompetensi lain yang terkait dengan kebebasan berekspresi adalah **mendistribusikan**, atau **berbagi informasi atau konten**, **berpartisipasi** atau terlibat secara aktif dalam berbagai bentuk interaksi, serta **berkolaborasi** dengan siapa saja untuk mencapai beragam tujuan, apakah terkait dengan pemenuhan hak politik pendidikan, pekerjaan, atau hiburan/rekreasi.

Dalam konsep Literasi Digital Koinfo-Siberkreasi, kebebasan berekspresi mewujudkan kecakapan digital, khususnya pada indikator cara menggunakan atau mempraktikkan ragam pengetahuan dasar yang telah dimiliki, mulai dari pengetahuan dasar mengenai lanskap digital, mesin pencarian informasi, hingga aplikasi percakapan dan media sosial. Inilah pembeda antara kebebasan berekspresi sebagai kecakapan digital dengan kebebasan berekspresi sebagai aspek kewargaan digital. Pengetahuan dasar dan cara mengaplikasikan kebebasan berekspresi diperoleh dari bahasan kecakapan digital, sementara batasan-batasan dalam penggunaannya menjadi ranah hak-hak digital.

### **Kebebasan Bereksresi, Bukan Tanpa Batas!**

Negara melindungi kebebasan berekspresi. Tetapi, bebas itu bukan tanpa batas. Kebebasan berekspresi di ruang digital memiliki batas-batas yang sama dengan hak-hak digital. Yaitu, tidak boleh melanggar hak dan melukai orang lain, juga tak boleh membahayakan kepentingan publik, negara, dan masyarakat. Nah, untuk mengetahui batasan-batasan kebebasan berekspresi, mari kita cermati bersama jenis-jenis informasi yang dilarang karena melanggar hak orang lain, membahayakan keselamatan, atau berpotensi menimbulkan kekacauan di tengah publik.

**Tabel V.2.**  
**Jenis Informasi**

<b>JENIS INFORMASI YANG DILARANG</b>
Pornografi, khususnya pornografi anak (untuk menjaga hak anak)

### Penyebaran ujaran kebencian

(untuk melindungi hak komunitas yang terpengaruh oleh hal tersebut)

Hasutan pada publik untuk melakukan pembunuhan, mulai dari *homicide* (pembunuhan tunggal) hingga *genosida* atau pembunuhan massal (untuk melindungi hak-hak orang lain)

Advokasi nasional, ras, atau agama yang bisa memicu hasutan diskriminasi, kekerasan, dan permusuhan (untuk menjaga hak-hak orang lain, hak untuk hidup, dll).

Sumber: olahan penulis

Apa yang terjadi ketika batas-batas kebebasan berekspresi dilanggar? Macam-macam, tergantung kasusnya. Fitnah, penghinaan, atau pencemaran nama baik, misalnya, melanggar UU ITE Pasal 27 ayat (3) UU ITE. Sedangkan sanksi yang melakukan perbuatan itu diatur di Pasal 45 ayat (3) UU 19/2016, yakni:

Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 750 juta.

Pasal penghinaan atau pencemaran nama baik adalah delik aduan. Artinya, kasusnya akan diproses jika diadukan oleh pihak yang merasa dicemarkan nama baiknya.

Pelanggaran kebebasan berekspresi dalam skala besar yang membahayakan masyarakat tidak hanya ditangani melalui instrumen hukum. Sebagai bagian dari fungsi pengawasan, pemerintah memiliki sistem Perangkat Pengendali Proaktif melakukan *crawling content*, yaitu menjelajah, membaca, dan mengambil atau menarik konten negatif yang sesuai dengan kriteria pencarian.



**Gambar V.1.**  
**Alur Pengawasan Konten Negatif Melalui Trust+Positif**  
Sumber: diolah penulis dari Kominfo, 2019

## PERLINDUNGAN DATA PRIVASI

Privasi adalah kondisi diri kita yang tidak ingin diketahui oleh orang lain tanpa seijin kita. Mengapa kita membutuhkan privasi? Mengapa kita tidak ingin data-data kita diketahui orang lain tanpa seijin kita? Macam-macam jawabannya. Bisa karena factor ketidaknyamanan. Bisa juga karena kuatir disalahgunakan untuk maksud-maksud jahat.



**Gambar V.3.**  
**Jenis-jenis Privasi**  
 Sumber gambar: BogorNET, 2019

Isu penting dalam privasi adalah bagaimana melindungi data pribadi kita. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) menyebutkan **Data Pribadi** sebagai setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau nonelektronik (Pasal 1 Ayat 29). Privasi daring atau privasi digital adalah masalah bagaimana kita mampu melindungi data-data pribadi, dengan mengelola batas-batas sejauh mana kita mengizinkan pihak lain mengakses data pribadi kita. Bolehkah kita melarang orang lain menambang data kita? Boleh banget. Ingat, hak-hak privasi sudah melekat pada kita sejak lahir ke dunia. **Pelanggaran privasi terjadi ketika data-data pribadi kita diambil, dimanfaatkan, atau disebarluaskan tanpa persetujuan kita.**

Data pribadi yang ada di dunia digital mencakup hal-hal penting seperti identitas kita, keluarga, posisi keuangan, dokumen-dokumen seperti KTP, ijazah, sertifikat-sertifikat. dan lain-lain. Data tersebut bisa berbentuk item per item isian, atau berbentuk fisik dokumennya. Mari kita urai satu-per satu.



**Gambar V.4.**  
**Data Privasi**

Sumber: olahan penulis

Dalam UU ITE, *privacy rights* atau data privasi yang terkait dengan penggunaan teknologi, diterjemahkan sebagai:

- Hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan.
- Hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa tindakan memata-matai.
- Hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.

Secara khusus dalam sistem elektronik, ketentuan mengenai privasi dan data pribadi dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU 19/2016). Turunannya terdapat dalam Permenkominfo No. 20/2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik mencakup perlindungan terhadap perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan, dan pemusnahan data pribadi.

**Kebocoran data** sebagai bentuk pelanggaran privasi adalah kejadian umum di dunia digital. Bentuknya bermacam-macam, dari yang ringan hingga yang berat. Misalnya saja, mengupload foto seseorang dalam sebuah aktivitas bersama di media sosial tanpa seijin orang yang bersangkutan. Lho, bukankah itu acara kita sendiri? Betul, tetapi penyelenggara acara tetap saja tidak boleh memasang foto partisipan semauanya di media sosial. Tindakan ini baru bisa dibenarkan jika peserta yang di-*upload* fotonya memang menyetujui. Itu sebabnya, salah satu protokol penyelenggaraan acara baik *luring* maupun *daring* adalah mendapatkan persetujuan partisipan acara agar fotonya bisa dipublikasikan bersama publikasi acaranya sekaligus.

Pelanggaran privasi di tengah keluarga sering terjadi dalam bentuk *sharenting*. Orangtua, yang bangga karena prestasi anaknya, misalnya, atau ingin berbagi kejadian lucu yang melibatkan anggota keluarganya, kemudian mengunggahnya di media sosial. Tindakan ini merupakan pelanggaran pribadi terhadap hak-hak digital anak. Anak memang tak bisa bicara apa-apa. Tetapi, bukan tak mungkin ini akan berpengaruh pada masa depan anak, atau menyebabkan anak merasa tidak nyaman kelak. Pelanggaran privasi dalam bentuk pencurian data juga bisa menimbulkan konsekuensi hukum yang serius.

#### **JADI KORBAN PENJUALAN DATA: BERAPA SIH HARGA DATA DIRI KITA?**

Berikut adalah daftar harga data pribadi jika dijual ke Dark Web yang dilansir dari Privacy Affairs dan Antara.

- Data kartu kredit : 10 hingga 65 Dolar AS (setara dengan Rp 140 ribu hingga Rp 900 ribu)
- Layanan Pembayaran: 98 hingga 320 Dolar AS (setara dengan Rp1,3 juta hingga Rp4,4 juta) Dokumen palsu: 25 hingga 1500 Dolar AS (setara dengan Rp350 ribu hingga Rp21 juta)

- Media Sosial: 1 hingga 155 Dolar AS (setara dengan Rp14 ribu hingga Rp2,1 juta)
- Malware: 70 hingga 7000 Dolar AS (setara dengan Rp980 ribu hingga Rp98 juta)
- DDos Attack: 10 hingga 800 Dolar AS (setara dengan Rp140 ribu hingga Rp11,2 juta)
- Pindaian kartu SIM: 5 hingga 25 Dolar AS (setara dengan Rp 70 ribu hingga Rp 350 ribu)
- Rekam medis: 1 hingga 30 Dolar AS (setara dengan Rp14 ribu hingga Rp420 ribu).

Sumber: Tirto, 2020.

Tidak jarang, pelanggaran privasi dilakukan oleh pemilik privasi tanpa disengaja. Di ruang digital, ada banyak cara untuk menarik data pribadi calon konsumen, mulai dari mengimpor-impori produk, menjadi anggota komunitas tertentu, kuis-kuisan, mengunduh *apps*, meningkatkan kualitas layanan, dan lain-lain modus. Ketika meng-*install* aplikasi, kerap pengguna juga tidak membaca persyaratan atau '*disclaimer*' secara utuh dan cermat. Pengguna juga sering main *skip*, buru-buru klik *next*, *continue*, akhirnya tanpa sengaja mengizinkan penyedia platform untuk menambang data pribadinya.

Jadi, sebagai warga digital, apa yang harus Anda lakukan? Pahami privasi, batas-batas privasi, dan jenis-jenis data pribadi. Kelola data pribadi Anda sebaik-baiknya. Perlindungan privasi sebenarnya adalah masalah strategi mengelola data pribadi dengan bijak dan cerdas!

#### **TIPS MELINDUNGI DATA PRIBADI**

- Berhati-hati dengan serangan *phishing* yang memangsa kredensial untuk login atau detail kartu kredit
- Pilihlah kata sandi yang kuat dan unik di setiap akun
- Melakukan otentikasi dua faktor setiap diminta
- Jangan menggunakan Wi-Fi publik untuk mengakses akun yang berisikan data sensitif Anda
- Gunakanlah layanan pemberitahuan pelanggaran data untuk mengetahui apakah

detail Anda telah dicuri dalam pelanggaran data yang diketahui.

- Yang tidak kalah penting adalah jangan meremehkan nilai solusi keamanan berlapis dan pastikan selalu mutakhir.

(Tirto.id, 2020)

### **APA YANG HARUS DILAKUKAN SAAT DATA PRIBADI DICURI OLEH PIHAK LAIN?**

1. Wajib melapor ke pihak terkait, hubungi call center resmi. Misalnya, bank tempat Anda menjadi
2. Melapor ke pihak perusahaan Dompot Digital/E-commerce Terkait
3. Melapor ke kepolisian
4. Melapor ke Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
5. Tulis surat pembaca, jangan lupa siapkan bukti. Publikasikan di media sosial atau jaringan pertemanan. Bukti dapat berupa struk transfer atau tangkapan layar.

Tak perlu malu untuk mempublikasikan insiden yang menimpa Anda. Dengan cara ini, Anda bisa mencegah orang lain terjebak pada masalah serupa.

(Bisnis.com, 2020)

## **HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL**

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak eksklusif yang timbul sebagai hasil olah pikir serta kreativitas yang membuahkan produk atau proses yang berguna bagi manusia. KI, demikian singkatannya, adalah terjemahan dari Intellectual Property Rights (IPR). Hak macam apa yang timbul dari KI? Hak yang dimaksud di sini adalah hak untuk memperoleh keuntungan ekonomi dari produk yang dilindungi oleh KI tersebut. Hak ini dilindungi undang-undang dan memiliki konsekuensi hukum. Pemiliknya berhak mengeksploitasi manfaat ekonomi dari KI. Sementara, pihak lain yang tidak memiliki KI, akan berhadapan dengan hukum ketika coba-coba memanfaatkan KI secara ilegal.

