

**BUNGA RAMPAI RISET
KOMUNIKASI
EDISI 5**

Penulis:

**Rasianna Br Saragih, Adillah Khaira Amini, Nandini Yuriz Silviani
Umaimah Wahid, Rachmi Kurnia Siregar, Eka Vuspa Sari, Gushevinalti, Dhanurseto
Hadiprashada, Dionni Ditya Perdana, Mazdalifah, Wahyu Widiastuti, Rehia Barus, Dwi Aji
Budiman, Rizky Fauziah, Hera Chairunisa.**



“Bunga Rampai Riset Komunikasi Edisi 5”
Copyright © Rasianna Br Saragih, Adillah Khaira Amini, Nandini Yuriz Silviani,dkk 2023.

Diterbitkan Pertama Kali oleh :

Penerbit Zara Abadi

“Publish Your Creations”

Jl. Aru Jajar Gang Jambu IV No 50 RT. 15 RW. 04

Kelurahan Pekan Sabtu Kecamatan Selebar Kota Bengkulu

Email : Zara.Abadi65@yahoo.com Telp. 081271001120

Penulis:

**Rasianna Br Saragih, Adillah Khaira Amini, Nandini Yuriz Silviani
Umaimah Wahid, Rachmi Kurnia Siregar, Eka Vuspa Sari, Gushevinalti, Dhanurseto
Hadiprashada, Dionni Ditya Perdana, Mazdalifah, Wahyu Widiastuti, Rehia Baru, Dwi Aji
Budiman, Rizky Fauziah, Hera Chairunisa.**

Editor:

Rasianna Br Saragih, M. Si & Dionni Ditya Perdana, M.I.Kom

Desain Cover:

Zara Design

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KTD)

Bengkulu : Zara Abadi, Desember 2022

vi + 319 hlm. ; 14,8 x 21,0 cm

ISBN : 978-623-88319-6-8

Hak Cipta, Hak Penerbitan, dan Hak Pemasaran pada Penulis

Pelanggaran Hak Cipta diatur

Pasal 113 ayat (3), dan ayat (4)

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta:

- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-NYA dalam penerbitan buku **Bunga Rampai Riset Komunikasi edisi 5** ini. Buku Bunga Rampai ini merupakan kumpulan artikel ilmiah terkait hasil penelitian dan kajian literature bidang komunikasi.

Buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian bidang kajian komunikasi. Selain itu, kehadiran buku ini diharapkan dapat memacu semangat menulis bagi para dosen terkait fenomena komunikasi yang ada.

Secara garis besar, buku ini berisi tentang *“Persoalan Kaderisasi Tengku Inong Sebagai Role Model dalam Tradisi Masyarakat-Gampong di Aceh”*; *“Literasi Teknologi Dalam Pembelajaran Daring (Studi Pada Kalangan Digital Immigrant Fisip Unib)”*; *“The Society Of Spectacle: Citayam Fashion Week And The Hyperreality On Social Media”*; *“Anak , Keluarga , Dan Literasi Media (Tinjauan Pada Masa Pandemi Covid 19)”*; *“Ganti Walikota Ganti Brand: Menyoal Ritus Lima Tahunan Kota Bengkulu”*; *“Media Literasi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Kutalimbaru”*; *“Tubuh Perempuan Dalam Kuasa Teks Berita”*; *“Gaya Komunikasi Remaja Di Media Sosial: Suatu Tinjauan Tentang Etika Digital”*; *“Intensifikasi Literasi Digital Orang Tua Dan Anak Di Masa*

Pandemi”; “Literasi Media Digital Dikalangan Mahasiswa Kota Medan (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Kota Medan)”, “Digital Skills: Mengenali Informasi Palsu di Media Sosial dan Verifikasi”.

Terimakasih kami sampaikan kepada para dosen yang sudah berkontribusi dalam terbitnya buku Bunga Rampai Riset Komunikasi edisi 5 ini. Secara khusus kepada teman-teman dosen dari **Universitas Budi Luhur dan Universitas Sumatera Utara.**

Kami menyadari bahwa tentu terdapat kekurangan dalam penerbitan buku ini, sehingga kriti dan saran dari pembaca sangatlah berguna bagi perbaikan kami kedepannya.

Jurusan Ilmu Komunikasi,
Ketua,

Rasianna Br. Saragih, S.Sos., M.Si

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN i

PENGANTAR PENULIS iii

DAFTAR ISI..... v

1. Persoalan Kaderisasi *Tengku Inong* Sebagai *Role Model* dalam Tradisi Masyarakat-Gampong di Aceh
- **Umaimah Wahid, Rachmi Kurnia Siregar**1
2. LITERASI TEKNOLOGI DALAM PEMBELAJARAN DARING (Studi pada Kalangan *Digital Immigrant* FISIP UNIB)
- **Eka Vuspa Sari, Gushevinalty, Dhanur Seto Hadiprashada**.....49
3. The Society of Spectacle: *Citayam* Fashion Week and the Hyperreality on Social Media
- **Dionni Ditya Perdana**74
4. Anak, Keluarga , dan Literasi Media (Tinjauan pada masa Pandemi Covid 19)
- **Mazdalifah**92
5. GANTI WALIKOTA GANTI BRAND : Menyoal Ritus Lima Tahunan Kota Bengkulu
- **Wahyu Widiastuti**..... 109
6. MEDIA LITERASI IBU-IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN KUTALIMBARU

	- Rehia Barus	124
7.	TUBUH PEREMPUAN DALAM KUASA TEKS BERITA	
	- Dwi Aji Budiman	158
8.	GAYA KOMUNIKASI REMAJA DI MEDIA SOSIAL: SUATU TINJAUAN TENTANG ETIKA DIGITAL	
	-Rasianna Br Saragih, Adillah Khaira Amini- Nandini Yuriz Silviani.....	170
9.	INTENSIFIKASI LITERASI DIGITAL ORANG TUA DAN ANAK DI MASA PANDEMI	
	- Rizky Fauziah.....	201
10.	LITERASI MEDIA DIGITAL DIKALANGAN MAHASISWA KOTA MEDAN Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Kota Medan	
	- Hera Chairunisa	245
11.	<i>DIGITAL SKILLS</i> : MENGENALI INFORMASI PALSU DI MEDIA SOSIAL DAN VERIFIKASI	
	-Gushevinalti	289

Persoalan Kaderisasi *Tengku Inong* Sebagai *Role Model* dalam Tradisi Masyarakat-Gampong di Aceh

Umaimah Wahid¹, Rachmi Kurnia Siregar²

Universitas Budi Luhur

¹umaimah.wahid@budiluhur.ac.id, ²rachmi.kurnia@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan guru tradisional Aceh (*teungku inong*) mengalami penurunan yang signifikan sehingga berimplikasi pada kualitas generasi muda dan masyarakat Aceh dalam kemampuan mengaji dan pewarisan nilai-nilai sosial budaya Aceh. Fokus penelitian ini adalah kaderisasi dan peran guru perempuan (*tengku inong*) dalam masyarakat *Gampong* di Aceh. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode *field research*. Menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi melibatkan masyarakat secara partisipatif dan dokumen. Hasil penelitian menyimpulkan *Tengku inong* mempunyai peran penting dan berkontribusi besar dalam pengembangan masyarakat *gampong*. Kurangnya kaderisasi *tengku inong* menjadi persoalan serius bagi keberlanjutan *teungku inong* ke depannya dapat mengganggu pengembangan generasi muda Aceh. Berbagai alasan kaderisasi mandek seperti nilai-nilai patriarki, minimnya pelibatan peran perempuan di ranah publik di level *gampong* menyebabkan keberadaan dan peran *Tengku inong* dalam konstruksi sosial budaya dan agama dalam masyarakat Aceh kian memudar, dampak globalisasi di era digital juga berimplikasi terhadap semakin berkurangnya *Tengku inong* di masyarakat Aceh, dan menimbulkan

fenomena buruk ditandai semakin rendahnya generasi muda Aceh yang mampu membaca Al-Quran. Keberadaan tengku inong haruslah dipertahankan sebagai aset bangsa dan bagian dari kearifan lokal masyarakat Aceh. Jangan sampai Tengku inong 'menghilang' ataupun tersingkir dalam kehidupan masyarakat Aceh karena tidak adanya perhatian dari para pemangku kepentingan. Pemerintah provinsi Aceh diharapkan melibatkan Tengku inong secara struktural pada tata kelola pemerintahan sebagai apresiasi atas kiprah Tengku inong dalam pengembangan masyarakat *gampong*. Selain untuk menjaga kualitas masyarakat Aceh agar tetap menerapkan nilai-nilai Islami dalam kehidupan sosial budaya, ekonomi dan politik.

Keywords: *Kaderisasi, Peran, Tengku Inong, Masyarakat-Gamong, Aceh*

ABSTRACT

The existence of traditional Acehnese teachers (Tengku Inong) has experienced a significant decline. It has implications for the quality of the younger generation and the people of Aceh in the ability to recite the Koran and inherit Aceh's socio-cultural values. This research focuses on the regeneration and role of female teachers (Tengku Inong) in the Gampong community in Aceh. The study uses a qualitative approach with the field research method. They used data collection techniques through interviews and participatory observation involving the community and documents. The study results concluded that Tengku Inong had an important role and contributed greatly to the development of the Gampong community. The lack of Tengku Inong regeneration is a serious problem for the future sustainability of the Tengku inong. It can disrupt the development of the young generation of Aceh. Various reasons for the stagnation of regeneration, such as patriarchal values and the lack of involvement of women's roles in the public sphere at the

Gampong level, have caused the existence and function of Tengku Inong in socio-cultural and religious construction in Acehnese society to fade. Inong in the Acehnese community caused a bad phenomenon marked by the decreasing number of young Acehnese who can read the Koran. Tengku Inong must be maintained as a national asset and part of the local wisdom of the Acehnese people. Do not let Tengku Inong 'disappear' or be eliminated in the life of the Acehnese people because of the lack of attention from stakeholders. The Aceh provincial government is expected to involve Tengku Inong structurally in governance to appreciate Tengku Inong's work in developing the Gampong community. In addition to maintaining the quality of Aceh's people to continue applying Islamic values in socio-cultural, economic, and political life.

Keywords: *Regeneration, Role, Tengku Inong, Gamong Society, Aceh*

PENDAHULUAN

Salah satu peran perempuan yang masih bertahan hingga kini adalah keberadaan Tengku inong, yaitu guru mengaji perempuan yang mengajarkannya kepada anak-anak, remaja dan kaum ibu. Merujuk pad (Manan, 2017), perempuan sangat banyak mengambil bagian dalam kegiatan ini, bahkan di beberapa tempat juga ditemukan adanya lembaga pengajian yang disebut dengan *Teungku inong*. Panggilan *Tengku inong* adalah sebuah lakap untuk ulama perempuan yang sangat berpengaruh di masyarakat Aceh dalam kegiatan keagamaan. Namun menurut (Juraida, 2016), eksistensi ulama perempuan (tengku inong atau ummi) belum begitu mengembirakan dan

populer sehingga belum bisa berperan secara signifikan di tengah-tengah masyarakat.

Dalam sejarah peradaban Aceh, keberadaan *Tengku inong* atau guru perempuan biasanya terdapat di desa atau *gampong* yang mempunyai kecakapan khusus dalam bidang agama. Merujuk pada (Manan, 2017), Dalam sejarah sosial masyarakat Aceh, 2 (dua) ungkapan yang digunakan untuk merujuk pada guru agama yaitu *Teungku Agam* (guru pengajian laki-laki) dan *Tengku inong* (guru pengajian perempuan). Mereka dianggap sebagai seorang yang luas pengetahuannya tentang agama, mempunyai amal perbuatan yang nyata di masyarakat yaitu menyangkut dengan ibadah, dan diakui prilakunya dalam masyarakat, ikhlas dalam setiap prilakunya dan mengajarkan anak didik tanpa pamrih (Manan, 2017).

Istilah *Tengku inong* sudah ada dalam kalangan masyarakat Aceh. Merujuk pada (Srimulyani, 2009), *tengku inong* memiliki peranan penting dalam pelaksanaan adat dan keagamaan dalam masyarakat aceh, hal ini dapat dilihat dalam masyarakat Aceh bahwa *tengku inong* diberi posisi sebagai orang yang menjadi pemimpin dalam acara *peusijuek* (tepung tawari) pengantin. Dalam bidang keagamaan pelaksanaan fardhu kifayah dalam hal tajhiz mayat perempuan (selain menguburkan) juga diberikan peran penting. (Lailatussaadah, 2015). *Tengku inong* tidak saja berperan sebagai guru mengaji, melainkan bagi sebagian dari mereka yang mempunyai kemampuan yang tinggi dan

kecakapan berkomunikasi yang baik acap kali menjadi 'tempat bertanya' bagi masyarakat *gampong* terkait berbagai persoalan yang muncul baik persoalan anak-anak, remaja, keluarga dan konflik sosial budaya.

Berbagai alasan yang dikemukakan terkait kaderisasi *tengku inong* yang tidak dilakukan oleh pemerintah dan organisasi sosial budaya di Aceh. Tanpa kaderisasi, maka *tengku inong* dan pewarisan nilai-nilai yang mereka bawa ditengah masyarakat Aceh akan hilang. Kaderisasi sangat diperlukan bagi eksistensi peran *tengku inong*. Kaderisasi adalah suatu proses penurunan dan pemberian nilai-nilai, baik nilai-nilai umum maupun khusus, oleh institusi bersangkutan. Kaderisasi berfungsi untuk mempersiapkan orang-orang yang berkualitas yang nantinya dipersiapkan untuk melanjutkan perjuangan sebuah organisasi, tanpa kaderisasi rasanya sangat sulit dibayangkan sebuah organisasi dapat bergerak dan melakukan tugas-tugas keorganisasiannya dengan baik dan dinamis (Nofiard, 2013). Ironisnya Kaderisasi *tengku inong* tidak berlangsung dengan terencana.

Kondisi inilah yang mengakibatkan karena tidak muncul generasi baru sebagai hasil dari proses kaderisasi terhadap anak remaja perempuan untuk menjadi *tengku inong*, kurangnya pelibatan perempuan dalam kehidupan oleh aparat *gampong*. Merujuk pada (Juraida, 2016), Ulama dalam pandangan masyarakat Aceh, sampai saat ini masih mengacu

pada kaum laki-laki, secara sosial-keagamaan menguasai kitab kuning dan memimpin pesantren. Alasan lainnya adalah karena sistem patriarkhi tumbuh lebih kuat di Aceh, yang mempunyai pemahaman dan memperkuat mengenai pembagian kerja atau peran berdasarkan jenis kelamin dan penghormatan lebih utama kepada laki-laki dibandingkan terhadap perempuan.

Pandangan patriarkhi yaitu sebuah konsep yang sangat membela kepentingan laki-laki menguat kembali dalam kehidupan sosial budaya masyarakat *gampong*, bahkan seperti terlegalkan dalam bidang politik. Menurut (Rokhmansyah, 2016) di bukunya yang berjudul Pengantar Gender dan Feminisme, patriarki berasal dari kata patriarkat, berarti struktur yang menempatkan peran laki-laki sebagai penguasa tunggal, sentral, dan segala-galanya. Merujuk pada (Amiruddin, 2013 dalam Juraida, 2016), sebutan ulama cenderung dilekatkan masyarakat Aceh pada kapasitas laki-laki, sehingga mereka mendapat peluang lebih besar untuk ambil bagian dan pro-aktif dalam persoalan yang menyangkut kebijakan pemerintahan dan masyarakat dalam menjaga budaya Aceh dari pengaruh internal dan eksternal.

Selama ini, laki-laki dipercaya lebih tinggi posisinya baik dalam nilai-nilai sosial budaya bahkan penafsiran agama, sehingga berdampak pada pembentukan minset yang cenderung memenangkan kaum perempuan di posisi lebih rendah dibandingkan kaum laki-laki. Pemahaman ini

sebagaimana konsep patriarkhi yaitu sebuah sistem sosial yang menempatkan laki-laki sebagai sosok otoritas utama yang sentral dalam organisasi sosial (Rokhimah, 2014). Laki-laki memiliki peran sebagai kontrol utama di dalam masyarakat, sedangkan perempuan hanya memiliki sedikit pengaruh atau bisa dikatakan tidak memiliki hak pada wilayah-wilayah umum dalam masyarakat, baik secara ekonomi, sosial, politik, dan psikologi, bahkan termasuk di dalamnya institusi pernikahan (Sakina & Siti A, 2014). Artinya terjadi distribusi kekuasaan dan peran yang berbeda antara laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki memiliki kekuasaan dan peran lebih dominan dari pada perempuan. Distribusi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan di mana laki-laki memiliki keunggulan dalam satu atau lebih aspek, seperti penentuan garis keturunan (keturunan patrilineal eksklusif dan membawa nama belakang), hak-hak anak sulung, otonomi pribadi dalam hubungan sosial, partisipasi dalam status publik, politik dan atribusi dari berbagai pekerjaan antara laki-laki dan perempuan yang ditentukan oleh pembagian kerja secara seksual (Rokhimah, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi partisipatif *tengku inong* (perempuan) sebagai *role model* pengembangan masyarakat *gampong*? Adapun tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan dan menginterpretasikan peran *tengku inong* di tengah masyarakat *gampong* di Aceh. Teori peran (*role theory*) mendefinisikan “peran” atau “*role*”

sebagai *“the boundaries and sets of expectations applied to role incumbents of a particular position, which are determined by the role incumbent and the role senders within and beyond the organization’s boundaries”* (Banton, 1965; Katz & Kahn, 1966 dalam Bauer, 2003). Selain itu, (Robbins, 2001, p. 227) mendefinisikan peran sebagai *“a set of expected behavior patterns attributed to someone occupying a given position in a social unit”*. Menurut (Dougherty & Pritchard (1985) dalam Bauer, 2003), teori peran ini memberikan suatu kerangka konseptual dalam studi perilaku di dalam organisasi.

Dalam setiap sistem masyarakat, maka diperlukan peran model yang diharapkan akan memudahkan proses pengembangan dan perubahan yang dilakukan. Masyarakat membutuhkan contoh dari peran tertentu agar lebih mudah untuk memahami dan mempraktekkan perilaku yang diinginkan. Peran akan hilang jika kaderisasi tidak dilakukan dengan baik dan berkelanjutan. Teori Peran (*role theory*) adalah teori yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seseorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Selain itu, peranan atau role (Cohen, 1992, p. 25) juga memiliki beberapa bagian, yaitu:

1. Peranan nyata (*Anacted Role*) adalah suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang dalam menjalankan suatu peranan.
2. Peran yang di anjurkan (*Prescribed Role*) adalah cara yang diharapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu.
3. Konflik peranan (*Role Conflict*) adalah suatu kondisi yang dialami seseorang yang menduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
4. Kesenjangan Peranan (*Role Distance*) adalah Pelaksanaan Peranan secara emosional.
5. Kegagalan Peran (*Role Failure*) adalah kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu.
6. Model peranan (*Role Model*) adalah seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, dan diikuti.
7. Rangkaian atau lingkup peranan (*Role Set*) adalah hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya.
8. Ketegangan peranan (*Role Strain*) adalah kondisi yang timbul bila seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan atau tujuan peranan yang dijalankan dikarenakan adanya ketidakserasian yang bertentangan satu sama lain.

Role model mempunyai faktor-faktor yang mendukung peran dijalankan di tengah masyarakat sehingga lebih mudah

dipercayai dan diterima oleh masyarakat. Beberapa faktor yang disyaratkan bagi seseorang sebagai role model adalah :

- a. Faktor karena keturunan, *tengku inong* pengelola balai pengajian UMMI *GampongAree* berasal dari keturunan *teungku* yaitu ayahnya seorang *teungku/khatib* mesjid, ibunya mengajar mengaji untuk anak-anak, selanjutnya *tengku inong* juga berasal dari keturunan *teungku* yaitu ayahnya seorang *teungku* dan mantan anggota DPRD Pidie.
- b. Faktor hubungan, ke dua *tengku inong* tersebut merupakan istri dari *teungku* yang selalu mendukung dan memberi masukan untuk kelangsungan dan kemajuan balai pengajian yang mereka kelola. Faktor karena hubungan dalam hal ini adalah karena terikat perkawinan hal ini sesuai dengan pendapat Eka Srimulyani bahwa: “Tengku inong terdiri dari dua katagori, *tengku inong* yang mendapat posisi karena usaha sendiri yang tidak berasal dari keluarga atau bersuamikan *teungku* dan *tengku inong* sebagai istri *teungku (inong teungku)* (Srimulyani, 2009, p. 222).

Dalam kehidupan sosial masyarakat *tengku inong* menjadi panutan yang sangat dihormati, mereka adalah figur yang diteladani. Kegigihan, perjuangan, dan keilmuannya menjadikan mereka sebagai model dalam masyarakat. Menurut (Srimulyani, 2009) figur *tengku inong* adalah ulama perempuan,

mereka yang mendapat posisi dan peran karena sebuah perjuangan personal. Tengku inong merupakan entitas di *gampong-gampong*. Pemberdayaan masyarakat tergantung pada peran dan kontribusi mereka sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan proses kehidupan masyarakat. Intinya tidak ada pemberdayaan masyarakat terutama dalam peningkatan kemampuan membaca AlQuran, dan upaya memelihara nilai-nilai sosial budaya (Wahid, 2015). Pemeliharaan nilai-nilai tersebut selama ini dilakukan di *meunasah-meunasah gampong Aceh* atau di *balee bueut*. Dalam proses tersebut, kaderisasi menjadi mutlak ada.

Kaderisasi selain sebagai sebuah proses, dia juga merupakan sebuah sistem yang berada pada sistem yang lebih besar yaitu organisasi itu sendiri, dengan demikian berarti semua komponen yang ada dalam sistem organisasilah yang melaksanakan proses kaderisasi ini, bukan hanya milik ketua ataupun badan kaderisasi saja. Mangkubumi (1989, Syahputra & Darmansa, 2020) kaderisasi sebagai suatu siklus yang berputar terus dengan gradasi yang meningkat dan dapat dibedakan menjadi tiga komponen utama, yaitu: Pendidikan kader: disampaikan berbagai pengetahuan yang dibutuhkan. Penugasan kader: mereka diberi kesempatan untuk melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan organisasi sebagai latihan pematangan dan pendewasaan. Pengerahan karir kader: diberi tanggung jawab lebih besar dalam berbagai aspek perjuangan sesuai potensi dan kemampuan yang ada. Partanto dan Dahlan

(1994), bahwa pengkaderan adalah orang yang didik untuk menjadi pelanjut tongkat estafet suatu partai atau organisasi, calon tunas muda, generasi muda (Syahputra & Darmansa, 2020).

Peran Teungku inong selama ini digampong Aceh dilakukan di meunasah atau langar khas masyarakat Aceh yang etrletak di setiap gampong/desa di Aceh. *Meunasah* adalah representasi simbol sosial budaya masyarakat Aceh. *Meunasah* di samping digunakan sebagai tempat shalat fardhu (berjamaah), digunakan juga setempat pusat pendidikan Islam. *Meunasah* sebagai artikulasi semua kegiatan sosial kemasyarakatan, digunakan sebagai wadah sosialisasi beragam program *gampong-gampong* (Ibrahim, 2014).

Dalam proses ini, peran komunikasi sangat diperlukan. Komunikasi membangun interaksi sosial menjadi lebih bermakna sehingga proses sosial dapat berlangsung diantara struktur sosial masyarakat. Komunikasi membangun interaksi sosial menjadi lebih bermakna sehingga proses sosial dapat berlangsung diantara struktur sosial masyarakat, yaitu orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan. Van Vallenhoven, *meunasah* sangat terikat dengan kehidupan gampong karena gampong merupakan unit terkecil dari sistem hokum masyarakat Aceh (Wahid, 2013). *Meunasah* dapat dijadikan pijakan dan kekuatan dalam pengembangan masyarakat Aceh ke depan untuk menghasilkan masyarakat

Aceh yang memiliki kemampuan unggul dan cerdas secara intelektual dan professional, namun sekaligus memiliki karakter nilai-nilai Aceh yang kuat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *field research*. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2017), kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, khususnya penelitian *field research*. metode pengamatan penelitian lapangan (*field research*) dapat didefinisikan yaitu secara langsung mengadakan pengamatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Hal ini menggunakan metode *field research* guna mendapatkan hasil yang akurat dan pasti, dimana peneliti ikut tinggal, bergaul dan melakukan kegiatan sosial lainnya demi mendapatkan kesimpulan yang sesuai dari apa yang ada dilapangan. *Field research* meneliti permasalahan dalam setting yang natural dalam upaya untuk memaknai, menginterpretasi fenomena yang teramati (Groat & Wang, 2013).

Berdasarkan fokus masalah penelitian, maka unit analisis dalam penelitian ini adalah Kaderisasi Teungku inong sebagai Roel Model dalam Pengembangan masyarakat *gampong* terutama anak, remaja dan ibu-ibu. Metode yang

dipergunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah: 1) Wawancara mendalam (*intensive/deph interview*) dan 2) observasi. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan nara sumber-narasumber yang relevan dengan peran, tugas dan fungsi masing-masing. Nara sumber penelitian adalah Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan narasumber sebagai berikut: 1). Plt. Dinas Syariah Aceh Kabupaten Pidie Jaya, 2). Kabid Pemberdayaan Sumber Daya, 3). Sekretaris Majelis Adat Aceh (MAA) Pidie Jaya, 4). Ketua Bidang Pengembangan Adat dan Budaya Aceh, 5) Tokoh Masyarakat, 6). Teungku inong.

Observasi dilakukan untuk memperoleh data tingkah laku individu yang wajar. Observasi mendalam atau pengamatan lapangan (*field observation*) adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan pancaindra yang dimiliki. Observasi dilakukan oleh peneliti selama 2 bulan terhadap realitas peran model berdasarkan nilai-nilai sosialbudaya teungku-tengku inong dalam aktivitas pengembangan masyarakat, sekaligus memperhatikan dan mengamati proses dan bentuk komunikasi partisipatif yang berlangsung dalam proses tersebut termasuk dalam proses penyampaian informasi atau pengetahuan kepada masyarakat terutama, anak-anak, remaja dan Ibu-Ibu. Observasi dilakukan selama beberapa bulan yaitu Oktober 2018 – Januari 2019 di desa/*gampong* Seunong, *Meunasah* Tengeh dan *Meunasah* Genteng Kecamatan Merah Dua, Kabupaten Pidie Jaya-Aceh.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung selama dan pasca pengumpulan data. Model analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif. Model interaktif merupakan proses analisis data yang mencakup reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan secara interaktif saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data. Data dikumpulkan dan kemudian mengolah data dengan melakukan reduksi, kategorisasi dan menggunakannya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dengan mendeskripsikan, menjelaskan dan melakukan interpretasi terhadap data-data yang ditemukan dan digunakan secara teliti. Adapun dalam upaya menjamin validitas penelitian, peneliti menggunakan validitas sumber dan waktu dengan alasan, sumber penelitian terdiri dari posisi, peran dan fungsi yang berbeda dan relevan dengan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran dan Kaderisasi *Tengku inong*

Pengembangan masyarakat membutuhkan keikutsertaan semua pihak terlibat di dalamnya tanpa terkecuali. Keterlibatan masyarakat adalah kunci dari keberhasilan sebuah pengembangan yang dilakukan. Dalam konteks ini, keterlibatan perempuan sama pentingnya dengan peran laki-laki, karena masing-masing pihak merupakan bagian yang tidak terpisahkan

dalam pengembangan masyarakat. Salah satu peran yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah peran Tengku inong (Teungku /Ustad Perempuan) dalam masyarakat di setiap *gampong* Aceh. Posisi *tengku inong* dalam masyarakat Aceh berpengaruh pada berbagai ranah, baik ranah pendidikan, sosial kemasyarakatan dan politik. Posisi yang diperolehnya merupakan hasil dari jerih payah, pengorbanan tenaga serta pikiran atau yang disebut dengan dedikasi. Dedikasi merupakan pengorbanan tenaga, pikiran dan waktu demi keberhasilan suatu usaha atau tujuan mulia (Srimulyani, 2009). Pengorbanan tenaga, pikiran dan waktu harus dilakukan oleh *tengku inong* agar pengelolaan dan pengembangan *balee beut* dapat berjalan secara baik. *Bale Beuet* sebagai sebuah lembaga pendidikan nonformal yang bergerak di bidang pendidikan agama telah menunjukkan eksistensinya dari dulu hingga sekarang dengan berbagai tantangan.

Sehubungan dengan peran-peran *tengku inong*, Syeikh Husaini menyatakan sebagai berikut :

“*Tengku inong* tidak hanya terlibat dalam urusan agama, melainkan juga terlibat dalam urusan sosial budaya. Misalnya seperti peusijek, mendampingi upacara perkawinan dan juga sering juga *tengku inong* atau yang kadang dipanggil “Ummi” (walau terkadang tidak dapat mengajarkan mengaji), mereka dengan doa-doa

dan bacaan Al-Quran.” (Wawancara 10 Januari 2019, Pukul 16 15 wib.

Namun sangat disayangkan bahwa pada saat ini, di tengah pelaksanaan Syariat Islam di Aceh, ternyata keberadaan dan penghargaan terhadap peran *tengku inong* berbanding terbalik dengan semangat Syariat Islam. Pada era sekitar 3-4 dekade sebelumnya, jumlah *tengku inong* hampir sama dengan jumlah *gampong* di Aceh. Artinya hampir setiap *gampong* terdapat *tengku inong*, bahkan ada satu *gampong* mempunyai lebih satu orang *tengku inong*. Namun saat ini, jumlah *tengku inong* relatif sedikit, bahkan satu orang (1) *tengku inong* mengajar mengaji untuk beberapa *gampong*.

Kabid Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dinas Syariat Islam Kabupaten Pidie Nurhayati menjelaskan bahwa :

“..Saat ini banyak pengajian yang diikuti oleh perempuan atau kaum ibu, mereka ikut bergabung ke Majelis Ta’lim, namun biasanya pengajian dipimpin oleh Teungku imuem (laki-laki). Di *Meunasah* banyak diadakan pengajian, ada laki-laki dan perempuan, namun semuanya Teungku Laki-laki Teungku imuem).” (Wawancara 10 Januari 2019 pukul 15.10 WIB)

Faktanya beberapa tahun belakangan ini, *Tengku inong* tidak banyak lagi di *gampong* dan karenanya berimplikasi terhadap peran mereka di tengah masyarakat *gampong*. *Tengku inong* hanya melakukan peran mereka terbatas dalam

mengajar mengaji dan memandikan jenazah perempuan. Sedangkan peran-peran sosial budaya semakin hari semakin berkurang karena digantikan dengan peran-peran lainnya ditengah masyarakat termasuk peran pemerintah, tokoh laki-laki dan mulai tumbuh kurang percaya kepada kemampuan *tengku inong*.

Kepala Bidang Pemberdayaan Dinas Syariat Islam Kabupaten Pidie, Nurhayati menjelaskan bahwa adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap kemampuan *teungkuilnong* dan masyarakat lebih percaya kepada *teungkuilmuem*, atau tuengku/wali yang laki-laki karena dipercaya pengethauan ilmu agama Islam, pengalaman dan pengethauan umumnya serta pergaulan serta jam teibang sebagai da'i atau penceramah lebih lama atau lebih luas dibanding tengku inong.

Sebagaimana pernyataan Nurhayati dalam wawancara tanggal 10 Januari 2019 Pukul 15.30 WIB sebagai berikut :

“...ya memang benar, kalau kemampuan mengaji mengharuskan, dan biasanya mereka belajar di pesantren/dayah agar pemahamannya mumpuni, biasa membaca kitab Bahasa arab. Biasanya dari keturunan teungku akan lebih mudah diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Sebenarnya masih cukup banyak tengku inong yang mampu mengajar mengaji dan kitab kuning. Dan mereka mempunyai peran yang

sangat besar dalam pembentukan masyarakat Aceh.
(Wawancara 10 Januari 2019 pukul 15.20 WIB)

Disisi lain *tengku inong* tidak terlalu populer dan kurang dihargai peran mereka sebagaimana *teungkuyang* laki-laki. Perlakuan tersebut sangat disayang karena peran mereka selalu hadir di setiap *gampong* dengan berbagai kegiatan. *Tengku inong* tentu saja masih ada dan tetap disadari kehadiran mereka di *gampong-gampong*. Mereka hingga saat ini mengadakan pengajian baik untuk anak-anak, ibu-ibu dan bahkan sebagian bagi bapak-bapak. Disamping mengajar mengaji, mereka juga mempunyai peran-peran lainnya ditengah masyarakat *gampong*, bahkan terkadang membantu program-program pemerintah.

Kondisi terkini terkait jumlah *tengku inong* dan kualitas membaca Alquran generasi muda *gampong* Aceh yang semakin banyak tidak mampu membaca AlQuran dnegan baik sangat mengkhawatirkan dan sekaligus ironis karena ikon Aceh sebagai Serambi Mekkah dan daerah yang menerapkan syariat Islam. Jika setelah satu dekade lebih penerapan syariat Islam justru perkembangan kemmapuan membaca Al-Quran pada anak-anak, remaja dan kaum ibu, juga kaum bapak, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan syariah Islam tidak berbanding lurus dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kualitas *gampong*. Artinya kualitas masyarakat *gampong* justru lebih baik sebelum penerapan syariat Islam.

Pernyataan Kepala Bidang Pemberdayaan Sumber Daya Dinas Syariat Kabupaten Pidie Jaya, Nurhayati menyatakan bahwa :

“saat ini banyak TPA dan banyak guru TPA adalah perempuan. Kalau tengku inong yang khusus mengajar mengaji saat ini nampaknya ada namun tidak banyak karena rata-rata perempuan belajar pada Teungku Agung dan anak-anak belajar mengaji di TPA pada level awal. Orang perempuan saat ini banyak sebagai anggota ‘Siratumustakim”, dan lebih banyak perempuan yang mengaji dibandingkan dengan perempuan. Kalau di Balai (*balee* mengaji) khusus untuk perempuan, pengajian menggunakan teungku dari Samalanga. Perempuan sebagai guru ngaji, dipandang kurang meyakinkan dibandingkan perempuan. (Wawancara 10 Januari 2019 pukul 15.25 WIB)

Peran *tengku inong* dalam pengembangan masyarakat Aceh di *gampong-gampong* karena keberadaan mereka adalah bagian dari sistem sistem budaya masyarakat yang sudah melekat dan ratusan tahun yang lalu. Tengku inong dapat dikatakan guru pertama bagi anak-anak dalam belajar mengaji (apalagi jika orangtua tidak mampu dan tidak ada waktu untuk mengajar mengaji). Hakikatnya tidak ada proses pengembangan anak-anak Aceh dan kaum Ibu yang terlepas dari peran tengku inong. Tengku inong bahkan secara umum

berperan dalam kehidupan masyarakat secara umum. Beberapa peran Tengku inong dalam aktivitas sehari dalam masyarakat *gampong* yaitu :

1. Mengajar mengaji khususnya anak dan ibu-ibu (perempuan).
2. *Peusijek* pada acara perkawinan, pelantikan pejabat atau ketua baru, keunduri hendak berangkat ibadah Haji, atau upacara adat lainnya.
3. Memimpin doa Samadiayah untuk orang meninggal, baik untuk laki-laki maupun perempuan, dan anggota samadiyah adalah perempuan.
4. Memandikan dan mengafankan jenazah perempuan.
5. Mendampingi dan mendoakan perempuan melahirkan dan bayi.
6. Mendampingi dan mendoakan perempuan menjelang perkawinan/pernikahan.
7. Memberikan nasehat kepada perempuan calon pengantin dan
8. Mendukung sosialisasi program *gampong* dan pemerintah (Haisl wawancara dengan Sjeikh Hussein, 2018)

Peran-peran tengku inong tersebut telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, dan ikut serta membangun pendidikan, memelihara nilai-nilai soal budaya Aceh dan keharmonisan di tengah masyarakat. Walaupun dalam dua dekade ini, peran *tengku inong* cenderung merosot, walau belum hilang. Artinya, masyarakat pada dasarnya menyadari bahwa keberadaan *tengku inong* sangat diperlukan di tengah masyarakat

gampong. Fenomena tersebut tentu mengejutkan, sekaligus menyedihkan dan mengkhawatirkan bagi masyarakat Aceh. Alasan lainnya yang juga sangat relevan adalah semakin kurangnya jumlah Tengku inong yang sebelumnya mengajarkan membaca Al-Quran kepada anak-anak usia 5-10 tahun. Persoalam muncul ketika Tengku inong yang selama berabad-abad mengajarkan mengaji membaca Al-Quran pada anak-anak di *gampong* Aceh semakin langka, atau tidak merata di setiap *gampong* maka fenomena sebagian generasi muda Aceh tidak mampu baca Al-Quran muncul ke permukaan. Ternyata bukan hanya anak-anak atau remaja yang tidak mampu baca Al-Quran, melainkan juga orang dewasa yang sudah berkeluarga atau orangtua-orangtua ternyata masih ada yang tidak mampu membaca Al-Quran.

Peran *tengku inong* yang biasanya mengajar mengaji tentu berbeda. *Teungku imuem* atau ustand yang mengajar pengajian dalam jumlah peserta yang banyak dari beberapa *gampong* berkeumpul menjadi satu dan biasanya dilaksanakan satu bulan sekali. Namun peran *tengku inong* dasarnya bukan hanya mengajar mengaji, melainkan lebih substantif, yaitu berpartisipasi aktif dan bersifat integral dalam proses pengembangan masyarakat *gampong* di Aceh. Mereka merupakan bagian yang tidak terpisah dari proses berkembangnya entitas masyarakat *gampong* itu sendiri. Peran *tengku inong* menyatu dengan proses perubahan masyarakat.

Disamping mengajar mengaji anak-anak, *tengku inong* juga mengajar mengaji ibu-ibu baik yang muda maupun yang sudah tua. Kenyataannya banyak ibu-ibu yang kemampuan mengajinya belum

memadai. Ibu-ibu biasanya mengaji dalam satu minggu dua (2) kali pertemuan. Selain itu mereka juga mengaji bersama Teungku atau ustad laki-laki di *meunasah* atau mesjid. *Tengku inong* tidak membatasi peserta pengajian hanya perempuan saja, namun laki-laki juga dapat ikut mengaji. Namun pengajian ini tidak dilakukan di mesjid atau *meunasah*, melainkan hanya di tempat *tengku inong*.

Berbagai peran *tengku inong* ditengah masyarakat Aceh menempatkan mereka sebagai sosok dan panutan yang penting dan dipercaya. Mereka dituakan dan sekaligus tempat bertanya terkait berbagai persoalan yang muncul terutama berkaitan dengan anak-anak, remaja dan perempuan. Proses pengembangan masyarakat Aceh mulai dari *gampong-gampong* tidak terlepas oleh peran *teungku inong*. Sulit membayangkan pengembangan masyarakat Aceh tanpa peran *tengku inong*. Sejak dini, anak-anak Aceh belajar mengaji dai *Tengku inong* dan sekaligus belajar nilai-nilai dasar baik dan buruk. Mereka menjadi sumber pertama yang mengajarkan alquran secara berkelanjutan. Kehidupan anak-anak Aceh di *gampong* sangat tergantung pada *tengku inong* selain orang tua mereka, *teungku* menjadi guru yang memperkenalkan huruf-huruf Arab dan hal itu menjadi sangat penting dalam kehidupan seorang muslim. Dengan proses belajar yang dilakukan, mereka, anak-anak tersebut dapat membaca alquran dan memahami nilai-nilai Islam dan tata krama sebagai orang Aceh.

Peran *tengku inong* tidak sekedar mengajar mengaji, melainkan juga menjadi bagaian yang tidak mungkin

terpisahkan dalam pengembangan masyarakat Aceh sehari-hari. Namun sangat disayangkan bahwa keberadaan dan peran *tengku inong* saat ini banyak berkurang digantikan oleh perangkat desa dan *teungku* agam dalam kegiatan tertentu. Berdasarkan pernyataan dari hasil wawancara kedua *tengku inong* tersebut dapat dinyatakan bahwa nampaknya pengajian *tengku inong* kurang mendapat dukungan dari pemerintahan *gampong*. *Tengku inong* tidak diijinkan melaksanakan pengajian di *meunasah* karena tidak terdapat ijin dari pengelola *meunasah*. *Meunasah* pada dasarnya padahal merupakan milik semua anggota masyarakat *gampong* dimana *meunasah* tanpa terkecuali. Masyarakat *gampong* lah yang memiliki *meunasah* yang tentu saja dapat dipergunakan untuk kegiatan-kegiatan yang berguna bagi pengembangan masyarakat *gampong*. Apalagi jika *meunasah* digunakan. Artinya wadah tersebut dapat dipergunakan untuk 'belajar dan bersosialisasi oleh dan untuk masyarakat.

Pengajian dipercaya, dapat menjadi ruang bagi anak-anak untuk meminimalkan menonton televisi, bermain *gadget*, *games* dan media sosial. Pandangan bahwa pengajian yang dipimpin oleh *teungku inong* merupakan pengajian milik pribadi memang faktanya demikian, namun pengajian ini juga tidak memungut bayaran, kecuali sumbangan untuk listrik dalam jumlah yang kecil. Jika dibandingkan dengan peran *tengku inong* dalam Pendidikan anak-anak dan kaum ibu, tentu tidak sepatutnya mereka tidak memperoleh dukungan dari

pemerintahan desa, yaitu *keuchik*, *Teungku imuem*, sekretaris *gampong* dan *tuhapuet* (anggota masyarakat yang dipilih untuk memberikan pertimbangan-pertimbangan kepada pemerintah *gampong*). terlebih lagi, *gampong* mempunyai dana yang besar dari Anggaran Dana Desa, tentu alokasi pendidik, kesejahteraan atau agama dapat menjadi pertimbangan mendukung pengajian yang dilakukan *teungku inong*.

Dalam konteks pengembangan sumber daya manusia dan pemeliharaan pendidikan Islam, terutama kemampuan membaca Alquran, shalat, puasa dan berbagai nilai-nilai baik lainnya, maka dukungan kepada *tengku inong* harus dipikirkan, direncanakan dan dilaksanakan secara serius oleh pemerintahan Aceh dari level *gampong* sampai provinsi. Pengembangan masyarakat tidak dapat dilakukan oleh salah satu pihak, meliankan harus melibatkan semua pihak, laki-laki maupu perempuan. *Tengku inong* yang perannya telah terbukti sejak ratusan tahun sebelumnya dalam system masyarakat Aceh tidak sepatutnya diabaikan dan hanya menjadi pelengkap saja. *Tengku inong* harus diakui perannya terutama dibidan Pendidikan agama dan sosial budaya.

Peran *tengku inong* tidak tersebut dalam struktur pemerintahan *gampong* sampai saat ini, tentu tidak sepatutnya hal tersebut terjadi karen a peran dan kiprah mereka yang luar biasa. Kiprah mereka sudah diakui selama berabad-abad dan integral dalam kehidupan masyarakat *gampong*. fakta ini yang

menurut peneliti sebagai bentuk belum adanya penghargaan yang sepatutnya terhadap peran perempuan di *gampong* Aceh. Apa alasan. Alasan yang menyebabkan tidak diakui secara formal keberadaan *tengku inong* dalam masyarakat *gampong* disebutkan karena sampai saat ini belum ada landasan formal atau tidak ada aturan terkait kemestian *teung inong* harus disebutkan dalam struktur pemerintahan masyarakat *gampong*.

Tidak dapat dibantahkan oleh siapapun peran *teungku inong* di setiap *gampong* (desa). Bukankah pembangunan mamusia dimulai dari pemerintahan level pertama yaitu *gampong*. Masyarakat mengakui peran *Tuengku Inong*, dan mengikuti apa yang mereka ajarkan. Sebagaimana pemahaman peran yang disampaikan oleh. (Robbins, 2001, p. 227) yang menyatakan bahwa peran sebagai “*a set of expected behavior patterns attributed to someone occupying a given position in a social unit*”. Pada dasarnya tidak ada yang membatnah peran *tengku inong* dalam sistem sosial masyarakat *gampong*. Peran mereka sangat dibutuhkan dan ditunggu, namun dari segi lainnya, mereka seolah menjadi posisi ‘*second line*’ dalam masyarakat *gampong*. Pneliti menatakan demikian karena proses yang terjadi ;hanya bersifat alamiah semata, belum ada perhatian sama sekai dari pemerintah ganpong, bahkan kecamatan, kabupaten/kotamadya dan propinsi mengenai pengembangan adan peningkatan kualitas *Teugku Inong*. Bahwa setiap *gampong* semestinya ada satu orang *tengku*

inong, bukan malah semakin berkurang jumlahnya. Tidak ada penghargaan kepada *tengku inong* atas peran merekayang besar dan terus menerus selama ini kepada masyarakat, sedangkan *teungku imuen* melalui Qanun Pemerintahan *Gampong* sangat diperhatikan oleh pemerintah, yang dihargai kiprah dan peran mereka dengan tercatat dalam strujtur, diberikan gaji dan kendaraan roda dua sebagai alat operasi selama mereka bertugas.

Tentu saja kondisi tersebut sangat tidan baik dan tidak adil bagi masyarakat, terutama *tengku inong* karena bagaimanapun, peran mereka snagat besar bagi pengembangan masyakat. Menurut (Dougherty & Pritchard (1985) dalam Bauer, 2003), teori peran ini memberikan suatu kerangka konseptual dalam studi perilaku di dalam organisasi. Peran *tengku inong* pada dasarnya tidak ada perbedaan dari satu era ke era lainnya, hingga era digital sekarang ini. Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, dan peran mereka menciptakan perilaku-perilaku yang relevan dengan ajaran-ajaran Islam dan *reusam (adat istiadat)* Aceh.

Peran *tengku inong*, ustad perempuan yang kuat dalam pengembangan masyarakat di *gampong/desa* di Aceh terlihat relevan dengan kemajuan perempuan-perempuan Aceh di era tersebut yang menonjol dalam berbagai peran dan possi mereka. Perempuan menjadi Sultanah (4 orang Sultanah di Aceh), pahlawan perang, Laksamana Panglima Angkatan Laut Kerajaan Aceh, pahlawan-pahlawan perang, pahlawan

pendidikan dan lainnya. *Tengku inong* meletakkan dasar kemampuan membaca huruf hijaiyah kepada seluruh anak-anak, kamu ibu dan bahkan sebagian bapak-bapak. Kontribusi mereka sangat mendasar dan berarti karena mereka melakukannya hingga saat ini, dan hal itu dilakukan atas didasari oleh keikhlasan kepada Allah, tidak ada gaji, tunjangan, jabatan dan penghargaan karena peran tersebut. Bahkan terkadang cenderung dicurigai mempunyai kepentingan pribadi, dan perlakuan secara amstem sosial dan politik sebagai pihak yang mempunyai kemampuan 'kelas dua' dibandingkan kaum laki-laki.

Perlakuan yang tidak adil terhadap *tengku inong* tersebut secara kasat mata tidak tampak masalah karena dalam sistem sosial masyarakat hal tersebut memang sudah dianggap hal yang alamiah dan semestinya. Namun jika ditelaah lebih jauh perlakuan tidak adil bukankah persoalan yang lain secara spontan melainkan meruapak hasil dari proses pengetahuan, kehadiran dan pemahaman, sehingga melahirkan perilaku-perilaku yang cenderung tidak adil, yang sudah dianggap hal yang wajar saja. Krisis *tengku inong* disebabkan oleh kemampuan *tengku inong* memang menjadi dasar muncul kurang percaya masyarakat kepada mereka. Nampaknya hampir tidak ada *tengku inong* yang mempunyai kealiman pengetahuan Islam dalam kapasitas yang tinggi. Perempuan umumnya hanya sebatas mengaji di dayah-dayah dan tidak melanjutkan secara serius sebagaimana laki-laki. Keterbatasan

mereka pada dasarnya bukan saja karena kurang menguasai ilmu agama, melainkan juga alasan utama adalah karena mengalami 'diskriminasi sosial, budaya dan politik' yang telah mereka alami selama ini. *Tengku inong* cenderung hanya dipandang sebagai 'pelengkap' saja ditengah peran mereka yang besar di masyarakat. Mereka memperoleh perlakuan yang berbeda dibandingkan *teungku agam/imuem*.

Realitas tersebut mengakibatkan, proses regenerasi *tengku inong* tersendat dan sepenuhnya diserahkan pada proses alamiah, niat dan keinginan orang tua yang mempunyai anak perempuan yang kemudian mengantar mengaji anak mereka di dayah selama beberapa tahun, dan kemudian kembali ke *gampong* dan membantu atau melanjutkan perjuangan ibunya mengajar mengaji. Dan hal itu benar-benar tanpa dibayar sama sekali, semuanya karena keinginan mengabdikan kepada masyarakat dan mengharap keridhaan Allah SWT.

Proses mengaji di dayah kemudian kembali pulang ke *gampong* pun, tidak serta merta anak perempuan tersebut menjalani proses menjadi *tengku inong*, namun mereka terkendala dengan harapan dan cita-cita personal seperti 1) melanjutkan sekolah atau bekerja dan lokasinya jauh dengan *gampong*, atau bahkan harus ke luar kota, (2) menikah, karenanya tidak memperoleh iin dari suami untuk mengajar mengaji atau aktif di kegiatan masyarakat lainnya, (3) masih

terlalu muda, tidak ada yang nyaman atau percaya dengan kemampuan perempuan. Sungguh sangat disayangkan atau kan dapat dikatakan ironi, di negeri syariat Islam, pengembangan kaderisasi bagi kaum ibu yang selama berabad-abad telah berkontribusi dalam pembangunan masyarakat khususnya dalam bidang agama dan sosial budaya.

Kondisi tersebut dapat dianalogikan dengan sekolah yang tidak mempunyai guru yang cukup, sedangkan anak-anak didik dalam jumlah yang banyak, dan bagaimanapun pelaksanaan pengajaran harus tetap berlangsung dengan keadaan guru yang terbatas. Jika terus menerus berlangsung akan mengganggu keberlanjutan dan kualitas pendidikan dan anak-anak didik. Dan yang paling tidak masuk akal adalah pihak-pihak yang berwenang atau pemerintah terutama Dinas Syariat Islam dan Majelis Adat Aceh (MAA) tidak membuat kebijakan untuk mendukung keberlangsungan peran Tengku inong dalam masyarakat *gampong*. Padahal sebagaimana diketahui dana pendukung tersedia, baik dana dalam bentuk program pemerintah sebagai pemberdayaan adat dan perempuan, maupun dukungan Anggaran Dana Desa dalam jumlah yang besar yang dapat menjadi bagian dalam program Pendidikan agama.

Kaderisasi Pendidikan *tengku inong* tidak mendapat perhatian dari pemerintah atau Lembaga sosial masyarakat. Apapun alasannya tentu ini tidak dapat dibiarkan terus menerus

karena dapat menghambat proses pengembangan generasi muda dan ibu-ibu di *gampong* Aceh. Kondisi tersebut lebih menyedihkan bagi tengku inong karena tidak ada penghargaan sama sekali secara formal walau peran mereka diakui bahkan sangat dibuuthkan oleh masyarakat *gampong*. Pemerintah tidak menyadari bahwahal tersebut adalah suatu masalah yang mungkin saja nanti ke depannya dapat berakibat buruk bagi kualitas generasi mendatang di Aceh. Buktinya, sekarang ini, jumlah anak-anak muda, ibu-ibu dan bapak-bapak banyak yang tidak mampu baca Al-Quran dengan baik, atau bahkan ada diantara anggota masyarakat yang tidak mengenai huruf hijaiyah. Dampaknya semakin meningkat anak muda Aceh dan anggota masyarakat lainnya yang tidak mampu membaca Al-Quran dengan baik.

Gampong-gampong di Aceh mengalami krisis tengku inong karena jumlah mereka semakin berkurang dengan berbagai alasan yang sudah dijelaskan sebelumnya. Kondisi tersebut, pada dasarnya tidak akan terjadi jika pemerintah mempunyai perhatian, kebijakan dan program mendukung kaderisasi *tengku inong*. Sebagaimana saat ini di *gampong*, satuorang *tengku inong* membimbing atau mengajar 2-4 *gampong*. tentu saja kondisi tersebut sangat menganggu proses pengembangan masyarakat *gampong*, walau mereka mampu untuk melaksanakan peran yang bertambah di beberapa *gampong* atau *meunasah* lainnya.

Beberapa pertimbangan mendasar mengapa pengembangan dan kaderisasi *Tengku inong* mendesak dibuatkan kebijakan dan dilaksanakan program-program yang mendukung keberlanjutan peran mereka di *gampong-gampong* Aceh, yaitu :

- a. Memelihara kaderisasi *tengku inong*
- b. Meningkatkan kualitas dan pengetahuan
- c. Menjaga keberlanjutan kemampuan anak-anak, remaja, ibu-ibu dan sebagian Bapak terkait kemampuan membaca Al-Qur'an
- d. Menjaga tradisi sosial budaya Aceh-pembangunan *ureung* (orang) Aceh mulai dari level pemerintahan pertama yaitu *meunasah*.
- e. Menciptakan proses pendidikan dasar (anak-anak dan masyarakat) berbasis sosial budaya (kearifan local) terpelihara di Aceh.
- f. Membuka peluang penelitian, kajian dan diskusi terkait model pendidikan masyarakat berbasis kearifan lokal yang mampu bertahan namun adaptif dengan perkembangan masyarakat.

Kearifan lokal sudah sepantas dipelihara sebagai kekuatan masyarakat yang telah dikonstruksi sepanjang kehidupan masyarakat tersebut dan mempertautkan nilai-nilai yang selama ini dianut oleh masyarakat bersangkutan. Dalam setiap masyarakat membutuhkan model yang dipercaya akan lebih mempermudah untuk memahami nilai-nilai dan mempraktekkan perilaku-perilaku dalam sebuah masyarakat

atau komunitas. Masyarakat *gampong* di Aceh pada dasarnya mempunyai model yang telah menjadi bagian dari masyarakat *gampong* dan terbukti selama berabad-abad telah menjadi bagian dari pembangunan masyarakat terutama dalam bidang agama khususnya kemampuan membaca Al-Quran, membaca kitab kuning guna mempelajari aturan-aturan ibadah dan muamalah, memahami akidah Islam serta aturan perkawinan.

Tengku inong pada dasarnya telah berhasil menjadi guru dan model di tengah masyarakat *gampong* khususnya bagi perempuan dan anak-anak Aceh. *Tengku inong* berperan dan berkembang sendirian, tanpa perhatian dan program terencana dari pemerintah. Padahal harus diakui bahwa peran mereka sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat *gampong*. Peran *tengku inong* integral dalam kehidupan masyarakat Aceh, namun sangat disayangkan bahwa peran mereka hanya bersifat alamiah saja. Artinya mereka menjalankan peran alamiah mereka tanpa ada dukungan berarti dari pemerintah termasuk pemerintahan desa. Pada dasarnya semua pihak mengetahui bahwa peran *tengku inong* sangat penting dan tidak mungkin dipisahkan dari proses sosial budaya masyarakat *gampong*. Namun pada kenyataannya, pemerintah tidak mempunyai perhatian dan dukungan terhadap salah satu peran penting ini.

Peran mereka mereka diharapkan oleh masyarakat sebagai sumber Pendidikan membaca Al-Quran level pertama atau kedua khususnya bagi anak-anak dan remaja sebelum

anak-anak melanjutkan pendidikan ke dayah-dayah yang tersebar di Aceh, atau ke pesantren di berbagai daerah di Indonesia. Peran *tengku inong*, bukanlah sekedar mengajar membaca Al-Quran, namun peran mereka jauh lebih banyak/besar di tengah masyarakat. Proses sosial budaya masyarakat Aceh tidak berlangsung secara baik jika *tengku inong* tidak berperan aktif di tengah masyarakat *gampong* sebagaimana sebelumnya.

Tengku inong dalam persepsi masyarakat *gampong* adalah sosok perempuan atau guru agama yang mempunyai kemampuan mengajar mengaji, bahasa arab dan membaca kitab kuning, ibadah yang taat, dan senantiasa berperilaku terpuji. Peran *tengku inong* harus dijamin akan terus ada dan terpelihara dalam sistem masyarakat *gampong*. mereka telah menjadi bagian dari pengembangan masyarakat yang sekaligus mengubah kemampuan masyarakat menjadi lebih baik. *Tengku inong* bukan sekedar mengajar mengaji, melainkan juga sepatutnya mempunyai peran yang seimbang dan setara dengan elemen-elemen lainnya di dalam struktur *gampong*. Perempuan adalah warga *gampong* yang sepatutnya mempunyai peran dan posisi setara dengan laki-laki. Namun selama ini, peran kaum perempuan atau khususnya *tengku inong* tidak memperoleh penghargaan sepantasnya sebagaimana peran *teungku imuem* (laki-laki).

Masyarakat cenderung menginginkan *tengku inong* hanya mempunyai *peran kelas dua*; ditengah masyarakat.

Mereka hanya berperan dimana kaum laki-laki tdk mau berperan. Umumnya yang mengajar mengaji anak-anak adalah tengku inong sedangkan laki-laki mereka mengajar dalam mimbar-mimbar dalam jumlah besar, dan menjadi rujukan semua masyarakat. Sedangkan tengku inong hanya menjadi guru melakukan peran kecil ditengah masyarakat *gampong*, walau peran tersebut sangat penting. Peran tersebut merupakan dasar pengembangan generasi Aceh ke depan. Inilah yang disebut dengan *role expectation*: yaitu cara orang lain menerima perilaku seseorang dalam situasi tertentu. Dimana peran tengku inong diterima oleh masyarakat, namun hanya sebagai pendukung dalam pengembangan *gampong*, bahkan mereka tidak diakui secara formal.

Sebagai *tengku inong*, seseorang dituntut memainkan peran mereka sebagaimana standar kebiasaan yang ada selama ini di sebuah *gampong*. peran mereka sudah sangat familiar di tengah masyarakat karena memang turun menurun, dan hampir tidak ada yang berubah. Mereka juga sebagai implikasi dari peran sebagai *tengku inong*, dituntut untuk mempunyai perilaku atau sikap tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Berprilaku yang diharapkan adalah sesuai dengan nilai-nilai Islam dan nilai adat istiadat (*reusam*) Aceh.

Peran *tengku inong* mempunyai beberapa bagian yang berimplikasi pada proses kegiatan atau program yang

dilaksanakan. Berdasarkan pemikiran (Cohen, 2009), Peranan memiliki beberapa bagian, yaitu:

1. Peranan nyata (*Anacted Role*) adalah suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang dalam menjalankan suatu peranan. Dalam konstek sebagai *tengku inong*, mereka benar-benar menjalankan peranan mereka sebagaimana kebiasaan selama ini. Pilihan menjadi *tengku inong* menyaratkan kemampuan menguasai ilmu agama, membaca kitab kuning, mengerti aturan adat istiadat (*reusam*) Aceh.
2. Model peranan (*Role Model*) adalah seseorang yang tingkah lakunya dijadikan contoh, padutan, dan diikuti oleh masyarakat. *Tengku inong* menjalankan peran mereka atas dasar kemampuan mereka dalam mengajarkan mengaji dan menjaga keharmonisan sosial budaya di masyarakat *gampong*. anak-anak terutama kamu ibu mencontoh perilaku *tengku inong* dan berusaha untuk mempraktekkan dalam kehidupan mereka sehari-hari sesuai dengan pengetahuan yang mereka pelajari.
3. Rangkaian atau lingkup peranan (*Role Set*) adalah hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya. Dalam menjalankan perannya, *tengku inong* harus membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak termasuk pemerintahan desa/*gampong*, masyarakat dan *teungku imuem-teungku imuem (laki-laki)* yang juga mengajarkan mengaji, bahkan mereka ikut mengaji

dengan pengajian-pengajian yang lebih besar untuk menambah pengetahuan mereka.

4. Ketegangan peranan (*Role Strain*) adalah kondisi yang timbul bila seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan atau tujuan peranan yang dijalankan dikarenakan adanya ketidakserasian yang bertentangan satu sama lain. Ketegangan selama menjalankan peranan sangat mungkin ada, namun belum menjadi persoalan besar dikarenakan adanya saling mendiskusikan persoalan tersebut, dan niat dasar melaksanakan peran oleh *tengku inong* adalah karena mengharapkan keridhaan dari Allah SWT.

Pemerintah tidak patut mengabaikan peran *tengku inong*, sebagaimana selama ini pemerintah menyerahkan saja pada proses alamiah keberadaan dan peran *tengku inong*. Pertimbangan yang mendasar adalah, bahwa dalam proses pengembangan masyarakat bukan hanya peran laki-laki yang dibutuhkan, melainkan juga kaum perempuan, setengah bahkan lebih dari penduduk *gampong* adalah perempuan. Anak-anak lebih sesuai jika belajar nilai-nilai dasar pada perempuan sebagai sumber pertama pengetahuan mereka. Oleh karenanya melibatkan dan memelihara peran *tengku inong* sangat diperlukan dalam upaya menjaga keberlangsungan Pendidikan dasar dalam membaca Al-Quran dan ilmu Islam. Sekaligus menjamin keseimbangan pembangunan sumber daya manusia dalam proses pengembangan masyarakat *gampong* di Aceh.

Oleh karenanya pemerintah harus melihat realitas tersebut sebagai persoalan masyarakat Aceh, bukan hanya

perempuan perempuan atau bahkan tidak terdapat perhatian, men yerahkan kepada proses alamiah semata, melainkan pemerintah semestinya menjadi isu pengembangan *tengku inong* sebagai program kerja pengembangan perempuan Aceh. Keberadaan dan peran *teungku nong* dibutuhkan oleh masyarakat Aceh terutama dalam pembentukan anak anak dan ibu-ibu agar mempunyai kemampuan membaca Al-Quran secara baik dan mengetahui nilai-nilai Aceh.

Pemerintah, dan organisasi masyarakat harus mendukung proses kaderisasi *tengku inong*, serta memberikan penghargaan yang sepatutnya kepada mereka sebagaimana pemerintah memberikan perhatian yang baik kepada elemen lain dalam setiap pemerintahan *gampong*. Pemerintah harus membuat sebuah kebijakan yang serius dan merancang sebuah program yang bersifat berkelanjutan sebagai upaya mencetak *tengku inong-tengku inong* baru yang cukup memadai, setidaknya setiap *gampong* terdapat 1 (satu) *tengku inong*, atau pada tahap awal *tengku inong-tengku inong* yang sudah ada diberi perhatian dan program pembinaan termasuk memberikan penghargaan kepada mereka yang selama ini telah menghibahkan waktu dan tenaga mereka kepada pengembangan anak-anak dan kaum perempuan.

Oleh karenanya, beberapa langkah yang dapat diambil oleh pemerintah Aceh terkait upaya pengembangan/kaderisasi *tengku inong* sebagai guru mengaji anak anak dan kaum ibu di

gampong-gampong, termasuk juga beberapa peran lainnya yang sudah disebutkan sebelumnya. Langkah-langkah tersebut adalah :

1. Kebijakan terpadu dalam aturan atau ketentuan atau *Qanun* mengenai pengembangan sumber daya manusia berkekelanjutan dalam proses pengembangan masyarakat *gampong*. Hal ini sebagai bentuk perhatian dan keberpihakan pemerintah dan unsur-unsur masyarakat lainnya yang selama ini sudah sangat mengabaikan keberadaan *tengku inong*, padahal peran yang sentral bagi masyarakat *gampong* di Aceh.
2. Menciptakan sistem dan jaringan sinergi *tengku inong* di seluruh Aceh, walau dapat dilakukan secara bertahap dengan melibatkan dayah-dayah dalam Pendidikan bagi peningkatan kemampuan ilmu-ilmu agama Islam *tengku inong*, sehingga mampu berperan lebih baik di tengah masyarakat *gampong* khususnya dan di tengah masyarakat Aceh serta jika mungkin Indonesia pada umumnya.
3. Merancang sebuah program menyeluruh dan berkelanjutan bagi pembangunan kaderisasi dan peningkatan kualitas dan kuantitas *tengku inong*.
4. Membagi periodisasi waktu dan lapisan wilayah dalam pengembangan *tengku inong* yaitu :
 - a. Periodisasi pengembangan dapat dibagi menjadi jangka pendek, menengah dan panjang, dengan perencanaan dan target capaian terukur dan sesuai kebutuhan dan kondisi di lapangan.

- b. Struktur wilayah, berdasarkan sistem pemerintah Aceh, maka pengembangan *tengku inong* dapat dilakukan bertahap dari segi pengembangan kualitas maupun peningkatan jumlah. Program hendaknya dirancang berdasarkan kebutuhan masing-masing kabupaten/Kotamadya, kecamatan, kecamatan dan *gampong*.
5. Membuat sistem dan model pengembangan dan ***role model tengku inong*** serta program evaluasi yang berguna untuk menganalisis secara terukur pencapaian program kerja, serta kendala yang muncul dalam proses tersebut.
6. Dukungan pemerintah memperlakukan secara adil baik *tengku inong* maupun *teungku imuem* atau *tengku inong*. Hal tersebut akan memicu kesinambungan pengembangan tumbuh dengan baik, tentu yang lebih utama adalah kesadaran bahwa keberadaan *tengku inong* adalah mitra bagi pemerintah Aceh (mulai dari *gampong*), dan tidak dipandang sekedar pelengkap dalam sistem masyarakat, sekedar pelengkapan dalam proses sosial budaya semata.
7. Perangkat dan peran *tengku inong* masuk dalam struktur pemerintahan desa/*gampong* sampai ke level propinsi Aceh. Peran mereka yang besar selama ini, hanya dilihat sebagai mendamping saja dalam struktur *gampong* sehingga proses pengembangan tidak berjalan dengan baik, bahkan diserahkan prosesnya secara alamiah semata.

8. Menetapkan bahwa pengajian yang dipimpin oleh *tengku inong* di setiap *gampong* menjadi bagian dari kegiatan *gampong* dan dapat menggunakan *meunasah* sebagai sarana atau wadah pelaksanaan kegiatan pengajian tersebut. Hal tersebut dapat diadakah secara terjadwal.
9. Membangun Model Pendidikan untuk menghasilkan *tengku inong* yang berkualitas dan mumpuni, seperti *Islamic Boarding School*. Hal tersebut mendesak diperlukan untuk menciptakan kader-kader *tengku inong* yang handal sehingga peran mereka semakin mendukung pengembangan masyarakat *gampong*.

Pentingnya keberadaan *tengku inong* ditengah masyarakat *gampong* tentu tidak dapat terbantahkan lagi. Mereka menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses kehidupan sosial budaya dan agama masyarakat *gampong* khususnya anak anak dan kaum ibu. Sebagaimana diketahui, bahwa masalah-masalah perempuan, anak-anak dan keluarga yang kurang nyaman jika didiskusikan kepada *tengku* atau ustad laki-laki. *tengku inong* sangat tepat dan telah terbukti mampu mengajarkan Al-Quran epada anak-anak dan juga kita-kita kepada kamu ibu yang membahas tentang akidah, dan ibadah. Masa belajar mengaji di usia anak-anak menjelang remaja juga lebih cocok dilaksanakan oleh *tengku inong*. Alasannya karena perempuan cenderung lebih sabar, telaten, mau memhami situasi anak anak, dan mudah memasukkan atau menyelipkan nilai-nilai sosial budaya dan agama kepada anak-anak.

Artinya model peran *tengku inong* bukan hanya sebagai guru mengaji, melainkan juga sebagai penasehat, pemimpin doa, dan teman yang dapat diajak diskusi dalam berbagai persoalan yang dihadapi, termasuk mendukung sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Krisis jumlah dan kualitas *tengku inong* berimplikasi terhadap peran mereka di *gampong-gampong*. Kondisi tersebut otomatis menyebabkan jumlah pengajian membaca Al-Quran semakin berkurang, yang secara langsung berimplikasi terhadap semakin banyak jumlah anak-anak atau generasi muda Islam di *gampong* khususnya dan Aceh umumnya tidak mempunyai kemampuan dalam membaca AlQuran. Generasi baru saat ini, bahkan kurang mengenai tentang nilai-nilai '*reusam Aceh*' yang mengajarkan nilai-nilai sosial, budaya politik, ekonomi dan agama kepada masyarakat. Namun kondisi tersebut bukanlah kesalahan *tengku inong*, namun lebih karena ketidakmampuan pemerintah mengelola program pemberdayaan masyarakat berdasarkan nilai-nilai Aceh.

Minimnya jumlah *tengku inong* saat ini disebabkan juga persyaratan yang cukup berat disamping syarat adan nilai yang sudah turun temurun. Apapun syarat menjadi *Tengku inong* adalah

1. Mempunyai kemampuan membaca dan menelaah Al-Qurn dengan baik dan benar.
2. Mampu membaca kitab kuning.
3. Mempunyai pengetahuan Islam yang baik.

4. Pernah belajar atau mengaji di dayah atau berguru *pada teungku imuem* atau ustad/wali yang dipercaya lebih menguasai ilmu agama Islam.
5. Mempunyai kemampuan membaca dan memahami Hadist.
6. Keturunan *teungku imuem, tengku khatib* atau *tengku inong*.
7. Pandai berkomunikasi dan bergaul dengan anak-anak, kaum ibu dan masyarakat.
8. Diterima dan dipercaya oleh masyarakat *gampong*.
9. Pengalaman dan waktu selama melaksanakan pengajian dapat dilaksanakan dengan amanah.

Syarat-syarat tersebut tentu tidaklah mudah, karena banyak generasi muda yang lebih memilih profesi-profesi baru yang dipercaya lebih membawa hasil atau gaji sebagai jaminan hidup mereka. Disamping itu, walau perempuan muda yang mempunyai kemampuan mengajar mengaji, namun jika mereka sudah menikah, maka sangat sulit ijin dari suami mereka untuk aktif sebagai guru atau berproses mengajar mengaji agar suatu waktu dapat menjadi *tengku inong*. Ditambah lagi penilaian dan harapan yang cukup tinggi dari masyarakat terkait peran mereka ditengah masyarakat. Sebagai *tengku inong*, mereka harus senantiasa menjadi orang yang selalu harus tampil baik dan ini tentu sangat membertakan bagi sebageian generasi muda ditengah beragam profesi yang dianggap lebih 'keren' dan menjanjikan.

Keberadaan *tengku inong* pada dasarnya telah menjadi tradisi masyarakat *gampong* Aceh, walau faktanya saat ini, setiap *gampong* mempunyai *tengku inong*. Oleh karenanya pemerintah, MUI/Persatuan Ulama Aceh, Dinas Syariat Islam, Dinas Dayah dan Lembaga terkait lainnya. Diperlukan pemikiran yang serius terkait pola pengembangan *tengku inong* di Aceh khususnya Pidie Jaya. Keberadaan *Tengku inong* sangat penting karena terkait dengan keberlangsung pengembangan sumber daya manusia Aceh ke depannya.

Kekhawatiran muncul karena banyak generasi muda Aceh di *gampong-gampong* secara umum tidak mampu membaca al-quran dan jauh dari nilai-nilai sisal budaya Aceh. Kondisi tersebut berimplikasi terhadap kualitas mesyarakat mendatang tanpa dapat terbantahkan karena proses dan kualitas Pendidikan yang dilalui ditunjang dengan kualitas masyarakat menjadi penyebab bagaimana kualitas individu-individu baru akan terbentuk. Kemudian mereka berproses menciptakan kualitas masyarakat baru di masanya. Oleh karenanya, kaderisasi sangat diperlukan agar keberlangsungan peran *tengku inong* ada dalam masyarakat *gampong* Aceh. Sehingga ke depannya kualitas masyarakat akan lebih baik, sehingga lebih membahagiakan dan mengakomodir semua peran masyarakat seluas mungkin.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis data yang sudah dipaparkan maka kesimpulan bahwa . *Tengku inong* adalah 'guru gampong' atau guru perempuan yang mengajarkan membaca Al-Quran kepada anak-anak, remaja dan kaum inu di setiap gampong/desa di Aceh. Peran *tengku inong* tentu saja bukan hanya mengajar membaca Al-Quran, melainkan terdapat beberapa peran lainnya yang juga sangat penting dalam masyarakat *gampong*. Peran *Tengku inong* adalah bagian integral dalam sistem masyarakat *gampong* di Aceh. Dalam kiprah tersebut, mereka melibatkan masyarakat dalam proses pengembangan, karena sebagaimana karakter masyarakat Aceh yang terbuka, terus terang dan cenderung lebih ekspresif dalam menyampaikan pendapat, keinginan dan kritik kepada beberapa pihak termasuk pemerintah. *Tengku inong* menggunakan komunikasi partisipatif untuk melibatkan lebih besar peran dan keikutsertaan masyarakat di dalamnya.