Misalnya, kita memiliki resep bumbu masakan yang sangat lezat tidak ada duanya. Begitu bumbu tersebut akan kita jual, maka simbol pembeda resep kita dalam bentuk grafis atau bentuk lain, dengan resep yang lain dapat kita daftarkan sebagai Merek. Melalui Pendaftaran tersebut, maka kita berhak untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dari

penggunaan merek kita dalam melakukan penjualan bumbu tersebut. Di bawah merek itu, kita bisa memproduksi, mengemas, menjual, dan menarik keuntungan resep bumbu masakan istimewa. Sebagai pemilik sah merek tersebut, kita juga berhak membuat perjanjian dengan pihak lain yang akan melakukan hal serupa. Jika ada yang menjual dan menarik manfaat ekonomi dari merek tersebut, tanpa seijin kita dengan menggunakan merek tersebut di resep lain, atau produk lain, dia dapat diperkarakan karena melanggar hukum. Kira-kira, begitulah ilustrasinya.

Sejauh ini, tercatat 7 jenis KI yang masing-masing didasari oleh Undang-Undang tersendiri.



1. HAK CIPTA
2. PATEN
3. MEREK
4. DESAIN INDUSTRI
5. DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU
6. RAHASIA DAGANG
7. INDIKASI GEOGRAFIS DAN INDIKASI ASAL

**Gambar V.5.**  
**Jenis-jenis KI**

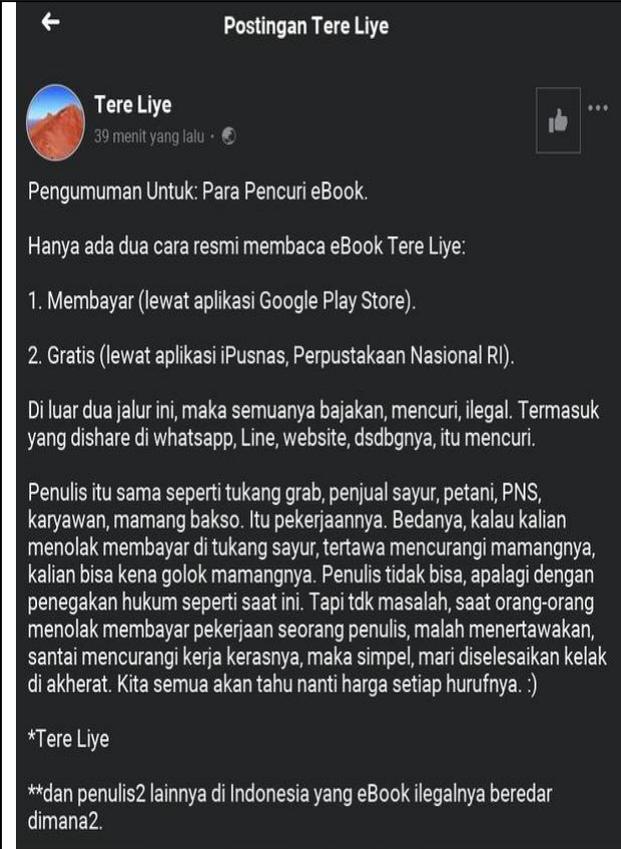
Sumber foto: Ruangguru, 2019

### **KI Di Ruang Digital, Seperti Apa Sih?**

Perlindungan kekayaan intelektual di Internet sama saja dengan perlindungan KI pada umumnya. Ini tercantum dalam berbagai landasan hukum untuk setiap jenis KI, contohnya untuk Hak Cipta yang diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta) yang mengatur bahwa Hak Cipta adalah hak eksklusif pada suatu ciptaan yang diwujudkan dalam bentuk nyata. Perwujudan bentuk nyata terhadap suatu ciptaan dapat berupa pengumuman, komunikasi dan bentuk bentuk lain yang diatur dalam undang-undang. Pasal 1 angka 1 UU Hak Cipta mengatur 'Pengumuman'. Mengacu pada pasal tersebut, pengumuman adalah pembacaan, penyiaran, pameran, penjualan, pengedaran, atau penyebaran suatu Ciptaan dengan menggunakan alat apapun. Pengumuman termasuk

dapat dilakukan melalui media internet, atau melakukan dengan cara apapun sehingga suatu Ciptaan dapat dibaca, didengar, atau dilihat orang lain.

Dalam ranah ini, perlindungan hak cipta mencakup konten digital apapun bentuknya dan media penyebarannya mengingat bentuk bentuk ciptaan yang diatur dalam Pasal 40 UU Hak Cipta. Sebuah informasi, yang dilindungi oleh hak cipta dalam bentuk analog, akan terus dilindungi ketika berubah menjadi bentuk digital. Sedihnya, pembajakan merajalela di ruang digital. Bukan cuma konten digitalnya saja yang dibajak. Aplikasi programnya pun kerap dibajak, mulai dari pengolah kata, hingga wahana hiburan seperti videogame.

 <p>← Postingan Tere Liye</p> <p><b>Tere Liye</b> 39 menit yang lalu · 🌐</p> <p>Pengumuman Untuk: Para Pencuri eBook.</p> <p>Hanya ada dua cara resmi membaca eBook Tere Liye:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Membayar (lewat aplikasi Google Play Store).</li><li>2. Gratis (lewat aplikasi iPusnas, Perpustakaan Nasional RI).</li></ol> <p>Di luar dua jalur ini, maka semuanya bajakan, mencuri, ilegal. Termasuk yang dishare di whatsapp, Line, website, dsdbgnya, itu mencuri.</p> <p>Penulis itu sama seperti tukang grab, penjual sayur, petani, PNS, karyawan, mamang bakso. Itu pekerjaannya. Bedanya, kalau kalian menolak membayar di tukang sayur, tertawa mencurangi mamangnya, kalian bisa kena golok mamangnya. Penulis tidak bisa, apalagi dengan penegakan hukum seperti saat ini. Tapi tdk masalah, saat orang-orang menolak membayar pekerjaan seorang penulis, malah menertawakan, santai mencurangi kerja kerasnya, maka simpel, mari diselesaikan kelak di akherat. Kita semua akan tahu nanti harga setiap hurufnya. :)</p> <p>*Tere Liye</p> <p>**dan penulis2 lainnya di Indonesia yang eBook ilegalnya beredar dimana2.</p>	<p>Sebagai contoh, buku yang ditulis dan dipublikasikan secara tercetak memiliki KI. Ketika buku ini disebarluaskan melalui Internet, otomatis KI buku itu tetap melekat padanya. Demikian pula halnya dengan artikel, lagu, gambar, ataupun foto yang pendedaran atau penyebarannya dilakukan melalui media internet. Karya ini pun otomatis mendapatkan perlindungan ganda sebagai 'Ciptaan' baik sebagai karya 'analog' maupun digital.</p> <p>Maka, menjadi masalah ketika beredar link yang dapat mengunduh buku secara gratis, tanpa seijin pemilik KI-nya. Belakangan ini juga kerap berlangsung jual beli buku murah melalui ISP atau platform digital tertentu, yang ternyata, di luar seijin pemilik KI-nya. Tindakan ini sama saja dengan pembajakan buku.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Gambar V.6.</b> <b>Tragedi Pembajakan Ebook</b> Sumber foto: Quora, 2019</p>	

Mengapa kita perlu memahami masalah KI di ruang digital?

Pertama, perlindungan hukum. Kita wajib mengetahui KI agar karya-karya kreatif yang dihasilkan oleh anak bangsa mendapatkan perlindungan hukum selayaknya. Karya kreatif

merupakan salah satu potensi ekonomi Indonesia yang luar biasa. Dengan menguatkan perlindungan KI, maka potensi ekonomi tersebut bisa diselamatkan, bahkan dioptimalkan. Ssstt, siapa tahu, salah satunya adalah karya Anda!

Kedua, pelanggaran hukum terhadap KI dalam berbagai bentuk. Pelanggaran hukum terjadi ketika hak cipta disalahgunakan, yaitu saat objek KI digunakan, dimanfaatkan, bahkan dieksploitasi potensi ekonominya di luar sepengetahuan atau seizin pemilik hak cipta. Perkara yang terakhir ini, betul-betul menjadi ancaman bagi kita semua. Kominfo mencatat, pada tahun 2019, dampak pelanggaran KI menimbulkan kerugian tak kurang dari 6 triliun rupiah!

Pelanggaran KI sendiri memiliki beragam bentuk. Beberapa di antaranya, bisa jadi, termasuk yang sehari-hari dilakukan oleh warga Indonesia, tanpa menyadari bahwa perbuatannya itu salah dan melanggar hukum.

#### **CONTOH PELANGGARAN HAK CIPTA DI INTERNET**

1. Mengunggah/mengunduh ciptaan berupa lagu, video, foto, gambar, tulisan secara tanpa hak;
2. Membuat website dengan mempergunakan gambar/foto/layout/design/video secara tanpa hak;
3. Mengakui karya tulis orang lain sebagai karya yang ditulis sendiri (plagiat);
4. Membuat situs yang berisi database lagu-lagu dengan file mp3 yang bisa diunduh secara bebas oleh semua pengakses situs padahal si pembuat situs sama sekali tidak punya hak untuk mengumumkan lagu-lagu tersebut.
5. Mengunduh software berbayar dari suatu situs lalu menggandakannya dalam bentuk CD-ROM untuk dijual sendiri.

(Diolah penulis dari Amrikasari, 2014)

Menjadi bagian dari warga digital, kita semua harus memahami persoalan mendasar KI, memeriksa apakah tindakannya tidak melanggar KI, serta mengamankan karya ciptanya agar dilindungi KI. Dengan cara itu, warga digital dapat menggunakan fasilitas Internet dan ruang digital dengan aman, tidak melakukan tindakan yang melanggar hukum, tidak mencederai KI orang lain, serta yang terpenting adalah turut menegakkan KI di Indonesia!



**Gambar V.7.**  
**Menghindari Plagiarisme**  
 Sumber: diolah penulis dari Tessa, 2020

## EVALUASI

Secara umum, evaluasi adalah penilaian kinerja. Atau, tepatnya, suatu kegiatan mengumpulkan informasi mengenai kinerja sesuatu (metode, manusia, peralatan, kompetensi, dan lain-lain). Evaluasi bermaksud memahami apakah terdapat perubahan yang terjadi pada target sasaran setelah sebuah ‘treatment’ atau perlakuan diterapkan pada sasaran tersebut.

Evaluasi dapat dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif, maupun kualitatif. Adapun pendekatannya, terdapat 3 area yang akan dibidik untuk dinilai perubahannya, yaitu kognitif, afektif, dan konatif/behavioral.

Evaluasi terhadap aspek-aspek Hak Digital adalah sebuah upaya untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mengenai digital rights telah dimiliki oleh target sasaran sehingga memadai untuk diaplikasikan dalam perilakunya sehari-hari di ruang digital. Berikut adalah rancangan evaluasi kuantitatif yang bisa disesuaikan berdasarkan target sasarnya.

**Tabel V.3.**  
**Matriks Evaluasi Hak Digital**

No.	Aspek Hak Digital	Domain Evaluasi		
		Kognitif	Afektif	Konatif
1	Akses Digital	Mengetahui ragam akses digital	Mengetahui cara mewujudkan hak akses digital	Mempraktikkan akses digital sesuai dengan prinsip-prinsip hak digital
2	Kebebasan Berekspresi	Mengetahui makna dan batasan kebebasan berekspresi	Mampu menilai konten digital yang melanggar atau mematuhi batas kebebasan berekspresi sesuai dengan jenis pembatasannya	Mempraktikkan kebebasan berekspresi yang tidak melanggar batas
3	Perlindungan Data Privasi	Mengetahui makna privasi dan jenis-jenis privasi	Menilai secara kritis batas-batas pelanggaran data privasi	Mempraktikkan perlindungan data privasi bagi kepentingan diri sendiri maupun keluarga.
4	Hak Kekayaan Intelektual (KI)	Mengetahui makna umum KI, jenis, dan KI yang terkait dengan kepentingannya sehari-hari.	Memahami batas-batas pelanggaran KI sesuai dengan kepentingannya.	Mempraktikkan upaya perlindungan KI dan mengamankan perilaku berInternet dari potensi pelanggaran KI

**Rancangan Evaluasi Digital Rights Aspek Kognitif (Format B/S)**

1. Hak terhadap akses di ruang digital memiliki perbedaan dengan akses di ruang non digital karena media atau platform yang berbeda
2. Hak digital mencakup tiga aspek, yaitu hak akses, hak kebebasan berekspresi, dan hak untuk merasa aman.
3. Batasan dari hak digital adalah hak orang lain dan kebebasan berekspresi tanpa batas.
4. Privasi adalah hak seseorang untuk dibiarkan tanpa gangguan pihak lain.
5. Pelanggaran privasi menyangkut pencurian data milik seseorang atau kelompok.