Keberadaan *tengku inong* saat ini mengalami penurunan dikarenakan kaderisasi yang kurang terencana dan perhatian pemerintah yang belum maksimal terhadap peran penting *tengku inong* bagi masyarakat *gampong* di Aceh. *Tengku inong* sebagai 'role model' perempuan Aceh mempunyai peran sangat penting di tengah pengembangan masyarakat *gampong* Aceh. Pada pengembangan level pertama di *gampong*, Peran *tengku inong* sangat besar, namun hingga saat ini belum ada

penghargaan yang memadai, hal tersebut terbukti dengan tidak tercantumnya 'Tengku Inong dan peran mereka dalam struktur pemerintahan gampong'. Peran mereka adalah integral dalam proses sosial budaya masyarakat Aceh. Kaderisasi *tengku inong* tidak berjalan dengan baik, sehingga jumlah dan peran mereka menjadi berkurang dan ini mengganggu pengembangan masyarakat Aceh di gampong-gampong.

Pemerintah dalam hal ini, Dinas Syariat Islam bahkan belum secara terencana mempunyai kebijakan dan program peningkatan kualitas dan kuantitas *tengku inong*. Namun disisi lainnya, Dinas Syariah sepenuhnya menyadari upaya peningkatan kualitas *tengku inong* sangat diperlukan, dan mendesak dilaksanakan. Tidak adanya kaderisasi telah mengakibatkan jumlah dan peran *tengku inong* berkurang, yang mengakibatkan semakin banyak anak-anak Aceh yang tidak mempunyai kemampuan membaca Al-Quran yang memadai. Oleh karenanya pemerintah dan institusi terkait segera melakukan revisi *Qanun Pemerintahan Gampong* dan mencantumkan *tengku inong* sebagai salah satu peran dan posisi yang harus diakui oleh pemerintah Aceh. Harapannya, kaderisasi yang dilaksanakan maka dalam 4-5 tahun ke depan jumlah *tengku inong* sudah semakin bertambah dan disertai pengetahuan agama dan lebih memahami perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Bauer, J. C. (2003). *Role Ambiguity and Role Clarity: A Comparison of Attitudes in Germany and the United States*. University of Cincinnati – Clermont.
- Cohen, B. J. (2009). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rineka Cipta.
- Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*. John Wiley & Sons.
- Ibrahim, M. (2014). Dayah, mesjid, meunasah sebagai lembaga pendidikan dan lembaga dakwah di Aceh. *Jurnal Al-Bayan*, 21(30), 21–34. <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/121%0Ahttp://moraref.kemenag.go.id/documents/article/97406410605911940>
- Juraida, I. (2016). Pandangan Tokoh Pesantren Terhadap Eksistensi Ulama Perempuan Di Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Community*, 2(3), 332–341. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v2i3.100>
- Kanfer, R. (1987). Task-Specific Motivation: An Integrative Approach to Issues of Measurement, Mechanisms, Processes, and Determinants. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 5(2), 237–264.
- Lailatussadah. (2015). Kualitas Teungku inong sebagai Role Model Islami Bagi Masyarakat Kecamatan Delima Kabupaten Pidie. *Internasional Journal of Child and Gender Studies*, 1(2), 75–86. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Manan, P. H. A. (2017). *Teungku inong*. PT. Naskah Aceh Nusantara.
- Moleong, L. . (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*.

- PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P. (2001). *Organizational Behavior, 9th ed.. Upper Saddle River*. Prentice-Hall Inc.
- Rokhimah, S. (2014). PATRIARKHISME DAN KETIDAKADILAN GENDER | MUWAZAH: Jurnal Kajian Gender. *Jurnal Kajian Gender*, 6(1), 1–14. <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/Muwazah/article/view/440>
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Penerbit Garudhawaca.
- Sakina, A. I., & Siti A, S. H. (2014). Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia. *Social Work Jurnal*, 7(1), 71–80.
- Srimulyani, E. (2009). *Perempuan Dalam Masyarakat Aceh, Menganalisa Kepemimpinan Perempuan Dalam Pesantren dan Dayah*.
- Syahputra, Rizki Muhammad dan Darmansa, T, 2020. Fungsi Kaderisasi Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemimpinan. *Journal of Education and Teaching Learning*. <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jetl> H
- Wahid, U. (2013). The Function of Meunasah in Social Cultural Communication Process Within Acehness Society. *Journal of Human Capital Development (JHCD)*, 6(1), 151–167. <https://journal.utem.edu.my/index.php/jhcd/article/view/2313>
- Wahid, U. (2015). Perubahan Politik dan Sosial Budaya Masyarakat Gampong Aceh Di Era Internet–New Media. *2015*, 1(2), 75–86.

LITERASI TEKNOLOGI DALAM PEMBELAJARAN
DARING
(Studi pada Kalangan *Digital Immigrant* FISIP UNIB)

Eka Vuspa Sari¹⁾ Gushevinalty²⁾ Dhanur Seto Hadiprashada³⁾

^{1,2,3} Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Bengkulu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan literasi teknologi pendidik *digital immigrant*, serta kendala dan solusi yang diberikan dalam pembelajaran daring di Universitas Bengkulu. Metode penelitian menggunakan *mix method*. Pendekatan kuantitatif untuk menjawab pengukuran kemampuan literasi teknologi dalam pembelajaran. Sedangkan pendekatan kualitatif, dipakai guna menggali kelengkapan informasi terkait kendala dan solusi yang dilakukan dalam pembelajaran daring. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner, wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan kemampuan literasi teknologi *digital immigrant* yang sangat tinggi. Pada tingkat *digital skill*, pemahaman terkait perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) persentase sebesar 95,79%, pemahaman internet dan pemanfaatan mesin pencari informasi persentase sebesar 91,58%, pemanfaatan perangkat keamanan digital persentase

sebesar 72,63%, dan penggunaan aplikasi media sosial dan pembelajaran *online* sebesar 91,77%. Pada tingkat capaian kecakapan digital diperoleh persentase sebesar 91,49%. Kendala yang ditemukan, adanya batasan waktu dalam penggunaan aplikasi *zoom meeting* yang biasa dan kesulitan dalam memahami fitur – fitur yang ada pada aplikasi pembelajaran *online*, serta sulitnya mengatur efektivitas penggunaan ketika jumlah partisipan yang sangat banyak. Solusinya dengan meningkatkan fitur aplikasi *zoom meeting* menjadi *zoom meeting* premium untuk mengatasi keterbatasan waktu dalam penggunaan dan adanya kerja sama yang baik, serta pemakluman antara dosen dan mahasiswa dalam proses kegiatan belajar mengajar secara *online*.

Kata kunci: Literasi, Teknologi, *Digital Immigrant*, Pembelajaran Daring.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda berbagai negara di dunia termasuk Indonesia membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia saat ini. Proses adaptasi atas perubahan pun dilakukan dalam waktu yang sangat singkat. Perubahan radikal dialami oleh individu, komunitas dan organisasi dalam waktu yang sangat singkat untuk menjawab tuntutan adaptasi kebiasaan baru dalam menghadapi pandemi Covid-19 (Manuti, et al., 2020, p. 2). Hal tersebut terjadi karena penyebaran virus mengarah pada krisis kesehatan yang akut, sehingga pembatasan jarak dan pergerakan manusia perlu diterapkan. Fenomena pembatasan jarak dan pergerakan manusia berpengaruh pada segala aktivitas kerja yang dilakukan di luar ruangan. Sistem kerja berubah, semua mengarah pada penggunaan teknologi digital yang aktivitasnya dapat dilakukan di rumah tidak terkecuali aktivitas Pendidikan.

Di Indonesia aktivitas pendidikan di sekolah dan perguruan tinggi ditutup, menggantinya menjadi pendidikan jarak jauh yang berbasis jaringan (*daring*) atau *online*. Menurut Zimmerman (2020) Perubahan metode tersebut tergolong drastis dan opsi yang tersedia hanyalah menyelenggarakan perkuliahan secara virtual, tatap muka di kelas digantikan tatap muka melalui virtual memanfaatkan teknologi digital. Hal ini dilakukan untuk menjamin keberlangsungan pembelajaran tidak ada interkasi fisik antara pendidik dan peserta didik. Di

lingkungan perguruan tinggi, salah satu faktor kunci perubahan metode perkuliahan adalah kemampuan pendidik (dosen) dan peserta didik (mahasiswa) dalam menggunakan teknologi untuk mengelola proses pembelajaran berbasis daring.

Pada pembelajaran daring, literasi teknologi merupakan kemampuan untuk memanfaatkan internet beserta kompleksitasnya. Berbagai aplikasi yang mendukung pembelajaran, seperti *e-learning*, *Google Classroom*, *Edmodo*, *Whatsapp Group*, *Google Meet* dan *Zoom*. Sehingga dalam pelaksanaan pembelajaran daring keterampilan dalam memahami dengan baik penggunaan teknologi komunikasi dan informasi. Rai (2012) menjelaskan bahwa dalam pelaksanaannya, pembelajaran daring memberikan tantangan tersendiri bagi pelaku pendidikan, seperti dosen dan mahasiswa. Dosen dan mahasiswa memiliki kemampuan yang berbeda dalam memahami dan menggunakan teknologi, hal ini dikarenakan adanya perbedaan generasi (Latif, 2020, p. 108).

Saat ini ada banyak *baby boomers* yang sering disebut *digital immigrant* yang berprofesi sebagai Dosen. Istilah *digital immigrant* mulai digunakan oleh Marc Prensky pada awal tahun 2001 dalam berbagai jurnal yang membahas tentang pengelompokan masyarakat berdasarkan teknologi yang digunakan. *Digital immigrant* adalah mereka yang terlahir dengan minimnya kemampuan menggunakan teknologi canggih, mereka lahir di era tahun 1970an. Penelitian terkait

pendidik itu menjelaskan keterbatasan kemampuan beradaptasi yang tidak sama antar guru. Guru yang tergolong *digital immigrant* cenderung lebih sulit dalam melakukan penyesuainya (Tayo, Nursanti, & Utamidewi, 2021, p. 108). Senada dengan itu penelitian mengenai peran literasi teknologi dalam pembelajaran daring di dalam kesimpulan menjelaskan adaptasi harus selalu dilakukan terkait belajar tentang teknologi terbaru untuk menunjang pembelajaran daring dengan pemanfaatannya (Ahmad & Wibawa, 2021, p. 9).

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik (Fisip) Universitas Bengkulu (UNIB) dalam proses pembelajarannya pun turut melaksanakan pembelajaran daring sejak pandemi Covid-19 diawal Maret 2020 sampai dengan sekarang 2022. Fisip UNIB memiliki jumlah dosen aktif sebanyak 68 orang dengan 45 orang termasuk ke dalam kelompok *digital immigrant*. Artinya, lebih dari setengah jumlah dosen tergolong *digital immigrant*. Untuk itu, Fisip melalui Wakil Dekan Bidang Sumberdaya dan Akademik terus berevolusi menuju lingkungan belajar digital guna menunjang aktivitas pembelajaran daring. Berbagai sosialisasi dan pelatihan diberikan bagi pendidik baik dari skala kecil hingga besar, dari penyediaan berbagai fasilitas, hingga layanan dalam sistem *online*.

Berdasarkan pemaparan di atas perlu dilakukannya penelusuran dan pengukuran terkait kemampuan literasi teknologi dalam pembelajaran daring pada kalangan *digital*

immigrant dengan harapan dapat memperlihatkan kondisi real pada target yang dipilih, dengan informasi akurat mengenai kemampuan literasi teknologi, kendala yang dirasakan serta solusi yang diambil.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi

Literasi teknologi merupakan kemampuan dalam memilih dan memanfaatkan berbagai teknologi untuk mencapai tujuan tertentu. Teknologi dalam konsep literasi berkaitan erat dengan dunia digital yang mana informasi dan komunikasi menjadi esensi yang tidak terlepas dari pemanfaatannya. Ferguson (2016) menjelaskan Literasi Teknologi (*Technology Literacy*), adalah kemampuan memahami kelengkapan yang mengikuti teknologi seperti peranti keras (*hardware*), peranti lunak (*software*), serta etika dan etiket dalam memanfaatkan teknologi. Syarifuddin (2014) menyatakan konsep yang sama antara *literasi digital* dengan literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Literasi ini diartikan sebagai kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media baru seperti internet untuk mengakses, menyebarkan, dan mengomunikasikan informasi secara efektif (Syarifudin, 2014, pp. 154-164).

Literasi TIK dimaknai juga sebagai literasi media yang memposisikan manusia yang memiliki kemampuan untuk

memahami, menguasai, dan memanfaatkan konten media massa. Literasi media adalah kemampuan yang efektif dan efisien untuk memahami dan pemanfaatan konten media massa atau *the ability to effectively and efficiently comprehend and utilize mass media content* (Baran & David, 2010, p. 25).

Literasi teknologi memiliki konsep yang sama dengan literasi digital hal ini disebabkan proses sebuah literasi kerap menggunakan digitalisasi dalam kegiatannya, konsep ini juga timbul dari kemunculan teknologi yang identik dengan aplikasi digital menggunakan internet (*online*) sesuai dengan perkembangan dunia global. Istilah lain yang erat kaitannya dengan literasi teknologi adalah *e-literacy*. *E-literacy* adalah kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi informasi dalam menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Seiring dengan perubahan dan perkembangannya, istilah ini pun meluas menjadi beberapa istilah yang berbeda seperti literasi teknologi (*technology literacy*), dan literasi komputer (*computer literacy*), dan literasi internet (Juditha, 2011, pp. 41-52).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dinyatakan secara kompleks literasi teknologi didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi dalam bentuk media untuk menemukan, menggunakan informasi sebagai input pemikiran, dan menyebarkan informasi melalui platform digital. Literasi digital juga melibatkan kemampuan memahami,

menganalisis, memberikan penilaian terhadap berbagai informasi yang diterima, serta melakukan evaluasi terhadap informasi tersebut. Tidak hanya pada ranah informasi namun menjangkau pemanfaatan secara praktis, seperti memahami, menganalisis, hingga mengevaluasi media digital yang digunakan. Faktor yang mempengaruhi dan menghubungkan literasi digital dengan literasi komputer serta literasi informasi dalam pembentukan kemampuan meliputi (Bawden, 2008, pp. 47-50):

1. Kemampuan dasar literasi (baca tulis); Kemampuan dasar literasi mencakup kemampuan untuk membaca, menulis, memahami simbol, dan perhitungan angka.
2. Latar belakang pengetahuan informasi (tingkat intelektualitas); kemampuan menggunakan pengetahuan yang telah dimiliki, untuk menelusuri informasi baru guna memperkaya pengetahuan yang telah dimiliki.
3. Keterampilan di bidang TIK; merupakan menciptakan/menyusun konten digital
4. Sikap dan perspektif informasi; merupakan perilaku yang terkait dengan tata cara penggunaan informasi digital, dan bagaimana mengkomunikasikan suatu konten yang mengandung informasi dari sumber lain.

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 menitik beratkan 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 bisa 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 beragam organisasi baik komunitas maupun instansi pemerintah yang menaruh perhatian pada pengembangan literasi digital di Indonesia.

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) merumuskan 10 kompetensi literasi digital pada tahun 2018. Kesepuluh kompetensi literasi digital Japelidi tersebut antara lain: akses, paham, seleksi, distribusi, produksi, analisis, verifikasi, evaluasi, partisipasi dan kolaborasi. Ada dua bagian dasar dari *digital skills*, yaitu pengetahuan dasar menggunakan perangkat keras dan pengetahuan dasar mengoperasikan perangkat lunak serta

aplikasi (Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte, 2020). Jadi, jika dikaitkan dengan kompetensi literasi digital Japelidi, maka bab ini fokus pada kompetensi dalam mengakses, menyeleksi, memahami, dan menganalisis.

Evaluasi terkait dengan dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Kognitif merupakan dimensi yang mencerminkan pikiran dari sesuatu. Afektif merupakan dimensi yang mencerminkan perasaan dari sesuatu. Konatif merupakan kecenderungan perilaku, niat, tindakan, serta komitmen berkaitan dengan sesuatu (Winoto, Ayudista, & Rohman, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan maksud mengkaji kemampuan literasi teknologi para pendidik kalangan *digital immigrant* ini dalam pembelajaran daring yang dilaksanakan menggunakan *mix method*. Pendekatan kuantitatif untuk menjawab pengukuran kemampuan literasi teknologi dalam pembelajaran. Sedangkan pendekatan kualitatif, dipakai guna menggali kelengkapan informasi terkait solusi yang dilakukan dalam pembelajaran daring.

Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh dosen yang masuk dalam kelompok *digital immigrant* dan melaksanakan pembelajaran aktif secara daring di Fisip UNIB dengan jumlah 45 orang. Berdasarkan jumlah populasi yang ada penarikan

sampel dilakukan dengan teknik random *sampling*. Sampel didapatkan sebanyak 19 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kalangan *Digital Immigrant*

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah kalangan *digital immigrant*. Pada penelitian ini kalangan *digital immigrant* memiliki rentang usia 45-65 tahun, yang jumlahnya dibuat dalam bentuk persentase. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Usia Kalangan *Digital Immigrant*

No	Usia	Persentase
1	45 - 50	42,11%
2	51 – 55	5,26%
3	56 – 60	26,32%
4	61 – 65	26,32%
	Total	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa kalangan *digital immigrant* yang terdiri atas rentang usia 45 – 50 tahun sebanyak (42,11%), berusia 51 – 55 tahun sebanyak (5,26%), berusia 56 – 60 tahun sebanyak (26,32%), dan berusia

61 – 65 tahun sebanyak (26,32%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasannya mayoritas dari responden yang mengisi kuisioner penelitian adalah responden dengan rentan usia 45 – 50 tahun yang tersebar pada Jurusan Kesejahteraan Sosial dengan persentase (21,05%), Jurusan Sosiologi (5,26%), Jurusan Administrasi Public 21,05%, Jurusan Ilmu Komunikasi (42,11%), Magister Administrasi Publik dan Kesejahteraan Sosial masing-masing (5,26%).

B. Digital Skills

Mengetahui, Memahami Perangkat Keras (*Hardware*) dan Perangkat Lunak (*Software*)

Kecakapan digital dapat dicapai dengan mengetahui dan memahami ragam perangkat keras dan perangkat lunak yang menyusun lanskap *digital*, serta mengoptimalkan penggunaan fitur proteksi dari serangan siber pada perangkat lunak. Ada sebanyak 8 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel kecakapan digital perangkat keras dan perangkat lunak beserta skoring dari tiga alternatif jawaban yang tersedia. Berdasarkan dari 8 *item* pernyataan yang diajukan oleh peneliti menunjukkan hasil bahwa tidak ada *item* yang berada pada kategori sedang, rendah, ataupun sangat rendah.

Kesimpulannya, dari 8 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel kecakapan digital penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak menunjukkan bahwa responden rata – rata memiliki kecenderungan jawaban yang berada pada

kategori sangat tinggi. Hal tersebut didukung dengan data rata – rata total skor yang telah diperoleh yaitu sebesar 91 dengan total rata – rata indeks persentase interval yaitu 95,79%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan pemahaman dan pengetahuan yang sangat tinggi dalam kecapakan digital penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak.

Memahami Internet dan Memanfaatkan Mesin Pencarian Informasi

Ada sebanyak 4 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel pemahaman *internet* dan pemanfaatan mesin pencarian informasi beserta skoring dari tiga alternatif jawaban yang tersedia. Berdasarkan dari 4 *item* pernyataan yang diajukan oleh peneliti menunjukkan hasil bahwa tidak ada *item* yang berada pada kategori sedang, rendah, ataupun sangat rendah. Kesimpulan dari 4 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel pemahaman *internet* dan pemanfaatan mesin pencarian informasi menunjukkan bahwa responden rata – rata memiliki kecenderungan jawaban yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut didukung dengan data rata – rata total skor yang telah diperoleh yaitu sebesar 87 dengan total rata – rata indeks persentase interval yaitu 91,58%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan pemahaman dan pengetahuan yang sangat tinggi dalam

pemahaman *internet* dan pemanfaatan mesin pencarian informasi.

Berdasarkan hasil yang didapatkan juga menunjukkan bahwa pada variabel media sosial memiliki skor tinggi melalui pernyataan yang menyebutkan bahwa “saya memahami cara menghubungkan perangkat dengan jaringan *internet*”, Dengan demikian dapat disimpulkan responden sangat memahami cara menghubungkan perangkat dengan jaringan *internet*.

Mengetahui dan Menggunakan Perangkat Terkait Keamanan Digital

Pada variabel pengetahuan dan penggunaan terkait keamanan digital beserta skoring dari tiga alternatif jawaban yang tersedia. Diperoleh total skor dan indeks persentase yang akan mengindikasikan keberadaan suatu *item* berdasarkan interval, sehingga akan diperoleh kesimpulan kategori. Berdasarkan dari 2 *item* pernyataan yang diajukan oleh peneliti telah menunjukkan hasil bahwa tidak ada *item* yang berada pada kategori sedang, rendah, ataupun sangat rendah.

Kesimpulannya, pada variabel pengetahuan dan penggunaan terkait keamanan digital menunjukkan bahwa responden rata – rata memiliki kecenderungan jawaban yang berada pada kategori tinggi. Hal tersebut didukung dengan data rata – rata total skor yang telah diperoleh yaitu sebesar 69 dengan total rata – rata indeks persentase interval yaitu 72,63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki

kecenderungan pemahaman dan pengetahuan yang tinggi terkait dengan keamanan digital.

Aplikasi Media Sosial dan Pembelajaran *Online*

Ada sebanyak 11 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel penggunaan media sosial dan pembelajaran *online*, total skor dan indeks persentase yang ada mengindikasikan keberadaan suatu *item* berdasarkan interval, sehingga akan diperoleh kesimpulan kategori. Berdasarkan dari 11 *item* pernyataan yang diajukan oleh peneliti telah menunjukkan hasil bahwa tidak ada *item* yang berada pada kategori sedang, rendah, ataupun sangat rendah.

Kesimpulan dari 11 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel pengetahuan dan penggunaan terkait keamanan digital menunjukkan bahwa responden rata – rata memiliki kecenderungan jawaban yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut didukung dengan data rata – rata total skor yang telah diperoleh yaitu sebesar 87,18 dengan total rata – rata indeks persentase interval yaitu 91,77%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang sangat tinggi terkait penggunaan media sosial dan pembelajaran *online*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh juga menunjukkan bahwa pada variabel media sosial memiliki skor tinggi yang terletak pada pernyataan nomor 15 yang dimana pernyataan tersebut merupakan “saya mengetahui berbagai aplikasi sosial

media”, sedangkan pada variabel pembelajaran *online* memiliki skor tinggi yang terletak pada pernyataan nomor 18 yang dimana pernyataan tersebut merupakan “saya menggunakan *zoom meeting* dalam aktivitas pembelajaran”. Berdasarkan didaparkannya skor tertinggi pada masing – masing variabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dengan diketahuinya berbagai aplikasi sosial media, maka responden dalam hal ini memanfaatkan media sosial *zoom meeting* sebagai salah satu media yang mendukung aktivitas pembelajaran *online*.

Capaian Kecakapan *Digital Skills*

Ada sebanyak 25 *item* pernyataan yang diajukan pada variabel kecakapan *digital skills* diperoleh total skor dan indeks persentase yang akan mengindikasikan keberadaan suatu *item* berdasarkan interval, sehingga diperoleh kesimpulan kategori. Berdasarkan dari 25 *item* pernyataan yang diajukan oleh peneliti telah menunjukkan hasil bahwa tidak ada *item* yang berada pada kategori sedang, rendah, ataupun sangat rendah.

Kesimpulan dari 25 *item* pernyataan yang diajukan pada kecakapan *digital skills* menunjukkan bahwa responden rata – rata memiliki kecenderungan jawaban yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut didukung dengan data rata – rata total skor yang telah diperoleh yaitu sebesar 86,92 dengan total rata – rata indeks persentase interval yaitu 91,49%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki

kecenderungan yang sangat tinggi terkait kecakapan *digital skills*.

Berdasarkan hasil yang didapatkan juga dapat menunjukkan bahwa pada dimensi kognitif memiliki skor tinggi yang terletak pada pernyataan nomor 3, 6, dan 8. Pernyataan nomor 3 merupakan yang dimana pernyataan tersebut merupakan “saya mengetahui Microsoft Windows atau Mac Os”, pada pernyataan nomor 6 merupakan “saya mengetahui Android atau IOS”, dan pada pernyataan nomor 8 merupakan “saya mengetahui cara menghubungkan perangkat dengan jaringan *internet*”. Selanjutnya pada dimensi afektif memiliki skor tinggi yang terletak pada pernyataan nomor 18 yang merupakan “saya menggunakan *zoom meeting* dalam aktivitas pembelajaran *online*”, sedangkan pada dimensi konatif memiliki skor tinggi yang terletak pada pernyataan nomor 21 yang merupakan “saya mengetahui cara mendistribusi informasi berupa PPT dan atau PDF di *zoom meeting*”.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dari dimensi kognitif, responden sangat mengetahui dan memahami terkait dengan *software* yakni Microsoft Windows atau Mac OS dan Android. Selain daripada itu, pada dimensi kognitif juga bahwa responden sangat mengetahui dan memahami terkait *internet* dengan mengetahui cara menghubungkan perangkat dengan jaringan *internet*. Selanjutnya pada dimensi afektif, responden sangat

mengetahui dan memahami terkait dengan penggunaan *zoom meeting* sebagai media pembelajaran *online*,. Kemudian pada dimensi konatif, responden sangat mengetahui dan memahami terkait cara mendistribusi informasi berupa PPT dan atau PDF di *zoom meeting* dalam pembelajaran *online*.

Kendala dan Solusi

Berdasarkan dari hasil wawancara oleh peneliti kepada dua informan yang bernama Parman dan Purwaka, diketahui bahwa informan Parman dan informan Purwaka merupakan dosen yang menggunakan aplikasi *zoom meeting* dalam pelaksanaan kegiatan perkuliahan *online*. Motif penggunaan aplikasi *zoom meeting* ini oleh karena sejak awal menggunakan aplikasi *zoom meeting*, sehingga keberlanjutan perkuliahan *online* berikutnya hanya menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Hal ini didasarkan oleh pernyataan dari informan Parman yang mengatakan:

“karena sejak awal perkuliahan *online* menggunakan *zoom*. Jadi hanya menggunakan media itu selama perkuliahan daring”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan Purwaka yang mengatakan :

“ya karena yang disediakan komti mata kuliah hanya *zoom*, jadi saya juga hanya menggunakan itu saja. Saya

kan *zoom* itu disiapkan, ya jadi apa yang disediakan oleh komti maka itulah yang saya pakai”.

Awal mula penggunaan aplikasi *zoom meeting*, informan Parman dan informan Purwaka menggunakan dan belajar aplikasi *zoom meeting* ini secara mandiri atau otodidak. Meskipun pada mulanya informan Parman merasa kesulitan dalam memahami fitur – fitur yang ada di *zoom*. Hal ini disampaikan oleh informan Parman sebagai berikut :

“waktu pertama kali menggunakan itu saya sendiri tapi waktu masih baru menggunakan media *zoom* masih agak sulit karena masih belum familiar menggunakan media *zoom* untuk perkuliahan. Tapi baik saya maupun mahasiswa, sama – sama belajar dan melakukan penyesuaian dalam menggunakan media tersebut ya”

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan Purwaka yang mengatakan:

“eee..kalo pertama kali menggunakannya itu gak dibantu tapi masih mengalami kesulitan dalam memahami fitur – fitur yang ada di *zoom* itu”

Merujuk dari hasil wawancara, ketika kuliah *online* menggunakan *zoom meeting* akan berlangsung, biasanya informan Parman dibantu oleh Komandan Tinggi (Komti) mata kuliah. Komti kelas biasanya membantu menyiapkan *room zoom*, sedangkan informan Parman melakukan presentasi *slide*

materi ketika telah berada di dalam *zoom*. Hal ini dikemukakan oleh informan Parman sebagai berikut:

“kadang – kadang ya. Kadang saya tinggal klik *link* yang sudah disiapkan oleh komti mata kuliah atau kadang juga saya menyiapkan sendiri. Untuk *share powerpoint* biasanya *share* sendiri”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan Purwaka sebagai berikut:

“kalau menyiapkan *zoom* itu biasanya dibantu oleh komti mata kuliah ya, dan kalo sudah berada pada halaman *zoom* biasanya untuk *share powerpoint* itu saya lakukan sendiri”.

Adapun aplikasi *zoom meeting* yang digunakan oleh informan Parman yakni *zoom meeting* yang biasa, bukan yang premium. Dengan demikian, kendala yang dialami oleh informan Parman ialah keterbatasan waktu yang disediakan oleh aplikasi *zoom meeting* tersebut, sehingga ketika dalam penyampaian materi namun waktu yang disediakan oleh *zoom meeting* telah habis, maka informan Parman dan mahasiswanya harus membuat *link zoom meeting* berikutnya untuk melanjutkan perkuliahannya. Hal ini diungkapkan oleh informan sebagai berikut:

“pake *zoom* yang biasa dipake itu, *zoom* yang pake batasan waktu. Kalo waktunya sudah habis tapi kuliah belum selesai, ya buat *link* baru”.

Selain daripada itu, informan Purwaka juga mengakui bahwa aplikasi *zoom meeting* yang digunakan oleh informan Purwaka juga *zoom meeting* yang biasa. Dengan demikian, kendala yang dialami juga sama oleh informan Parman. Namun demikian, biasanya perkuliahan yang diselenggarakan oleh informan Purwaka dapat diselesaikan sesuai dengan limit waktu yang disediakan oleh aplikasi *zoom meeting*. Hal ini disampaikan oleh informan Purwaka sebagai berikut :

“*zoom* itu kan yang menyiapkan mahasiswa jadi yang dipake juga *zoom* yang punya liit waktu. Tapi biasanya setiap kuliah *online* cukup dengan waktu yang disediakan oleh *zoom*, sebelum limit waktunya habis biasanya kuliah juga udah selesai”.

Menurut informan Parman, terdapat kendala atau kesulitan lainnya dalam penggunaan media *online* terkhususnya aplikasi *zoom meeting* ini. Menurutnya, kendala tersebut ialah sulitnya mengontrol mahasiswa agar kuliah bisa dilakukan dengan efektif . Hal ini disampaikan oleh informan Parman sebagai berikut :

“kalo kesulitan menggunakan *zoom*nya gak terlalu susah ya dan sebagai tenaga pendidikan sudah seharusnya mengerti dan paham mengenai penggunaan media yang dipakai. Kesulitan yang sering dialami itu biasanya dalam mengontrol mahasiswa agar kuliah bisa dilakukan dengan efektif. Kalo mahasiswa S – 1 itu kan jumlahnya banyak,

jadi cukup sulit untuk mengontrolnya, tetapi kalo mahasiswa S2 itu lebih mudah untuk mengontrolnya karena jumlahnya sedikit””.

Selanjutnya menurut informan Purwaka kendala atau kesulitan dalam penggunaan media *online* untuk perkuliahan terkhususnya aplikasi *zoom meeting* ini ialah terletak pada memahami fitur – fitur yang ada pada aplikasi *zoom meeting* tersebut. Hal ini disampaikan oleh informan Purwaka sebagai berikut :

“kalo kesulitan yang dialami selama menggunakan media untuk kuliah *online* itu ya memahami fitur – fitur yang disediakan itu. Sampe sekarang juga saya gak terlalu paham mengenai fitur – fitur *zoom* itu ya. Cuman beberapa aja yang saya tau”.

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada kedua informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *zoom meeting* merupakan media yang digunakan oleh kedua informan dalam melakukan aktivitas perkuliahan *online*. Dalam penggunaan aplikasi *zoom meeting*, terdapat beberapa kendala atau kesulitan dalam penggunaannya. Kesulitan ataupun kendala tersebut ialah, adanya batasan waktu dalam penggunaan aplikasi *zoom meeting* yang biasa, kemudian adanya kesulitan dalam memahami fitur – fitur yang ada di *zoom meeting*, dan kemudian sulitnya mengatur efektivitas penggunaan ketika jumlah partisipan yang sangat banyak.

Merujuk pada kesulitan dan kendala tersebut, maka solusi yang ditawarkan yaitu pertama perlunya meningkatkan fitur aplikasi *zoom meeting* menjadi *zoom meeting* premium agar tidak adanya kendala keterbatasan waktu dalam penggunaan. Selain daripada itu, tentu perlu adanya kerja sama yang baik dan pemakluman antara dosen dan mahasiswa dalam proses kegiatan belajar mengajar secara *online*. Mengingat adanya kesulitan dalam memahami fitur yang ada pada aplikasi *zoom meeting*, maka oleh karena itu baik dosen ataupun mahasiswa sama – sama saling belajar untuk memahami penggunaan dari aplikasi *zoom meeting*. Dengan demikian, efisiensi dan efektivitas dalam proses kegiatan belajar mengajar *online* pada aplikasi *zoom meeting* akan terbangun.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan memberikan kesimpulan, yaitu:

1. Pada tingkat *digital skill*, pemahaman terkait perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) persentase sebesar 95,79%, pemahaman internet dan pemanfaatan mesin pencari informasi persentase sebesar 91,58%, pemanfaatan perangkat keamanan digital persentase sebesar 72,63%, dan penggunaan aplikasi media sosial dan pembelajaran *online* sebesar 91,77%. Pada tingkat capaian kecakapan digital diperoleh persentase sebesar 91,49%.

2. Kendala yang ditemukan, adanya batasan waktu dalam penggunaan aplikasi *zoom meeting* yang biasa dan kesulitan dalam memahami fitur – fitur yang ada pada aplikasi pembelajaran *online*, serta sulitnya mengatur efektivitas penggunaan ketika jumlah partisipan yang sangat banyak. Solusinya dengan meningkatkan fitur aplikasi *zoom meeting* menjadi *zoom meeting* premium untuk mengatasi keterbatasan waktu dalam penggunaan dan adanya kerja sama yang baik, serta pemakluman antara dosen dan mahasiswa dalam proses kegiatan belajar mengajar secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J., & Wibawa, F. A. (2021). Peran Literasi Teknologi dalam Pembelajaran Daring Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Lentera Pendidikan Pusat Penelitian LPPM UM Metro*, 9.
- APJII. (2014). *Profil Penggunaan Internet Indonesia Tahun 2014*. Retrieved from http://apjii.or.id/downfile/file/profil_penggunaaninternetindonesia2014.pdf
- Baran, & David, D. (2010). *Mass Communication Theory: Foundations, Frement and Future*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bawden, D. (2008). *Origins and Concepts of Digital Literacy in: Digital Literacies: Concept, Policies*. New York: Peter Lang Publishing.

- Juditha, C. (2011). Tingkat Literasi Teknologi Informasi Komunikasi Pada Masyarakat Kota Makasar. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Volum 14 No. 1*, 41-52.
- Latif, A. (2020). Komunikasi Pada Pembelajaran Jarak Jauh Di Masa Pandemi Covid-19. *Edukasi dan Teknologi, Volume 1 No. 2*, 108.
- Manuti, A., Giancaspro, Molino, M., Ingusci, Russo, Signore, . . . Cortese. (2020). A study on the Relationship Between Employees Perception of Sustainable HRM Practices and Positive Organizational Behavior During Covid-19. *12(23)*, 1-17.
- Mustofa. (2019). Formulasi Model Perkuliahan Daring Sebagai Upaya Menekan Disparitas Kualitas Perguruan Tinggi. *Walisono Journal of Information Technology*.
- Sabda, S. (2015). Digital Native dan Digital Immigrant (Studi tentang Penggunaan Teknologi Informasi oleh Guru Madrasah di Kalimantan Selatan). *Jurnal UIN-Antasari*.
- Syarifudin. (2014). Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 153-164.
- Tayo, Y., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2021). Hambatan Pembelajaran Jarak Jauh Bagi Guru Digital Immigrant. *Jurnal Kebijakan Pembangunan, Volum 16*, 157.
- Wang, Q., Michael, D. M., & Sundaram, D. (2013). Digital Natives and Digital immigrants: Towards a Model of Digital Fluency. *Business and Information Systems Engineering*.

The Society of Spectacle: *Citayam Fashion Week* and the Hyperreality on Social Media

Dionni Ditya Perdana

Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bengkulu

ddperdana@unib.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya konten media sosial yang bertemakan *Citayam Fashion Week*. Fenomena sekelompok anak muda yang berkumpul di kawasan SCBD Jakarta dan membuat konten di media sosial yang menampilkan atraksi *fashion show* di penyebrangan jalan ini menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pembentukan masyarakat tontonan (*society of spectacle*) terkait fenomena *Citayam Fashion Week* di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma kritis. Metode analisis dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes dengan tujuan mengetahui bagaimana suatu tontonan dapat diciptakan melalui proses pemilihan tanda yang digunakan dalam teks. Dikaitkan dengan fenomena sosial, konsep mitos milik Barthes akan mampu menjelaskan bagaimana mitos atau ideologi dominan yang dilanggengkan dalam penciptaan tontonan di media digital terkait *Citayam Fashion Week*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Citayam Fashion Week* merupakan bentuk kontradiktif dari realitas kehidupan remaja sebenarnya dan hal

ini merupakan gambaran negatif dari budaya media yang dapat merusak cara berfikir remaja yang seharusnya lebih produktif justru menjadi konsumtif. Representasi yang ditunjukkan oleh *Citayam Fashion Week* merupakan bentuk perlawanan dari kelas sosial di Indonesia yang tidak mendapati ruang di layar kaca. Namun nyatanya pembentukan masyarakat tontonan yang ada juga disokong oleh kepentingan kapitalis dalam menjadikan *Citayam Fashion Week* sebagai pasar baru yang menjadi perantara penjualan produk dan tren konsumtif dalam *fashion*.

Kata kunci: *Citayam Fashion Week, Society of Spectacle, Hyperreality, Social Media*

PENDAHULUAN

Penyebaran informasi melalui media digital saat ini menciptakan suatu keserentakan terhadap khalayak diberbagai tempat. Suatu kejadian dapat diketahui secara bersamaan oleh khalayak dari berbagai wilayah. Isu-isu terhangat dapat langsung dibicarakan pada saat yang sama. Media sosial mengumpulkan khalayak dan membuat mereka terhubung dengan tren yang ada di media digital.

Citayam Fashion Week merupakan salah satu fenomena yang mencuri perhatian khalayak media sosial. Berawal dari kegemaran remaja menghabiskan waktu di kawasan SCBD Jakarta hingga muncul konten-konten di media sosial. SCBD merupakan singkatan dari *Sudirman Central Business District*,

namun ada pula yang menyebutnya sebagai singkatan dari Sudirman, Citayam, Bojong dan Depok, yang menjadi persimpangan tempat para remaja kerap berkumpul menghabiskan waktu. Di SCBD tersebut banyak khalayak membuat konten di media sosial terkait *Citayam Fashion Week* yang terkait kehidupan remaja jalanan khususnya penampilan mereka dan ditambah atraksi peragaan busana di penyebrangan jalan yang mengaitkan dengan konsep *street style* ala *Harajuku Fashion Street* Jepang.



Citayam Fashion Week di zebra cross melanggar hukum (Instagram: @citayamfashionweeks)

Gambar 1. Remaja yang menjadi icon *Citayam Fashion Week*

Sumber: <https://www.ayosemarang.com/umum/pr-774002524/hoaks-atau-fakta-citayam-fashion-week-resmi-ditutup-ini-penjelasan>

Salah satu yang menjadi poin penting di media massa adalah unsur *proximity* (kedekatan), *prominence* (kepentingan), dan *emotional appeal* (daya tarik emosional), (Thornburg, 2011:33). Ketika media sosial memberi ruang untuk

memunculkan konten-konten terkait dan konten-konten yang direkomendasikan atau dikenal dengan istilah *FYP (for your page)* maka secara bersamaan membangun keseragaman isu. Terlebih ketika konten yang FYP tersebut memiliki unsur kedekatan, kepentingan dan daya tarik emosional terhadap khalayaknya. Hal ini lah yang memicu khalayak untuk mengikuti tren *Citayam Fashion Week*, beberapa langsung melakukannya di SCBD namun beberapa lagi membuat konten serupa di tempat berbeda.

Ibu-ibu Bergamis Ikut Citayam Fashion Week, Netizen: Ras Terkuat

Senin, 25 Juli 2022 - 12:57 WIB
Oleh: May



Vital ibu-ibu bergamis ikut citayam fashion week
Sumber: Tangkapan layar tiktok.com/@josuanii18

Tak Mau Kalah dari Anies, Ini Aksi dan Gaya Ridwan Kamil di Citayam Fashion Week, Lihat Foto-fotonya

Rabu, 20 Juli 2022 20:03

Penulis: Vivi Febrianti | Editor: Soewitda Henaldi



Sebuah Anies Baswedan, ini giliran Ridwan Kamil berlegok di Citayam Fashion Week.

Gambar 2. Tren *Citayam Fashion Week* yang menjadi perhatian banyak kalangan

Sumber: (kiri) <https://www.viva.co.id/trending/1501481-ibu-ibu-bergamis-ikut-citayam-fashion-week-netizen-ras-terkuat>
(kanan) <https://bogor.tribunnews.com/2022/07/20/tak-mau-kalah-dari-anies-ini-aksi-dan-gaya-ridwan-kamil-di-citayam-fashion-week-lihat-foto-fotonya>

Ketika dunia nyata berubah menjadi gambar sederhana, gambar sederhana tersebut menjadi yang nyata dan motivasi efektif dari perilaku hipnotis, (Debord dalam Kellner, 2003:2). Fenomena *Citayam Fashion Week* berhasil menghipnotis khalayak bukan hanya sebagai penonton namun juga *creator* dalam konten yang dibagikannya di media sosial. Kita tidak bisa menyebutnya hanya sebagai 'latah'.

Media digital memiliki potensi lebih besar dalam menciptakan tontonan. Perkembangan netizen menjadikan isu di dunia maya dapat tersebar dengan cepat dan dikonsumsi secara luas serta masif. Bennett dan woollacott berpendapat bahwa teks maupun pembaca 'senantiasa-telah diaktifkan secara kultural' sampai pada tingkat di mana perbedaan antara subjek dan objek terus-menerus menjadi kabur, (Storey, 2010:53). Sehingga untuk menarik khalayak (konsumen) sebagaimana tujuan dari diciptakannya tontonan (*spectacle*) adalah memberikan keterikatan emosi dan kedekatan dari suatu isu.

Budaya kapitalis merepresentasikan diri sebagai sekumpulan besar tontonan yang mempromosikan dirinya sebagai agen bagi penyatuan masyarakat secara keseluruhan, (Debord dalam Holmes, 2012:67). Dengan berdalih sebagai *human interest* suatu tontonan kerap menjebak pembaca untuk menikmati, mengkonsumsi bahkan menjadi pekerja secara tidak sadar melalui pembentukan masyarakat tontonan (*society*

of spectacle). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna membongkar dan mendeskripsikan terkait penciptaan masyarakat tontonan dan hiperealitas yang ada dalam fenomena *Citayam Fashion Week* di media sosial.

Tinjauan Pustaka

Society of Spectacle and the Media Cultural

Seorang filsuf Perancis bernama Guy Debord pada tahun 1960s mengemukakan konsep *Media Spectacle*, yakni konsep yang membahas terkait bagaimana media menyajikan suatu kasus atau pemberitaan secara berkelanjutan dan dengan kemasan yang sensasional dengan tujuan menarik perhatian khalayak. *Media Spectacle* muncul dipengaruhi oleh faktor perkembangan media massa di Amerika, adanya usaha untuk menyasati persaingan antar media melalui peningkatan proses acara, berita, informasi dalam bentuk tontonan media, (Kellner, 2003). "*Spectacle* merupakan konsep menyeluruh untuk menggambarkan media dan masyarakat konsumen, termasuk kemasan, promosi, dan menampilkan komoditas, produksi dan efek dari semua media". Istilah "*Media Spectacle*" sebagian besar berfokus pada bagaimana mereka diproduksi, dibangun, beredar, dan berfungsi di era sekarang, (Debord, 2004).

Pembentukan masyarakat tontonan (*society of spectacle*) termediasi dengan baik melalui jejaring internet atau media sosial. Holmes (2012:26) menyebut bahwa karna kemampuannya menyediakan platform yang sub-media mengandung *broadcast* sekaligus *interactivity* menjadi kekuatan bagi internet. *Broadcast* dan *interactivity* juga merupakan dua hal yang membentuk adanya budaya massa.

Budaya media adalah penghubungan perlintasan yang mendasari globalisasi teknokapitalisme, tetapi perhatian utamanya untuk mengidentifikasi dan menyoroti ciri-ciri budaya populer yang dipertentangkan, juga kemungkinan perlawanan dan sifat progresifnya. Tontonan media, kian menjadi ciri yang merata dari budaya media kontemporer, sehingga kita makin dituntut untuk memahami lebih baik perlintasan dan dampaknya, (Kellner dalam Ibrahim, 2014:30).

Argumen industri budaya tidak mematahkan kerangka teoritis dasar Marx, yang mengaitkan logika kapital dengan hubungan manusia yang difetisisasi-komoditaskan, membuat keuntungan melalui hubungan manusia yang dimistifikasi sehingga dialami sebagai sesuatu yang alami, pengaturan yang seolah-olah alami. *Cultural Studies* membongkar atau mendekonstruksi artifak budaya, wacana dan institusi, (Agger, 2013:185). Budaya media telah mencakup dua pengertian, baik ketika produk media sebagai ekspresi kreatif maupun budaya

media yang menjadi bagian dari bagaimana menjalani hidup atau menghabiskan waktu luang sehari-hari, (Ibrahim, 2014:3).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma kritis. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang terdiri dari berbagai interpretasi dan memiliki banyak metode dalam menelaah permasalahan, (Denzin dan Lincoln, 2008:4). Tipe penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, Kriyantono (2010:69). Dalam paradigma kritis, media adalah kunci dari pertarungan kekuasaan, dimana nilai-nilai kelompok dominan dimapankan, dibuat berpengaruh, dan menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak. Ada dua fokus dalam proses pembentukan realitas yakni bahasa (sebagaimana dipahami oleh kalangan strukturalis, merupakan sistem penandaan) dan politik penandaan (praktik sosial dalam membentuk makna, mengontrol, dan menentukan makna), (Hall dalam Eriyanto, 2001:29-31). Maka, penelitian ini akan melihat fenomena *Citayam Fashion Week* dalam pembentukan masyarakat tontonan di media digital.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang memfokuskan pada makna denotasi, makna konotasi dan mitos yang ditampilkan pada konten di media

digital terkait fenomena *Citayam Fashion Week*. Barthes memfokuskan pada gagasan signifikansi dua tahap (*two order of signification*). Pertama, hubungan antara signifier dan signified pada sebuah tanda terhadap realitas eksternal, disebut sebagai makna denotasi. Kedua, signifikansi tanda berfungsi dalam tiga cara yakni konotasi, mitos dan simbol. Konotasi merupakan proses interaksi antara tanda dengan perasaan atau emosi dan nilai-nilai budaya penggunanya. Mitos adalah satu sistem khusus, karena dia terbentuk dari serangkaian rantai semiologis yang telah ada sebelumnya. Mitos adalah sistem semiologis tingkat kedua, (Barthes, 2013:161).

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Barthes karena bertujuan mengetahui bagaimana suatu tontonan dapat diciptakan melalui proses pemilihan tanda yang digunakan dalam teks. Dikaitkan dengan fenomena sosial, konsep mitos milik Barthes akan mampu menjelaskan bagaimana mitos atau ideologi dominan yang dilanggengkan dalam penciptaan tontonan di media digital terkait *Citayam Fashion Week*.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Penelitian ini secara khusus menyoroti terkait fenomena *Citayam Fashion Week* yang berfokus pada pembentukan masyarakat tontonan dan hiperealitas yang ada. Analisis dilakukan dengan membaca tanda dengan menggunakan

konsep semiotika Barthes. Pada tataran denotatif, penelitian ini memfokuskan pada pembacaan terhadap kostum (*costume*) dan bahasa tubuh (*performance and movement*). Peneliti telah memilih 3 potret yang menjadi gambaran umum dari konten yang dibagikan di media sosial terkait *Citayam Fashion Week*.

A. Potret Kehidupan Remaja: Putus Sekolah, Tinggal di Jalanan, dan Berpacaran



Gambar A. Konten di media sosial yang mewawancari remaja (icon *Citayam Fashion Week*).

Sumber: <https://www.dream.co.id/photo/12-potret-transformasi-kurma-citayam-usai-dimake-over-berubah-drastis-jeje-slebew-lewat-220801n.html>

Gambar tersebut diatas mewakili bentuk konten di media sosial yang kerap dibuat terkait *Citayam Fashion Week* dan menjadi awal mula munculnya remaja-remaja yang menjadi icon dari fenomena ini. Konten yang berbentuk *Question and Answer (QnA)*

tersebut berbeda dengan yang biasa ditampilkan dan inilah yang menjadi penciri utama. Perbedaan yang khas ini menjadi tanda dari konten *QnA* di *Citayam Fashion Week*.

Pertama dari segi kostum (*costume*), sekilas tidak ada yang terlalu special dari kostum yang digunakan namun sebagaimana gaung *Citayam Fashion Week* yang mengusung *street style* penggunaan sandal jepit dan pakaian dengan warna yang memudar mempertegas hal tersebut. Kedua, pada poin bahasa tubuh (*performance and movement*), remaja yang diwawancarai terlihat sedikit membungkuk, menunduk dan melipat tangan di bagian depan. Performa tersebut menunjukkan ketidaknyamanan dan cenderung tidak percaya diri. Selain itu pada bagian warna kulit, terlihat gelap seperti akibat dari terbakar sinar matahari, hal ini membenarkan bahwa mereka kerap menghabiskan waktu di jalanan.

Konten yang berbentuk tanya jawab ini kerap memfokuskan pertanyaan terkait hubungan antara kedua remaja dan jawaban yang diberikan kerap menunjukkan keluguan atau bahkan ketidaksinkronan dengan pertanyaan. Hal ini ditunjukkan dengan cara menjawab remaja tersebut yang sambil menggerakkan badannya ke kiri dan ke kanan ataupun sambil memegang ujung bajunya.

Keberadaan remaja yang putus sekolah dan tinggal di jalanan merupakan realitas yang sebenarnya terjadi di sekitar kita. Namun yang berbeda adalah atensi kita terhadap mereka. Keberadaan ‘anak jalanan’ kerap tidak menyita perhatian masyarakat ataupun pemerintah. Namun konten *Citayam Fashion Week* yang ditonton oleh banyak orang menjadi kontradiktif. Dalam konsepsi hiperrealitas, apa yang kita lihat di media sosial ternyata tidak merefleksikan kebenarannya di dunia nyata.

Remaja putus sekolah, tinggal di jalanan, dan berpacaran dalam dunia nyata kerap menjadi persoalan sosial. Hal ini adalah potret negatif dari kelompok usia mereka yang harusnya diisi dengan belajar dan berproduktivitas, tak jarang mereka menjadi pelaku tindak kriminalitas. Namun dalam fenomena *Citayam Fashion Week* hal ini membentuk semacam komunitas yang menarik perhatian. Layaknya wawancara yang dilakukan kepada selebriti, icon remaja *Citayam Fashion Week* mengaburkan realitas yang sebenarnya. Hal yang lebih membahayakan jika icon remaja tersebut menginspirasi remaja lainnya, sebagaimana budaya media yang menghubungkan kedekatan emosional khalayaknya.

B. Peragaan Busana *Street Fashion* di Penyebrangan Jalan



Gambar B. *Street Style* ala *Citayam Fashion Week*

Sumber: <https://megapolitan.kompas.com/image/2022/07/22/05000061/beda-sikap-pemprov-dki-soal-citayam-fashion-week---dipamerkan-anies-tapi?page=1>

Konten utama yang berkaitan dengan *Citayam Fashion Week* adalah ketika mereka dapat melakukan peragaan busana layaknya model terkenal. Menyoroti dari segi kostum (*costume*), dapat dikategorikan bahwa sekelompok remaja menampilkan pakaian dengan merujuk pada *Harajuku Fashion Street* atau merujuk pada *Paris Fashion Week*. Ketika mereka merujuk *Harajuku Fashion Street* mereka menampilkan *street style* layaknya ‘anak punk jalanan’ dan beberapa konsep berpakaian nyentrik baik dari segi ukuran ataupun warna. Sedangkan ketika merujuk pada *Paris Fashion Week*, mereka menampilkan modifikasi gaya berpakaian yang cukup *talented* mengingat mereka bukan designer ataupun terampil dalam hal tersebut.

Kemudian untuk bahasa tubuh (*performance and movement*), para remaja melakukan aksi layaknya model *catwalk* dengan penuh percaya diri mereka melangkah dan merekam aksi tersebut. Tak jarang mereka melakukan gerakan nyentrik di tengah garis penyebrangan jalan tersebut. Beberapa remaja yang melakukan peragaan justru menampilkan ekspresi gender yang berbeda dengan jenis kelamin mereka, beberapa laki-laki ada pula yang menggunakan kostum perempuan.

Dari pembacaan tanda sebagaimana diuraikan di atas, poin yang dapat digarisbawahi yakni *Citayam Fashion Week* adalah bentuk ekspresi kelompok marginal dalam artian mereka bukan model ataupun *designer* dan tidak memiliki akses untuk hal tersebut karena berkaitan dengan *look* dan *skill* ataupun karena mereka berasal dari kelas sosial bawah hingga mereka yang memiliki ekspresi gender yang berbeda. *Citayam Fashion Week* sebagai ruang yang memberi mereka *pleasure* dimana mereka dapat melakukan hal yang tidak mungkin sebenarnya untuk mereka dapati.

Hal ini juga yang memantik rasa penasaran khalayak massa, dimana mereka merasa *relate* dengan apa yang ditampilkan dalam konten *Citayam Fashion Week*. Namun dalam perjalanannya, bukan hanya masyarakat yang terhubung secara emosional dan kesamaan *background*, khalayak yang dari kelas menengah atas juga memanfaatkan *Citayam Fashion Week* guna mengambil momentum untuk hadir di sosial media dan menjadi bagian dari tren tersebut. Tercatat mulai dari politisi, pejabat pemerintah, artis dan model terkenal membuat konten serupa.

Selain di SCBD, kekuatan budaya massa juga menggerakkan khalayak yang berbeda wilayah/ daerah. Di beberapa daerah tren ini dilakukan remaja dengan memanfaatkan penyebrangan yang ada. *Citayam Fashion Week* menjadi fenomena kebebasan berekspresi yang antitesis dengan standar yang ada di media konvensional.

C. Komodifikasi Konten: Budaya Massa dan Konsumsi Massal



Gambar C. *Fashion Show* salah satu *Brand* dengan menggunakan icon remaja *Citayam Fashion Week*

Sumber: <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-6208497/tak-lagi-citayam-fashion-week-bonge--kurma-jadi-model-di-fashion-show-resmi>

Konsep natural yang disajikan dalam *Citayam Fashion Week* akhirnya mulai bergeser. Representasi keluguan, kepolosan, nyentrik, dan mewakili kelompok marginal yang membentuk icon remaja *Citayam Fashion Week* berganti dengan sosok *new superstar*. Konten terkait *make over* terhadap mereka mematahkan mitos-mitos yang sebelumnya dibangun. Dengan mengusung konsep *from zero to hero*, konten *make over* menegaskan bahwa mereka pada dasarnya adalah marginal yang belum mampu mengikuti standar mayoritas. *Brand-brand* ternama pun mencuri kesempatan, memanfaatkan remaja *Citayam Fashion Week* dalam strategi pemasarannya.

Hal ini menegaskan bahwa *Citayam Fashion Week* adalah fenomena yang mampu membangun budaya massa yang nyatanya tidak selaras dengan realitas yang ada. *Citayam Fashion Week* tidak sepenuhnya dapat melawan kepentingan kapitalis media yang bersembunyi dibalik *human interest*.

Kesimpulan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Citayam Fashion Week* merupakan bentuk kontradiktif dari realitas kehidupan remaja sebenarnya dan hal ini merupakan gambaran negatif dari budaya media yang dapat merusak cara berfikir remaja yang seharusnya lebih produktif justru menjadi konsumtif. Representasi yang ditunjukkan oleh *Citayam Fashion Week* merupakan bentuk perlawanan dari kelas sosial di Indonesia yang tidak mendapati ruang di layar kaca. Namun nyatanya pembentukan masyarakat tontonan yang ada juga disokong oleh kepentingan kapitalis dalam menjadikan *Citayam Fashion*

Week sebagai pasar baru yang menjadi perantara penjualan produk dan tren konsumtif dalam *fashion*.

Referensi

- Agger, Ben. (2013). *Teori Sosial Kritis*. Terj. Nurhadi. Kreasi Wacana: Yogyakarta.
- Barthes, Roland. (2013). *Mitologi*. Terj. Nurhadi. Kreasi Wacana: Yogyakarta.
- Debord, Guy. (2004). *Society of Spectacle*. Rebel Press. London.
- Denzin, Norman K. Yvonna S. Lincoln. (2008). *The Landscape of Qualitative Research*. Sage Publication: California.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana*. LkiS: Yogyakarta.
- Holmes, David. (2012). *Teori Komunikasi (Media, Teknologi, dan Masyarakat)*. Terj. Teguh Wahyu Utomo. Pustaka Belajar: Jogjakarta.
- Ibrahim, Idi subandy. Bachruddin Ali Akhmad. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta.
- Kellner, Douglas. (2003). *Media Spectacle, Presidential Politics, and The Transformation of Journalism*.
- Kellner, Douglas. (2003). *Media Spectacle*. Routledge: London.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Storey, John. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Terj. Layli Rahmawati. Jalasutra: Yogyakarta.

Thornburg, Ryan M. (2011). *Producing Online News Digital Skills, Stronger Stories*. CQ Press: Washington DC.

Sumber online:

Ayosemarang.com. (28 Juli 2022). *Hoaks atau Fakta? Citayam Fashion Week Resmi Ditutup, Ini Penjelasannya*.
<https://www.ayosemarang.com/umum/pr-774002524/hoaks-atau-fakta-citayam-fashion-week-resmi-ditutup-ini-penjelasannya>

Viva.co.id. (25 Juli 2022). *Ibu-ibu Bergamis Ikut Citayam Fashion Week, Netizen: Ras Terkuat*.
<https://www.viva.co.id/trending/1501481-ibu-ibu-bergamis-ikut-citayam-fashion-week-netizen-ras-terkuat>

Tribunnewsbogor.com. (20 Juli 2022). *Tak Mau Kalah dari Anies, Ini Aksi dan Gaya Ridwan Kamil di Citayam Fashion Week, Lihat Foto-fotonya*.
<https://bogor.tribunnews.com/2022/07/20/tak-mau-kalah-dari-anies-ini-aksi-dan-gaya-ridwan-kamil-di-citayam-fashion-week-lihat-foto-fotonya>

Wolipop. (ed: Oktaviani, Kiki). (31 Juli 2022). *Tak Lagi Citayam Fashion Week, Bonge & Kurma Jadi Model di Fashion Show Resmi*. <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-6208497/tak-lagi-citayam-fashion-week-bonge--kurma-jadi-model-di-fashion-show-resmi>

Kompas.com. (22 Juli 2022). *Beda Sikap Pemprov DKI Soal "Citayam Fashion Week": Dipamerkan Anies, tapi Dilarang Pemkot Jakpus*.
<https://megapolitan.kompas.com/image/2022/07/22/05>

000061/beda-sikap-pemprov-dki-soal-citayam-fashion-week---dipamerkan-anies-tapi?page=1
https://www.dream.co.id/photo/12-potret-transformasi-kurma-citayam-usai-dimake-over-berubah-drastis-jeje-slebew-lewat-220801n.html

Anak, Keluarga , dan Literasi Media

(Tinjauan pada masa Pandemi Covid-19)

Mazdalifah

Universitas Sumatera Utara
mazdalifah@usu.ac.id

PENDAHULUAN

Anak adalah anugerah terbesar bagi sebuah keluarga, kehadirannya mampu memberikan kebahagiaan dan menjadi penerus keluarga. Anak harus mendapat kasih sayang, perhatian dan pendidikan terbaik. Salah satu aspek yang perlu mendapat perhatian keluarga tentang adalah bagaimana interaksi anak dengan media di era serba digital. Pandemi Covid 19 yang melanda Indonesia, membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat.

Ahmad Rami menyatakan di era pandemic anak usia Taman Kanak-kanak menjadi penggunaan internet karena proses pembelajaran berlangsung secara daring. (dalam irso, 2020) . Anak-anak Sekolah Dasar juga kondisinya tidak jauh berbeda, mereka belajar secara daring. Aktifitas keseharian banyak di rumah, sehingga media menjadi alternative untuk di dimanfaatkan, seperti bermain game on line atau aktifitas memainkan tik tok, atau sekedar menonton *youtube*.

Anak yang awalnya mengakses internet karena terpaksa belajar secara daring, akhirnya mengakses internet secara berlebihan dan tanpa pengawasan selektif dari orang tua. Hasil penelitian tentang model pengawasan orang tua dalam penggunaan media internet di masa Pandemi Covid 19 memperlihatkan pengawasan yang paling banyak dilakukan adalah pengawasan pasif yaitu membatasi anak dalam menggunakan media digital. (Mazdalifah & Moulita, 2021)

Data di masa Pandemi di atas memperlihatkan bahwa kondisi interaksi anak dengan media internet menunjukkan tahap yang perlu mendapat perhatian khusus. Apalagi jika kita mengutip pernyataan Potter (2019) bahwa anak merupakan khalayak khusus yang perlu mendapat perhatian. Beliau menyatakan bahwa anak memiliki kurangnya kedewasaan dan pengalaman mereka. Anak-anak lebih mudah untuk mendapat pengaruh menyesatkan media, mereka percaya bahwa dunia media adalah cerminan akurat dari dunia nyata.

Berkaitan dengan anak, maka orang dewasa di sekitarnya menjadi penanggung jawab terhadap interaksi anak dan media. Keluarga, terkhusus ayah ibu adalah orang terdekat yang memiliki ikatan darah dan tinggal dalam satu atap. Keluarga harus memiliki tanggung jawab dalam memperhatikan asupan media anaknya. Tulisan ini berupaya melihat secara lebih jauh bagaimana gambaran penggunaan media di kalangan anak-anak di masa Pandemi Covid 19. Selanjutnya menyoroti

peran keluarga dalam melihat interaksi anak dan media. Hal apa saja yang bisa dilakukan dalam memaksimalkan media agar lebih bermanfaat di lingkungan keluarga terutama bagi anak-anaknya. Pembahasan ini akan diuraikan dengan menggunakan perspektif Literasi media., sebuah pandangan yang berasumsi bahwa media hadir memiliki kebermanfaatan sekaligus juga memiliki sejumlah kerugian.

Berbagai Pandangan Tentang Anak

Anak mempunyai beberapa tahapan perkembangannya. Jean Piaget membagi tahapan tumbuh kembang anak menjadi empat bagian yaitu : tahap sensori (0 – 2 tahun), Pra Operasional (2 – 7 tahun), tahapan operasional konkret (7- 12 tahun) , tahapan formal operasional (12 – 15 tahun). Berdasarkan tahapan perkembangan anak tersebut di atas, anak baru dapat berfikir operasional dan konkret di usia 7 – 12 tahun. Artinya anak usia di bawah 7 tahun belum bisa berfikir secara konkret operasional. Penggunaan media di usia ini sebaiknya dibatasi atau bahkan tidak sama sekali. (Sikoko, 2022)

UNICEF adalah badan Perserikatan Bangsa Bangsa yang menangani persoalan anak dan bidang pendidikan. UNICEF dalam pasal 1 Konvensi Hak Anak menyatakan anak adalah setiap orang yang memiliki usia di bawah 18 tahun. Pengertian ini memperlihatkan bahwa anak usia belasan tahun yang kita anggap remaja ternyata oleh UNICEF masih dikategorikan

sebagai seorang anak. UNICEF berpendapat bahwa setiap anak mempunyai hak untuk mendapatkan perlindungan, termasuk mendapatkan perlindungan dari konten-konten media yang tidak mendidik.

Secara umum , semua anak dikategorikan sebagai khalayak rentan . Namun Dyna Herlina , 2019 mengatakan bahwa anak yang paling rentan adalah anak yang dilahirkan dari ibu berpendidikan rendah, keluarga miskin dan orang tua yang sibuk. Ibu yang berpendidikan rendah dianggap kurang memiliki pengetahuan bermanfaat tentang anak, maupun hal-hal lain yang ada di sekitarnya. Ibu golongan ini cenderung mengabaikan kepentingan anaknya terhadap asupan informasi yang menambah pengetahuan anaknya. Keluarga miskin juga dianggap sebagai ceruk rentannya anak-anak sebagai khalayak. Keluarga miskin kurang memiliki fasilitas dalam mengasuh anaknya secara memadai. Seperti tersedianya ruangan untuk tidur dan belajar yang menyenangkan, atau menyediakan aneka fasilitas pendukung pendidikan anak di rumah (laptop, buku, dan sebagainya). Kondisi ini mengakibatkan anak cenderung bermain di luar rumah atau mencari kenyamanan dengan mengonsumsi media tanpa pengawasan dari orang tua. Orang tua yang sibuk punya kecenderungan mengabaikan anaknya, sehingga anaknya mengalami pengabaian. Apabila anak-anak mengalami pengabaian terus menerus , maka bisa dipastikan perkembangannya akan mengalami gangguan. Orang tua yang sibuk cenderung tidak mengawasi apa saja yang

di konsumsi anak, berapa lama mengkonsumsi media, dan sebagainya.

Oleh sebab itu anak sebagai khalayak rentan media, harus menjadi perhatian. Terutama oleh orang dewasa yang ada di sekitar anak (orang tua, kakak, abang, paman, bibi, dan lainsebagainya) . Anak selayaknya mendapatkan perhatian dan perlindungan dari orang-orang terdekatnya, terutama perlindungan dari konten tidak mendidik media.

Konsumsi Anak terhadap Media di masa Pandemi Covid 19

Pandemi Covid 19 melanda seluruh dunia pada tahun 2019 , termasuk negara Indonesia. Pandemi Covid 19 membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam hal mengkonsumsi media. Masyarakat melakukan kegiatan di rumah, karena kebijakan pemerintah yang melarang orang untuk beraktifitas di luar. Kondisi ini mengakibatkan banyak masyarakat melampiaskan diri dengan mengkonsumsi media. Media menjadi kanal pelepasan rasa jenuh dan mengisi waktu dengan beraktifitas di media sosial, mengkonsumsi You Tube, mengkonsumsi Tik Tok, bermain game dan lain sebagainya.

Survey Laporan Tren Digital dari Facebook menunjukkan bahwa pengguna di Indonesia aktif menggunakan palatform media Facebook selama masa pandemi. Hal ini semakin dikuatkan dengan semakin banyaknya komunitas on Line yang tumbuh. (Media Indonesia, 2021) Selanjutnya Menteri

Kominfo menegaskan terjadi pergeseran penggunaan internet selama masa Pandemi , dimana biasanya pemanfaatan internet itu berada di kampus, kantor, sekolah dan di tempat public. Namun di masa pandemic pemanfaatan internet bergeser ke perumahan, tempat tinggal , dan pemukiman . (kominfo.go.id. , 2020)

Pergeseran pemanfaatan media selama masa Pndemi Covid menunjukkan bahwa masyarakat memang banyak menghabiskan waktunya dengan memanfaatkan media internet. Media yang sangat mudah diakses melalui smartphone, bisa dilakukan kapan saja, dan harganya murah, telah menarik hati jutaan masyarakat Indonesia. Fenemona generasi menunduk , untuk menyatakan asiknya mengakses smartphone , terlihat dimana-mana. Masa pandemi Covid 19 terasa lebih berwarna, karena media internet menyediakan segalanya.

Bagimana dengan konsumsi media oleh anak-anak di masa pandemi ? Pola konsumsi media oleh anak-anak di masa pandemic Covid 19 ternyata tidak jauh berbeda dengan kalangan orang dewasa. Badan Pusat Statistik memaparkan fakta bahwa mayoritas anak usia 5 tahun ke atas mengakses internet paling banyak untuk tujuan yaitu: bermedia sosial 88,99 %, mendapat informasi atau berita 66, 13 %, hiburan 63,8% dan berbagai tujuan lainnya meliputi mengerjakan tugas sekolah, keperluan pembelian dan penjualan barang atau jasa, memperoleh informasi barang atau jasa, mengirim atau

menerima email, mengakses fasilitas finansial dan lainnya. (dalam annur, 2021)

Anak-anak mengkonsumsi media dengan intensitas tinggi sejalan dengan pemberlakuan ‘ dirumah saja ‘ yang diterapkan oleh pemerintah. Proses belajar mengalami perubahan dari sekolah ke rumah. Proses belajar secara daring semakin mendekatkan anak-anak dengan dunia internet, dan membuka peluang bagi mereka untuk mengakses apa yang tersedia dalam media tersebut. Salah satu aspek yang merugikan akibat dominasi internet di masa pandemi adalah anak-anak terpapar konten tidak mendidik, semisal : pornografi. Survei KPAI terkait kondisi anak-anak selama pandemic bahwa ada 22% anak Indonesia yang terpapar konten tidak sopan, bermuatan pornografi dan konten buruk lainnya. (dalam Purnamasari, 2020)

Beberapa data yang telah di uraikan di atas menunjukkan bahwa kita patut mewaspadaai kehadiran media di lingkungan anak-anak. Apa yang bisa dilakukan untuk mengantisipasi persoalan ini ? cukupkah hanya berdiam diri saja ? atau berkeluh kesah bahwa urusan media dan anak sulit untuk di atasi , dan bukan menjadi urusan kita ? Sangat naïf apabila kita tidak bisa berbuat apa-apa. Sejatinnya orang dewasa di sekitar anak –anak harus bertanggung jawab atas situasi ini. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan melibatkan keluarga sebagai garda terdepan.

Keluarga sebagai ujung tombak Literasi Media pada Anak-Anak

Keluarga adalah institusi terkecil dalam masyarakat dan memegang peranan penting dalam pendidikan anak. Semua persoalan yang menjadi perhatian seperti : korupsi, kekerasan dalam keluarga, ketidak setaraan jender, dan sebagainya , bisa diselesaikan dengan memberdayakan institusi keluarga. Hal yang sama bisa dilihat dalam menyelesaikan persoalan interaksi anak dengan media. Keluarga menjadi aspek penting dan berperan, agar interaksi anak dan media menjadi lebih sehat. Apalagi jika di masa pandemic Covid 19 anak-anak lebih banyak berada di rumah. Keluarga terutama orang tua tidak bisa mengabaikannya begitu saja.

Keluarga perlu melakukan literasi media kepada anak-anak. Literasi media adalah kecerdasan dalam memanfaatkan media seperti cerdas dalam menggunakan media, dalam artian mampu mengatur durasi waktu supaya tidak berlebihan . Cerdas dalam memahami isi media dalam artian mampu melakukan analisa terhadap pesan yang diterimanya melalui media sosial, tidak mudah terpengaruh atas berita bohong (hoaks). Cerdas dalam memilih pesan yang ditawarkan dalam artian memilih pesan yang bermanfaat dan berguna. Akhirnya kita diharapkan dapat memproduksi hasil media. Contohnya : mampu mengemas pesan yang baik dan bermanfaat lewat media yang dimiliki oleh masing-masing orang.