6. KTP, KK dan rekening tabungan serta pin ATM termasuk bagian dari privasi diri.
7. Informasi kesehatan dan penilaian kinerja di kantor atau organisasi bukan merupakan bagian privasi karena melibatkan pihak lain.
8. KI adalah hak eksklusif yang dimiliki seseorang terkait dengan ciptaannya.
9. KI di ruang offline memiliki perbedaan dengan KI di ruang online.
10. Perlindungan dan penegakan KI adalah kewajiban negara.

### **Rancangan Evaluasi Hak-Hak Digital Dari Aspek Afektif dan Konatif/Behavioral**

Disajikan kasus-kasus berikut ini untuk didiskusikan sesuai dengan aspek Digital Rights-nya.

1	<p>Akses Digital</p> <p>Sepanjang tahun 2017 hingga 2019, tercatat ada 1745 situs dan konten dengan kategori pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang diblokir Kementerian Kominfo. Mengapa? Lakukan penelusuran digital untuk mengetahui permasalahan ini. <a href="https://kominfo.go.id/content/detail/23751/siaran-pers-no-07hmkominfo012020-tentang-blokir-ribuan-konten-bajakan-upaya-kemkominfo-lindungi-hki/0/siaran_pers">https://kominfo.go.id/content/detail/23751/siaran-pers-no-07hmkominfo012020-tentang-blokir-ribuan-konten-bajakan-upaya-kemkominfo-lindungi-hki/0/siaran_pers</a></p>
2	<p>Perlindungan Data Privasi</p>

	<div data-bbox="523 194 1166 1261" style="background-color: black; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <p><b>KRONOLOGIS GIMANA DATA GW BISA DICURI SEMOGA JADI PELAJARAN</b></p> <p>Awal mulanya gw pasang iklan di OLX mau jual mesin motor. Sekitar jam stgh 2 malem ada yg chat nanyain barang tersebut. Dia mau transfer tapi masih ragu. Karena nominal harga barangnya lumayan mahal, biar sama2 percaya dia kirim KTP dan selfie sama KTP lalu minta gw ngelakuin hal yg sama. Terus dia minta gw utk foto gw sama barang gw jual. Ya gw lakuin lah. Gw ngerasa wajar aja, karena yg dibeli bukan barang 100-200 ribu.</p> <p>Setelah gw kasih nomer rekening, dia mau transfer. Dia malah telpon utk nanya, katanya ada SMS masuk ga ke nomer gw. 6 digit angka OTP. WTF! Disitu gw baru sadar dia penipu. Sambil telpon ya gw hina-hina lah tu org. Dia kesel sendiri dan ngancem klo akan melakukan hal yg sama ke org lain. Dia bilang dia sudah punya data gw, dia akan ngelakuin pinjaman online sana sini atas nama gw, dia akan beli barang apa2 atas nama gw. Dia bilang siap2, akan ada banyak orang datang utk nagih ke gw karena dia udh tau alamat dari KTP gw. Dia juga bilang siap2 gw bakal dipenjara karena ngelakuin penipuan sana sini.</p> <p>Setelah telponnya selesai, jam stgh 3 pagi gw lgsg ke Polsek Jakarta Selatan utk bikin laporan. Di bagian satreskrim, gw dikasih tau klo laporan gw belum bisa diproses karena belum ada kerugian materi. Lalu gw diminta utk capture semua chat dia dan print. Klo ada apa2 kaya penipuan atas nama gw dan masuk laporan, gw bisa bikin laporan juga klo itu bukan gw yg ngelakuin.</p> <p>Jadi skrg gw cuma nunggu dan berharap, semoga ga ada yg ketipu oleh org yg make data gw</p> </div> <p>Diskusikan kasus ini. Mengapa bisa terjadi? Bagaimana melakukan perlindungan data sehingga tidak jatuh menjadi korban seperti ini? (Sumber foto: Kompas.com, 2020).</p>
3	<p>KI</p> <p>Ada dua orang Rektor di Indonesia yang tersandung kasus plagiarisme yaitu Rektor USU dan Rektor UNNES. Masing-masing memiliki <i>ending</i> yang berbeda. Diskusikan aspek apa yang dilanggar/tidak dilanggar, dan mengapa kesimpulannya berbeda walaupun sama-sama dituduh melakukan plagiarisme.</p>

## REKOMENDASI

Modul ini dirancang sedemikian rupa agar bisa digunakan secara fleksibel pada berbagai target sasaran. Bagaimanapun, penting mengenali isu dan permasalahan khas dari setiap target sasaran agar bisa merencanakan pendekatan yang tepat. Selain khalayak umum, ada 5 target khusus yang diharapkan menjadi sasaran utama literasi digital, yaitu anak, perempuan, lansia, warga 3T dan kelompok penyandang disabilitas. Matriks berikut ini merinci ragam pendekatan yang sesuai untuk menanamkan pemahaman mengenai hak-hak digital pada target-target tersebut.

**Tabel V.4.**  
**Matriks Kelompok Sasaran**

Anak	Perempuan	Lansia	3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) di Indonesia	Penyandang disabilitas
<b>AKSES DIGITAL</b>				
Akses digital akan bermanfaat bagi anak untuk mendukung pembelajaran. Pembatasan akses beresiko mengekang kebebasan berekspresi. Namun pendampingan dalam mengakses diperlukan agar anak tidak terjebak pada konten yang membahayakan. Pendampingan anak perlu mengetahui konten yang tidak boleh	Keterbatasan akses digital bergantung pada posisi perempuan. Dalam konteks keluarga, perempuan di wilayah rural memiliki keterbatasan mengakses dibandingkan perempuan di kawasan urban. Demikian pula, pada suku-suku tertentu permasalahan akses terkait dengan norma sosial. Tujuan akses digital bagi perempuan adalah bagi	Masalah pada lansia adalah keterbatasan akses digital yang disebabkan oleh lemahnya kompetensi teknis untuk mengakses berbagai konten yang diperlukan. Pendampingan yang diperlukan lebih pada faktor teknis, sehingga lemahnya kompetensi teknis tidak membuat hak-hak akses mereka terabaikan.	Keterbatasan oleh permasalahan infrastruktur. Ini lebih sebagai masalah pemerataan pembangunan. Seiring dengan permasalahan infrastruktur, muncul pula masalah defisit literasi digital. Program Internet Masuk Desa perlu digencarkan, dan diawasi. Pendampingan diperlukan untuk mengangkat kapasitas warga 3T	Keterbatasan akses disebabkan oleh minimnya perangkat yang dapat membantu kelompok penyandang disabilitas mengatasi keterbatasannya. Sebelum melakukan pendekatan pada target kelompok penyandang disabilitas, perlu diketahui dan diuji coba terlebih dahulu fasilitas teknologi yang bisa digunakan untuk membuka

diakses anak serta cara mengelola akses tersebut.	pemberdayaan dan peningkatan kapasitas. Dengan memperlihatkan manfaat konkrit akses digital, masalah keterbatasan atau bahkan ketertutupan akses digital bagi perempuan dapat diatasi.		sehingga mereka juga mendapatkan akses yang memadai sebagai bagian dari hak digitalnya.	akses digital warga penyandang disabilitas, sesuai dengan tipe keterbatasannya (tuna netra, tuna rungu, tuna daksa, tuna grahita, dan tuna majemuk).
---	--	--	---	--

### KEBEBASAN BEREKSPRESI

Tantangan kebebasan berekspresi pada dasarnya sama dengan akses digital. Pembatasan kebebasan berekspresi akan menghalangi kreativitas anak. Kendati demikian, anak perlu mengetahui rambu-rambu kebebasan berekspresi sehingga tidak melanggar batas. Pendampingan diperlukan agar anak memahami batas kebebasan berekspresi dalam	Perempuan perlu didorong dan dibuka kesempatannya dalam mengekspresikan diri maupun kreasinya. Kendati demikian, perlu mendapatkan pendampingan agar kebebasan berekspresi tidak disalahgunakan dirinya maupun pihak lainnya. Karakter perempuan yang cenderung emosional, tidak mengindahkan privasi, dan pada beberapa kasus, 'egois' sehingga terkesan tidak peduli pada	Permasalahan lansia adalah keterbatasan kemampuan dan kapasitas mengekspresikan diri. Faktor techno-stress sangat berpengaruh di sini, termasuk masalah emosional, di mana lansia cenderung lebih mudah emosi sehingga kerap lepas kendali. Pendampingan diperlukan agar dalam mengekspresikan diri, lansia tidak larut dalam emosi yang tidak terkendali.	Kebebasan berekspresi warga di Kawasan 3T perlu didorong sebagai sarana untuk memberdayakan mereka. Pendampingan diperlukan agar kebebasan berekspresi tidak menabrak rambu-rambu yang ada.	Warga penyandang disabilitas memiliki hak yang sama dengan warga non penyandang disabilitas untuk mengekspresikan diri. Permasalahannya lagi-lagi terletak pada teknologi yang dapat mengakomodasi mereka. Selain menyediakan teknologi, perlu ada simulasi untuk mempraktikkan kebebasan berekspresi. Role model warga penyandang disabilitas yang dapat
---	---	--	---	---

menuangkan kreativitasnya.	kepentingan orang lain hingga berujung pada sanksi hukum.			mengekspresikan diri secara kreatif, dapat menjadi sarana untuk memotivasi dan membuka ruang ekspresi.
----------------------------	---	--	--	--

### PERLINDUNGAN DATA PRIVASI

Privasi diri adalah isu besar bagi anak dan remaja yang kerap mengabaikan factor ini. Pemahaman tentang jenis privasi dan pentingnya privasi perlu diperkuat demi melindungi mereka agar tidak menjadi sasaran kejahatan. Faktor ini perlu ditekankan saat mengedukasi anak dan remaja dalam perlindungan privasi diri.	Perempuan cenderung ceroboh dalam melindungi privasi diri maupun privasi data. Akibatnya, rentan menjadi sasaran kejahatan. Hal ini perlu ditekankan sehingga mereka memahami betapa pentingnya pengetahuan tentang privasi diri dipraktikkan. Contoh yang terkait dengan perempuan, akan memotivasi perlindungan privasi. Misalnya, love scam, penculikan, human trafficking, dll.	Privasi data adalah isu bagi lansia sehingga rentan menjadi korban manipulasi. Pemahaman terhadap data diperlukan sehingga lansia dapat mengelola data privasi dengan baik dan tidak menjadi korban <i>cyberfraud</i> . Pendampingan juga diperlukan karena modus untuk mencuri data privasi semakin canggih. Lansia perlu diberi berbagai contoh kasus manipulasi data privasi sehingga berhati-hati.	Konsep privasi dan data privasi tergolong asing, sehingga perlu diperkenalkan dulu, sebelum meningkat pada upaya untuk mengelola dan melindungi data privasi. Contoh yang tepat sesuai dengan situasi keseharian dan simulasi berperan penting agar pemahaman ini dapat dipraktikkan secara langsung.	Lagi-lagi, permasalahan warga penyandang disabilitas terletak pada keterbatasannya dalam mengakses teknologi, sehingga terbatas pula kapasitasnya. Pengenalan terhadap pentingnya perlindungan data privasi perlu menimbang keterbatasan ini, sehingga upaya mengelola data privasi dapat dilakukan secara mandiri dan praktis, sebisa mungkin tanpa melibatkan pihak ketiga untuk mengurangi kebocoran data.
---	---	--	---	---

### HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (KI)

Pengenalan konsep KI sejak dini sehingga	Pemahaman seputar KI sebagai sesuatu	Sambil menjelaskan konsep KI dari	Sama halnya dengan privasi dan	Pengenalan KI, diikuti oleh KI sebagai aktivitas
--	--------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	--

<p>anak memahami bahwa KI bukan hanya masalah hukum, tetapi sesuatu yang bernilai ekonomi. Contoh KI yang bernilai ekonomi produktif sama perlunya dengan kasus pelanggaran KI sehingga anak termotivasi untuk berkreasi menciptakan sesuatu yang bernilai ekonomi produktif karena dilindungi KI.</p>	<p>yang bernilai ekonomi produktif diperlukan bagi perempuan agar kreasi ciptaan mereka mendapatkan penghargaan dan memiliki makna yang memberdayakan mereka secara mandiri. Ini diikuti dengan wacana KI sebagai subjek hukum agar perempuan tidak terjebak dalam kasus-kasus pelanggaran KI.</p>	<p>ranah hukum, lansia perlu diberi pemahaman alasan di balik perlindungan KI. Tujuan utamanya adalah melindungi lansia agar tidak terjebak dalam pelanggaran KI yang berujung kasus hukum, sekaligus membuka peluang bagi lansia untuk memiliki kreasi bernilai ekonomi yang dilindungi oleh KI.</p>	<p>perlindungan data, konsep KI sebagai subyek hukum bukan hal yang ada dalam keseharian warga. Konsep ini perlu diperkenalkan dengan hati-hati secara sederhana, dengan merujuk pada contoh-contoh relevan di sekitar mereka. Warga perlu diajari agar sebisa mungkin tidak mengkonsumsi produk-produk yang melanggar KI, sebelum menanamkan pemanfaatan KI sebagai kegiatan ekonomi produktif.</p>	<p>produktif bernilai ekonomi. Dengan cara ini, warga penyandang disabilitas dimotivasi untuk berkreasi tanpa khawatir karyanya akan 'tercuri' pihak lain. Tujuan pengenalan KI adalah memberdayakan dan melindungi karya cipta, jadi bukan semata-mata hanya untuk menakut-nakuti agar tidak terjerat kasus hukum jika sampai melanggar.</p>
--	--	---	--	---

Sumber: Olahan Penulis

*Digital Rights* atau Hak-Hak Digital membicarakan hak-hak warga digital dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hak Digital mencakup akses, kebebasan berekspresi, perlindungan data privasi, dan KI atau Hak Kekayaan Intelektual. Pemahaman seputar Digital Rights sangat diperlukan oleh warga digital di Indonesia, guna memastikan bahwa mereka memahami ruang lingkup pemanfaatan fasilitas-fasilitas digital, serta mematuhi batasan-batasannya.

Lahir bersama hak adalah kewajiban dan tanggung jawab. Menyeimbangkan perwujudan hak dan pelaksanaan kewajiban serta pemenuhan tanggung jawab akan mendukung perkembangan ekosistem digital dengan sehat, bermanfaat, dan bermartabat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, W.M., Kurnia, N., Monggilo, Z.M.Z., Yuwono, A., Rahayu. (2019). *Yuk, Lawan Hoaks Politik, Ciptakan Pemilu Damai*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
- Amrikasari, R., 2014. Pengaturan Hukum Hak Cipta di Internet. HUKUMONLINE.COM. Diunduh 20 Februari 2021. <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/cl4479/pengaturan-hukum-hak-cipta-di-internet/>
- Aribawanto, T. (2019). Buku Konsep Simulasi Digital Semester Genap 2019 Kurikulum 2013 Rev 2017. [https://www.academia.edu/38513671/Buku\\_Konsep\\_Simulasi\\_Digital\\_Semester\\_Genap\\_2019\\_Kurikulum\\_2013\\_Rev\\_2017\\_Bab\\_1](https://www.academia.edu/38513671/Buku_Konsep_Simulasi_Digital_Semester_Genap_2019_Kurikulum_2013_Rev_2017_Bab_1). Diunduh tanggal 19 Februari 2021.
- Astuti, Y.D., Virga, R.L., Nusa, L., Mukti, R.K., Iqbal, F., Setyo, B. (2018). *Muslim Milenial Ramah Digital*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Astuti, S.I., Mulyati, H., & Lumakto, G., (2020). In Search of Indonesian-Based Digital Literacy Curriculum through TULAR NALAR [paper presentation]. "Islam, Media and Education in the Digital Era", Bandung, Indonesia, <https://sores.unisba.ac.id/2020/>
- Bisnis.com. Reza, H. 2020. Data Pribadi Bocor, Apa yang Harus Dilakukan?. Bisnis.com. Diunduh 19 Februari 2021. <https://teknologi.bisnis.com/read/20200717/84/1267610/data-pribadi-bocor-apa-yang-harus-dilakukan>
- Bogor.net. 2019. Infografis: privasi keluarga yang perlu dijaga. Bogor.net. Diunduh 19 Februari 2021. <https://bogor.net/privasi-keluarga-yang-perlu-dijaga/>

- Budiman, Yusrizal, & Damanik, J. (2014). Akses dan penggunaan teknologi informasi dan Komunikasi pada rumah tangga dan individu. *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN PEMBANGUNAN*. Vol. 15 No. 1, Juni 2014, hal. 1 – 16.
- Gultom, H., 2020. Sanksi Pelanggaran Hak Cipta oleh Web Streaming Radio Ilegal. *HUKUMONLINE.COM*. Diunduh 20 Februari 2021. (<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5df60bf7351a5/sanksi-pelanggaran-hak-cipta-oleh-iweb-streaming-i-radio-ilegal/>)
- Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte (2020) *Roadmap Literasi Digital 2021-2024*. Jakarta: Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte
- Kompas.com. Nailufar, NN. 2019. Hak Jawab InsightID: Tidak Benar Konten Kami Mendukung Kemerdekaan Papua Barat. *Kompas.com*. Diunduh 19 Februari 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/12/094816365/hak-jawab-insightid-tidak-benar-konten-kami-mendukung-kemerdekaan-papua?page=all>.
- Kompas.com. Pertiwi, WK. 2020. Viral Modus Baru Pencurian Data Pribadi lewat Marketplace, Begini Antisipasinya. *Kompas.com*. Diunduh 19 Februari 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/27/16030047/viral-modus-baru-pencurian-data-pribadi-lewat-marketplace-begini-antisipasinya?page=all>.
- Quora. 2019. Apakah mengunduh buku elektronik merupakan sebuah pelanggaran? Quora. Diunduh 20 Februari 2021. <https://id.quora.com/Apakah-mengunduh-buku-elektronik-merupakan-sebuah-pelanggaran>
- Ruang Guru, 2019. <https://id-id.facebook.com/ruanggurucom/posts/2121291444634206>
- SafeNET, 2019. Persoalan UU ITE dan praktik penerapannya di Indonesia. *SafeNET*. Diunduh 20 Februari 2021. <https://id.safenet.or.id/2019/11/persoalan-uu-ite-dan-praktik-pelanggaran-hak-digital-di-indonesia/>)
- Tessy, 2017. 5 Tips Menghindari Plagiarisme dalam Menulis. <https://tessy.id/news/single?slug=5-tips-menghindari-plagiarisme-dalam-menulis>
- Tirto.id. Murniaseh, E. 2020. Tips Hindari Penjualan Data di Dark Web dan Daftar Harganya. *Tirto.id*. Diunduh 19 Februari 2021. <https://tirto.id/f7Zp>
- Wijayanto, X. A., Fitriyani, L. R., Nurhajati, L. (2019). *Mencegah dan mengatasi bullying di dunia digital*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.

Wirawanda, Y., Setyawan, S. (2018). *Literasi Game untuk Remaja & Dewasa*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta - Lembayung Embun Candikala.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Permenkominfo No. 20/2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik

**Peraturan Pemerintah (PP)** Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (**PSTE**)



# BAB VI

## BUDAYA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MASYARAKAT INDONESIA

# BAB VI

## Penutup: Budaya Komunikasi Digital dalam Masyarakat Indonesia

E. Nugrahaeni P. dan Santi Indra Astuti

---

Komunikasi digital merupakan komunikasi berbasis komputer yang dapat digunakan untuk bertukar kabar lewat platform digital serta pengiriman atau penerimaan pesan. Komunikasi dapat dilakukan secara dalam jaringan maupun di luar jaringan. Intinya dalam proses komunikasi tersebut walaupun dilakukan secara langsung maupun tidak langsung tetap harus mempertahankan nilai nilai budaya dalam berkomunikasi. Terutama perlu memperhatikan nilai nilai kebangsaan dari setiap manusia Indonesia, nilai kebangsaan yang memiliki nilai Pancasila dan bhineka tunggal ika. Sehingga ketika melakukan komunikasi secara digital. Nilai nilai budaya tersebut dapat terus terjaga dengan baik. Kesadaran berbagai level masyarakat untuk melakukan komunikasi digital yang baik dan benar serta memiliki budaya.



**Gambar VI.1.**  
**Ilustrasi Komunikasi Digital**  
Sumber: deledesign.com

Kemudahan berkomunikasi secara digital ini menjadi salah satu bentuk interaksi yang dilakukan manusia di era modern saat ini secara tidak langsung, yang menggunakan

alat bantu digital seperti handphone atau komputer, yang disertai dengan aplikasi atau situs media sosial tertentu. Kini, pengaruh perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat di era globalisasi terhadap dunia pendidikan tidak bisa dihindari lagi. Tuntutan global dalam berkomunikasi mempergunakan komunikasi digital membuat manusia perlu untuk memiliki budaya komunikasi digital yang positif. Hal ini disebabkan karena kondisi yang tiba tiba di masa pandemi ini menuntut dunia harus kreatif dalam berkomunikasi mempergunakan kemampuan digital. Komunikasi digital juga harus mempertahankan nilai nilai kekhasan dari Indonesia.

Hal penting yang perlu disadari manusia dalam memiliki budaya komunikasi digital yang positif adalah menerapkan sikap yang cakap dalam bersosialisasi seperti kecakapan digital berkomunikasi lisan dan tulisan dengan menerapkan nilai nilai luhur Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai cara berkomunikasi yang efektif dengan berbagai tingkatan manusia dan situasi yang ada. Selain itu juga memiliki sikap yang berbudaya, berbangsa dan bernegara.

Selain itu, penting juga memiliki sikap untuk dapat memanfaatkan budaya digital dalam upaya pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi. Pentingnya nilai nilai penghargaan terhadap multikulturalisme dan kebhinekaan dalam masyarakat ketika mereka Bersama dengan orang lain dengan berbagai perbedaan yang ada. Selain itu, juga mempertahankan cara berbudaya dalam masyarakat termasuk dalam melestarikan budaya, Bahasa, dan seni.

Budaya Digital juga mengajarkan cara mempertahankan kemampuan untuk mencintai produk dalam negeri, terutama dalam mempergunakan dan mempromosikan produk dalam negeri. Selain untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang bagaimana bersikap bijak dalam berbelanja dalam masyarakat.

Dalam modul *Digital Culture* diajarkan bahwa kita perlu menghargai hasil karya orang lain. Mengetahui tentang hak akses, kebebasan berekspresi, perlindungan dalam privasi dan hak atas kekayaan intelektual yang perlu diperhatikan dalam kehidupan bermasyarakat.