Literasi media kepada ada menjadi sangat penting mengingat banyaknya pesan-pesan atau konten-konten yang tidak baik bagi perkembangan anak. Keluarga sebagai orang terdekat harus berperan dan menjadi ujung tombaknya. Anak-anak memerlukan kehadiran orang dewasa yang ada di sekitarnya, untuk membantu anak cerdas dalam menggunakan, memahami, memilih dan memproduksi isi media. Apa yang bisa di lakukan oleh keluarga ?

Hasil penelitian Mazdalifah & Moulita (2020) mengenai Model Pengawasan orang tua terhadap penggunaan media digital anak di masa pandemi Covid 19 menunjukkan bahwa orang tua melakukan pengawasan dengan cara membatasi waktu dalam penggunaan media. Bentuk pengawasan yang dilakukan adalah dengan mengawasi situs yang dikunjungi anak . Dimana bentuk pengawasan ini bisa dikategorikan sebagai bentuk pengawasan yang pasif. terhadap penggunaan media digital anak di masa pandemic dengan cara melakukan pengawasan terhadap penggunaan media. Bentuk pengawasan lainnya adalah pengawasan aktif dimana orang tua secara aktif terlibat dengan anak seperti menggunakan internet secara bersama-sama, memotivasi anak mempelajari dan belajar internet, berbicara dan berdiskusi tentang anak di media internet. Pengawasan aktif dalam bentuk menggunakan internet bersama-sama adalah bentuk pengawasan yang paling banyak dilakukan oleh orang tua. Bentuk pengawasan ini dianggap paling mudah untuk di implementasikan bersama

anak-anak. Orang tua saat ini memiliki kesibukan yang padat, dan punya keterbatasan waktu untuk melakukan motivasi ataupun berdiskusi dengan anaknya.

Orang tua pada umumnya banyak memilih pengawasan yang pasif. Artinya melakukan pengawasan dengan cara tidak terlibat langsung berinteraksi dengan anak. Seperti : membatasi waktu penggunaan, melacak situs yang diakses anak, memanfaatkan filter, yang nota bene memang lebih mudah pelaksanaannya. Bentuk pengawasan seperti ini cukup sederhana dilakukan dan bisa dilalihkan kepada orang lain untuk melakukannya apabila orang tua tidak memiliki waktu yang cukup.

Hasil penelusuran aktifitas literasi media di beberapa negara seperti Finlandia, Kanada dan Australia menunjukkan bahwa dukungan keluarga khususnya orang tua berperan amat besar. Bahwa kegiatan literasi media untuk anak di lakukan di lembaga sekolah, banyak melibatkan orang tua agar kegiatan literasi media tersebut berhasil dengan baik. Pihak sekolah beranggapan sekolah tidak bisa berbuat banyak jika ingin anak-anak didiknya mampu berinteraksi dengan media tanpa bantuan orang tua. Artinya pihak sekolah menyadari adanya keterbatasan waktu , karena pada dasarnya anak-anak lahir dan dibesarkan di lingkungan keluarga, sehingga keluarga memang harus terlibat.

Secara sosiologis keluarga memberi sumbangan menjadi institusi yang melakukan pendidikan sejak dini dari

ruma, hingga akhirnya muncul generasi yang kuat, berdaya dan mampu bersaing. Pada akhirnya akan mampu membentuk cikal bakal masyarakat yang kuat dan mampu berpartisipasi dalam berbagai hal. Keluarga sebagai entitas yang berdaya merupakan satu modal sosial yang dimiliki oleh negara Indonesia. Modal sosial ini bisa dijadikan kekuatan untuk memenangkan persaingan antar negara untuk maju dan berkembang. Fokus untuk melahirkan keluarga yang berdaya diharapkan dapat menghasilkan generasi berkualitas dan bermutu.

Keluarga menjadi pilihan yang tepat untuk menjadi ujung tombak semua kegiatan termasuk Literasi Media. Keluarga seperti tombak runcing yang mampu melawan dan menghancurkan pengaruh buruk media terhadap anak. Keluarga sebagai perisai yang melindungi anak-anak dari nilai-nilai buruk yang berakibat buruk terhadap perkembangannya di masa depan. Keluarga harus aktif dalam menjalankan semua peran tersebut.

Berangkat dari penjelasan di atas, maka hal paling penting selanjutnya adalah melakukan tindakan nyata dalam menyikapi interaksi anak dan media , khususnya di masa pandemic Covid 19 dan dimasa- masa selanjutnya. Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian adalah :

- a. melakukan pengawasan media terhadap anak secara intensif
- b. melakukan pendampingan terhadap anak saat berinteraksi dengan media

- c. melakukan diskusi/ sharing kepada anak agar anak mampu berfikir kritis
- d. meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan literasi media masing-masing keluarga
- e. melibatkan anak dalam aktifitas fisik dalam kehidupan sehari-hari.

Apa dan bagaimana penjabaran mendetail tentang ke lima hal di atas , berikut penjelasannya :

1. Melakukan Pengawasan media terhadap anak secara intensif

Pengawasan keluarga terhadap penggunaan media oleh anak, mutlak harus dilakukan oleh keluarga. Bentuk pengawasan yang bisa dilakukan adalah dengan cara membatasi waktu, mengetahui situs yang diakses anak, menggunakan filter, bisa juga dengan melakukan monitoring teman anak di medsos, mengawasi profil anak, mengawasi pengiriman pesan anak. Bentuk pengawasan semacam ini akan semakin baik bila dilakukan secara intensif (berkesinambungan) . Hal yang perlu mendapat perhatian keluarga adalah kesinambungan dari bentuk pengawasan ini, karena bila tidak dilakukan secara berkesinambungan berkesinambungan akan memberi hasil yang tidak maksimal.

2. Melakukan pendampingan terhadap anak

Pendampingan anak saat melakukan interaksi dengan media merupakan salah satu alternative yang bisa dilakukan oleh keluarga. Pendampingan bisa dilakukan oleh orang dewasa yang ada di rumah, seperti : ayah, ibu, kakak , abang , kakak, paman, bibi bahkan oleh kakek atau nenek. Saat mendampingi anak , keluarga bisa melihat apa saja yang di akses anak, atau memilihkan konten yang bermanfaat, bisa juga memberi

penjelasan jika ada hal yang tidak dimengerti anak. Pendampingan sebaiknya dilakukan dengan berkesinambungan, agar anak bisa terpantau dengan baik.

3. melakukan diskusi / sharing agar anak mampu berfikir kritis.

Saat anak berinteraksi dengan media, terkadang ada beberapa hal yang tidak bisa mereka pahami dengan baik. Atau ada konten-konten yang perlu mendapat tambahan informasi dari keluarga. Misalnya : mengapa orang bisa terbang , mengapa ada perkelahian antara suami dan istri di satu tayangan, dan sebagainya. Apabila anak bisa diajak untuk mendiskusikan hal tersebut, maka diharapkan ia akan memperoleh pengetahuan yang utuh. Anak diharapkan bisa menjadi lebih kritis, tidak menerima begitu saja apa yang disampaikan oleh media. Ia akan kritis bertanya kenapa orang bisa terbang, apa yang bisa membuat orang terbang, apakah memang ada orang yang bisa terbang ? pertanyaan- pertanyaan kritis anak harus mendapatkan jawaban yang memuaskan dari keluarga. Teknik menjawab dan berdiskusi yang baik perlu dikuasai oleh anggota keluarga.

4. meningkatkan pengetahuan dan keterampilan literasi media anggota keluarga

Pengetahuan dan ketrampilan keluarga tentang literasi media perlu mendapat perhatian, apabila kita ingin meningkatkan peran keluarga dalam interaksi anak dengan media. Pengetahuan keluarga (ayah, ibu, kakak, abang, dan orang dewasa lainnya) harus ditingkatkan dengan cara menambah pengetahuan lewat iklan layanan masyarakat, buku, seminar, penyuluhan, dan sebagainya. Setiap anggota keluarga perlu menyadari pentingnya

literasi media di zaman serba digital. Kesadaran yang tumbuh akan mampu menggerakkan anggota keluarga untuk melakukan upaya pencegahan yang efektif terhadap anak-anak. Disamping itu beberapa ketrampilan terkait dengan literasi media, misalnya : memilihkan konten yang mendidik, kemampuan melakukan filter di media gadget, dan sebagainya.

5. melibatkan anak dalam aktifitas fisik dalam kehidupan sehari-hari

Aktifitas fisik adalah aktifitas yang melibatkan gerakan tubuh , tangan dan kaki bergerak aktif, bisa dilakukan di dalam maupun di luar rumah. Meskipun pandemic Covid 19 mengharuskan setiap orang untuk tetap di rumah, namun aktifitas di seputar rumah masih bisa dilakukan. Misalnya : bersepeda, berkemah, berolahraga, dan bermain. Anak-anak sesungguhnya menyenangi kegiatan fisik semacam ini, mereka umumnya senang berlari-lari, bersepeda keliling rumah, berkebun , ataupun berolahraga. Keluarga dianjurkan untuk melibatkan anak-anak dalam aktifitas fisik semacam ini, agar perhatian anak terhadap media menjadi berkurang. Saat orang tua melakukan kegiatan olahraga dan berjemur , maka dianjurkan untuk melibatkan anak-anak dalam kegiatan tersebut. Aktifitas bersama membuat orang tua dan anak menjadi sehat dan akrab. Semakin banyak melibatkan anak dalam aktifitas fisik di dalam maupun di luar rumah, maka anak-anak diharapkan berkurang perhatiannya terhadap media.

Kesimpulan

Situasi pandemi Covid 19 telah mendorong terjadinya peningkatan pemanfaatan media khususnya media internet / digital. Peningkatan pemanfaatan media terjadinya juga di kalangan anak-anak. Mereka menggunakan media dengan durasi waktu lebih lama dari masa sebelum pandemi Covid 19. Anak-anak juga terpapar konten tidak mendidik yang bisa membahayakan perkembangannya kelak. Menyikapi hal ini, keluarga bisa menjadi andalan, untuk melakukan beberapa tindakan pencegahan. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir pengaruh buruk yang diakibatkan konten tidak mendidik tersebut.

Keluarga amat berperan penting dalam menyelesaikan persoalan ini. Perspektif literasi media menyarankan agar keluarga terlibat penuh dalam mengatasi berbagai persoalan yang muncul akibat interaksi anak dengan media. Literasi Media menyarankan agar keluarga melakukan pengawasan , pendampingan dan penjelasan kepada anak secara berkesinambungan. Disamping itu melibatkan anak-anak dalam kegiatan fisik diharapkan dapat mengurangi perhatian anak terhadap media.

Saat ini Pandemi Covid 19 telah mengalami masa akhir, kehidupan diharapkan kembali menjadi normal. Masyarakat dapat beraktifitas kembali di luar rumah, dengan memperhatikan protocol kesehatan. Namun interaksi anak dan media tetap menjadi perhatian, diharapkan keluarga tetap

mengambil perannya untuk menjaga anak-anak dari pemanfaatan media yang tidak berguna.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2021, 24 November). *Bps: 88,99% anak 5 tahun keatas mengakses internet untuk media sosial*. Diakses dari <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/24/bps-8899-anak-5-tahun-ke-atas-mengakses-internet-untuk-media-sosial>
- Irso. (2020, 9 November). *Dirjen ppi: survei penetrasi pengguna internet di indonesia bagian penting dari transformasi digital*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita-satker>.
- Herlina, D. S (2019) *Literasi Media: Teori dan Fasilitasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kominfo (24 April 2020) . *Terjadi pergeseran penggunaan Internet selama masa Pandemi* <https://www.kominfo.go.id>.
- Media Indonesia, (23 Februari 2021) . *Pandemi* . E. Paper
- Moulita, Mazdalifah. (2021) *Model Pengawasan Orang Tua terhadap Penggunaan media Digital Anak di Masa Pandemi Covid 19*. Laporan akhir Penelitian TALENTA USU,
- Purnamasari, D. M. (2020, 16 Agustus). *Kpai: 22 persen anak menonton tayangan bermuatan pornografi saat*

pandemi. Diakses dari menonton-tayangan-bermuatan-pornografi-saat-pandemi?

Potter, J. W (2019) *Media literacy*. Ninth Edition. SAGE Publications, Inc.

Sikoko, Aisha. (2022) *Kondisi Literasi Media Anak-Anak di Kelurahan Gaharu*. Skripsi. Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNIB

GANTI WALIKOTA GANTI BRAND : MENYOAL RITUS LIMA TAHUNAN KOTA BENGKULU

Wahyu Widiastuti

Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu

w.widiastuti@unib.ac.id

Meningkatnya kemakmuran, perkembangan teknologi transportasi dan adanya waktu luang membuat orang banyak melakukan perjalanan wisata. Menurut UNWTO pertumbuhan jumlah wisatawan dalam dua dekade terakhir mengalami kenaikan yang signifikan. Peningkatan ini pada kisaran 3,5-4,5% dari tahun sebelumnya. UNWTO memperkirakan kedatangan turis internasional di lokasi wisata bisa mencapai 1,8 milyar pada tahun 2030 (www2.unwto.org).

Di Indonesia sendiri, jumlah orang yang melakukan perjalanan wisata juga meningkat dari tahun ke tahun. Data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah wisatawan Nusantara pada 2018 tumbuh 12,37% menjadi 303,4 juta kali dibandingkan tahun sebelumnya. BPS juga mencatat dalam periode 2013-2018 perjalanan wisatawan nusantara telah meningkat lebih dari 21%. Sementara itu belanja wisatawan Nusantara pada 2018 juga tumbuh sebesar 12,89% menjadi Rp291 triliun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya Rp 246,85 trilun. Tercatat peningkatan wisata belanja wisatawan Nusantara sebesar 63,6% selama 2013-2018.

Besarnya jumlah wisatawan dan uang yang dibelanjakan membuat tiap negara, provinsi, kabupaten/kota hingga desa berupaya meningkatkan daya tariknya. Perputaran uang di sector pariwisata saat ini menjadi incaran untuk peningkatan dan pendapatan di luar sumber daya alam. Wisatawan Nusantara memang tidak mendatangkan devisa bagi negara; namun jumlah mereka yang tidak sedikit mampu menggerakkan roda perekonomian dari sektor transportasi, perhotelan dan industry kreatif.

Persaingan antar daerah tujuan wisata mendorong sebuah kota menerapkan strategi pemasaran untuk menarik visitor dan calon investor. Pemerintah daerah berlomba membangun asosiasi positif daerahnya ke dalam pikiran visitor dan investor sebelum, selama dan sesudah mengunjungi sebuah destinasi. Sebuah kota yang mampu membuat brand yang kuat akan memenangkan persaingan karena brand akan menjadi pembeda (differentiation) yang menjadi ujung tombak bagi daya saing suatu kota.

City branding merupakan manajemen citra suatu destinasi melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, social, kultural dan peraturan pemerintah (Moilanen,2009:7). City branding umumnya memfokuskan pada pengelolaan citra, tepatnya apa dan bagaimana citra akan dibentuk serta aspek komunikasi yang dilakukan dalam proses pengelolaan citra (kavaratzis, 2008:8). Pemberian brand pada sebuah kota bertujuan untuk meningkatkan hubungan investasi bisnis, meningkatkan keunggulan kompetitif pasar pariwisata, mempromosikan pembanguana ekonomi dan social secara umum, dan mendorong masyarakat untuk mengidentifikasi tempat tinggal mereka. Brand sebagai sebuah identitas membedakan

suatu kota dengan kota lainnya melalui slogan, tag line dan logo yang melekat padanya.

Upaya membrandingkan destinasi didukung oleh Menteri Pariwisata Cabinet Kerja 2014-2019 Arief Yahya. Menurutnya konsep branding dalam dunia bisnis sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu strategi yang sama juga juga perlu diterapkan oleh destinasi wisata, baik itu kota, kabupaten maupun provinsi.

Beberapa daerah menjadi lebih terkenal karena brand yang dilekatkan padanya. Kartajaya (2005) mencatat sejumlah daerah yang melakukan branding dengan sangat cerdas. Daerah-daerah tersebut antara lain Provinsi Bali, Provinsi DKI Jakarta, Provinsi Banten dan Daerah Istimewa Jogjakarta. Di level kota/kabupaten, ada Kota Jepara, Bandung, Bengkalis, Kutai Kartanegara dan Batam. Sementara contoh dari luar negeri yang dianggap memiliki brand yang kuat adalah Singapura.

Berkaca dari pengalaman-pengalaman daerah yang berhasil membrandingkan dirinya, Bengkulu sebagai ibu kota provinsi ingin menjangkau sukses dengan strategi yang sama yaitu dengan melakukan branding. Pada 31 Desember 2019 bertempat di Masjid Agung At Taqwa Walikota Helmi Hasan dan Wakil Walikota Bengkulu Dedy Wahyudi mendeklarasikan Kota Bengkulu sebagai kota Hadits. Deklarasi ini dianggap sebagai komitmen Pemerintah Kota Bengkulu dan masyarakat untuk meningkatkan ketaqwaan demi mewujudkan kota yang religius dan bahagia.

City Branding

Brand atau merek didefinisikan oleh Hermawan Kartajaya (2005 : 173) sebagai value indicator; yaitu indicator yang menggambarkan seberapa kokoh dan solid value atau nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam kajian pemasaran pariwisata, brand menjadi alat kunci bagi Trader-Tourist- Investor (TTI) – Talent-Developers- Organizers (TDO) dalam menetapkan pilihannya. Brand tidak hanya dibangun dengan berpromosi sebanyak mungkin di media massa atau merumuskan bauran pemasaran secara tepat. Namun brand yang kokoh terbentuk secara strategis melalui perumusan dan implementasi strategi, taktik dan nilai pemasaran secara tepat. Artinya pemilik brand harus kreatif dalam menetapkan segmentasi dan targeting, pemilihan positioning yang tepat, membangun differensiasi yang kokoh dengan dukungan bauran pemasaran dan strategi selling, serta membangun servis dan proses yang solid.

Konsep pemberian merek pada sebuah kota (city branding) berawal dari pemasaran tempat (place marketing). Place marketing bertujuan memaksimalkan fungsi social dan ekonomi suatu daerah atau kota secara efisien sesuai dengan tujuan yang secara luas telah ditentukan (Ashworth dan Voogh,1990:41). Ada dua hal yang digarisbawahi dari definisi ini, pertama yaitu bahwa place marketing memiliki tujuan ekonomi dan peningkatan fungsi social seperti identifikasi tempat atau kepuasan. Sementara penegasan kedua adalah place marketing merupakan pendekatan yang berorientasi pada pelanggan dan harus mengintegrasikan semua potensi kota yang ada dan pelanggan (visitor).

City Branding menurut Anholt (2007) merupakan kajian Ilmu Komunikasi terutama fungsi Public Relations. City branding didefinisikan sebagai manajemen citra kota melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, social, komersial, kultural dan peraturan pemerintah.

Selanjutnya Kavaratzis (2008) menambahkan bahwa city branding umumnya focus pada pengelolaan citra, tepatnya apa dan bagaimana citra itu dibentuk serta aspek komunikasi yang dilakukan dalam proses pengelolaan citra. *City branding* juga merupakan tugas dan kolaborasi dari semua pihak (Stakeholders) yang terkait dengan kota tersebut. Tanggung jawab kesuksesan *city branding* terdapat diseluruh public internal kota, baik pemerintah kota, swasta, pengusaha, Interest Group dan masyarakat kota tersebut. Dalam *city branding*, yang diutamakan adalah dengan memfungsikan seluruh potensi kota agar bernilai dan fungsional.

Konsep *City branding* ini kemudian berbanding lurus dengan salah satu aspek pembangunan yang ada di suatu wilayah. Karena merupakan salah satu program pembangunan maka pemerintah haruslah mengkomunikasikan manfaat atau kegunaan setiap pembangunan di daerahnya kepada masyarakat. Pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan haruslah mempunyai kredibilitas, daya tarik, harapan dan perasaan agar masyarakat dapat dipengaruhi untuk mengikuti keinginan dari pemerintah sehingga pembangunan dapat dilaksanakan.

Dalam literatur pemasaran, bisa diketahui bahwa brand yang kuat umumnya tidak dihasilkan secara instant. Produk/jasa/person pemilik brand membutuhkan waktu lama untuk membuktikan

kualitas dirinya. Sebagai contoh Coca Cola yang merupakan brand paling kuat di jajaran minuman berkarbonasi. Coca Cola baru memperoleh kesuksesan bertahun-tahun setelah kemunculannya tahun 1886. Kesuksesan Coca Cola diraih karena mereka tidak hanya menawarkan minuman namun juga pengalaman kepada konsumen. Sementara di sector pariwisata, Indonesia memiliki Bali sebagai ikon wisata internasional memiliki brand yang kuat berkat keunikan kultur penduduknya.

Di sisi lain, Keith Dinnie (2011) menyarankan proses pembentukan brand seharusnya mempertimbangkan target sasaran (yaitu visitor dan investor) tanpa melupakan peran dan kebutuhan warga kota (resident) serta stakeholder internal lainnya. Brand sebuah kota hendaknya juga memperhatikan hubungan dan kesesuaiannya dengan brand provinsi Bengkulu dan brand Indonesia secara lebih luas. Bengkulu juga harus memiliki brand atribut yang sesuai dengan brand yang telah dipilihnya, sehingga bisa menghasilkan persepsi positif dari beragam audiens.

Rebranding City

Tulisan ini berangkat dari pertanyaan tentang apa yang akan dituju oleh Kota Bengkulu, karena dua decade terakhir Kota Bengkulu telah empat kali berganti brand. Pada periode 2002-2007 di bawah kepemimpinan Chalik Effendi, kota Bengkulu memiliki brand Kota Semarak. Selanjutnya pada periode 2007-2012, Walikota Ahmad Kanedi mendeklarasikan Kota Bengkulu sebagai Kota Pelajar. Selanjutnya di periode pertama kepemimpinan Helmi Hasan, Kota Bengkulu kembali berganti brand menjadi kota religious. Dan pada

periode kedua kepemimpinan Helmi Hasan, slogan Kota Religious berganti menjadi kota Hadits.

Dalam dunia pemasaran, rebranding adalah sebuah keniscayaan. Bahkan adakalanya pemasar harus mengamati sinyal-sinyal perlunya melakukan rebranding. Bila penjualan stagnan atau mengalami penurunan dalam kurun waktu lama atau konsumen menjauhi produk yang dihasilkan perusahaan, pemasar harus memulai melihat lagi brand yang dimiliki dan selanjutnya melakukan rebranding. Rebranding adalah proses mengubah pesan dan citra korporat organisasi dengan tujuan untuk memperbaiki bisnis – membangun kembali merek lama menjadi merek baru agar terlihat unggul dibandingkan competitor. Rebrand dalam pemasaran produk bisa berupa penciptaan produk baru, penyesuaian layanan hingga mengubah produk dan layanan inti perusahaan (Oakley, tanpa tahun).

City branding dan rebranding tidak selalu sukses. Bahkan menurut North (2015), 86 persen branding terhadap kota atau wilayah berakhir dalam kegagalan. Salah satunya adalah Kota Leeds di daerah selatan Inggris. Leeds mengeluarkan slogan barunya “Leeds Live It Love It” sebagai upaya meningkatkan citra globalnya. Kritik bermunculan karena slogan tersebut dianggap tanpa kekhasan dan kepribadian. Selain itu Pejabat Leeds juga menemukan bahwaslogan tersebut telah digunakan oleh kota lain.

Citynationplace.com (2017) menjelaskan beberapa hal mengapa place branding dan rebranding bisa mengalami kegagalan. Alasan tersebut antara lain :

- Tujuan branding yang tidak jelas
- Mencampuradukkan konsep pemasaran dengan strategi branding
- pendekatan jangka pendek yang didorong oleh kepentingan politik
- kegagalan untuk mengenali kompleksitas menyusun strategi yang efektif
- kegagalan untuk mencapai konsensus tentang strategi dan visi masa depan untuk tempat yang dimaksud
- kegagalan untuk mendanai pembuatan strategi dengan benar dan memenuhi biaya implementasinya
- kegagalan untuk berinvestasi dalam implementasi
- manajemen implementasi yang buruk atau tidak evaluasi atas keputusan yang diambil

Meski banyak city branding yang tidak berhasil, sebaliknya, beberapa kota kelas dunia sukses melakukan rebranding. Salah satunya adalah Amsterdam Belanda. Di era 60an, Amsterdam, dengan citranya sebagai kota yang menjunjung keterbukaan, toleransi dan liberitas, menduduki posisi atas di antara kota-kota besar di daratan Eropa yang paling banyak dikunjungi turis. Namun sekitar tahun 2000an posisinya tergeser oleh tempat tujuan wisata lain seperti Munich, Barcelona dan Brussel.

Tahun 2004 Amsterdam melakukan rebranding dengan mengubah logo dan slogannya menjadi I Amsterdam. Kota Amsterdam direbranding sebagai kota yang memiliki identitas budaya dengan kanal, kratifitas dan inovasi serta semangat perdagangan. Hasil rebranding kembali memosisikan Amsterdam sebagai lima teraktas kota di Eropa yang memiliki kekuatas merek

dan asset budaya. Terbukti jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat dan bisnis lokal terus berkembang (Aruman, 2018).

Secara teori, city branding dan rebranding tidak beda dengan melakukan branding pada produk atau person. Proses branding dan rebranding adalah menemukan apa yang bisa ditawarkan pada audience. Jose Torres dari Bloom Consulting secara tegas menyatakan bahwa setiap tempat yang melakukan branding menggali potensi yang ada, dan bukan menciptakan hal baru yang belum mereka miliki.

“There’s something special about every city. City Branding isn’t about inventing something; it’s about discovering what’s already there”

Rebranding bukan sekedar membuat desain logo dan gambar visual, melakukan riset pasar dan mengiklankan brand; namun yang lebih mendasar adalah bagaimana rebranding dilihat sebagai masalah taktis dan strategis. Taktis artinya merek baru secara operasional melekat di produk; sementara strategis artinya semua proses otoritas berputar di sekitar pembangunan dan pengembangan merek baru tersebut.

Branding – Rebranding Kota Bengkulu dan Arah Pembangunan Kota

Gonta ganti brand dalam 20 tahun yang dilakukan Pemerintah Kota Bengkulu setidaknya bisa disejajarkan dengan kegagalan proses branding yang sering ditemui konsultan pemasaran dan branding. Menyadur apa yang dijelaskan oleh Citynationplace,

ada beberapa yang bisa diperhatikan dalam melakukan branding dan rebranding Kota Bengkulu

Secara teori, city branding dan rebranding tidak beda dengan melakukan branding pada produk atau person. Proses branding dan rebranding adalah menemukan apa yang bisa ditawarkan pada audience. Jose Torres dari Bloom Consulting secara tegas menyatakan bahwa setiap tempat yang melakukan branding menggali potensi yang ada, dan bukan menciptakan hal baru yang belum mereka miliki. *“There’s something special about every city. City Branding isn’t about inventing something; it’s about discovering what’s already there”*.

Branding Bengkulu Kota Pelajar merupakan contoh bagaimana penggagas brand tidak mempertimbangkan bahwa label kota pelajar telah dianggap melekat pada Daerah Istimewa Yogyakarta. Jogjakarta memiliki pendukung yang mengokohkan wilayahnya sebagai kota pelajar karena sarana dan prasarana yang dimiliki. Sementara Kota Bengkulu belum bisa disejajarkan dengan Jogjakarta bila ingin mendeklarasikan sebagai kota pelajar.

Demikian juga dengan Bengkulu Kota religious dan Bengkulu Kota Hadits. Identitas seperti apa yang akan ditampilkan, apa yang ingin diraih, bagaimana meraihnya, apa yang menjadi ukuran relijiusitas, bagaimana mengkomunikasikan ke public belum tersampaikan dengan baik.

Perubahan dari satu brand ke brand yang baru membutuhkan kajian atas brand sebelumnya : mengapa perlu diganti, bila dianggap brand lama tidak berhasil apa ukuran keberhasilan dan ketidakberhasilannya, apa kendala yang

membuatnya gagal sebagai sebuah brand. Sementara brand baru seharusnya dibuat sebagai pengembangan dan perbaikan dari brand sebelumnya.

Branding bukan sekedar slogan. Brand harus menunjukkan janji apa yang akan ditawarkan kepada investor, wisatawan atau warga kota Bengkulu sendiri. Brand Bengkulu Kota Pelajar dan Bengkulu Kota religius tidak dirumuskan secara jelas oleh penggagasnya. Identitas apa yang akan dilekatkan pada kota Kota Pelajar dan Bengkulu Kota religius tidak diterjemahkan secara jelas. Tujuan, arah dan ukuran kemajuannya juga tidak terkomunikasikan dengan baik.

Branding kota sering kali menjadi ajang politik. Semua pemimpin cenderung ingin meninggalkan legacy bagi kota yang dipimpinnya atau menorehkan sesutau yang monumental untuk dikenang. Sebaliknya pemimpin juga ada kecenderungan untuk menghapus legacy yang diwariskan oleh pemimpin sebelumnya. Perubahan dari Bengkulu Kota Pelajar menjadi Bengkulu Kota religius tidak memiliki kesatuan arah karena identitas yang dimiliki masing-masing brand berbeda. Perubahan ini juga teramat singkat seolah belum memberi waktu yang cukup bagi brand untuk menunjukkan keberhasilannya. Padahal menurut pakar branding places seperti Alan Malcom, Hanna Jeannette dll, untuk membuat sebuah brand saja dibutuhkan waktu enam hingga dua belas bulan.

Sebuah brand membutuhkan waktu utk dibangun, diuji, dipantau dan dievaluasi. Apakah brand disetujui oleh pemangku kepentingan, apakah sesuai dengan keinginan, dan kebutuhan pasar; apakah sudah melewati riset pasar; serta apakah ada keluhan saat

implementasi dan memvalidasi daya tariknya. City brand juga juga membutuhkan indikator kinerja utama (Key performance indicator / KPI). Apakah strategi tersebut memiliki efek yang diinginkan, misalnya meningkatkan daya tarik tempat untuk menargetkan audiens pasar, meningkatkan waktu tinggal dan pengeluaran pengunjung, menciptakan identitas dan reputasi yang lebih khas dan diakui, dll?

Menurut Malcom dkk (2017) keterlibatan stakeholders dalam penentuan brand cenderung diabaikan. Pemimpin sering tidak memiliki imajinasi namun tidak menerima ide dan vusa dari stakeholder lain. Mereka cenderung focus pada agenda mereka sendiri; padahal dengan melibatkan stakeholder lain membuat stakeholder merasa ikut menjadi bagian penting dari pencapaian brand. Artinya ide brand muncul dari kolaborasi, dan bukan dipaksakan oleh beberapa pemain saja. Di kalangan konsultan pemasaran, kadang muncul keluhan atas kurangnya ketrampilan mendengarkan para politisi dan pejabat di sector public yang menyewa jasa mereka. politisi dan pejabat sering merasa paling tahu dan tidak mau menerima sudut pandang alternative pemangku kepentingan dan perwakilan masyarakat selain itu mereka juga dianggap minim kemampuan untuk mengeksplorasi perbedaan pendapat dan mencapai kesepakatan yang bisa mendapat dukungan luas.

Berdasarkan informasi dari salah satu anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bengkulu dapat diketahui bahwa tidak ada pelibatan dewan dalam perumusan setiap brand yang dicanangkan oleh Walikota Bengkulu. Idealnya brand harus mengacu pada tujuan jangka pendek, menengah dan panjang yang dimiliki

kota. Hal ini dimaksudkan untuk mencari kesesuaian antara brand dan arah pembangunan kota; apakah brand yang diusung sesuai atau justru bertentangan dengan rencana yang sudah disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Brand kota Bengkulu yang berubah-ubah setiap lima tahun dalam dua decade terakhir menunjukkan tidak ada kesinambungan dari satu brand ke brand berikutnya. Penggagas brand hanya focus pada tujuan jangka pendek dengan mengorbankan keterlibatan jangka panjang. Sangat umum terjadi badan sektor publik "berkonsultasi" dengan pemangku kepentingan dan komunitas lokal setelah 'pemilik brand ' mengambil keputusan tentang apa yang seharusnya menjadi strategi brand. Malcom dkk menyebutnya sebagai "buy-in" karena tujuan mereka adalah untuk menjual proposisi daripada mempromosikan dialog dan masukan yang bermakna. Penggagas brand juga seolah membatasi keterlibatan publik pada tahap pengembangan strategi. Ini adalah praktik yang buruk karena seolah melarang pemangku kepentingan memainkan peran berkelanjutan dalam implementasi brand di lapangan.

Karena pelibatan stakeholder yang tidak komprehensif maka tidak ada focus dan pendekatan bersama mulai dari departemen di tingkat pemerintahan hingga masyarakat kota sendiri. Tantangan terbesar dalam branding disebut oleh pakar strategi pemasaran adalah bagaimana membuat semua pemangku kepentingan bernyanyi dengan lagu yang sama; artinya perlu penyelarasan yang erat pada strategi dan memahami peran dan tanggung jawab mereka yang saling melengkapi. Suara sumbang dari anggota paduan suara menciptakan citra yang terfragmentasi dan menurunkan kepercayaan sektor lain dalam berpartisipasi dalam pengembangan merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Allan, Malcom., Jeannete,Hanna.' Hobkinson,Roger.' Torres, Jose., Vilar Gonzalo. 2017. Why place and destination branding strategy fail. <https://www.citynationplace.com/why-place-and-destination-brand-strategies-fail>. Retrieved 1 Desember 2022
- Anholt, Simon.2007. Competitive Identity : The New Brand Management Nations, Cities, and Regions. USA.Palgrave Macmillan.
- Aruman, Edhy. 2018. Gerakan Global Re-Branding Kota Bagaimana Dengan Kota Anda?. <https://mix.co.id/city-branding/gerakan-global-re-branding-kota-bagaimana-dengan-kota-anda/>. Retrieved 1 Desember 2022
- Dinnie,Keith.2011. City Branding Theory and cases. New York : Palgrave Macmillan
- Insch, Andrea 2013, Elements of the City Branding Process to Support Global City Status, Proceedings of International City Branding Symposium 2013.
- Kartajaya, Hermawan dan Yuswohadi, 2005. Atracting tourists traders investors : Strategi memasarkan daerah di era otonomi. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kavaratzis, M. From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Brand Public Dipl* 1, 58–73 (2004).
- North, Samantha. 2014. Why do most city branding campaign fail?. <https://citymonitor.ai/government/why-do-most-city-branding-campaigns-fail>. Retrieved 1 Desember 2022
- Oakley, Phillips. When is it time to rebrand? 10 powerful reasons you should take action. <https://www.salesfactory.com/blog/when-is-it-time-to-rebrand-10-powerful-reasons-you-should-take-action> . Retrieved 1 Desember 2022

Sukmaraga,AA. Nirwana,A. City Branding : SEbuah Tinjauan Metodologis dengan pendekatan elaborative,, praktis dan ilmiah. JADEC. 2019

Why Tourism <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

MEDIA LITERASI IBU-IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN KUTALIMBARU

Rehia Barus

*Mahasiswa Program Doktor Ilmu komunikasi - Universitas Sumatera
Utara*

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi digital semakin canggih dan menawarkan berbagai macam hiburan, informasi dan kemudahan bagi penggunanya. Penggunaan media digital tidak jarang kemudian menghipnotis dan bahkan memberikan efek ketergantungan bagi para penggunanya. Pengguna media digital seperti membentuk budaya baru dimana setiap hal yang dilakukan harus bertanya atau mencari nasehat dahulu melalui media digital. Tawaran akan kemudahan informasi yang diberikan oleh internet ini kemudian menarik khalayak untuk ikut menggunakan media digital ini.

Jumlah pengguna Internet di Indonesia telah mencapai 197 juta orang dari 270.2 juta orang populasi Indonesia. Ini berarti, pengguna Internet di Indonesia telah mencapai 70% dari jumlah penduduk Indonesia seluruhnya. Komposisinya bisa dikatakan berimbang di antara laki-laki (52.5%) dan perempuan (47.5%). Namun demikian, dari segi geografis, pengguna Internet terbesar berada di pulau Jawa sebanyak 56,4%, sisanya

tersebar di Sumatera 22,1% Sulawesi 6.3% dan Kalimantan (5.8%). Dua wilayah lainnya yaitu Bali dan Nusa persentasenya di bawah 5,8%. Ini memperlihatkan adanya kesenjangan dalam penggunaan Internet (APJII, 2020).

Peningkatan jumlah pengguna internet di dunia terutama di Indonesia, seperti memberikan semangat kepada para *creator* untuk mencari keuntungan dengan menciptakan berbagai macam konten. Sehingga semakin banyak pula bermunculan situs-situs baru yang dapat di akses oleh para pengguna internet baik itu situs media sosial, game maupun situs berita seperti koran *online*. Media digital dapat digunakan dan dinikmati oleh segala usia, karena media digital menyediakan informasi dan juga hiburan untuk semua kalangan. Informasi tentang politik, ekonomi, sosial, budaya, olahraga, dari seluruh dunia dapat dikonsumsi melalui media digital. Informasi dari seluruh dunia ini kemudian tidak jarang membawa pengaruh terhadap budaya setempat.

Media massa sejatinya berfungsi sebagai memberikan edukasi, hiburan, dan juga informasi. Sebagai media yang memberikan edukasi merupakan tujuan mulia sebuah media yaitu untuk memberikan mencerdaskan anak bangsa. Kehadiran media digital kemudian seakan memberikan bias akan fungsi edukasi, hiburan dan informasi. Informasi-informasi yang tersebar di media digital memberikan perubahan pada penggunaannya terkait hobi atau pengetahuan baru yang diharapkan dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan perekonomian masyarakat.

Konten-konten di media digital banyak yang sangat membantu masyarakat seperti misalnya media sosial seperti Twitter, Facebook, Path, Line, What's Up, dan sebagainya. Media ini dikenal sebagai media sosial karena memberi peluang setiap orang melakukan jejaringan sosial dan berbagi informasi. Pesan informasi melalui media sosial dengan jejaring internet ini disusun dan dikemas sedemikian rupa agar tersampaikan secara lebih efektif (Sudarmanti dan Yusuf, 2016). Ada juga Aplikasi transportasi *online* yang sangat membantu masyarakat untuk pergi dari satu tempat ke tempat lain. Atau aplikasi-aplikasi e-commerce yang memudahkan masyarakat untuk berdagang maupun membeli barang tanpa bertemu langsung dengan pembeli atau penjualnya tentu akan memberi keuntungan bagi kedua pihak, dimana biaya toko atau biaya transportasi dapat dihilangkan dan sisi waktu juga menguntungkan kedua belah pihak.

Namun hadirnya konten-konten baru di media digital kemudian menjadi permasalahan kepada masyarakat kembali. Serbuan konten-konten hiburan terus memanjakan khalayak dengan sajian yang menyenangkan dan disesuaikan dengan selera (Riswari, 2019). Konten hiburan menjadi tidak menghibur lagi ketika kemudian masyarakat hanya menghabiskan waktunya untuk menonton hiburan tersebut. Kehadiran konten menghibur membuat terjadi peningkatan frekuensi mengakses internet. Pekerjaan lain menjadi terbelakangkan karena keinginan atau bahkan kebutuhan kita untuk menikmati konten hiburan tersebut.

Peningkatan akses internet dan semua konten-konten yang ada di dalamnya ternyata tidak menjamin kedewasaan pengguna internet Indonesia. Terjadi banyak kasus penyalahgunaan Internet, mulai dari internet fraud, adiksi atau kecanduan, pelanggaran privasi, bias realitas, hingga yang paling mutakhir adalah meluasnya hoax. Konten-konten ini kemudian menjadi tidak baik karena ternyata dapat berfek negative terhadap penggunanya. Seperti misalnya di dalam aplikasi transportasi *online* ini juga memiliki aplikasi belanja *online* sehingga kemudian masyarakat menjadi masyarakat yang konsumtif. Aplikasi *e-commerce* juga menjadi negatif ketika terjadi penipuan dan juga kecurangan lain.

Khalayak secara sadar atau juga tidak kemudian terpengaruh oleh informasi dari media yang kemudia mengubah mereka. Banyak khalayak yang tidak merasa dipengaruhi oleh informasi media kecuali efek tersebut sudah memberikan efek baik jangka pendek seperti mengubah emosi maupun jangka panjang seperti menyebabkan kecanduan (Potter 2020). Penyerapan informasi dari beragam konten hiburan yang bersifat mendidik tentu akan lebih mencerdaskan khalayak, tetapi kemudian muncul konten-konten yang meresahkan masyarakat. Konten-konten tersebut bersifat tidak mendidik dan banyak mengedepankan program yang tidak memperhatikan etikan dan juga masyarakat. Penyelenggara konten seperti menutup mata dan telinga bahwa kemudian konten tersebut akan merusak masyarakat. Konten-konten tersebut banyak menggambarkan eksploitasi terhadap kaum

rentan seperti anak, perempuan, kaum miskin, dan konten tersebut juga banyak menayangkan gaya hidup bebas, perjudian, caci maki, perkelahian *online*..

Melihat jaman digital sekarang ini, jumlah informasi yang diterima setiap orang pada gawai yang digunakannya menjadi semakin banyak dan cenderung tidak terkontrol. Kemudian yang menjadi penting ialah kemahiran seseorang dalam memilih dan memilah informasi. Hal ini menjadi sesuatu yang sifatnya mendesak, karena semakin berkembangnya tantangan teknologi informasi dan gaya komunikasi yang baru. Diperlukan pemahaman lebih lanjut kepada khalayak sehingga lebih bijaksana dalam menggunakan media dan pemahaman ini disebut dengan melek media.

Melek media atau literasi media merupakan salah satu upaya pembelajaran bagi khalayak media sehingga menjadi khalayak yang berdaya hidup di tengah-tengah dunia yang sesak media (*media saturated*) (Iriantara,2009:18). Khalayak yang berdaya akan memiliki kemampuan untuk menganalisis pesan-pesan media, mengevaluasi sumber informasi dan membahas isu tentang bias dan kredibilitas media tersebut. Kecapakan atau kompetensi literasi media yang dimiliki khalayak akan membuatnya sadar dan melakukan analisis atas apa saja yang dikonsumsinya, melakukan refleksi dan akhirnya bertindak. Tindakan tersebut merupakan tindakan yang dilandasi oleh kesadaran akan pengetahuan dan bukan hanya bersifat naluriah saja.

Merujuk kepada berbagai efek negative yang disebabkan oleh media, maka peneliti ingin menelusuri tingkat literasi media yang dimiliki oleh kaum ibu rumah tangga. Sebagai pilar rumah tangga, ibu merupakan motor penggerak, pengatur keluarga yang mengakomodir terselesaikan semua kebutuhan dasar seperti, makan, tidur dan juga kebutuhan yang lebih tinggi seperti pendidikan dan juga informasi bagi keluarga. Kurt Lewin (1947) menganalogikan ibu rumah tangga sebagai *gatekeeper* yang bertugas memilih makanan terbaik untuk keluarganya. Analogi ini berkembang bahwa ibu juga akan berusaha memilihkan pendidikan dan informasi yang paling berguna bagi keluarganya. Begitu juga terkait tsunaminya informasi yang menyasar kepada anak-anak. Bagi ibu yang melek media tentu hal ini memberikan kegelisahan apakah informasi yang diterima anak dari media memberikan kebaikan atau malah hal negative bagi keluarga dan anak-anaknya.

Konten berita juga tidak lepas dari pengaruh digital. Dengan adanya media digital, saat ini siapa saja dapat menjadi produser berita sehingga kemudian bermunculanlah berita-berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan sering disebut *hoax*. Kontenhoax dapat diproduksi dengan memotong-motong berita lama dan dikaitkan dengan kejadian terbaru (masukkan cerita gempa). Berita-berita *hoax* tentu akan menciptakan kisruh terhadap masyarakat dimana masyarakat dapat terpicu kemarahan, kegelisahan maupun ketakutannya oleh berita-berita tidak benar.

Ibu yang melek media tentu menyadari bahwa kehadiran media digital, akan memunculkan ancaman terhadap privasi penggunanya, efek negatif yang dapat terjadi adalah pencemaran nama baik, penipuan, dan bullying. Indonesia juga menduduki peringkat kedua dengan kasus bullying tertinggi di dunia. Menurut hasil survei circular.com, aksi bullying di Indonesia cenderung lebih banyak dilakukan di media sosial ([http://circular.com/2012/10/19/ indonesia- masuk-daftar-negara-dengankasus-bullying-tertinggi/](http://circular.com/2012/10/19/indonesia-masuk-daftar-negara-dengankasus-bullying-tertinggi/)). Data Komisi Perlindungan Anak Indonesia mencatat bahwa terjadi peningkatan pelaporan terkait *cyberbullying* mulai dari tahun 2015 ke 2018 :

Tabel 1.1: Data Anak Korban Perundungan melalui Media Sosial

Tahun	Jumlah Pelapor
2015	0
2016	56
2017	73
2018	97

Sumber: KPAI (2019)

Konten-konten media digital ini juga mempengaruhi anak-anak yang karena segi usia masih belum stabil. Anak-anak

masih belum dapat menyaring informasi-informasi yang mereka terima melalui media sehingga sangat mudah terpengaruh.

Mazdalifah (2017 dalam Mazdalifah dan Moulita, 2021:106) menyatakan bahwa sebenarnya orang tua dalam hal ini ibu mengkhawatirkan penggunaan internet yang tidak bijaksana karena akan berakibat buruk pada perkembangan anak. Di sisi lain, anak-anak saat ini memiliki kepemilikan yang besar terhadap *handphone*, laptop yang menjadi media dari digitalisasi. Apalagi semenjak terjadinya pandemi Covid 19, anak-anak seperti diharuskan memiliki gadget untuk proses pembelajaran dari rumah. Orang tua kemudian ramai-ramai membeli gadget dan teman-temannya sebagai fasilitas belajar anak.

Kemampuan orang tua untuk melengkapi gadget sebagai sarana pembelajaran tidak dibarengi dengan perlindungan terhadap bahaya penggunaan. Banyak anak yang lebih banyak menggunakan gadget tersebut untuk bermain game *online* bahkan ada yang sampai pada tahap kecanduan. Kompas memberitakan bahwa pada tahun 2019 terjadi peningkatan pasien rumah sakit jiwa anak dan remaja di Jawa Barat dan juga Solo dikarenakan kecanduan game *online*. Rata-rata pasien bermain game *online* selama 8 jam per hari (Kompas.com, 2019). Selain kecanduan, banyak juga anak-anak yang menggunakan gadget tersebut untuk bertemu dan bersosialisasi dengan orang lain melalui internet. Mereka berkenalan dengan orang baru dan bahkan ada yang mau diajak

kencan dengan orang yang bahkan belum pernah bertemu di dunia nyata (Nenggelis, 2019:100).

Melihat kenyataan akan serbuan media di atas tentu dibutuhkan kebijaksanaan dari ibu-ibu rumah tangga untuk selektif informasi media yang memberi pengaruh baik dan buruk sehingga anak dan keluarga terhindari dari efek negative media. Permasalah terjadi pada kaum ibu rumah tangga yang berada di daerah peri-peri atau pelosok yang memiliki kemampuan untuk mencukupi kebutuhan anaknya akan gadget namun masih belum bijaksana mengatur penggunaannya. Seperti yang terjadi pada kaum ibu rumah tangga yang berada di Kecamatan Kutalimbaru. Kecamatan Kutalimbaru sendiri adalah satu kecamatan yang beradadi Kabupaten Deli Serdang. Kecamatan ini hanya berjarak 27 km dari Kota Medan. Penulis sendiri sudah pernah melakukan penelitian terkait kepemilikan handphone dan juga akun media sosial pada anak-anak di Kecamatan Kutalimbaru pada tahun 2014.

Ibu-ibu rumah tangga di daerah ini selain sebagai ibu rumah tangga juga disibukkan oleh pekerjaan di sawah atau di industri rumah tangga seperti kerupuk. Mayoritas ibu-ibu rumah tangga di sini adalah lulusan Sekolah Menengah Atas. Hasil sawah dan bekerja di industri rumah tangga ini membuat mereka mampu untuk memberikan gadget kepada anaknya namunrata-rata tidak mampu atau tidak mau untuk membekali mereka sendiri dengan gadget. Alasan saat ini yaitu sekolah menggunakan media gadget membuat para orang tua harus

memperlengkapinya. Orang tua kebanyakan hanya memiliki telepon poliponik sebagai media.

komunikasi dengan orang lain dan mereka menganggap ini cukup. Media lain yang sering dipergunakan adalah televisise. Keluarga di Kecamatan Kutalimbaru rata-rata memiliki media televisi sebagai sarana informasi dan hiburan. Penggunaan media ini masih digunakan secara bersama di ruang keluarga. Sangat jarang keluarga yang memiliki lebih dari satu televisise di rumah.

Tinjauan Literatur

1. Literasi Media

Banyak orang berpikir tentang efek media secara kategoris, bahwa jika efek tersebut negative dan terjadi pada diri kita maka kita akan merasa tidak nyaman dan kemudian menilai kesalahan penggunaan media yang kita lakukan. Dan jika efek itu positif, maka kita bersyukur dan berharap hal itu terjadi lagi kepada kita. Namun hal ini kita. Kita hanya pasrah dan bersikap “untung-untungan”, dan hal ini tidaklah sikap yang diinginkan di dalam kajian literasi media.

Literasi media merupakan awal dari sejarah manusia yang dimulai dari kemampuan baca dan tulis dikembangkan (Herlina, 2019:1). Kemampuan baca tulis yang dulunya hanya dapat dinikmati oleh kaum elit menjadi berubah ketika mesin cetak ditemukan oleh Gutenberg. Mesin cetak menyebabkan buku dan surat kabar dicetak yang kemudian membuka lebar pintu ilmu pengetahuan. Akses ini diikuti oleh perkembangan

teknologi seperti radio, televisi dan digital. Literasi media merupakan gerbang dari kebebasan, partisipasi, demokrasi, akses ekonomi dan kesejahteraan rakyat (Herlina, 2019:2).. Literasi media juga dianggap menantang teori kekuatan media dimana kajian literasi media mengajarkan audience untuk bersifat aktif melawan pengaruh media.

Perkembangan literasi media dimulai di Amerika Serikat dan juga Inggris yang diawali dengan pembelajaran ke siswa tentang pemahaman akan media. Kemunculan di Inggris dipicu oleh kekhawatiran tergerusnya budaya populer karena kemunculan budaya populer. Sedangkan di Amerika Serikat, literasi media didominasi oleh program tentang proteksi moral akan pengaruh konten-konten yang mendorong anak ke arah kekerasan, seks dan konsumsi media yang berlebihan. (Herlina 2019:5).

Perkembangan literasi media di Indonesia dimulai di tahun 2000-an oleh beberapa organisasi masyarakat sipil dan kemudian beberapa universitas terkemuka. Namun perhatian pemerintah masih kurang meski Komisi Penyiaran Indonesia di berbagai daerah mulai mengadopsi literasi media (Herlina, 2012). Penelitian tentang literasi media dan pemantauan media tumbuh di Indonesia dengan kekhasan modelnya masing-masing telah dikaji oleh delapan lembaga yang telah melakukan gerakan literasi media dan media watch sejak tahun 2009 hingga kini. Kedelapan lembaga tersebut adalah KIPPAS di Medan, Yayasan Sahabat Cahaya dan Remotivi di Jakarta, LeSPI di Semarang, Jurnal Celebes di Makassar, serta MPM, ECCD-RC,

dan Centre for LEAD di Yogyakarta (Poerwaningtias, dkk. 2013). Kajian dan penelitian ini telah dijelaskan dalam buku tentang model-model literasi media dan media watch yang ada.

Definisi pertama tentang literasi media adalah dari Patricia Aufderheide yang menyatakan bahwa orang yang sudah memahami literasi media merupakan orang yang dapat memahami, mengevaluasi, menganalisis dan memproduksi media cetak dan elektronik. Sonia Livingstone mendefinisikan ketrampilan literasi media menjadi tiga tahap yaitu : 1) Kompetensi teknis; 2) Praktik pemahaman kritis; 3) Produksi Konten. Selanjutnya Uni Eropa mendefinisikan literasi media sebagai kompetensi masyarakat dalam mengakses media (baik itu media cetak dan media elektronik, internet dan memahami dan memiliki pendekatan kritis terhadap berbagai aspek konten media dan menciptakan komunikasi dalam berbagai bentuk.

Potter (2020) menyatakan bahwa literasi media adalah seperangkat perspektif yang kita gunakan secara aktif saat mengakses media massa untuk menginterpretasikan pesan yang kita hadapi. Literasi media adalah bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan *skill* untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Elisabeth (1996 dalam Tuz, 2007:34-35) kemudian mengungkapkan ada 4 isu berkaitan dengan literasi media yaitu:

1. Kesadaran memilih waktu dan konten media yang dikonsumsi. Disini khalayak didorong untuk mengetahui dan memahami berbagai konten di media karena pemahaman akan konten.
2. ini akan membawa khalayak memilih konten yang penting dan menghindari konten yang tidak berguna.
3. Keterampilan membaca/menonton secara kritis, termasuk aktivitas memproduksi berita dimana setelah khalayak menemukan satu informasi yang lemah atau bias maka khalayak dapat memproduksi informasi yang kemudian meluruskan informasi salah tadi. Hal ini kemudian akan mendidik khalayak untuk memahami satu isu khusus.
4. Analisis konten politik, ekonomi, sosial dan budaya dalam lingkungan media dimana disini khalayak dilatih untuk mampu memahami logika pembentukan opini oleh media sehingga khalayak dapat lebih hati-hati saat memahami praktek media seorang tokoh, menyimpulkan sebuah cerita atau fakta yang ditampilkan di media
5. Advokasi dan gerakan media serta perubahan sosial dimana disini didorong partisipai khalayak untuk mengatasi persoalan di dalam masyarakat dengan bekal pemahaman kritis tentang isu yang ada di dalam situasi sosial (Herlina, 2019:16)

Literasi media diharapkan dapat membantu kita mengembangkan perspektif yang lebih proaktif, sehingga dapat mengontrol kemungkinan terjadinya berbagai efek media. Semakin kita memahami tentang bagaimana media memberikan pengaruhnya, semakin baik kita dapat membantu diri sendiri menghindari efek negatif dan juga meningkatkan

terjadinya efek positif. Jika kita memiliki kesadaran terkait adanya berbagai efek media, maka kita akan melihat bukti bahwa efek media itu terjadi terus menerus pada hidup kita dan orang-orang di sekitar kita. Kesadaran ini akan membantu kita memutuskan tentang efek mana yang ingin kita terus alami dan yang ingin kita hindari, dan ini akan memperkuat lokus pribadi kita ke arah yang lebih baik tentang bagaimana kita ingin menggunakan media demi mencapai tujuan. Ketika kesadaran ini kita dapatkan, maka kita akan mampu meningkatkan kendali atas efek media sehingga berada pada posisi untuk lebih menikmati efek positifnya sekaligus mengurangi risiko mengalami efek negatif.

Secara sederhana, literasi media atau melek media adalah pemahaman untuk menyaring dan memilih pesan yang disampaikan oleh media. Di sini audience memiliki kemampuan untuk membedakan mana pesan yang positif dan mana yang negative. Pada tahap ini, kecerdasan keaktifan dan pemikiran kritis dari audience menjadi penyaring informasi yang bisa dipercaya dan mana yang tidak dapat dipercaya.

2. Efek Media

Banyak masyarakat yang memandang sempit akan efek media. Hanya ketika sebuah informasi itu membeikan efek negative atau positif yang kemudian membuat kegemparan di penonton atau pengguna media maka barulah masyarakat mengakui bahwa memang efek media itu ada. Pemikiran ini kemudian disimpulkan masyarakat bahwa efek media hanya dapat terjadi pada beberapa orang saja dan itupun karena dia

tidak beruntung. Padahal ini adalah pemikiran yang salah karena ternyata sekarang ini manusia mengalami tsunami informasi media yang artinya diterpa oleh sangat banyak informasi baik itu melalui media massa, media digital maupun media luar ruang dan mau tidak mau informasi itu menyebabkan efek kepada kehidupan manusia.

Berdasarkan Potter (2020), efek media adalah

1. *Timing of Effect* yang terdiri dari efek langsung dan efek jangka panjang. Efek langsung adalah ketika setelah kita mengonsumsi informasi di media maka kita langsung terpapar oleh efeknya. Misalnya ketika membaca unggahan teman di Facebook, kita kemudian langsung marah. Dan efek jangka panjang adalah efek yang muncul setelah kita banyak terpapar media seperti misalnya karena terlalu sering bermain game *online* maka anak-anak menjadi kecanduan.
2. *Valence of Effect* adalah ketika informasi tersebut berefek negative, netral atau positif. Efek ini harus dilihat dari perspektif individu dan juga perspektif masyarakat. Perspektif individu yang bersifat positif adalah ketika kita mencari informasi secara mendalam terkait satu hal dengan mengelaborasi surat kabar, buku bacaan, Google atau Youtube. Dari perspektif masyarakat luas adalah ketika misalnya kita menggunakan Youtube untuk belajar cara membuat bom sehingga kemudian merugikan orang lain.
3. *Intentionality of Effect* adalah efek yang kita inginkan atau mungkin tidak sengaja terjadi kepada kita selama kita terpapar informasi media. Misalnya ketika ingin mencari tahu tentang kabar teman kita maka kita menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi tersebut. Efek sengajanya adalah kita menjadi tahu, namun terjadi juga

kadang efek ketidaksengajaan seperti misalnya kita menjadi terhenyut untuk terus mengeksplor sosial media dan kemudian lupa waktu.

Potter juga membagi beberapa tipe efek pada individu yaitu :

- a. Efek Kognitif adalah ketika kita dapat mengetahui banyak informasi factual dan juga informasi sosial dari penggunaan media.
- b. Efek Keyakinan adalah ketika pesan media dapat membentuk keyakinan kita tentang hal-hal penting seperti daya tarik, kesuksesan, dan hubungan manusia
- c. Efek Sikap adalah ketika media dapat mempengaruhi penilaian kita tentang banyak hal. Misalnya ketika mendengar pandangan seorang tokoh politik tentang sikap dan pilihannya kemudian kita menjadikan sikapnya menjadisikap kita.
- d. Efek Emosional adalah ketika media memicu emosi yang kuat seperti ketakutan, kemarahan, dan nafsu serta membangkitkan emosi yang lebih lemah seperti kesedihan, kekesalan, dan kebosanan
- e. Efek Perilaku adalah ketika media dapat memicu tindakan yang kita sebut dengan tindakan seperti misalnya ketika pertama kali kita mengenal internet maka kita terus mengeksplornya namun seiring waktu kita kemudian memilah konten yang kita minati. Mungkin perilaku penggunaan internet akan membuat kita melupakan kegiatan lain, seperti berolahraga, bergaul dengan teman di kehidupan nyata, atau pergi ke kelas dan mungkin perilaku kebiasaan ini telah berubah menjadi perilaku kecanduan.

3. Khalayak Rentan

Webber membedakan khalayak menjadi 3 yaitu 1) massa; 2) hasil/outcome dan 3) agen. Massa menjelaskan tentang khalayak yang terpisah secara ruang dan waktu, tidak mengenal satu sama lain dan juga tidak terikat sehingga media harus dapat memahami keinginan khalayak dari berbagai lapisan. Feedback khalayak biasanya diukur lewat rating, interaksi pendengar/pembaca dan juga penelitian untuk memahami selera dari khalayak. Khalayak sebagai hasil/outcome menempatkan khalayak sebagai objek yang mendapat terpaan media. Efek media dalam tingkat mikro adalah secara kognitif, sikap, emosi, psikologi dan perilaku di tingkat individu dan secara makro dianggap bahwa media dapat mempengaruhi pandangan kolektif dalam berbagai isu baik itu ekonomi, politik, keluarga dan interaksi sosial (Hanson, 2014:101-103).

Pembahasan mengenai khalayak menunjukkan bahwa sekecil apapun medianya, mampu untuk mempengaruhi khalayak baik itu secara terang-terangan namun ada juga yang termanipulasi secara halus sehingga kemudian berbelanja secara berlebihan, mendiskriminasi atau membuka proteksi privasi tanpa mengetahui konsekuensi yang mengikutinya (Herlina 2019:38). Khalayak inilah yang kemudian disebut dengan khalayak rentan yaitu anak, remaja, perempuan dan manula, juga termasuk kaum laki-laki yang minim pengetahuan dan pengalaman.

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Potter (2020) bahwa letak kerentanan anak terhadap efek media adalah pada perkembangan fisik, kognitif, emosi dan moral. Anak-anak dipandang belum berkompoten melindungi dirinya sendiri dari berbagai pengaruh buruk dunia termasuk pesan yang termediasi. Informasi yang didapat anak melalui media akan membentuk pengetahuan di dalam otak anak sehingga kemudian akan mempengaruhi persepsi anak akan informasi yang mereka dapat. Hal ini dikarenakan anak-anak belum memiliki logika berpikir yang benar dan anak-anak cenderung mengedepankan emosinya karena pada saat itu terjadi pertumbuhan emosi yang sangat cepat. Pertumbuhan fisik, psikologis dan moral yang pesat membuat pengetahuan literasi media menjadi sangat penting. Apalagi keberadaan anak-anak sekarang yang masuk dalam generasi Z, yang memiliki kemampuan sangat cepat untuk memahami dunia digital secara otodidak. Untuk itu orang tua perlu merancang pengasuhan media yang cocok untuk setiap tumbuh kembangnya. Seperti misalnya ketika menginjak remaja kekhawatiran orang tua adalah *game online* yang penuh dengan kekerasan dan adegan pembunuhan akan ditirukan oleh anak dalam kehidupan nyata. Atau ketika melihat bagaimana konsep berpacaran artis yang tidak segan untuk menampilkan adegan pelukan atau ciuman atau bahkan berlibur bersama ke luar daerah di media sosial akan menjadi panutan anak atau remaja dalam hal berpacaran. Dikatakan oleh Amrulah (2016) bahwa media-media sekarang cenderung memberikan konten-konten yang memanjakan khayalan masyarakat, seperti kehidupan yang mewah dan berfoya-foya, pergaulan bebas ala “orang Barat”, dan lain-lain.
- b. Kerentanan perempuan dikarenakan perempuan diikat

dengan narasi terkait mitos kecantikan dan stereotype. Tubuh perempuan paling sering dibicarakan dibanding pengetahuan dan pendapatnya mengenai isu strategis. Hampir semua media menekankan pada factor penampilan perempuan cantik baik itu melalui program factual, fiksi, hiburan, iklan dan informasi (Herlina, 2019:51). Efek dari informasi di media kemudian membuat perempuan fokus pada penampilan dan melupakan kompetensi lain. Sebagai contoh banyak perempuan yang menggunakan media sosial untuk memamerkan tubuhnya hanya untuk narsis atau mendapatkan perhatian dan pengakuan dari public. Contoh lain adalah ketika perempuan sangat terpengaruh akan iklan belanja apalagi sekarang ini dengan hadirnya *online shop* membuat kaum perempuan tidak susah lagi pergi ke pasar untuk berbelanja, cukup membuka aplikasi dan memilih barang yang disukai maka barang akan dikirim langsung ke rumah.

PEMBAHASAN

A. Kemampuan Literasi Media Ibu di Kecamatan Kutalimbaru

1. Penggunaan dan Pemahaman Media oleh Kaum Ibu Rumah Tangga

Sebagai penopang bagi keluarga, ibu-ibu rumah tangga sekarang harus berdiri kokoh sehingga rumah tangga dapat melahirkan putra-putri yang cerdas dan mandiri. Tantangan yang dihadapi generasi sekarang salah satunya adalah terpaan media digital. Media digital mampu memberikan kenikmatan, dan juga informasi yang kemudian akan memberikan efek kecanduan dan terhipnotis sehingga kemudian merusak etika, jiwa serta karakter anak. Untuk itu kemampuan literasi media

menjadi satu hal yang penting dan harus segera dipahami dan dilaksanakan oleh ibu sehingga anak-anak tidak lebih dahulu dirusak oleh media.

Selain bekerja di rumah, para ibu juga bekerja di ladang dan menjadi pekerja di industri rumah tangga untuk membantu mencukupi kebutuhan pokok keluarganya. Di dalam masa pandemic ini, anak sekolah diajak untuk meningkatkan kemampuan menggunakan media digital sebagai sarana pembelajaran. Hal ini mengharuskan anak untuk memiliki gadget agar proses pembelajaran tidak terganggu. Keadaan ini memaksa orang tua untuk membeli gadget untuk proses pembelajaran anak. Hampir semua rumah tangga di Kecamatan Kutalimbaru memiliki gadget namun rata-rata alat ini dipegang, dipergunakan bahkan dianggap hak milik anak. Temuan di Kecamatan Kutalimbaru ini juga sejalan dengan temuan dari keadaan ibu-ibu rumah tangga di Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta (Novianti, 2019: 218) dimana handphone dimiliki secara pribadi oleh anak.

Sebagian besar dari kaum ibu ini tidak memiliki gadget yang disupport oleh internet. Mereka hanya memiliki telepon yang hanya dapat menelepon dan mengirim/menerima pesan singkat. Ketiadaan ini mengakibatkan kaum ibu ini gagap teknologi. Anak-anak menjadi lebih pintar dan lebih penuh informasi. Akibatnya, kaum ibu tidak mampu untuk memeriksa histori penggunaan konten yang dilakukan oleh si anak. Walaupun ada saat dimana ibu memiliki kesempatan untuk

memeriksa histori akan konten yang sebelumnya, namun ibu tidak melakukan pemeriksaan karena tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan handphone. Keadaan ini sejalan juga dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Novianto (2019) di Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Tingkat pendidikan kaum ibu ini paling tinggi adalah sarjana, namun itu hanya ada beberapa. Kebanyakan kaum ibu ini adalah tamatan SMP atau SMA. Pendidikan yang rendah ternyata mempengaruhi kemampuan ibu-ibu untuk menggunakan media. Ibu-Ibu tersebut banyak yang tidak memahami konten-konten yang dipakai oleh anak-anak. Hal ini menjadikan proses penyaringan informasi seperti yang diharapkan dalam kaidah literasi media menjadi tidak terlaksana. Bahkan dari pengakuan kaum ibu ini, anak-anaklah yang kemudian mengajari dan memfasilitasi mereka untuk melakukan *video call* atau pesan singkat dengan keluarga. Kaum ibu juga bertanya kepada anak-anak terkait informasi terbaru yang menarik baginya seperti berita tentang artis.

Ketidakmampuan untuk menggunakan gadget membuat ibu tidak paham bagaimana memproteksi anak dari bahaya gadget. Ibu juga tidak tahu bagaimana menasehati anak untuk memilih konten yang baik dan sesuai dengan umur anak. Ibu juga tidak paham bagaimana melarang anak untuk mengurasi durasi penggunaan gadget karena anak beralasan sedang ada tugas, masih sekolah dan lain sebagainya. Ketidakberdayaan karena kurangnya pengetahuan dan juga karena kesibukan

mencari nafkah membuat kaum ibu tidak mampu untuk menjauhkan anak dari efek negative media. Basri dan Yoesrizal menyatakan (2019) bahwa ketidakberdayaan atau ketidakmampuan individu akan menciptakan permasalahan sosial. Bahwa tingkat ekonomi masyarakat Kecamatan Kutalimbaru yang rendah akan memakan sebahagian waktu mereka untuk memantau media yang digunakan anak.

Berdasarkan wawancara singkat dengan para ibu di Kecamatan Kutalimbaru dapat diketahui bahwa kemampuan literasi media digital mereka masih sangat minim. Hal ini menunjukkan bahwa para ibu tidak mengetahui dampak negative dari media internet. Jika kita merujuk teori dari Elisabeth tentang 4 isu berkaitan dengan literasi media di Kecamatan Kutalimbaru maka didapat kesimpulan bahwa ibu-ibu di Kutalimbaru tidak sampai kepada tahap memiliki kesadaran untuk memilih waktu dan konten media yang dikonsumsi. Kurangnya pendidikan, waktu dan juga ketidaktersediaan perangkat membuat ibu tidak mengetahui dan memahami berbagai konten di media. Perangkat digital yang mayoritas dimiliki, kebanyakan digunakan oleh anak membuat ibu tidak mampu membawa memilih konten yang penting dan menghindari konten yang tidak berguna. Padahal perangkat digital seperti pedang yang bermata dua dimana dapat memberikan informasi dan juga disinformasi (Pratiwi, 2019:267).

2. Pemilihan dan Produksi Media oleh Kaum Ibu Rumah Tangga

Media informasi yang paling sering digunakan oleh kaum ibu di Kecamatan Kutalimbaru adalah media televisi. Televisi banyak dioperasikan pada saat pagi hari sebelum kerja dan juga sore hari setelah bekerja. Acara yang paling sering ditonton oleh kaum ibu adalah Infotainment dan juga Sinetron. Ketika dilakukan wawancara pada semua ibu rumah tangga yang menjadi informan maka semua menyatakan bahwa mereka sedang mengikuti Sinetron “Ikatan Cinta”. Jika ingin mendapatkan kabar terbaru tentang kabar dari para artis maka kaum ibu memilih untuk menyuruh anaknya mencari lewat gadget.

Beberapa narasumber ada ibu-ibu muda yang memiliki pendidikan SMA dan juga memiliki smartphone. Mereka memiliki anak yang masih berumur 5 tahun ke bawah. Di dalam pengasuhan anak, ibu-ibu ini sering mengandalkan bantuan gadget seperti misalnya membiarkan anak menonton kartun di Youtube. Untuk ibu-ibu muda yang menggunakan konten sebagai media pengasuhan anak usia dini dengan anggapan bahwa dengan memberikan perangkat digital akan menjadikan anak lebih tenang dan mudah dikontrol (V.J Rideout, 2013). Karena itu, orang tua tidak segan membelikan perangkat tersebut khusus untuk anak. Di tahun 2011-2013, penggunaan perangkat selular oleh anak dibawah 2-4 tahun meningkat dari 39 % menjadi 80 % (Cristia& Seidl, 2015). Namun ternyata penggunaa ini akan mengurangi interaksi orang tua dan anak (Pratiwi, 2019). Berdasarkan penelitian memang penggunaan

perangkat selular ini dapat meningkatkan aspek kognitif dimana anak- anak mengalami percepatan proses belajar. Namun juga berdampak negative pada aspek emosional, kebugaran anak serta psikososial (LeBlanc et al, 2012).

Ibu-ibu muda ini juga kerap merekam video tingkah laku anak mereka dan kemudian mengunggahnya di media sosial mereka tanpa tahu resiko yang dapat terjadi pada anaknya. Prof Andra Siibak menyatakan bahwa mengunggahan foto atau video anak di dunia digital dapat menyebabkan “penculikan digital”. Penculikan yang dimaksud di sini dapat berupa pengambilan gambar atau video tanpa izin untuk digunakan sebagai alat kejahatan seperti penipuan, pemerasan hingga penculikan dalam arti sebenarnya (Tirto.id. 2022).

Para ibu muda ini juga aktif menggunakan gadget, kebanyakan untuk mencari hiburan dan guna terhubung dengan kerabat melalui Whatsapp dan Facebook. Mereka juga bergabung dalam beberapa grup Whatsapp baik itu teman maupun keluarga. Di dalam penggunaannya, kaum ibu yang mampu menggunakan gadget sering mendapat berita-berita yang belum dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, seperti misalnya akan mendapatkan hadiah jika meneruskan pesan tersebut ke beberapa nomor dan kemudian mereka meneruskan pesan tersebut ke grup Whatsapp mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Juliswara (2017) bahwa sebagai konsumen informasi, khalayak belum dapat membedakan mana informasi yang benar dan yang tidak benar. Hal yang

mempengaruhinya adalah ketidakbijaksanaan mereka dalam menggunakan media sosial. Khalayak menganggap tidak ada pelanggaran yang mereka lakukan ketika mengunggah apapun ke akun mereka, padahal bisa saja hal ini kemudian melanggar etika komunikasi di media social.