Hal penting yang perlu diperhatikan bahwa dalam budaya digital ini perlu memperhatikan pendidikan untuk selalu dan senantiasa sehingga mampu menyesuaikan perkembangan teknologi dalam peningkatan mutu pendidikan. Terutama berkaitan dengan penyesuaian

penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi dunia pendidikan khususnya pada proses pembelajaran.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam digitalisasi kebudayaan bisa diterapkan dalam metode pembelajaran, penggunaan digital komunikasi juga bermanfaat saat *Work From Home*. Konsep WFH merupakan sebuah konsep bekerja dari mana saja dan kapan saja. Akan tetapi, adanya pandemi ini memaksa semua perusahaan untuk menerapkan kebijakan WFH kepada hampir seluruh karyawannya. Beberapa teknologi yang dapat dimanfaatkan saat WFH yaitu aplikasi Zoom atau Google Hangouts. Selain itu, aplikasi Whatsapp Group, aplikasi chatting serta fasilitas video call dapat digunakan untuk komunikasi dan koordinasi antar karyawan secara intens.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, bukanlah hal yang tabu lagi bagi seluruh masyarakat di dunia terutama di Indonesia akan hadirnya Internet yang merupakan hasil dari kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Tidak hanya daerah perkotaan saja yang terjamah oleh canggihnya dunia teknologi informasi, namun daerah pelosok sekalipun sudah ikut merasakan kehadiran internet. Mulai dari anak-anak hingga orang tua, mereka sudah banyak menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh internet. Baik itu untuk berkirim surat elektronik, membaca berita dengan topik terhangat, menonton *youtube*, mengirimkan tugas kepada guru atau dosen, berbisnis jual-beli *online* atau bahkan hanya sekedar bermain-main dengan media sosialnya. Tidak heran jika internet sekarang sudah mendarah daging dan menjadi kebutuhan yang paling dibutuhkan oleh semua kalangan. Baik disengaja maupun tidak, beraneka ragam informasi diterima masyarakat dalam waktu kurang dari hitungan detik. Mulai dari berita mancanegara, berbagai macam produk luar dan dalam negeri, gaya hidup bahkan makanan yang ada di seluruh dunia sekalipun dapat dengan mudahnya diketahui oleh seluruh masyarakat. Jelas bahwa kehadiran internet yang semakin semarak menjadi bukti bahwa kelajuan di abad sains dan teknologi serta globalisasi sudah sangat cepat dan sulit untuk dibendung lagi.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi juga memberikan manfaat di berbagai bidang tidak hanya budaya tetapi juga untuk mempromosikan produk produk dalam negeri sehingga dapat semakin meningkatkan nilai jual produk dalam negeri. Perlu diperhatikan dalam proses promosi ini juga perlu memperhatikan nilai nilai Pancasila sehingga menghindari sikap egois. Penggunaan budaya digital dalam teknologi informasi

untuk memberikan kesadaran pada masyarakat untuk dapat melakukan komunikasi untuk pemanfaatan hak cipta bagi masyarakat.

Terdapat beberapa tantangan dari berbagai manfaat digital komunikasi tersebut. Jaringan internet yang tidak stabil biasanya terjadi di beberapa daerah atau terkendala pada website yang digunakan seperti pembelajaran online (daring). Selain itu, ada juga tantangan yang biasanya banyak terjadi yaitu Gaptek. Gagap Teknologi identik dengan lemahnya kemampuan seseorang dalam menggunakan fasilitas dari produk-produk teknologi. Mulai dari remaja, usia produktif, dan yang paling mendominasi adalah lansia masih belum paham akan teknologi saat ini. Hal yang paling sederhana yaitu penggunaan smartphone, banyak usia lanjut yang belum bisa atau bahkan tidak mengetahui kegunaan dan cara penggunaannya. Kemudian Belum meratanya infrastruktur yang mendukung dalam penerapan teknologi dibidang pendidikan dan ketidaksiapan sumber daya manusia untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran.

Literasi teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) menjadi faktor penting dalam pembelajaran jarak jauh selama masa pandemi COVID-19 ini. Kompetensi dan literasi dalam menggunakan komputer dan terkoneksi di dunia maya menjadi keterampilan dasar yang diperlukan dalam pelaksanaan daring. Kompetensi dan tingkatan literasi TIK juga berpengaruh terhadap efektifitas dan efisiensi proses belajar mengajar. Sementara itu, literasi TIK dipengaruhi oleh tingkat generasi dan usia pengguna teknologi, yang dimana generasi muda lebih mudah dalam mengelola teknologi dibanding generasi orang tua. Dalam konteks pelaksanaan daring, perbedaan generasi dan usia antara pengajar dan pembelajar bisa saja menjadi penghambat kelancaran. Oleh karena itu, perlu diupayakan oleh semua pihak yang terlibat dalam daring untuk peningkatan dan standarisasi pengajar dan pembelajar dalam penguasaan teknologi informasi dan komunikasi.

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi agar tetap melaksanakan kegiatan, karena fasilitas dan fitur dari teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki keunggulan dan kemudahan untuk dipergunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Tidak hanya itu, transformasi digital yang semakin maju dan canggih memang mempunyai banyak manfaat untuk perkembangan di berbagai aspek kehidupan. Seperti yang terjadi di masa pandemi ini, terdapat banyak manfaat dari digital komunikasi

tantangan yang cukup berarti apabila itu dijalankan dan partisipan tidak dapat mengikutinya. Kini terdapat berbagai teknologi digital yang dapat digunakan untuk menambah dan meningkatkan strategi pekerjaan serta pembelajaran dan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk siap menyongsong era digital

Dalam praktiknya, ini berarti bahwa materi digital mudah dimodifikasi dan dapat dengan mudah dikompresi (Miller 2012). Contoh praktis sehari-hari dari hal ini termasuk penggunaan Photoshop untuk memudahkan modifikasi gambar, dan penyimpanan informasi dalam jumlah besar, misalnya. smartphone. Tidak seperti budaya penyiaran, media juga memiliki jaringan dan interaktif, dan apa yang disebut konten buatan pengguna telah muncul sebagai fenomena budaya untuk mengaburkan batas antara pengirim dan penerima, atau penyiar dan penonton, konten media. Misalnya platform media sosial seperti Facebook, dan blog serta forum online menampung sejumlah besar konten buatan pengguna.

Database digital, seperti database lainnya, memiliki cara khusus untuk menyimpan, mengambil, dan memfilter data, dan mengubah data tersebut menjadi informasi yang berarti. Basis data digital jauh lebih fleksibel daripada basis data pra-digital, dan merupakan komponen penting dari banyak aktivitas sehari-hari seperti menggunakan mesin pencari online atau platform media sosial.

Ini juga berkaitan dengan proses otomatisasi yang disebutkan di atas. Banyak objek digital dibuat dari database melalui proses otomatis. Ini juga memungkinkan untuk personalisasi konten. Dalam praktiknya, misalnya feed media sosial, sistem rekomendasi, dan iklan online yang dipersonalisasi adalah hasil dari proses algoritmik otomatis tersebut. (Miller 2012) Karena kehadiran di mana-mana dan pengaruh yang sangat besar dari proses tersebut, beberapa telah mengkarakterisasi budaya masa kini sebagai 'budaya algoritmik'.

## **PANCASILA DAN DIGITALISASI DALAM KEBUDAYAAN**

Sebuah budaya memberi masyarakatnya gagasan tentang cara mendekati keputusan hidup, mulai dari bangun hingga tidur. Ini juga memberi orang ide tentang argumen tentang semua

pelajaran hidup yang dapat diterima. Kemudian melalui media, termasuk media digital, gagasan masyarakat tentang kehidupan itu disampaikan ke masyarakat luas. Seperti juga yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (2000) bahwa budaya adalah suatu gagasan dan rasa, suatu tindakan dan juga karya yang merupakan sebuah hasil yang dihasilkan oleh manusia didalam kehidupan masyarakat, sebuah cipta, karya, dan karsa manusia. Nilai nilai budaya dalam manusia diwujudkan dalam penerapannya dalam Pancasila, sehingga dapat menjadi pegangan hidup manusia ketika mereka melakukan interaksi dalam kehidupan berkeluarga. Terutama ketika mereka harus berinteraksi dalam berbagai golongan multi etnis dan budaya dalam masyarakat.

Memahami perubahan media dan budaya menjadi sangat penting dilakukan oleh kita semua. Terutama mengacu pada bagaimana sesungguhnya budaya Indonesia yang sangat beragam ini harus dihargai saat ditampilkan di ruang digital kita. Tampilan media digital kita makin cepat dan terbuka menampilkan keragaman budaya yang ada. Semua orang bisa menjadi jurnalis warga yang melaporkan berbagai informasi dan adat budaya dari sabang sampai merauke. Sehingga penting untuk diperhatikan keberagaman budaya dalam masyarakat Indonesia. Terutama ketika kita mulai menyampaikan pesan kepada khalayak melalui komunikasi secara *digital*.

Pemahaman multikulturalisme dan pluralisme membutuhkan upaya pendidikan sejak dini, dimana generasi saat ini adalah para *digital native*, yang lebih banyak 'belajar' dari media digital. Meningkatkan kemampuan membangun *mindfulness communication* (komunikasi sadar yang dibangun dari prinsip kejujuran dan ketulusan, komunikasi yang saling memanusaiakan, '*nguwongke*' dalam terma Bahasa Jawa) tanpa stereotip dan pandangan negatif adalah juga persoalan meningkatkan kemampuan literasi media dalam konteks budaya digital. Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dapat menjadi acuan nilai dalam mengelola konflik antarbudaya yang mungkin timbul ketika kita sedang bermedia sosial, sekaligus juga manakala kita membangun komunitas digital berbasis keragaman budaya dalam rangka mewujudkan perdamaian dunia. (Rejeki et.al, 2008, hal 1-2)

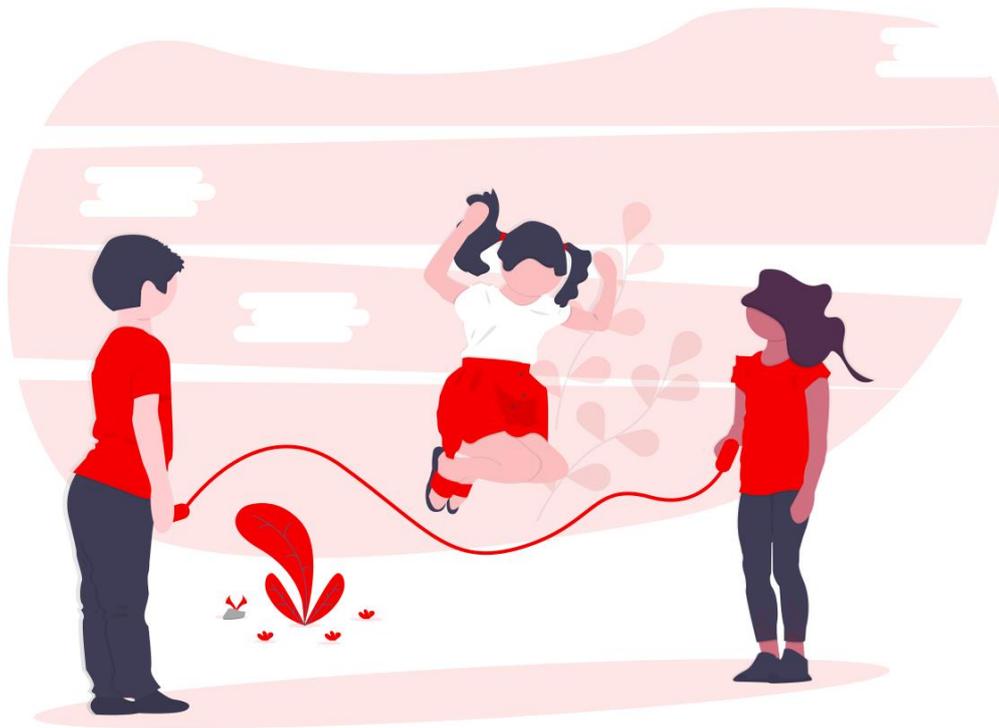
Sebagai pengayaan konteks ke-Indonesiaan, berbicara tentang pilihan politis Indonesia membangun sistem demokrasi, adalah hak warga negara untuk mendapatkan perlindungan manakala melaksanakan hak politiknya, hak kebebasan berekspresi dan berpendapat di ranah publik, termasuk di ruang digital. Namun demikian, di ujung spektrum hak ada

kewajiban yang juga harus dipenuhi warga negara terkait kebebasan berekspresi yakni menghargai hak berekspresi orang lain serta memastikan tidak melanggar hak orang lain dan tentu saja norma hukum yang ditetapkan di Indonesia. Jika Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika ada dalam kebebasan berekspresi maka tidak akan muncul *hoaks*, ujaran kebencian, perundungan siber atau pembatasan akses digital lainnya.