B. Peningkatan Kemampuan Literasi Media Digital di Kecamatan Kutalimbaru

Perkembangan internet adalah bentuk nyata dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Berbagai perubahan tersebut telah mampu mengganti model komunikasi secara mendasar dan kemudian menciptakan kesenjangan digital. Perubahan tersebut kerap meninggalkan satu kelompok masyarakat menjadi terbelakang akan kemajuan teknologi, sementara ada kelompok lain yang mampu beradaptasi memperoleh banyak kemanfaatan dari perkembangan TIK (Barus, 2017). Burtseva dkk (dalam Gasco-Hernandez dkk, 2007: 59) menyebutkan bahwa akar kesenjangan digital pada dasarnya adalah masalah sosial ketimbang teknologi. Hal-hal yang berkaitan dengan tingkat demokratisasi masyarakat, standar hidup masyarakat, tingkat pengetahuan masyarakat, dan fitur budaya dan etnis dari komunitas tertentu, merupakan permasalahan yang memicu kesenjangan digital sekaligus menjadi kunci untuk mengatasi masalah tersebut.

Literasi media tidak hanya dijadikan kampanye untuk melihat sisi negative dari media digital dan kemudian menolak untuk menggunakannya di dalam kehidupan kita. Literasi

media mengajarkan kita untuk lebih selektif lagi terhadap media digital dan informasi yang ada. Generasi milenial dan generasi Z menganggap bahwa media digital itu ada sebuah kemudahan, dimana media digital tidak sebagai alat tetapi juga sebagai bentuk ekspresi dan eksistensi diri. Generasi milenial dan generasi Z adalah generasi yang mampu mengoperasikan media digital secara otodidak. Dan ini kemudian mempengaruhi cara belajar dan cara berinteraksi dua generasi ini. Kemampuan dan pemahaman ini sangat berbeda dengan pemahaman dari generasi imigran yang mengalami kesulitan dalam penggunaan media digital (gagap teknologi). Generasi imigran menganggap media digital itu hanya sebagai alat yang kemudian menjadi ancaman.

Perbedaan pemahaman ini kemudian menciptakan kesenjangan digital antara generasi imigran dan generasi Y serta Z. Dalam mengatasi kesenjangan digital diperlukan perhatian serius dari semua pihak. Kesenjangan digital mengakibatkan kurangnya fungsi pengawasan orang tua terhadap anaknya dengan alasan ketidakmampuan, ketidakpahaman akan media digital sehingga membuat anak-anak menggunakan media digital tanpa jeda, tanpa proteksi.

Kesenjangan digital dapat diatasi dengan pendidikan media digital termasuk juga pendidikan literasi media digital. Bantuan pemerintah, Akademi, Sekolah-sekolah, LSM bahkan dunia usaha diperlukan untuk mengedukasi keluarga agar menjadi lebih literate. Konsep literasi media digital yang dapat diterapkan pada ibu-ibu di desa adalah sebagai berikut.

1. Sosialisasi Literasi Media Digital

Pertama kali perlu diadakan sosialisasi terhadap kaum ibu tentang literasi media. Sosialisasi ini dapat dilakukan oleh pemerintah desa atau kecamatan bekerjasama dengan Kominfo. LSM maupun pemerhati literasi media dari pihak akademisi maupun praktisi. Sosialisasi ini dapat dilakukan secara mandiri dan juga dapat dilakukan secara berkolaborasi. Kegiatan sosialisasi juga diikuti dengan pendidikan dan pelatihan terkait media digital. Untuk pertama kali, yang dilatih adalah kaum ibu yang memiliki perangkat dan juga memiliki kemampuan untuk mengoperasionalkannya secara sederhana. Ibu-ibu ini juga merupakan mereka yang aktif di lingkungan sekitarnya sehingga kemudian dapat menjadi agen-agen sosialisasi literasi media digital. Sosialisasi diharapkan tidak hanya sampai pada tahap mampu menggunakan, namun juga sampai pada tahap memahami, dan kemudian mampu memproduksi informasi.

2. Agen Literasi Media Digital

Selanjutnya ibu-ibu rumah tangga ini melakukan sosialisasi literasi media di lingkungan mereka termasuk di dalam keluarga. Sebaiknya kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan mempraktekkan literasi media di dalam keluarga. Hasil awal yang diharapkan dalam literasi media ini adalah ibu mampu membatasi waktu penggunaan perangkat media digital, juga dalam memilih konten yang cocok untuk anak dan juga

keluarga Latifah(2014 dalam Hana, 2018). Hal ini sejalan dengan pemikiran Elisabeth (1996 dalam Tuz, 2007:34-35) bahwa literasi media digital diawali dengan kesadaran memilih waktu dan konten media yang dikonsumsi.

3. Sosialisasi ke eksternal

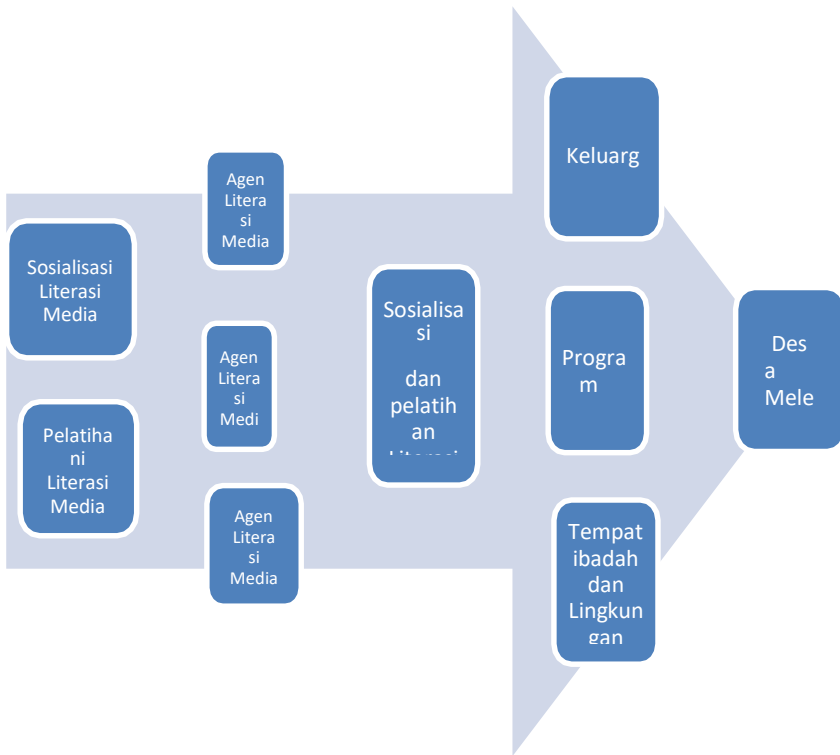
Selanjutnya sosialisasi dapat dilakukan pada setiap pertemuan mandiri (arisan keluarga) atau juga program desa (PKK), atau kegiatan di tempat ibadah. Diharapkan dengan

adanya sosialisasi ke para kaum ibu lain maka akan melahirkan agen-agen literasi media digital lainnya

4. Desa Melek Media

Ke depannya, kegiatan sosialisasi ini akan melahirkan desa-desa yang melek media dan akan menciptakan masyarakat Indonesia yang melek akan media digital (Novianti 2019:13)

.



Gambar : Model Literasi Media digital bagi Ibu Rumah Tangga (Novianti, 2019:12)

Model Literasi Media Digital ini sangat cocok dilakukan di Kecamatan Kutalimbaru . Penulis sedang dalam proses pelaksanaan model di atas dan masih berada pada tahap pertama yaitu sosialisasi. Tahap selanjutnya adalah tahap pelatihan dimana penulis menggandeng ibu-ibu muda yang lebih paham dalam penggunaan media digital. Di dalam sosialisasi ini, sangat penting dukungan dari pihak kecamatan

untuk dapat membantu proses sosialisasi dan pelatihan media literasi digital ini. Selain itu penting juga untuk mendapatkan dukungan dari pihak-pihak lain sehingga Kecamatan Kutalimbaru ini dapat menjadi Kecamatan Percontohan Literasi Media Digital.

Kesimpulan

Kehadiran media digital merupakan satu kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung lagi. Penggunaan teknologi ini sudah menjadi keseharian masyarakat dan masyarakat terus mengikuti perkembangan teknologi agar tidak ketinggalan. Dibalik kemajuan teknologi terdapat konsekuensi yang besar bagi penggunanya. Konsekuensi positif adalah khalayak mendapatkan banyak informasi tentang segala hal secara cepat melalui konten-konten yang tersedia di media digital. Namun ternyata informasi dari konten-konten tersebut membawa dampak negative seperti pornografi, kekerasan, penipuan, perjudian bahkan dapat menyebabkan kecanduan.

Khalayak rentan menjadi korban dari teknologi media digital. Anak-anak dan remaja banyak yang mengalami kecanduan game *online* atau terpengaruh akan budaya-budaya yang tidak sesuai dengan budaya ketimuran. Untuk itu diharapkan ada penguatan literasi media dari keluarga untuk dapat menjaga anak-anak dari efek negative media. Ibu merupakan pilar keluarga yang seharusnya menjadi penyaring

semua informasi, dan jika pilar itu kokoh maka keluarga akan mendapat informasi yang baik dan benar. Namun pada kenyataannya di Kecamatan Kutalimbaru banyak ibu yang masih mengalami ketertinggalan dalam pengetahuan tentang media digital.

Masalah ekonomi, pendidikan dan ketidakpunyaan perangkat menjadi alasan mereka menjadi illiterate. Sebagian ibu lagi walaupun memiliki dan mampu menggunakan media digital tetapi tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk mempergunakannya secara sadar dan terampil, sehingga tetap juga menjadi ibu yang illiterate. Untuk itu harus ada sinergitas antara pemerintah, akademisi, praktisi serta dunia usaha untuk melakukan edukasi literasi media digital terhadap kaum ibu. Edukasi literasi media digital yang berkesinambungan diharapkan dapat membentuk ibu-ibu yang menjadi agen-agen literasi media digital yang akan mampu menyebarkan virus-virus literasi media digital kepada keluarga, juga masyarakat di lingkungannya.

Penyebaran selanjutnya ini diharapkan akan membentuk agen tahap dua yang juga akan menyebarkan virus literasi media digital. Dengan demikian akan terbentuk masyarakat desa yang terliterasi media digital. Dengan semakin banyak desa yang sudah menganut literasi media digital akan mengantarkan Indonesia menjadi negara yang melek media digital. Kemampuan melek media digital akan membentuk masyarakat Indonesia yang cerdas yang akan

memajukan Indonesia dengan kemampuan dan keterampilannya memanfaatkan media digital.

Saran

1. Perlu diadakan sosialisasi dan juga pelatihan media digital khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga yang dilaksanakan secara berkesinambungan.
2. Perlu di jalan kolaborasi kerjasama antar semua pihak seperti pemerintah, akademisi, praktisi, LSM dan juga dunia usaha untuk bersama-sama membuat program sosialisasi dan pelatihan literasi media digital bagi ibu rumah tangga
3. Sosialisasi dan pelatihan harus dilakukan secara berkesinambungan dan dilengkapi dengan pendampingan praktek literasi media digital di dalam keluarga.

Daftar Referensi

- Allyn, M. R. 2003., *Computers, gender and pay*. Journal of Business Economic Studies, 9, p:33–44
- Basri, B dan Yoserizal, Y., 2019. *Identifikasi Fktor Pendorong Anak Perempuan Beraktivitas di Jalanan (Suatu Studi Terhadap Anak Jalanan Perempuan di Kota Pekanbaru)*. Jurnal Antropologi: Isu-Isu Budaya. Vol 22 No. 1
- Cristia, A., & Seidl, A. 2015. *Parental Reports On Touch Screen Use In early Childhood*. PLoS One, Vol 10. No, 6. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0128338>

- Hana, Ferly Tanggu dan Andriyani, Struce., 2018. *Penerapan Pesan Literasi Media Oleh Perempuan Dalam Keluarga (Studi Terhadap Keluarga di Kota Kupang*. Jurnal *Communio*. Vol 7 NO. 2.
<https://doi.org/10.35508/jikom.v7i2.2022>
- Herlina, Dyna.S. M.Sc., 2019. *Literasi Media: Teori dan Fasilitas*. Bandung: RemajaRosdakarya
- James, Potter W., 2020, *Media Literacy*, ninth edition. Sage Publication: Los Angeles.
- Juliswara, V., 2017, *Mengembangkan Model Literasi Media Yang berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*. Jurnal *Pemikiran Sosiologi* Vol 4 No 2.
- Mazdalifah dan Moulita., 2021. *Model Pengawasan Orang Tua Terhadap Penggunaan Media Digital Anak*. Jurnal *Pustaka Komunikasi*. Vol 4 No. 1
- Nenggelis, Siti Aisyah dkk. 2019., *Penetrasi Sosial Hubungan Pacaran pada Perempuan yang Hamil Di Luar Pernikahan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perempuan di Desa Bandar Setia) Social Penetration Dating Relationships in Pregnant Women Outside Marriage (Descriptive Qualitative Study on Women in Bandar Setia Village)*. Jurnal *Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(2) 2019: 94-104.
- Novianti, Dewi dan Fatonah, Siti., 2018, *Literasi Media Digital di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta*. Jurnal *Ilmu Komunikasi* vol 16, No 1

- Novianti, Dewi dan Fatonah, Siti., 2019, *Budaya Literasi Media Digital Pada Ibu-Ibu RumahTangga* . Jurnal Antropologi Vol 22, No 02
- Pratiwi, M. R., Mukaromah, & Herdiningsih, W., 2018. *Peran Pengawasan Orang Tua Pada Anak Pengguna Media Sosial. Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1).
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.7>
- Saimima, Ika D.S dan Rahayu, Anita P., 2020, *Anak Korban Tindak Pidana Perundungan (Cyberbullying) Di Media Sosial*. Jurnal Kajian Ilmiah Vol 20 N0 2.
<https://regional.kompas.com/read/2019/12/20/06360071/5-kasus-kecanduan-game-online-bolos-sekolah-4-bulan-hingga-bunuh-sopir-taksi?page=all#page2>
- <https://tirto.id/etika-mengunggah-foto-anak-ke-media-sosial-fNvo>

TUBUH PEREMPUAN DALAM KUASA TEKS BERITA

Dwi Aji Budiman

*Staf Pengajar Prodi Komunikasi dan Jurnalistik FISIP Universitas
Bengkulu*

PENDAHULUAN

Pada judul berita kita sering membaca gadis desa di perkosa lima pemuda, dengan lead yang tertulis, naas bagi Mawar (15) gadis desa yang beranjak dewasa ini harus merasakan trauma mendalam akibat diperkosa lima pemuda yang baru saja dikenalnya. Peristiwa itu sendiri terjadi pada Selasa (9/4) sekira pukul 19:15 WIB. Pemberitaan dengan mengemukakan judul serta lead seperti tersebut tanpa mengedepankan perspektif gender akan melahirkan kembali kekerasan terhadap perempuan. Selama ini, perempuan hanya ditampilkan sebagai objek pemberitaan. Tampilan kekerasan pada perempuan di media massa pada kenyataannya tidak hanya terjadi pada tingkat realitas seperti, pemukulan, perkosaan atau pelecehan, melainkan telah membentuk sebuah realitas kekerasan kembali yang direpresentasikan melalui teks berita oleh media massa itu sendiri. Eksploitasi pemberitaan kekerasan terhadap perempuan melalui teks di media massa pada dasarnya merupakan bentuk ketidakadilan dalam memandang fakta yang ditampilkan, terlebih ketika

perempuan hanya dijadikan sebagai komoditas informasi bagi media untuk disajikan kepada khalayak pembaca.

Van Dijk dalam Eriyanto, Analisis Wacana pengantar analisis teks dan media (2008:222) menyebutkan, teks bukan sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi, teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktik wacana. Kalau ada teks yang memarjinalkan wanita, bukan berarti teks tersebut suatu ruang hampa, bukan pula sesuatu yang datang dari langit. Teks itu hadir dan bagian dari representasi yang menggambarkan ideologi yang patriarkal. Hal itu terjadi karena pengambilan detail dan fakta pada judul tersebut merupakan kerangka alam pikiran patriarki. Sedangkan, penggambaran tubuh perempuan di berita kekerasan pada perempuan dapat disebut juga sebagai kekerasan simbolik pada perempuan.

Seperti dinyatakan Lippman, (2008:45) wartawan cenderung memilih apa yang ingin dia lihat, dan menulis apa yang ingin ditulis. Ketika melihat peristiwa dan menulis sesuatu, wartawan bahkan tidak bisa menghindari diri dari stereotipe, melihat dengan sikap dan pandangan personalnya. Konteks kekerasan terhadap perempuan sebagai korban pada pemberitaan tidak hanya menceritakan kronologis peristiwa yang dialaminya namun mereduksi ulang kekerasan melalui rangkaian teks-teks dalam kalimat yang tanpa disadari telah melahirkan kekerasan simbolis berupa pemaksaan simbol. Bentuk eksploitasi tersebut acapkali dengan menyampaikan

secara utuh detail peristiwa yang kembali diciptakan melalui pemaksaan bahasa verbal, tulisan, gambar, cerita, film, yang di dalamnya terkandung muatan-muatan representasi kekerasan. Konsep kekerasan simbol terhadap perempuan di dalam pemberitaan menggiring kita kearah mekanisme sosial yang patriarki. Praktik teks berita yang memuat kekerasan terhadap perempuan tidak dapat dipisahkan antara relasi kekuasaan dan dominasi laki-laki. Otorisasi dalam mendefinisikan serta mengkonstruksi maupun menciptakan representasi tentang perempuan di media pada hakikatnya dapat memunculkan serta melanggengkan berlangsungnya sebuah bentuk pemaksaan dan dominasi simbolik yang halus serta tak tampak.

Munculnya citra perempuan sebagai objek kekerasan dalam teks berita dibangun manakala terjadinya ketidaksejajaran dalam relasi antara pria dan wanita. Salah satu pihak lebih dominan, sehingga menempatkan pihak lain pada posisi subordinat dan menuntutnya bersikap patuh terhadap pihak yang dominan. Eriyanto (2008:52). Media bukanlah saluran yang bebas, sebaliknya media hanya dimiliki oleh kelompok dominan, sehingga mereka lebih mempunyai kesempatan dan akses untuk mempengaruhi dan memaknai peristiwa berdasarkan pandangan mereka. Media bahkan menjadi sarana di mana kelompok dominan bukan hanya memantapkan posisi mereka, tetapi memarjinalkan dan meminggirkan posisi kelompok yang tidak dominan.

Beberapa penelitian menunjukkan fenomena berita kekerasan terhadap perempuan pada pemberitaan surat kabar Kedaulatan Rakyat dan Suara Merdeka, seperti Winarko, (2000:50) menemukan 22 kata untuk menggantikan kata “perkosaan”, (1) merenggut kegadisan (2) mencabuli (3) menggauli (4) menggagahi (5) menakali (6) dianui (7) dikumpuli (8) menipu luar dalam (9) digilir (10) dinodai (11) digarap (12) dihamili (13) korban cinta paksa (14) dipaksa berhubungan intim (15) berbuat tidak senonoh (16) memaksa bersetubuh (17) korban kuda-kudaan (18) memaksa memenuhi nafsu birahi (19) dipaksa melayani (20) melakukan perbuatan asusila (21) digelandang dan (22) dipaksa melakukan permainan ibu-ibuan. Pilihan atau pemakaian istilah tersebut jelas akan menimbulkan bias gender.

PEREMPUAN DI MEDIA MASSA

Tampilan perempuan di media massa dengan kecenderungan represif yang menempatkan perempuan lebih banyak pada peran gender di sektor domestik dibandingkan dengan peran gender produktif (baca sektor publik) tersebut disebabkan oleh demikian dominannya nilai-nilai budaya patriarki dalam kehidupan kita. Sunarto (2000:5). Mengutip Andre A Hardjana (2000), media massa lebih cenderung memperlakuk daripada menyatakan solidaritas kepada perempuan, karena media massa hidup di dalam budaya pria

yang paternalistik. Sedangkan menurut pendapat Sobary, posisi perempuan dalam kesenian, hukum, adat dan tradisi, serta agama tampaknya menggambarkan ketertindasan yang begitu mapan dan berkepanjangan, artinya, di dalam kebudayaan, perempuan belum merdeka, mereka masih tetap tertindas secara terus-menerus.

Ibrahim (1998:108) mengungkapkan, gambaran perempuan dalam media massa masih cenderung sebagai obyek karena mendominasinya peran pria sebagai pemilik media, penulis, reporter, editor, dan sebagainya. Sepanjang hal itu masih terjadi, perempuan tidak bisa melakukan banyak hal atau menuntut beragam kehendak sekitar perubahan kaumnya di media massa. Sementara May Lan (2002:9) mengungkapkan perempuan dalam surat kabar. Pertama, dalam materi pemberitaan tentang perempuan yang disajikan dalam surat kabar masih sering menampilkan perempuan sebagai objek yang di eksploitasi. Kedua, perempuan dalam berbagai berita di surat kabar masih menunjukkan bahwa mereka belum mengalami kesetaraan seperti yang di dengung-dengungkan selama ini. Perempuan masih digambarkan sebagai sosok yang terbelakang, tertindas, dan tidak memiliki otoritas terhadap dirinya, apalagi terhadap masyarakat. Ketiga, frekuensi berita berkaitan dengan dengan isu perempuan dan pemberdayaan tidaklah bersifat kontinu, tetapi mengarah kepada monumental, misalnya hari Kartini dan hari Ibu, serta peristiwa

insidental berkaitan dengan kasus-kasus tertentu di masyarakat.

Isi media massa pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya, Alex Sobur (2002:88).

Pada kehidupan suatu negara jika relasi antara perempuan dan laki-laki masih asimetris maka dipastikan masyarakatnya masih berada dalam sistem budaya patriarki May Lan (2002:13). Budaya ini, oleh Marla Mies, dianggap sebagai suatu sistem nilai yang menempatkan kaum laki-laki pada tempat yang lebih tinggi dari kaum perempuan, dan keadaan tersebut merembes dalam berbagai dimensi yang ada di masyarakat, sehingga, bukan suatu hal yang berlebihan bila dalam sistem budaya semacam itu kaum laki-laki berada pada pihak yang mendominasi, sementara kaum perempuan berada pada pihak yang mengalami penundukan. Penundukan itu tidak lepas dari budaya patriarki yang menurut Sylvia Walby,

I shall define patriarchy as a sytem of social structure, and practise in which men dominate, oppres and exploit women. The use of the term social structure is important here since it cleary implies rejection of

both biological determinism, and the notion that every individual man is in a dominant position and every individual women in a subordinate one....At the next level of patriarchy is composed of six structures : the patriarchal mode of production, patriarchal relation in paid work, patriarchal relation in the state, male violence, patriarchal relations in sexuality, and patriarchal in cultural institutions, such as religion, the media and education.

Dalam pandangan Sylvia, patriarki merupakan struktur dimana posisi laki-laki menjadi dominan, ia dapat menindas dan mengeksploitasi. Disebutkan, patriarki dalam mempengaruhi level kehidupan kaum perempuan dimana salah satunya adalah media massa. Kondisi ini pula yang kerap di alami kaum perempuan, dimana dalam setiap pemberitaan di media massa acapkali menjadikan posisi kaum perempuan sebagai subordinat, baik dalam konteks pekerjaan, hubungan seksual, agama maupun pendidikan.

KEKERASAN SIMBOLIK DAN KUASA MEDIA

Dalam konteks kekerasan terhadap perempuan, perkosaan, pemukulan, serangan, penyiksaan, pelacuran dan pelecehan seksual adalah contoh dari kekerasan fisik. Akan tetapi, dalam perkembangan yang lain, ada bentuk-bentuk

kekerasan atau agresivitas yang tidak bersifat fisik atau yang tidak tampak (*invisible*). Di antara bentuk kekerasan yang tak tampak tersebut adalah apa yang disebut sebagai kekerasan simbolis (*symbolic violence*). Dalam konteks media pemberitaan, setidaknya ada dua tingkat kekerasan simbol, yaitu 1. Kekerasan pada mekanisme simbol, yaitu relasi-relasi sosial-politik atau ideologis di balik simbol, dan 2. Kekerasan pada tingkat makna simbol serta tanda bahasa yang digunakan di dalamnya. Inilah bentuk kekerasan pada apa yang dikatakan, diucapkan, ditulis, digambarkan dan divisualkan.

Pierre Bourdieu, menjelaskan kekerasan simbol (baca; *symbolic violence*) adalah bentuk kekerasan yang halus dan tak tampak. Kekerasan yang terjadi biasanya beroperasi sebagai bentuk dominasi simbolik. Bentuk kekerasan tersebut dikatakan tidak tampak oleh karena ia beroperasi pada domain simbolik, khususnya berupa pemaksaan simbolik yang sangat halus. Ia disebut sebagai pemaksaan halus karena pemaksaan dan dominasi simbolik tersebut berlangsung secara tidak kasat mata, sehingga orang yang di dominasi secara simbolik tidak menyadari adanya pemaksaan (*unconscious*). Konsep kekerasan simbol menggiring kita ke arah sebuah mekanisme sosial, yang di dalamnya relasi komunikasi saling bertautan dengan relasi kekuasaan.

Kekerasan simbolik pada perempuan di dalam media pers sesungguhnya tidak dapat dilepaskan dari kekerasan dalam penggunaan teks dalam pemberitaanya, Van Dijk dalam

Eriyanto (2008:222) mengungkapkan, teks bukan sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi, teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktik wacana. Kalau ada teks yang memarjinalkan wanita, bukan berarti teks tersebut suatu ruang hampa, bukan pula sesuatu yang datang dari langit. Teks itu hadir dan bagian dari representasi yang menggambarkan masyarakat yang patriarkal. Hal itu terjadi karena pengambilan detail dan fakta pada judul tersebut merupakan kerangka alam pikiran patriarki. Suatu teks yang cenderung memarjinalkan posisi wanita, misalnya, lahir karena kesadaran mental di antara wartawan bahkan dari kesadaran masyarakat yang memandang wanita secara rendah.

Kekerasan simbolik sebagaimana Pierre Bourdieu dalam Richard Jenkins (2004:157), adalah pemaksaan sistem simbolisme dan makna (misalnya kebudayaan) terhadap kelompok atau kelas sedemikian rupa sehingga hal itu dialami sebagai suatu yang sah. Legitimasinya meneguhkan relasi kekuasaan yang menyebabkan pemaksaan tersebut berhasil. Konsep kekuasaan media dapat dirumuskan dalam berbagai cara, pertanyaan yang muncul kadang kala adalah, kekuasaan siapa yang diterapkan dalam media massa, kekuasaan masyarakat keseluruhan, kekuasaan kelas atau kelompok kepentingan tertentu, atau kekuasaan komunikator secara individu (baca wartawan), Roger Folwer (1996:105:106) menjelaskan,

'Power' can mean many things, including money, knowledge, and status, but here I am thinking specifically of an asymmetrical relationship between people such that one person has the ascribed authority to control the other's actions and liberties, and not vice versa. The construction of such relationships can be observed in the structure of text, and newspapers are not exempt from the reproduction of asymmetrical power relationships.

Media memiliki posisi strategis dalam menunjukkan kekuatan kepada masyarakat, sebagai konsekuensinya media mempunyai kemampuan dalam menjalankan peran ideologisnya sendiri sehingga menjadi nilai dominan dan menjadi acuan bagi masyarakat. Karena itu, penting kiranya untuk memahami bahwa teks media merupakan proses transaksi ideologis yang diciptakan oleh penulisnya dalam hal ini adalah wartawan sebagai bentuk relasi pengetahuan dan kekuasaan, dan jika hal ini dapat dipahami maka pengulangan simbolisasi kekerasan dalam teks-teks media dapat diminimalkan sebagai upaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya menanamkan jurnalisme berprespektif gender, sementara bagi kalangan pembaca menjadi sangat penting meningkatkan kemampuan untuk menginterpretasikan serta menterjemahkan secara utuh bagaimana makna tersembunyi dalam teks-teks media yang disajikan sebagai bentuk

keberlimpahan informasi terkhusus di era media online saat ini.

Daftar Pustaka

- Chazizah Gusnita, 2017, *Kekerasan Simbolik Berita Kriminal di Media Massa*, deviance jurnal kriminologi Vol 1, No 1
- Eriyanto, 2007, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*, LKiS Yogyakarta
- _____, 2008, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, PT. LKiS Pelangi Aksara
- Folwer, Roger, 1991, *Language In The News, Discourse and Ideology in the press*, Routledge
- Jenkins, Richard, 2004, *Pembaca Pikiran Pierre Bourdieu, Penerjemah Nurhadi, Kreasi Wacana*, Yogyakarta
- Lan, May, 2002, *Pers, Negara, & Perempuan, Refleksi atas Praktik Jurnalisme Gender pada Masa Orde Baru*, Kalika, Yogyakarta
- Ibrahim, Marwah Daud, 1998, *Perempuan dan Komunikasi: Beberapa Catatan Sekitar Citra Perempuan dalam Media dalam Wanita dan Media: dalam Idi Subandy Ibrahim dan Hanif Suranto. Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Lippman, Walter, 1992, *Stereotype Public Opinion and The Press*. News York : Oxford University Press
- Pribadi, F 2016, *Kekerasan Simbolik Media Massa (Kekerasan Simbolik Dalam Pemberitaan Kasus Peredaran Video Asusila di Media Massa Online: Kajian Sosiologi*

komunikasi) JSPH, vol 1 No 2, 127-139 DOI:
<http://dx.doi.org/10.17977/um021v1i22016p127>

Sobur Alex, 2002, *Analisis Teks Media*, PT. Remaja Rosda Karya,
Bandung

Walby Silvia, dalam *A Treatise on Social Theory* vol 23 hal 214
terbitan Cambridge University

GAYA KOMUNIKASI REMAJA DI MEDIA SOSIAL: SUATU TINJAUAN TENTANG ETIKA DIGITAL

**Rasianna Br Saragih¹ Adillah Khaira Amini² Nandini Yuriz
Silviani³**

¹Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UNIB

^{2&3}Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNIB

rasiana_bs@unib.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini memberikan kemudahan bagi aktivitas manusia, termasuk kemudahan dalam berinteraksi secara global. Kemudahan dalam berinteraksi ini difasilitasi dengan banyaknya platform media sosial yang ada saat ini yang bisa digunakan oleh setiap individu. Diantara media sosial yang saat ini banyak dimanfaatkan untuk berinteraksi seperti Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, Whatsapp, dll. Dari setiap media sosial yang ada, dimanfaatkan sebagai media berbagi pengalaman, gagasan, atau sebagai media hiburan.

Setiap media sosial tentunya memiliki karakteristik masing masing serta menawarkan fitur fitur menarik bagi penggunanya. Sebagai contoh, media sosial Facebook

menyediakan jaringan pertemanan yang dapat menghubungkan individu serta menyambungkan lagi pertemanan yang sudah lama terputus. Twitter memungkinkan orang untuk menyampaikan gagasan, kritik instan kepada orang lain yang mungkin saling mengenal dalam kehidupan nyata. LinkedIn memfasilitasi penggunaannya untuk membangun jejaring bisnis serta membantu proses rekrutmen tenaga kerja dari suatu perusahaan. (Munawar, 2017).

Berdasarkan data dari We Are Social per Januari 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta jiwa, ada peningkatan sebesar 12,35% dari tahun sebelumnya yakni tahun 2021 yang berjumlah 170 juta jiwa. Dari jumlah pengguna aktif media sosial ini, dilihat dari rentang usia maka, penetrasi tertinggi berada pada kelompok usia 13 – 18 tahun, yakni 99,16%. Selanjutnya, kelompok usia 19-34 tahun memiliki penetrasi internet sebesar 98,64%. Kelompok 35-54 tahun lalu memiliki penetrasi internet sebesar 87,3%. Anak-anak berusia 5-12 tahun memiliki penetrasi internet sebesar 62,43%. Kelompok umur 55 tahun ke atas memiliki penetrasi terendah dengan 51,73%. Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa,

pengguna internet/media sosial terbanyak berada pada rentang usia remaja.

Sebagaimana diketahui bahwa, usia remaja adalah suatu fase peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, dimana pada fase ini banyak perubahan yang terjadi diantaranya perkembangan fisik, kognitif, kepribadian dan sosial (Gunarsa, 2006:196). Masa remaja juga sering ditandai dengan adanya rasa ingin tau, privasi, tidak ingin dikekang dan merasa bebas. Seringkali hal ini terbawa hingga dalam melakukan aktivitas komunikasi sehari hari, terutama aktivitas melalui media sosial.

Oleh karena ada keingintahuan dan kebebasan tersebut, remaja sering mengabaikan etika dan norma. Hal-hal tidak etis seperti, ujaran kebencian, bullying, akses konten pronografi, menyebar berita palsu (hoax), judi online, penipuan, dan lain sebagainya sering dilakukan saat berselancar di internet. (Tapscot, 2009).

Melalui media sosial, individu bisa berkomunikasi dan berinteraksi secara luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Pertukaran pesan juga menjadi lebih cepat dan mudah. Dengan

berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan melalui berbagai platform media sosial tersebut, seringkali membuat penggunanya mengabaikan hal-hal yang terkait dengan etika. Sejatinnya, berkomunikasi melalui media sosial yang menggunakan perangkat digital juga sama sebagaimana berkomunikasi secara tatap muka. Dalam hal ini, sudah barang tentu, bagaimana perilaku komunikasi kita di dunia nyata seperti itu juga yang kita terapkan pada saat berkomunikasi di media sosial.

Seringkali remaja mengabaikan bahwa aktivitas mereka di dunia maya/ media sosial terdokumentasikan dan sulit untuk dihapus jejak digitalnya. Pengguna internet dan media sosial adalah manusia, maka seluruh transaksi informasi yang terjadi di media sosial tidak dapat dipisahkan dari aspek etika.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Microsoft melalui *Digital Civility Index* (DCI) menyebutkan sejumlah negara memiliki tingkat kesopanan rendah terutama dalam bersosial media, termasuk dalam hal ini Indonesia. Hal ini tentunya menimbulkan pertanyaan karena pada satu sisi masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang ramah serta

mengedepankan sopan santun serta norma norma lainnya yang berlaku di masyarakat, akan tetapi hasil survey ini membuktikan kenyataan yang kontradiktif dari yang seharusnya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana gaya komunikasi remaja di media sosial dari tinjauan etika digital.

Etika digital atau Netiquette merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran data antar sekelompok orang dalam sistem yang termediasi internet. (Tedre et al, 2006).

Sama seperti aturan etika di dunia nyata, netiquette juga mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral –yang meskipun tidak tertulis –untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman, tentram, dan damai. Namun, aturan-aturan ini terkadang sengaja diabaikan khususnya oleh generasi milenial. Mereka merasa ingin bebas dan menjadikan ruang siber sebagai ruang privasi –alih-alih ruang publik. Pelanggaran etika di ruang siber dapat berupa penyebaran informasi palsu, transaksi illegal, penipuan, penyedotan data,

cybebullying, pronografi, *human trafficking*, ujaran kebencian, dan lain sebagainya (Monggilo, 2016).

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yakni Bagaimana Gaya Komunikasi Remaja di Media Sosial? Penelitian ini akan mendeskripsikan gaya komunikasi remaja di media sosial yang dianalisis dari tinjauan etika digital.

Tinjauan tentang Gaya Komunikasi

Dalam berkomunikasi, individu dapat melakukannya melalui pertukaran pesan baik secara verbal maupun nonverbal. Terutama dalam komunikasi menggunakan media sosial, setiap individu memiliki cara dan gaya masing masing dalam mengkomunikasikan ide, gagasan, pendapat, komentar dan lain sebagainya.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Norton, 1983, bahwa gaya komunikasi merupakan sekumpulan perilaku komunikasi yang digunakan seseorang untuk mendapatkan respon atau tanggapan. (Norton, 1983).