## **HAK DIGITAL BAGI ANAK-ANAK**

Sebagai pewaris dunia di masa depan, anak-anak akan sepenuhnya menjadi warga digital. Seperti terlihat sekarang ini, mereka jauh lebih banyak terhubung dalam dunia digital dibandingkan dengan orangtuanya. Situasi pandemi yang mengharuskan *physical distancing* dan pembatasan pergerakan juga mendorong pemanfaatan Internet secara intensif untuk berbagai urusan, termasuk pendidikan. Anak-anak masa kini pun, tak pelak lagi, bertumbuh kembang dalam dunia yang sepenuhnya digital.

Jika demikian, bagaimana persoalan hak digital anak-anak? Sebelum berbicara tentang ketakutan seputar akses dan kebebasan berekspresi yang tidak terbatas, mari kita ingat bahwa hak anak untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam ruang digital harus dihormati sepenuhnya. Membuka akses anak pada lanskap digital adalah salah satu wujud dari penegakan hak digital anak-anak.



**Gambar VI.2.**  
**Ilustrasi Anak**  
Sumber: undraw.co

Berdasarkan data APJII terbaru, anak-anak secara keseluruhan menempati porsi 25.42% dari keseluruhan pengguna Internet di Indonesia. Mereka terdiri dari anak-anak berusia 5 – 12 tahun (7,93%), anak-anak berusia 13 – 15 tahun (7,86%), dan pada rentang usia 16 – 18 tahun (9,66%) (APJII, 2020). Saat ini, penggunaan Internet di kalangan anak-anak semakin intensif. Namun berbagai data yang dikumpulkan dari Kemenaker, Japelidi, maupun Siberkreasi menunjukkan bahwa penggunaan Internet oleh anak-anak dan remaja masih belum stabil. Kendati terdapat peningkatan yang cukup baik dalam relasi antara aktivitas dan kemampuan literasi aktivitas digital kaum muda Indonesia, namun mereka masih rentan terpapar aktivitas-aktivitas mencemaskan seperti *cyberbullying*, persekusi online, hoaks, ujaran kebencian, konten radikal, pornografi, kekerasan daring, penipuan daring, pencurian data, serangan siber, dan lain-lain (Wijayanto, Fitriyani dan Nurhayati, 2019; Monggilo, Kurnia dan Banyumurti, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa anak-anak masih membutuhkan bimbingan untuk mengakses dunia digital.

## PEREMPUAN DAN HAK DIGITAL

Mewujudkan hak digital perempuan adalah salah satu pekerjaan rumah bersama. Perempuan berhadapan dengan masalah-masalah teknologi digital, mulai dari mengakses hingga perlindungan KI. Bagi perempuan, mengakses adalah masalah keterbatasan kemampuan teknis. Bukan rahasia lagi, teknologi bukanlah teman akrab perempuan. Kendala penggunaan teknologi digital kerap menjadi persoalan para perempuan pada umumnya saat berhadapan dengan media digital. Gagap digital dan 'technostress' adalah kejadian umum di kalangan perempuan, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di belahan dunia manapun (Coklar & Sahin, 2011; Marchiori, Mainardes & Rodrigues, 2018; ...1). Keterbatasan kompetensi teknis ini mengakibatkan perempuan gagal mengeksplorasi dan mengoptimalkan fungsi-fungsi media digital. Hal ini memperkuat stereotip 'emak-emak hanya bisa selfie', 'belanja online (online shopping)' dan 'tukar-menukar resep'. Tentu saja, ada bias gender yang nyata, dan bukan hanya pada keterbatasan kompetensi teknis. Pada akhirnya, persoalan akses perempuan pun bercampur baur dengan masalah representasi (Widyastuti dalam Widodo & Birowo, 2018).

Tidak kalah menariknya, dan pentingnya, saat konteks dan karakteristik dibawa ke kekhasan segmen usia dan budaya komunitas tertentu. Millennial Moms adalah sebutan terhadap para Ibu muda yang memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu lahir di era antara 80-an dan akhir 90-an yang tumbuh dan berkembang di dekade pertama Era Millenium. Mereka tumbuh dan besar bersama teknologi pintar dan canggih (smart tech), internet dan juga media sosial. Para Millennial Moms tidak bisa disamakan dengan perempuan lain pada umumnya, khususnya pada rentang usia yang berbeda, karena mereka lebih cerdas dibandingkan generasi sebelumnya kemampuan mereka dalam literasi digital juga beragam. Kendati demikian, bukan berarti mereka tidak menghadapi masalah.

Isu para Millennial Mom pada dasarnya sama saja dengan persoalan para Ibu lainnya, yaitu tentang membesarkan anak dan mengurus keluarga. Bedanya, dalam melaksanakan tugas ini, Millennial Mom mengandalkan smartphone dan memanfaatkan gawai mereka untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam konteks mengasuh anak dan keluarga. Di sinilah persoalan akses muncul, khususnya ketika para Millennial Mom tidak menyadari implikasi dari penggunaan gawainya.

Persoalan akses tidak hanya terbatas pada bagaimana mendaftarkan diri menjadi anggota, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur lainnya. Misalnya, dalam Instagram, mengakses informasi dengan tema khusus dapat dilakukan dengan mengetikkan tagar sesuai kebutuhannya, seperti *#reseprumahan*, *#obattradisional*, hingga *#merajut*. Pun, mengetahui fungsi centang biru pada akun Instagram, sehingga dapat mengakses pada informasi yang benar dari sumbernya. Pengenalan fitur WhatsApp juga tak kalah penting, sehingga Millennial Mom ini bukan hanya dapat berpartisipasi dalam percakapan, namun lebih jauh lagi dapat membatasi pihak-pihak tertentu yang mau mengakses mereka tanpa sepengetahuan para Millennial Mom, atau tanpa seijinnya.

## **HAK DIGITAL BAGI WARGA SENIOR**

Segmen masyarakat lain yang perlu diperhatikan dalam persoalan akses adalah kelompok lansia. Jika kelompok lansia dikategorikan sebagai warga berusia di atas 50 tahun, maka pengguna Internet di kalangan mereka hanya sebanyak 7,51% dari seluruh populasi Indonesia (APJII 2020). Walaupun proporsinya sedikit, namun mereka tidak boleh diabaikan. Akses terhadap lanskap digital, dengan kekayaan informasi dan fasilitasnya, dapat memberikan sejumlah manfaat bagi kelompok lansia, di antaranya peningkatan kualitas kesehatan berkat informasi kesehatan (maupun non kesehatan), peningkatan akses untuk mendapatkan layanan kesehatan, hingga peningkatan kualitas kehidupan secara keseluruhan ketika terhubung dengan warga lain dan dapat berinteraksi dengan menyenangkan.



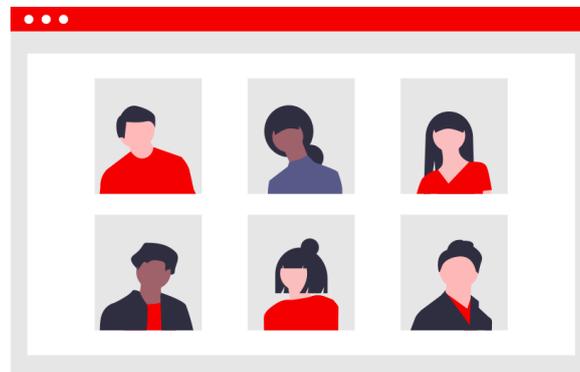
**Gambar VI.3.**  
**Ilustrasi Hak Digital bagi Warga Senior**  
Sumber: undraw.co

Bagaimanapun terdapat sejumlah permasalahan hak digital di kalangan warga lansia, yang perlu diatasi segera. Pertama, ketidakmampuan untuk membedakan sumber informasi yang valid dan akurat dengan sumber informasi yang tidak benar. Akibatnya, warga lansia kerap terjebak dalam hoaks dan menjadi korban penipuan. Kedua, keterbatasan penggunaan teknologi digital akibat gagap teknologi. Akibatnya, manfaat platform digital tak bisa dioptimalkan sepenuhnya. Dalam hal ini, peran kaum muda sebagai pihak yang lebih melek teknologi sangat diharapkan untuk mendampingi warga lansia agar permasalahan akses ini dapat segera teratasi. Ketiga, bocornya data pribadi, apakah karena faktor teknologi atau emosional. Akibatnya, lansia rentan menjadi sasaran penipuan atau aksi kriminalitas lainnya. Keempat, perlindungan KI. Lagi-lagi, karena tidak melek KI dan perlindungan KI di ruang digital, maka lansia berpotensi menjadi melakukan perbuatan yang melanggar hukum.

## **AKSES DIGITAL UNTUK MERANGKUL SESAMA**

Semangat literasi digital adalah semangat kita semua. Karena itu, hak digital adalah hak semua warga negara, tanpa kecuali. Maka, tidak boleh ada satupun warga yang ditinggalkan, termasuk sahabat-sahabat penyandang disabilitas dalam mengakses informasi. Undang-undang menjamin setiap orang mendapat kesempatan dan hak yang sama dalam

mengakses informasi baik yang berada di desa maupun yang di kota, baik yang sempurna fisiknya maupun tidak. Penyandang disabilitas mendapatkan kesempatan yang sama dalam mengakses juga mendapatkan informasi, sebagaimana diamanatkan Undang-Undang No. 8 Pasal 5 tahun 2016 tentang penyandang disabilitas (Suryo, 2020).



**Gambar VI. 4.**  
**Ilustrasi Kewargaan Digital**  
Sumber: undraw.co

Warga penyandang disabilitas terbagi menjadi 5 kategori, yaitu (1) Tunanetra (keterbatasan pada indera penglihatan); (2) Tuna daksa (keterbatasan pada anggota gerak); (3) Tunarungu (keterbatasan pada indera pendengaran); (4) Tuna wicara (keterbatasan dalam berbicara) dan (5) Tunagrahita (keterbatasan mental). Masing-masing memiliki karakteristik tersendiri. Dalam mengakses lanskap digital, karakteristik ini harus dipertimbangkan betul.

Teknologi sesungguhnya memberi jalan keluar bagi warga penyandang disabilitas dalam mengakses lanskap digital. Pada bulan Agustus 2020, Stafsus Presiden Joko Widodo, Angkie Yudistia, mengabarkan berita yang sangat menggembirakan bagi sahabat penyandang disabilitas, yaitu terciptanya platform digital bagi penyandang disabilitas dalam mencari informasi dan berkomunikasi. Platform digital tersebut bernama TISA, hasil kolaborasi antara Thisable Enterprise, Kata.ai, dan juga PT Metrodata Electronics Tbk. TISA merupakan chatbot pertama yang memberikan akses informasi kepada para penyandang disabilitas di Indonesia. Platform ini akan membantu serta menjawab kebutuhan informasi warga penyandang disabilitas, sehingga, setidaknya, mereka tidak akan ketinggalan dari aspek informasi.

## Akses Digital di Kawasan 3T

Terakhir, terkait dengan persoalan akses dan hak warganegara, jangan lupa bahwa Indonesia terdiri dari berbagai kelompok masyarakat yang bisa diteropong secara demografis. Dalam kategori Socio-Economic Status (SES), kelompok masyarakat di wilayah 3T (Terdepan, Terpencil, dan Tertinggal) adalah kelompok rentan yang perlu difasilitasi akses digitalnya. Persoalan akses memang seringkali merupakan masalah ekonomi, infrastruktur, dan pemerataan pembangunan.

Dari segi teknologi, salah satu wujud komitmen pemerintah untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan melakukan pemerataan akses komunikasi dan informatika di daerah-daerah terluar, terdepan, dan tertinggal (3T). Diantaranya dengan membangun Base Transceiver Station (BTS) yang dikerjakan oleh Balai Penyedia dan Pengelola pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) guna mengurai daerah blank spot di Indonesia. Selain itu, pemerintah membangun jaringan kabel fiber optic bawah laut melalui proyek Palapa Ring II. Proyek ini akan menjadi tulang punggung internet pita lebar bagi 33 provinsi dan 460 Kabupaten/Kota seluruh Indonesia.

Sepanjang 2020, untuk program pembangunan BTS, 1.632 lokasi sudah on air per Desember 2020, dimana 1.630 diantaranya sudah 4G. Adapun untuk program akses internet, sebanyak 11.063 titik lokasi (data per 31 November 2020) telah terlayani, termasuk 3.126 titik fasilitas pelayanan kesehatan yang terhubung akses internet. Setelah jaringan pita lebar terbangun, tantangan lainnya adalah pada faktor utilitasnya. Dari perspektif literasi digital, akses pada jejaring internet menghadirkan urgensi pendampingan, sehingga manfaat internet pada warga 3T dapat dioptimalkan.



AKSES DIGITAL BAGI MASYARAKAT ADAT  
Inisiatif untuk mengangkat warga 3T dan minoritas lainnya bukan hanya datang dari pemerintah. Common Room Network Foundation, bekerjasama dengan ICT Watch dan didukung oleh



Kedutaan Besar Inggris, sejak tahun 2018 menginisiasi Internet Masuk Desa dengan memberdayakan warga Kampung Adat Kasepuhan Ciptagelar, Tasikmalaya, Jawa Barat. Internet berbasis komunitas ini sukses menjadi percontohan bagi siapa saja, khususnya warga di kawasan pedesaan. Salah satu kunci suksesnya terletak pada penghormatan terhadap nilai-nilai kearifan lokal di mana Abah Ugi, sang pemimpin adat Kasepuhan Ciptagelar, memegang peranan sangat krusial dalam membawa warganya bertransformasi menghadapi era baru.

**Gambar VI.1.**

Internet Masuk Desa

Sumber: diolah mandiri oleh penulis

Membicarakan hak-hak pada lanskap digital, tidak ada habisnya. Apakah semua ini bisa dipelajari, khususnya dalam mempraktikkan literasi digital sebagai bagian dari Digital Culture? Jawabannya, BISA. Apapun konteksnya, karakteristik penggunaannya, maupun isinya, hak-hak digital akses pada dasarnya berbicara mengenai hal yang sama. Yaitu, perimbangan antara hak dan kewajiban, kebebasan berekspresi dan batas-batasnya, serta perlindungan terhadap privasi dan karya intelektual. Dunia masa depan adalah dunia digital. Hak-hak digital adalah pintu memanfaatkan dunia digital, dan berpartisipasi sepenuhnya di sana. Tak satupun warga Indonesia, dan warga dunia, yang boleh ditinggalkan untuk memasuki dunia tersebut. Tak satupun, sekali lagi, layak ditinggalkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, W.M., Kurnia, N., Monggilo, Z.M.Z., Yuwono, A., Rahayu. (2019). *Yuk, Lawan Hoaks Politik, Ciptakan Pemilu Damai*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
- Amrikasari, R., 2014. Pengaturan Hukum Hak Cipta di Internet. HUKUMONLINE.COM. Diunduh 20 Februari 2021  
<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/cl4479/pengaturan-hukum-hak-cipta-di-internet/>
- Aribawanto, T. (2019). Buku Konsep Simulasi Digital Semester Genap 2019 Kurikulum 2013 Rev 2017.[https://www.academia.edu/38513671/Buku\\_Konsep\\_Simulasi\\_Digital\\_Semester\\_Genap\\_2019\\_Kurikulum\\_2013\\_Rev\\_2017\\_Bab\\_1](https://www.academia.edu/38513671/Buku_Konsep_Simulasi_Digital_Semester_Genap_2019_Kurikulum_2013_Rev_2017_Bab_1). Diunduh tanggal 19 Februari 2021.
- Astuti, Y.D., Virga, R.L., Nusa, L., Mukti, R.K., Iqbal, F., Setyo, B. (2018). *Muslim Milenial Ramah Digital*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Astuti, S.I., Mulyati, H., & Lumakto, G., (2020). In Search of Indonesian-Based Digital Literacy Curriculum through TULAR NALAR [paper presentation]. “Islam, Media and Education in the Digital Era”, Bandung, Indonesia, <https://sores.unisba.ac.id/2020/>
- Bisnis.com. Reza, H. 2020. Data Pribadi Bocor, Apa yang Harus Dilakukan?. Bisnis.com. Diunduh 19 Februari 2021.  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20200717/84/1267610/data-pribadi-bocor-apa-yang-harus-dilakukan>
- Bogor.net. 2019. Infografis: privasi keluarga yang perlu dijaga. Bogor.net. Diunduh 19 Februari 2021. <https://bogor.net/privasi-keluarga-yang-perlu-dijaga/>
- Budiman, Yusrizal, & Damanik, J. (2014). Akses dan penggunaan teknologi informasi dan Komunikasi pada rumah tangga dan individu. JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN PEMBANGUNAN. Vol. 15 No. 1, Juni 2014, hal. 1 – 16.
- Gultom, H., 2020. Sanksi Pelanggaran Hak Cipta oleh Web Streaming Radio Ilegal. HUKUMONLINE.COM. Diunduh 20 Februari 2021.

(<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5df60bf7351a5/sanksi-pelanggaran-hak-cipta-oleh-iweb-streaming-i-radio-ilegal/>)

Horst, Heather & Miller, Daniel. (2012). *Digital Antropology*. London : University College London

Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte (2020) *Roadmap Literasi Digital 2021-2024*. Jakarta: Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte

Kompas.com. Nailufar, NN. 2019. Hak Jawab InsightID: Tidak Benar Konten Kami Mendukung Kemerdekaan Papua Barat. Kompas.com. Diunduh 19 Februari 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/12/094816365/hak-jawab-insightid-tidak-benar-konten-kami-mendukung-kemerdekaan-papua?page=all>.

Kompas.com. Pertiwi, WK. 2020. Viral Modus Baru Pencurian Data Pribadi lewat Marketplace, Begini Antisipasinya. Kompas.com. Diunduh 19 Februari 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/27/16030047/viral-modus-baru-pencurian-data-pribadi-lewat-marketplace-begini-antisipasinya?page=all>.

Koentjaraningrat. 2000. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kurnia, Novi, ZMZ Monggilo, WM Adipura. 2018. *Yuk, tanggap dan bijak berbagi informasi bencana alam melalui aplikasi chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada

Quora. 2019. Apakah mengunduh buku elektronik merupakan sebuah pelanggaran? Quora. Diunduh 20 Februari 2021. <https://id.quora.com/Apakah-mengunduh-buku-elektronik-merupakan-sebuah-pelanggaran>

Ruang Guru, 2019. <https://id-id.facebook.com/ruanggurucom/posts/2121291444634206>

SafeNET, 2019. Persoalan UU ITE dan praktik penerapannya di Indonesia. SafeNET. Diunduh 20 Februari 2021. <https://id.safenet.or.id/2019/11/persoalan-uu-ite-dan-praktik-pelanggaran-hak-digital-di-indonesia/>)

Tessy, 2017. 5 Tips Menghindari Plagiarisme dalam Menulis. <https://tessy.id/news/single?slug=5-tips-menghindari-plagiarisme-dalam-menulis>

Tirto.id. Murniaseh, E. 2020. Tips Hindari Penjualan Data di Dark Web dan Daftar Harganya. Tirto.id. Diunduh 19 Februari 2021. <https://tirto.id/f7Zp>

Wijayanto, X. A., Fitriyani, L. R., Nurhajati, L. (2019). *Mencegah dan mengatasi bullying di dunia digital*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.

Wirawanda, Y., Setyawan, S. (2018). *Literasi Game untuk Remaja & Dewasa*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta - Lembayung Embun Candikala.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Permenkominfo No. 20/2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik

**Peraturan Pemerintah (PP)** Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (**PSTE**)

# Daftar Istilah

---

- 2FA (Two Factor Authentication)** : Keamanan penggunaan sistem digital yang membutuhkan dua faktor identifikasi
- Akses Digital** : Dapat terhubung dengan piranti digital yang membuka kesempatan untuk berpartisipasi secara elektronik dalam ruang digital.
- Bhinneka Tunggal Ika** : Semboyan bangsa Indonesia sebagai implikasi sebagai negara kesatuan RI, yang terbangun dari masyarakat yang majemuk dan multikulturalis. Makna dari bhinneka tunggal ika adalah meskipun berbeda-beda namun tetap satu, keberagaman diharapkan justru memperkaya, memperkuat bukan melemahkan dan apalagi memecah-belah bangsa. Semboyan yang dipegang erat bangsa Indonesia ini menginspirasi negara lain tentang bagaimana merawat keberagaman dan menguatkan persatuan dan kesatuan bangsa.
- Data Pribadi** : Setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau nonelektronik (Pasal 1 Ayat 29 PP PSTE)
- Demokratis** : 'Bersifat demokrasi', seperti Negara yang demokratis 'negara yang bersifat demokrasi' atau 'negara yang bersifat mengutamakan persamaan hak, kewajiban, dan perlakuan bagi semua warga negara'.
- Evaluasi** : Penilaian kinerja. Atau, tepatnya, suatu kegiatan mengumpulkan informasi mengenai kinerja sesuatu (metode, manusia, peralatan, kompetensi, dan lain-lain). Evaluasi bermaksud memahami apakah terdapat perubahan yang terjadi pada target sasaran setelah sebuah 'treatment' atau perlakuan diterapkan pada sasaran tersebut.
- Gotong-royong** : Bekerja sama untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perilaku gotong royong dapat menyelesaikan pekerjaan dan dinikmati hasilnya bersama-sama secara asil. Gotong royong sendiri sebagai solidaritas sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat,

- terutama mereka yang terbentuk dari komunitas.
- Hak Digital** : Hak asasi manusia yang menjamin tiap warga negara untuk mengakses, menggunakan, membuat, dan menyebarkan media digital. Hak Digital terdiri dari hak untuk mengakses, hak untuk berekspresi, dan hak untuk merasa aman.
  - Hak Kekayaan Intelektual** : Hak eksklusif yang timbul sebagai hasil olah pikir serta kreativitas yang membuahkan produk atau proses yang berguna bagi manusia.
  - Identitas Digital** : Identitas seseorang sebagai pengguna platform media digital
  - Internalisasi** : Proses menanamkan sesuatu, keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang menjadi perilaku sosial. Proses inilah yang akan membentuk pola pikirnya dalam melihat makna realitas pengalaman keseharian.
  - Kolaborasi Aktif** : Memimpin komunitas digital dan aktivitas digital yang Pancasila. Penerapannya dapat dilihat dari jumlah komunitas digital dan atau aktivitas digital yang diinisiasi, dikelola dan dipimpin. Selain itu, penerapan kecakapan kolaborasi bisa dilihat dari cakupan (scope) komunitas digital, keberagaman entitas dan aktivitas digital yang diinisiasi, dikelola dan dipimpin.
  - Majemuk** : Beberapa bagian yang merupakan kesatuan, dan kemajemukan diartikan sebagai keanekaragaman. Dapat disimpulkan bahwa negara yang majemuk dapat diartikan sebagai negara yang memiliki keanekaragaman hayati dan budaya yang dimiliki oleh negara tersebut.
  - Multikultural** : Keberagaman budaya. Pada konteks negara yang multikulturalis bisa diartikan secara sederhana sebagai negara yang struktur penduduknya terdiri dari beragam etnik dan keragaman itu menjadi sumber keragaman kebudayaan atau subkultur dari masing-masing etnik yang bersifat diverse. Ditandai oleh kurang berkembangnya sistem nilai yang disepakati oleh seluruh anggota masyarakat dan juga sistem nilai dari kesatuan sosial, serta sering munculnya konflik sosial.
  - Nilai** : Ukuran kuantitatif maupun kualitatif pada segala hal yang dianggap baik dan buruk di masyarakat. Nilai juga merupakan intisari yang

	bisa dipelajari dan dilatih sebarakan secara operasional ke dalam sikap dan perbuatan dari sebuah konsep abstrak tentang sesuatu.
<b>One Time Password (OTP)</b>	: Kode unik yang khas dan difungsikan satu kali dalam satu transaksi
<b>Ongkir</b>	: Ongkos kirim yang merupakan jasa dalam pengantaran produk belanja
<b>Online Shopping</b>	: Pembelanjaan melalui kegiatan digital
<b>Pancasila</b>	: Dasar negara Indonesia, sumber dari segala sumber hukum yang ada di Indonesia, merupakan pandangan hidup berbangsa, bernegara dan berbudaya warga negara Indonesia. Terdiri dari 5 sila, yakni 1. Ketuhanan Yang Maha Esa; Kemanusiaan yang adil dan beradab; 3. Persatuan Indonesia; 4. Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan /perwakilan; 5. Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Nilai utama dalam kelima sila tersebut adalah pengakuan kepada Tuhan YME, cinta kasih, kesetaraan, harmoni, demokrasi dan gotong royong.
<b>Partisipasi Aktif</b>	: Kecakapan/kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk terlibat aktif dalam aktivitas yang bertujuan menumbuhkembangkan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika di ruang digital. Aktif disini berarti menggunakan semua platform digital secara optimal, dengan intensitas tinggi dan jejaring yang luas serta beragam. Aktif juga berarti terus tumbuh, tidak stagnan, namun terus bergerak, membuka diri dalam berjejaring mendukung kegiatan yang mempromosikan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika.
<b>Pengekspor Perilaku</b>	: Pihak yang mengirimkan barang : Bentuk pola kebiasaan yang dilakukan oleh orang orang
<b>PIN</b>	: Angka sandi yang hanya diketahui oleh pengguna platform digital dan sistem otentifikasi platform digital tersebut
<b>Warganet</b>	: Warga dalam dunia internet

## Indeks

---

## A

akun, 46, 47, 58, 102, 114  
Anak, viii, 57, 58, 75, 112, 124

## B

berpikir kritis, 51, 64  
Bhinneka Tunggal Ika, vii, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 43, 45,  
49, 50, 51, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 63, 81, 148, 150  
**bocor**, 128

## C

cinta kasih, 50, 150

## D

**data**, iv, 34, 35, 37, 45, 53, 61, 100, 109, 110, 111, 112,  
113, 114, 120, 121, 123, 126, 127, 128, 129, 148  
digital, iv, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48,  
49, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63,  
64, 65, 66, 68, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 84,  
85, 87, 89, 91, 93, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106,  
109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 119, 120, 121,  
124, 125, 127, 128, 129, 148, 149, 150

## E

Era Digital, vii, viii, 34  
**EVALUASI**, 55, 82, 97, 119

## G

gotong-royong, 60

## H

harmoni, 50, 150  
*Hoaks*, 54, 57, 99, 128  
hukum, 40, 42, 44, 50, 63, 96, 100, 103, 108, 109, 112,  
115, 116, 117, 118, 119, 122, 125, 126, 127, 128, 150

## I

**Identitas**, 149  
**Informasi**, 45, 47, 60, 107, 109, 112, 121, 130  
internalisasi, 58, 59, 60  
internet, iv, 45, 52, 57, 58, 61, 89, 108, 109, 116, 128,  
150

## K

keamanan, iv, 96, 101, 114  
**kebebasan berekspresi**, 37, 45, 100, 104, 105, 106, 107,  
108, 109, 120, 121, 122, 124, 125, 127  
kolaborasi, iv, 45, 51, 58, 65, 66, 76, 77, 79, 84, 85, 87,  
149

## L

literasi digital, iv, v, 37, 40, 56, 58, 59, 63, 65, 66, 74, 75,  
83, 87, 91, 102, 105, 124

## M

media digital, iv, 36, 47, 48, 62, 65, 70, 71, 72, 75, 84, 89,  
91, 93, 100, 104, 149  
media sosial, 37, 38, 46, 47, 50, 52, 55, 60, 65, 74, 90,  
93, 102, 106, 112, 114  
modus, 113, 126, 129

## N

nilai, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 48, 49, 50, 51,  
53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 63, 64, 74, 76, 81, 93, 95,  
114, 149, 150

## P

Pancasila, vii, viii, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 45, 49, 50,  
51, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 150  
**Password**, 150  
Pencurian Data Pribadi, 129  
pengguna, iv, 45, 52, 93, 103, 113, 149, 150  
penipuan, iv, 91, 92, 93  
Perlindungan, viii, 105, 112, 114, 116, 120, 121, 122, 130  
perundungan, 37, 42, 43, 45, 46  
platform, 39, 45, 47, 50, 58, 60, 65, 73, 75, 89, 92, 102,  
113, 116, 121, 149, 150  
privasi, 47, 100, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 120, 121,  
125, 126, 127, 128

## R

regulasi, 45, 101  
remaja, 46, 73, 126

## S

sandi, 114, 150  
setara, 42, 113  
sila kedua, 38, 42  
sila keempat, 38, 43  
sila kelima, 38, 44, 55  
sila pertama, 38, 41, 55  
sistem, 35, 37, 63, 69, 104, 108, 112, 148, 149, 150

## T

**Teknologi Informasi**, vii, 62, 82, 83, 84, 87  
teknologi komunikasi, 62, 90  
Transaksi, 109, 110, 112, 130

## U

ujaran kebencian, 37, 43, 45, 46, 107

**W**

Warga Digital  
WARGA NEGARA, 55

# Biodata Penulis

---

## **Santi Indra Astuti**

Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung (UNISBA), Bidang Kajian Ilmu Journalistik. Saat ini tengah menempuh studi PhD di School of Communication, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang Malaysia. Minatnya merentang mulai dari kajian media hingga media/digital literacy. Selain mengajar, ybs terlibat dalam sejumlah aktivitas lapangan, di antaranya dalam kampanye anti rokok, gerakan anti hoaks, dan tentunya, literasi media/literasi digital di tengah public. Bergabung memperkuat Mafindo sebagai Presidium Pengampu Riset, ybs mendirikan Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Terlibat dalam gerakan literasi media Bersama Yayasan Pengembangan Media dan Anak (YPMA) sejak 2007, dan selama 5 tahun menggagas gerakan Hari Tanpa TV di Bandung Raya. Dapat dihubungi melalui alamat *email*: santi.indraastuti@gmail.com atau santi@unisba.ac.id.

## **E. Nugrahaeni Prananingrum**

Dosen Tetap PNS di Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus kepala divisi Komunikasi Informasi Publik dan Protokol Kantor Humas Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta ini lahir 15 November 1973 Menikah dan telah memiliki 2 orang putri. Menyelesaikan Doktoral di Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung tahun 2013. Bidang penelitian yang ditekuni Doktor Komunikasi ini berkaitan dengan media baru, literasi digital, komunikasi pendidikan, humas pendidikan, dan psikologi komunikasi. Beberapa hasil penelitian dan buku didanai oleh DANA DIPA dan lembaga di UNJ. Memiliki segudang pengalaman memberikan pelatihan seperti pelatihan Abang-None 2018-2019, Pelatihan public speaking untuk para beauty consultant supervisor PT Mustika Ratu dan pelatihan Public Speaking dan Journalistik Siaran untuk Para Polisi di NTMC /TMC/NTMC POLRI, 2019-2020. Selain itu aktif juga dalam organisasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Cabang DKI Jakarta periode tahun 2015–2019 sebagai pengurus di Departemen Pengembangan Ilmu Komunikasi. Kemudian pengurus Pusat Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Periode tahun 2016 – 2019 di Departemen Kurikulum dan pengurus Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Cabang DKI Jakarta periode tahun 2019–2022 sebagai Wakil Ketua 1 Bidang Organisasi dan Keanggotaan Ibu dosen yang di waktu senggangnya memiliki hobi menyanyi ini dapat dihubungi melalui alamat email enugrahaeni@unj.ac.id

## **Lintang Ratri Rahmiaji**

Lahir di Semarang, 28 Desember 1981. Menyelesaikan studi doktoral dalam bidang ilmu komunikasinya dari Universitas Indonesia tahun 2016, Disertasinya bersoal mengenai “Komodifikasi Pekerja Anak di Industri Sinetron Indonesia”. Bergabung menjadi pengajar di Departemen Ilmu Komunikasi Undip sejak tahun 2010, dan mengemban amanah sebagai

Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Periode 2017-2022 serta Managing Editor Jurnal Interaksi Undip Kepakaran Utamanya adalah Kajian Media (terutama kebijakan dan regulasi media penyiaran, isu minoritas juga literasi media) serta Kajian Gender (terutama soal kebertubuhan, feminisme islam, dancadar) dan Kajian Anak. Selain itu, ia juga aktif di Gerakan literasi media, dengan menjadi Fasilitator Tular Nalar dan Litbang Mafindo, Anggota Japelidi, Koordinator Riset Siberkreasi. Saat ini mendapatkan tanggung jawab sebagai Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Jawa Tengah. Ia juga tekun mengasuh program literasi media di Radio Idola FM Semarang, 92.6 FM. Beberapa artikel ilmiahnya terdapat di penulisan bersama buku Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi, Universitas Gadjah Mada Press (2020), Buku Kolaborasi, Riset, dan Voluntarisme: Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi, Mafindo (2020) dan Buku Demokrasi Damai Era Digital, Siberkreasi Kominfo (2019). Kontak langsung bisa via email ke: lintangratri84@gmail.com atau lintang.ratri@live.undip.ac.id

### **Lestari Nurhajati**

Dosen dan peneliti pada Institut Komunikasi Dan Bisnis LSPR, Jakarta. Menyelesaikan pendidikan Doktor di FISIP Prodi Ilmu Komunikasi UI. Beberapa Risetnya berkaitan dengan kajian media, literasi digital, komunikasi politik, gender dan minoritas, Public Relations, juga periklanan. Beberapa karya bukunya antara lain: My Career is Multi Career (2015), Political Public Relation Dalam Media Sosial : Kajian Teoretis dan Implementasinya untuk Kandidat Politik (2015), Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika (2019), Mencegah dan Mengatasi Bullying di Dunia Digital (2019), juga chapter book "Diversities and Media Discrimination" dalam Buku Transnational Othering Global Diversities Media, extremism and free expression (2019, Nordicom Publisher, Sweden). Kontak: lestari.n@lspr.edu.

### **Leviane Jackelin Hera Lotulung**

Staf pengajar sekaligus Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi di Fispol Universitas Sam Ratulangi (Unsrat) Manado. Doktor Ilmu Komunikasi dari Program Doktor di Fikom Unpad Bandung dengan judul disertasi *Komunikasi Politik Legislator Perempuan (Studi Fenomenologi pada Legislator Perempuan di DPRD Provinsi Sulawesi Utara)*. Di bidang organisasi, sekarang menjabat Ketua ISKI Wilayah Sulawesi Utara dan anggota Japelidi. Penulis juga aktif sebagai fasilitator pada Pusat Studi Perempuan di Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Unsrat, serta editor pada jurnal Pascasarjana Unsrat di *Sam Ratulangi Development Resource Management Review* juga Sekretaris Redaksi Jurnal Perempuan dan Anak Indonesia (JPAI) LPPM Unsrat. Sebelum menjadi pengajar, penulis pernah terjun menjadi penyiar radio di Manado dan redaktur di beberapa media cetak di Jakarta dan Manado. Penulis tertarik melakukan kajian bidang komunikasi politik, jurnalistik, media, dan komunikasi kesehatan. Ia bisa dihubungi melalui: jackelin.lotulung@unsrat.ac.id.

### **Novi Kurnia**

Staf pengajar Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Fispol UGM. Selain menjadi salah satu dewan redaksi JSP (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), ia adalah pendiri dan

koordinator Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) dari tahun 2017 hingga sekarang. Doktor lulusan Flinders University (South Australia) ini menekuni kajian literasi digital, sinema Indonesia, serta gender dan media. Ia dan timnya memenangkan *WhatsApp Misinformation and Social Research Award* yang hasilnya diterbitkan dalam buku berjudul *WhatsApp Group and Digital Literacy among Indonesian Women* pada tahun 2020. Berbagai karyanya di bidang literasi digital, gender dan media serta kajian film Indonesia diterbitkan di berbagai publikasi lainnya level nasional dan internasional. Ia bisa dihubungi melalui: [novikurnia@ugm.ac.id](mailto:novikurnia@ugm.ac.id).



Kominfo | Siberkreasi | Japelidi  
**2021**