Sementara itu, Urea (2013) dalam (Sucia, 2016, p. 113) menyebutkan bahwa, dalam komunikasi ada tiga gaya komunikasi yang dilakukan oleh komunikator atau pemberi pesan. Ketiga gaya komunikasi tersebut adalah:

1. Gaya komunikasi *non assertive* yaitu komunikasi dengan pesan yang cenderung tidak berterus terang, menyembunyikan sesuatu, berdiam diri, dan pasif. Karakter dengan gaya komunikasi non asertif yaitu selalu mengiyakan apapun karena hatinya selalu tidak enakan kepada orang lain dan memendam apapun sendirian tanpa mengatakan keinginannya.
2. Gaya komunikasi *assertive* ialah gaya komunikasi aktif dan tidak ada yang dirugikan, pesan dapat disampaikan dengan efektif sesuai dengan kondisi dan keadaan. Biasanya komunikasi ini dilakukan dengan penjelasan yang dapat diterima oleh komunikan dengan baik sehingga dalam proses komunikasi dapat berjalan sesuai dengan keinginan komunikator serta mendapat timbal balik sesuai dengan komunikan. Gaya ini pun memiliki karakter yang terbuka serta menyampaikan pendapat secara langsung dan terbuka supaya tujuan yang diinginkan dapat tercapai sesuai harapan.

3. Gaya komunikasi *agresive* adalah gaya komunikasi dengan hasil harus sesuai dengan keinginan komunikator tanpa memperdulikan, menghiraukan, acuh dengan timbal balik dari komunikasi. Karakter gaya komunikasi ini yakni keras, dilakukan dengan paksaan, acuh, bahkan bisa menyakiti lawan bicaranya, dan apapun harus atas kehendak komunikator tanpa adanya fleksibilitas dan tegas.

Gaya komunikasi yang digunakan dalam media sosial merupakan gaya komunikasi yang dinamis, dipengaruhi oleh berbagai factor seperti psikologis serta kepentingan yang dimiliki oleh masing masing pengguna media sosial tersebut.

Dari definisi mengenai gaya komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, gaya komunikasi merupakan bagian dari perilaku berkomunikasi yang dilakukan oleh individu dimana gaya komunikasi setiap orang akan dipengaruhi oleh aspek aspek seperti psikologis dan aspek lainnya. Dalam berinteraksi melalui media sosial, gaya komunikasi yang dilakukan seharusnya mengacu kepada gaya komunikasi yang digunakan pada saat berkomunikasi secara fisik/offline.

Tinjauan tentang Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi secara online/virtual. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Beberapa pengertian media sosial seperti menurut Shirky (2008), mengemukakan media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

Berikutnya Mieke dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. (Nasrullah: 2017).

Menurut Nasrullah (2017), setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni : 1. Media jejaring sosial (*social networking*), 2. Jurnal online (blog), 3. Jurnal online sederhana atau mikroblog (*micro-blogging*), 4.

Media berbagi (media sharing), 5. Penanda sosial (*social bookmarking*), 6. Media konten bersama atau wiki.

Dari beberapa pengertian diatas dapat dikatakan bahwa media sosial adalah media komunikasi antara pengguna media sosial, dimana para pengguna media sosial bisa berkomunikasi secara langsung, melalui fitur- fitur yang tersedia pada media sosial tersebut, seperti komentar, *direct message*, chatting, dan mention. Melalui penggunaan media sosial pertukaran pesan akan lebih praktis dan mudah.

Menurut Mulyati (2014) media sosial memiliki kelebihan sebagai berikut: adalah sebagai berikut :

- a. Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Medsos begitu mudah digunakan (user friendly), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet.
- b. Menciptakan hubungan lebih intens. Medsos memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.

- c. Jangkauan luas dan global. Melalui medsos, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna medsos juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.
- d. Kendali dan terukur. Dalam medsos dengan sistem tracking yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. (Mulyati, 2014:31).

Akan tetapi dari berbagai kelebihan dan kemudahan yang dimiliki oleh media sosial seringkali tidak diiringi dengan kecakapan penggunaannya, seperti komentar yang buruk atas pengguna media sosial lainnya, kata-kata yang sifatnya provokasi, menghina, menghujat, bullying, dan lain sebagainya.

Tinjauan Tentang Etika Digital

Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban Moral. Etiket adalah etika yang berlaku dalam pergaulan dan pekerjaan sehari-hari. Sementara netiket adalah sopan santun pergaulan di dunia digital.

Dalam beraktivitas di Media sosial, terdapat etika dan etiket yang perlu diterapkan oleh pengguna media sosial itu sendiri. Etika

dan etiket wajib dipahami dan dijadikan pedoman oleh pengguna media sosial. (Pratama, 2014: 383). Sebagaimana yang dikemukakan oleh K.Bertens (2014: 470), menurutnya etika dijadikan sebagai sistem nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau sekelompok orang dalam mengatur tingkah lakunya. Sedangkan etiket merupakan tata cara individu berinteraksi dengan individu lain atau dalam masyarakat (Pratama, 2014: 471). Jadi, etiket berlaku jika individu berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang lain. Sementara etika berlaku meskipun individu sendirian.

Tidak kalah pentingnya dari etiket, netiket juga diperlukan untuk manajemen interaksi pengguna internet yang berasal dari seluruh dunia. Memperhatikan netiket dalam berinteraksi di media sosial sangat penting karena pada dasarnya pengguna media sosial bahkan sekalipun saat berada di dunia digital, perlu memperhatikan aturan seperti halnya ketika berkomunikasi di kehidupan nyata.

Pendekatan Penelitian

Metode Penelitian adalah Langkah-langkah yang digunakan dalam rangka pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang diharapkan mampu menyelidiki, menemukan, menggambarkan serta menjelaskan

permasalahan penelitian. Metode deskriptif adalah suatu pencarian fakta yang menggunakan interpretasi yang tepat.

Penelitian dengan metode kualitatif merupakan sebuah penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan budaya, dan lain-lain sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama (Sugiyono, 2009:205). Dari beberapa pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa, metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana gaya komunikasi remaja di media social yang akan dianalisis menggunakan pendekatan etika digital.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara *nonparticipant observation*, terhadap subjek yang diteliti. Wawancara mendalam (*depth interview*) yang dilakukan peneliti dalam penelitian dimaksudkan untuk mengetahui pandangan, kejadian, kegiatan, pendapat, perasaan dari nara sumber (*subjek matter expert*).

Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan terutama untuk memperkaya landasan-landasan teoritis dan mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan kajian etika digital.

Analisis atau mengolah data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman penelitian tentang temuan-temuan atas permasalahan yang diteliti. Bajari, (2015) menyatakan bahwa “Hakekatnya dalam penelitian kualitatif, mengolah data adalah memberi kategori, mensistematisir, dan bahkan memproduksi makna oleh si “peneliti” atas apa yang menjadi pusat perhatiannya”.

Untuk mendapat keabsahan hasil penelitian, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan Triangulasi yang dilakukan penulis yaitu triangulasi sumber data, yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

Wawancara yang dilakukan untuk menggali informasi terkait tujuan penelitian yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Adapun subjek penelitian adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial yang

dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, yakni Remaja laki-laki dan perempuan ber usia 16 – 21 tahun, aktif menggunakan sosial media, serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan terkait topik penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu Reduksi Data, Penyajian Data serta penarikan kesimpulan. Proses analisis data dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung, seperti berikut ini:

1. Reduksi data (*data reduction*) atau peringkasan data yang relevan dengan fokus penelitian dengan cara menyederhanakan dan mengambil inti dari data tersebut. Dalam reduksi data biasanya juga menggunakan teknik triangulasi.
2. Penyajian data (*data display*) yaitu menyajikan atau memaparkan dalam suatu laporan penelitian yang disusun secara sistematis berkaitan dengan potensi sumber daya fisik dan sosial budaya yang diyakini dapat memberikan kesimpulan akhir dan saran-saran.

3. Penarikan kesimpulan dari data (*data conclusion*) yaitu menarik kesimpulan dari data yang sudah diproses melalui dua tahapan sebelumnya. (Sugiyono, 2009)

Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan hasil penelitian dilakukan uji keabsahan data berupa triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi data dan triangulasi metode. Menurut Sutopo (2002 : 79-80), triangulasi data bertujuan untuk mengumpulkan data sejenis dari beberapa sumber data yang berbeda sedangkan triangulasi metode mengumpulkan data yang sejenis dengan metode yang berbeda. Triangulasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi metode atau teknik dalam pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi dan data dokumentasi.

Hasil Penelitian terkait Gaya Komunikasi Remaja di Media Sosial

Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu dengan informan penelitian berjumlah lima (5) orang. Seluruh informan penelitian merupakan remaja akhir dan sedang menempuh perkuliahan di salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bengkulu. Adapun nama nama informan disingkat dalam rangka

menghormati identitas informan. Berikut ini diuraikan hasil temuan lapangan baik berupa wawancara maupun hasil pengamatan pada aktivitas informan sehari-hari serta gaya Bahasa yang digunakan pada postingan di media sosial.

Informan pertama yang peneliti temui untuk wawancara adalah MNE. Saat ini MNE berusia 21 tahun dan berkuliah di salah satu PTN di Kota Bengkulu.

Dari hasil wawancara dengan informan MNE, diketahui bahwa informan aktif menggunakan sosial media dengan durasi waktu bermain sosial media 5 jam sehari. Sosial media yang digunakan oleh informan ada 5 yaitu Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube, dan WhatsApp. Dari kelima sosial media tersebut, aplikasi tiktok yang paling sering dibuka oleh informan dengan tujuan mencari hiburan.

Informan memiliki satu akun di Instagram yang digunakan untuk berbagi cerita dan hal-hal yang unik. Dalam satu minggu, informan bisa mengunggah sebanyak 4 kali dengan harapan hal yang diunggah dapat menghibur orang lain. Informan juga cukup sering mengunggah video yang

didalamnya terdapat kata-kata umpatan, tetapi informan mengelak dengan dalih tidak sengaja.

Ambo ado satu akun IG yang khusus ambo gunakan untuk sharing cerito cerito unik. Selain itu ambo jugo posting video yang ado kato kato umpatannyo, mungkin karno lah biaso jadi kadang latah. Tapi sebenarnya ambo dak peduli amek kek jejak digital kecek orang tu, yang penting ambo idak merugikan orang lain, itu ajo.

Saya punya satu akun IG khusus untuk posting cerita unik. Selain itu saya juga sering posting video yang kata katanya kasar, mengumpat, mungkin karena sudah biasa jadinya sering latah. Tapi sebenarnya saya tidak terlalu peduli dengan jejak digital, yang penting saya tidak merugikan orang lain, itu saja.

Informan menyatakan bahwa ia tidak peduli dengan jejak digital dikarenakan ia merasa unggahannya tidak merugikan orang lain. Informan juga dalam mengunggah sesuatu tidak memikirkan pendapat orang lain, ia berpendapat bahwa mengumpat dalam video lalu diunggah ke sosial media adalah hal yang wajar karena tidak ada larangan tersendiri dari sosial media yang bersangkutan.

Kalau memang sudah terlalu kelewatan pasti di *banned* oleh instagram, tapi kan buktinya apa yang

saya unggah tidak bermasalah, jadi saya rasa boleh – boleh saja mengunggah video yang didalamnya mengandung kata umpatan.

Informan juga berpendapat bahwa video umpatan yang sering dia unggah dikarenakan moment atau situasi pada video tersebut tidak dapat terulang kembali. Sehingga ia memilih mengunggahnya meskipun di dalamnya terdapat kata umpatan. Meskipun begitu, informan mengetahui tentang UU ITE hanya saja informan tidak mengetahui secara jelas aturan bermedia sosial pada UU tersebut.

Hal yang sama dilakukan oleh informan HA. HA yang saat ini berusia 20 tahun, juga sedang berkuliah di salah satu perguruan tinggi negeri di Kota Bengkulu. HA juga aktif menggunakan social media seperti twitter, instagram, whatsapp, tiktok, dan youtube. Untuk akun IG bahkan HA memiliki 3 akun, dimana setiap akunnya memiliki fungsinya masing – masing.

Saya punya 3 akun IG. Akun pertama hanya saya gunakan untuk posting hal – hal yang penting, seperti tugas kuliah dan organisasi. Akun kedua untuk mengekspresikan diri dan akun ketiga digunakan

untuk mengunggah video atau foto keseharian, layaknya galeri.

Informan sering membuat status di akun kedua dengan mengunggah hal – hal random atau hal aneh yang ia temui. Informan juga cukup sering mengunggah video yang di dalamnya berisi kata umpatan. Informan berpendapat bahwa ketika ia mengunggah hal tersebut itu hanya untuk kesenangan pribadi dan merupakan hal yang lucu sehingga ia merasa tidak apa – apa untuk mengunggahnya di sosial media. Tetapi dia juga memilih menggunakan sosial media di akun kedua karena lebih privasi.

Informan menyadari akan adanya jejak digital tapi ia tidak peduli dan tetap mengunggah video yang ia suka, ia juga mengetahui adanya UU ITE tetapi ia tidak terlalu mengkhawatirkan dikarenakan ia merasa bahwa video yang ia unggah masih dalam tahap wajar.

Informan MRJ, saat ini berusia 21 tahun, juga merupakan pengguna aktif social media. Sosial media yang dimiliki whatsapp, tiktok, dan instagram. Dalam sehari ia bisa menghabiskan waktu 5 – 6 jam untuk berselancar di sosial

media. Informan mengakui bahwa setiap harinya ia pasti mengunggah sesuatu di akun sosial medianya. Hal ini ia lakukan karena ia merasa apa yang dia alami harus dia bagikan. Ia tidak peduli dengan pendapat orang lain, ia merasa bahwa itu adalah akun sosial media miliknya dan dia sebagai pengelola bebas mengupload apapun dan kapanpun.

Isi unggahan sosial medianya banyak berisi kata kasar dan terkadang membuat ambigu orang yang melihatnya, banyak orang yang berpendapat setelah melihat unggahan informan, merasa jika informan seksualitasnya tidak normal. Ia kerap mengunggah hal-hal berbau 18+ dalam bentuk screencshoot chat atau foto dengan teman sesama jenisnya. Ketika ditanya perihal itu, informan hanya tertawa dan menganggap itu hanya candaan yang ia buat. Ia merasa jika itu lucu dan perlu untuk di unggah. Ia sadar jika banyak yang membicarakan ia di belakang, tapi ia tidak peduli dan tetap mengunggah untuk kebahagiaannya.

Saya mengunggah atau posting hal hal yang saya suka dan saya abaikan saja kalua ada yang julid pada saya. Saya tau pasti teman teman saja membicarakan postingan saya tapi selagi yang saya

posting membuat saya senang akan saya lakukan. Toh in ikan akun pribadi saya, ya suka suka saya mau posting apa. (wawancara dengan MRJ)

Informan tau akan adanya jejak digital dan UU ITE tetapi ia tidak begitu memahami hal ini, sehingga ia merasa jika tidak apa-apa mengupload hal tersebut. Dia berpendapat bahwa dia hanya mengunggah hal yang ia suka dan membuatnya bahagia, sehingga ia tidak perlu memikirkan hal-hal seperti jejak digital.

Informan berikutnya adalah FAF, berusia 21 tahun dan juga seorang mahasiswa. Dari hasil wawancara dengan FAF diketahui bahwa informan sangat aktif di sosial media whatsapp dan instagram. Ia dapat menghabiskan waktu 4 jam di sosial media setiap harinya. Untuk instagram dia jarang mengunggah sesuatu, ia hanya mengunggah jika itu merupakan hal yang bagus. Karena personal branding yang ia tunjukkan di instagram seperti seorang expert (ahli) pada bidang yang ia tekuni. Sedangkan di whatsapp ia kerap kali menggunakan kata-kata kasar jika berkomunikasi di dalam group whatsapp. Hal ini ia lakukan karena ia merasa biasa dan berpendapat bahwa

orang-orang yang berada di dalam group itu adalah teman-temannya. Jadi ia tidak perlu khawatir.

Informan pernah bermasalah kepada salah satu anggota group dikarenakan kata-kata kasar yang diucapkannya, tetapi informan tidak jera dan terus mengulangi hal yang sama. Baginya menuliskan kata-kata kasar di group itu bukan suatu kejahatan dan merupakan hal yang lazim.

Informan paham jika ada yang sengaja menscreenshoot untuk melaporkan dan sebagainya, tetapi dia tidak begitu memedulikannya, karena ia tidak merasa salah atas apa yang sudah dia kirimkan. Dari setiap komentar yang diunggah, informan sudah terbiasa menulis dan berbicara kasar sehingga hal itu terbawa sampai sekarang dan susah untuk dihilangkan. Diakui informan bahwa lingkungan tempat ia sekolah dulu memang banyak yang berkata kasar, hal inilah yang menjadi pemicu kebiasaan berkata kasar oleh informan.

Dari hasil wawancara dengan informan NAG, 20 tahun, diketahui bahwa informan aktif menggunakan sosial media instagram, tiktok, dan whatsapp. Ia bisa menghabiskan waktu 5

jam di sosial media. Di instagram sendiri informan memiliki 2 akun, akun pertama berisi hal-hal baik yang dapat dilihat publik, sedangkan akun kedua berisi kesehariannya. Setiap hal yg terjadi akan selalu ia unggah di akun kedua. Ia sering mengunggah video dengan kata-kata kasar, sedang merokok, vape, atau pergi ke tempat nongkrong dan sebagainya. Ketika dikonfirmasi alasan informan mengunggah di akun keduanya, informan hanya menjawab “ya saya percaya dengan orang-orang yang ada di akun kedua saya, mereka gak mungkin “cepu” (ngasih tau) ke ibu saya” diketahui bahwa ibu informan sendiri tidak mengetahui bahwa anaknya merokok dan ngevape.

Informan mengunggah hal tersebut di akun keduanya untuk mencari kepuasan. Ia ingin bebas mengunggah apapun yang ia sukai, ia rasakan, ia hanya ingin bahagia. Informan sendiri berasal dari keluarga broken home, ia sering pergi keluar dan mengunggah hal-hal yang ia suka untuk mendapat perhatian dari orang tuanya. Sehingga ia tidak peduli dengan adanya jejak digital dan UU ITE. Baginya selagi tidak merugikan orang lain, maka tidak apa-apa.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, maka dapat diketahui bahwa ke lima informan penelitian aktif menggunakan social media. Akun social media yang digunakan lebih dari 2 yakni IG, Youtube, WhatsApp, Twitter, Tiktok. Bahkan ada beberapa informan yang memiliki lebih dari satu akun yang sama seperti akun IG bisa 3, dan digunakan dengan berbagai tujuan.

Dari informasi yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa informan menyadari ada undang undang yang mengatur tentang transaksi di ruang digital akan tetapi informan menganggap postingan mereka di media sosialnya sebagai hak dan tidak menyinggung orang lain.

Sebagaimana diketahui bahwa saat ini aktivitas manusia banyak dilakukan secara digital melalui sosial media. Di platform sosial media seseorang bisa melakukan interaksi dengan pengguna lain melalui tulisan, suara, atau video. Oleh sebab itu, dalam menggunakan social media penting menjaga etika. Sayangnya, tidak semua pengguna sosial media

menyadari pentingnya menjaga kesopanan dan etika sebagaimana yang ditunjukkan melalui penelitian ini.

Gaya komunikasi seseorang dalam berinteraksi di media sosial bersifat dinamis, artinya dapat berubah dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kepentingan masing-masing pengguna media sosial. Sebagaimana yang disampaikan oleh Steward L.Tubbs dan Sylvia Moss (1996) bahwa terdapat enam gaya komunikasi yaitu :

1. Gaya komunikasi mengendalikan (*The Controlling Style*) ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one way communications
2. Gaya komunikasi dua arah (*The Equalitarian Style*). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya setiap anggota dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

3. Gaya komunikasi terstruktur (*The Structuring style*). Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi.
4. Gaya komunikasi dinamis (*The Dynamic Style*). Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*).
5. *The Relinquishing Style*, gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.
6. *The Withdrawal Style*. Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Oleh karena pengguna media social adalah manusia, maka seluruh transaksi informasi yang terjadi di media sosial tidak dapat dipisahkan dari aspek etika. Oleh karenanya, *netiquette* atau etika di dunia maya menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pengguna media digital. Sama seperti aturan etika di dunia nyata, *netiquette* juga mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral yang meskipun tidak tertulis untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman, tentram, dan damai. Namun, aturan-aturan ini terkadang sengaja diabaikan khususnya oleh remaja. Mereka merasa ingin bebas dan menjadikan ruang siber sebagai ruang privasi dan bebas digunakan.

Netiquette harusnya dipegang teguh oleh setiap individu khususnya generasi milenial dalam interaksi dan transaksi di internet dan media sosial. Kebebasan yang ditawarkan oleh internet adalah kebebasan terbatas. Batasan paling nyata adalah sistem sosial dan tata kehidupan dalam lingkungan dimana kita berada.

KESIMPULAN

Sebagai pengguna aktif media sosial, generasi milenial perlu menyadari bahwa sistem jaringan sosial dalam internet dan media sosial sama dengan sistem sosial di kehidupan nyata. Kebebasan yang ada di internet dan media sosial bukanlah kebebasan yang tak terbatas. Interaksi di Internet dibatasi oleh nilai, norma, dan aturan kemanusiaan lainnya. Internet dan media sosial mengambil sistem kerja komputer yang dapat terdokumentasikan dan terarsipkan. Setiap posting-an di media sosial akan dengan mudah disebar, di-screenshot dan disimpan oleh orang lain meskipun bukan orang yang kita kenal. Kehati-hatian dalam mengunggah atau mem-posting segala sesuatu di media sosial sangat diperlukan sehingga tidak terjebak dalam *cyber crime* serta pelanggaran norma dan etika. Selain itu, edukasi literasi digital penting untuk ditingkatkan intensitasnya sehingga potensi pelanggaran etika, norma, dalam bersosial media bisa diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, E., 2010. *Studi Dampak Negatif Facebook terhadap Remaja Indonesia. Aspirasi*. Jakarta: Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, hal, 119-120.
- Bajari, A. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi, prosedur, tren dan etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Gunarsa, S. D. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta: BPK, Gunung Mulia.
- Iswara, A.J. 2021. *6 Bukti Netizen Indonesia Tidak Sopan se-Asia Tenggara, Akun Luarpun Diserang*. <https://www.kompas.com/global/read/2021/04/14/100430270/6-bukti-netizen-indonesia-tidak-sopan-se-asia-tenggara-akun-luar-pun?page=all>
- Monggilo, Z. (2016). *Kajian Literatur Tipologi Perilaku Berinternet Generasi Muda Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 13 No. 1
- Mulyati, Ani. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Munawar, Z. (2017). *Penggunaan Profil Media Sosial Untuk Memprediksi Keperibadian*. Jurnal Tematik, 4(2), hal 18-37
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Statiska, 2017a. *Number of internet users in Indonesia from 2015 to 2021*.

[https://www.statista.com/statistics/254456/number -
of-internet-users-in-indonesia/.](https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/)

Statiska, 2017b. *Most popular social media of mobile internet users in Indonesia as of January 2016, by age group.*

[https://www.statista.com/statistics/279776/preferred-
netizen -social-media-in-indonesia-by-age/.](https://www.statista.com/statistics/279776/preferred-netizen-social-media-in-indonesia-by-age/)

Sucia, V. (2016). *Pengaruh Gaya Komunikasi Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa.* Jurnal Komuniti, Vol. VIII, No. 2, 112-126.

Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

INTENSIFIKASI LITERASI DIGITAL ORANG TUA DAN ANAK DI MASA PANDEMI

Rizky Fauziah

Universitas Sumatera Utara

rizkyfauziahlbs@gmail.com

ABSTRAK

Perubahan seluruh aspek kehidupan selama virus COVID-19 mendera bumi mengubah cara hidup termasuk dalam proses belajar mengajar hingga interaksi antara orang tua dan anak. Aspek pendidikan mendapatkan tekanan yang berat selama masa pandemi sebab harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mempertahankan keberlangsungannya. Selama masa pandemi, para orang tua harus bekerja keras menjalankan peran guru sebab proses belajar mengajar yang berlangsung secara daring (dalam jaringan) mengharuskan setiap anak untuk mampu melaksanakan pembelajaran secara mandiri. Orang tua menjadi satu-satunya pihak yang mampu bertugas membantu para anak usia sekolah untuk mencerna materi pembelajaran. Pola kegiatan dan interaksi juga berubah sebab baik anak maupun orang tua menjadi ketergantungan terhadap gawai (*gadget*) dalam melaksanakan kegiatan serba WFH (*work from home*). Literasi digital secara signifikan dibutuhkan untuk menjembatani perubahan serba teknologi ini agar orang tua tidak kehilangan kendali dan kualitas komunikasi dengan anak-anaknya. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk studi literatur untuk membantu membedah kesulitan pelaksanaan literasi digital. Hasil pembahasan dari penelitian studi deskriptif yang telah dilakukan yaitu perlu

dilakukan intensifikasi literasi digital antara orang tua dan anak di masa pandemi agar penggunaan gawai tetap sehat.

Kata Kunci: *pandemi, COVID-19, literasi digital, belajar, orang tua, anak.*

PENDAHULUAN

Literasi digital sangat dibutuhkan untuk menciptakan kontrol diri individu yang baik dalam meminimalis dampak teknologi terkhusus media sosial. Pengguna media sosial lebih kebanyakan kalangan anak muda dan remaja. Ada dampak buruk dari literasi digital perlu ditekankan pada pengguna agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Menurut penelitian Pratiwi dan Pritanova, (2017), mengatakan bahwa pemahaman literasi digital yang buruk akan berpengaruh pada psikologis anak dan remaja yang membuat cenderung menghina orang lain, mengakibatkan depresi, terbawa arus suasana hati terhadap komentar negatif, serta terbiasa berbicara dengan bahasa yang kurang sopan.

Literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mencari, memanfaatkan berbagai sumber media dengan berbagai bentuk dan mempelajari banyak hal. Pemahaman yang cukup mengenai dengan dunia digital bagi kalangan anak muda dan keterbukaan sebagai informasi di media sosial yang memberikan dampak negatif penggunaan media sosial sering kali dialami generasi muda.

Konsep literasi digital sebagai kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk menggunakan alat dan fasilitas digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, menyintesis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, membuat ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain menurut Martin (2006) dalam Koltay (2011). Sebelum konsep literasi digital, Gilster (1995) dalam Bawden (2017) telah terlebih dahulu memunculkan istilah “literasi multimedia”. Argumen Gilster adalah karena sumber digital dapat menghasilkan banyak bentuk informasi seperti teks, gambar, suara, dan lain-lain.

Bentuk literasi media baru diperlukan untuk memahami bentuk-bentuk presentasi baru ini. Yang dapat dipahami bahwa literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, membuat informasi-informasi, dan dapat memanfaatkannya secara sehat, cerdas, cermat, tepat dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Literasi digital di Sumatera Utara masih belum efektif karena belum terjadi kesamaan atau cara pandangan terhadap penggunaan teknologi dan media sosial antara generasi muda (Y dan Z) dengan para orang tua (umumnya berasal dari generasi X). Para orang tua memiliki peranan penting dalam

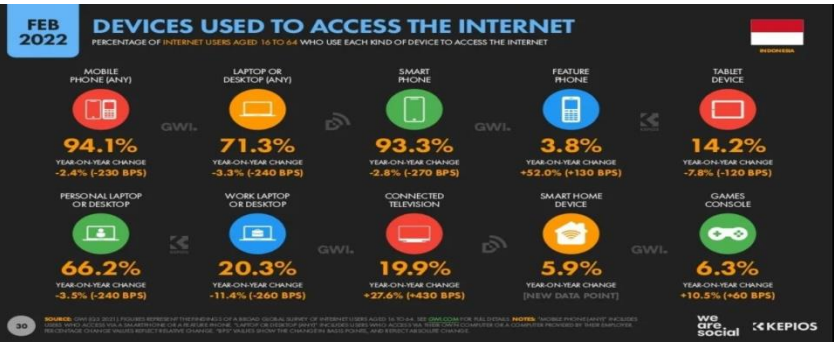
proses pendidikan untuk anaknya. Pola komunikasi orang tua terhadap anak memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan karakter anak. Bahwa orang tua sangat berperan penting dalam tumbuh kembang anak terutama pola pendidikan.

Dengan literasi digital maka kita bisa memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif dan technical. Selain itu juga, kita mempunyai keterampilan dalam teknis dan berfokus pada aspek kognitif dan sosial evolusi emosional dalam dunia dan lingkungan digital. Kegiatan literasi pembelajaran, pada era modern selain dilakukan dengan cara manual dalam kegiatan tulis baca aja dengan menggunakan pena dan buku, namun juga bisa dilakukan dengan menggunakan media pembelajaran online yaitu seperti komputer bisa menggunakan word untuk mengetik tugas-tugas, dan fitur-fitur lainnya.

1.1 Kondisi Penggunaan Media Digital Generasi Muda Di Masa Pandemi

1.1.1 Penggunaan Media Digital Yang Tertinggi (Smartphone, Laptop, Tablet, Smart Tv)

Ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Analisis Kepios menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun 2021 dan 2022. Sebagai gambaran, angka pengguna ini mengungkapkan bahwa 73,05 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet pada awal tahun 2022, artinya 26,3 persen penduduk tetap offline di awal tahun. Namun, masalah yang berkaitan dengan COVID-19 terus memengaruhi penelitian tentang adopsi internet, sehingga angka pengguna internet yang sebenarnya mungkin lebih tinggi daripada angka yang dipublikasikan ini (www.datareportal.com di akses pada 30 Maret 2022).



Gambar 1. Penggunaan Media Digital

(Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>)

Dapat diterima dari jumlah tersebut, rupanya pengguna internet di Indonesia paling banyak terhubung melalui *smartphone* setiap hari dengan persentase 94,1 persen. Sementara 71,3 persen pengguna mengaku terhubung dengan laptop setiap hari. *Smartphone* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsinya yang menyerupai komputer. Kebanyakan *smartphone* memiliki kemampuan untuk menampilkan foto, memutar video, dengan ukuran minimalis untuk bisa dibawa kemana saja, itulah alasan bahwa internet lebih banyak akses melalui *smartphone*.

Masifnya pengguna *smartphone* rupanya membuat koneksi internet dengan laptop jadirendah. Menunjukkan remaja berada pada masa perkembangan yang rentan terhadap kecanduan *smartphone*. Remaja telah diidentifikasi sebagai kelompok yang mengalami resiko utama dari kecanduan *smartphone*. Kecanduan *smartphone* merupakan perilaku penggunaan *smartphone* yang berlebihan.

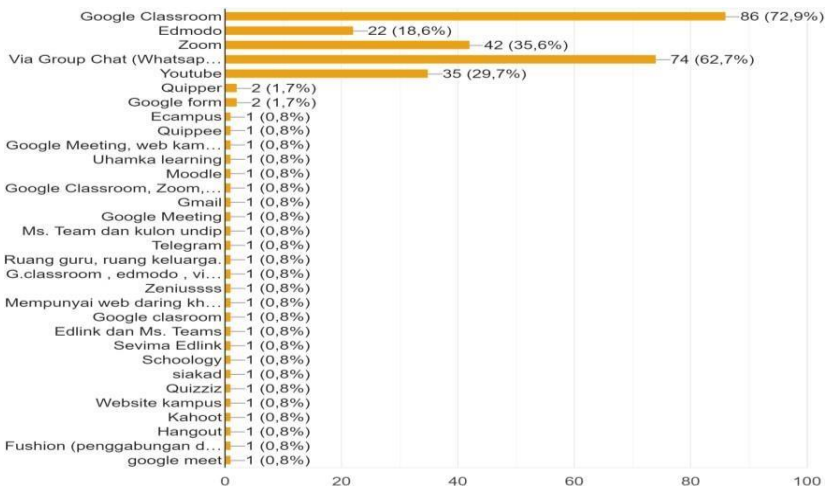
1.1.2 Pembelajaran Daring Yang Masif

Perubahan yang masif ini menjadi tekanan besar bagi semua *stakeholder* yang terlibat dalam proses pendidikan yang sedang berlangsung, tetapi di lain sisi juga merupakan kesempatan bagi para pendidik dan siswa untuk merasakan pendidikan yang diselenggarakan daring (dalam jaringan), secara penuh pertama kalinya. Salah satu minat yang tumbuh

dalam pembelajaran online adalah memastikan akses pendidikan yang terjangkau. Pembelajaran daring seperti yang kita kenal sekarang adalah kegiatan pembelajaran yang memanfaatkan fleksibilitas, aksesibilitas, konektivitas, dan kekuatan jaringan internet untuk menciptakan berbagai jenis interaksi pembelajaran. Pembelajaran daring telah diterapkan di beberapa lembaga pendidikan sebelumnya, tetapi bukan metode pembelajaran yang utama. Pembelajaran daring adalah memberikan dukungan untuk membantu kegiatan pembelajaran reguler yang ada berjalan. Hal ini menyebabkan perlunya beberapa sekolah untuk membuat penyesuaian khusus terhadap perubahan dramatis ini.

Metode pembelajaran daring yang dilakukan secara besar-besaran merupakan hal pertama yang terjadi di dunia, tidak hanya siswa yang dipaksa untuk belajar daring, interaksi antar orang lain juga terbatas, sehingga hal ini mempengaruhi keadaan anak, yang mengarah pada penurunan. Selain itu, walaupun banyak Mahasiswa yang tidak memiliki sumber daya teknis yang memadai, namun terkait dengan kemudahan, terutama internet, penggunaan platform yang berat sebagai media pembelajaran untuk mendorong keberlangsungan kegiatan pengajaran, terutama di daerah terpencil. Namun pembelajaran daring tetap memiliki aspek positif yang dapat diambil (Suriadi dkk., 2021).

Akses yang paling banyak digunakan saat pembelajaran daring dimasa pandemi COVID-19 pada jenjang menengah hingga perguruan tinggi secara berturut-turut yakni google classroom dengan persentase sebesar 72,9%, pembelajaran via group chat (WA/line) sebesar 62,7%, pembelajaran virtual melalui zoom sebesar 35,6%, akses pembelajaran melalui youtube sebesar 29,7% , akses edmodo sebesar 18,6%, Quipper sebesar 1,7%, Googleform sebesar 1,7% serta lainnya dengan masing-masing 1% menurut, Baety, D. N., & Munandar, D. R jurnal Ilmu Pendidikan Volume 3 Nomor 3 Tahun 2021). Kelebihan dari *Google Classroom* yaitu memudahkan dalam mengakses materi, tugas, serta pengumpulannya. Berdasarkan pengingat waktu untuk pengumpulan tugas dan dapat berkomunikasi secara personal kepada tenaga pendidik yang terkait. Berdasarkan hasil penelitian (Komariah dkk., 2019) penggunaan media pembelajaran *Google Classroom* dapat memberikan pengaruh terhadap minat dan hasil belajar peserta didik.



Gambar 2. Akses yang digunakan selama pembelajaran daring (Sumber : Baety, D. N., & Munandar, D. R)

2. PEMBAHASAN

2.1 Literasi Digital

Menggunakan alat literasi ini, menjadikan masyarakat mampu mengikuti perkembangan zaman sekarang. Selain itu semua, yang tidak bisa ditinggalkan adalah tetap menjaga budaya dan tradisi yang adalah di lingkungan sekitar dan berarti tetap menjaga kearifan lokal sebagai bagian dari konten literasi dalam pembelajaran online. (Marwan,2019).

Perkembangan teknologi informasi yang sudah berkembang pesat menjadi tantangan tersendiri bagi orang tua

agar memanfaatkan internet tidak disalah gunakan, maka orang tua juga harus memberikan perhatian dan bimbingan terhadap anak dalam menggunakan internet yang merupakan bagian dari digital native generasi yang lahir di era internet. Penggunaan internet di indonesia saat ini yang sudah mencapai 202,6 juta orang dari total 236 juta total masyarakat di indonesia (www.datareportal.com, di akses pada 21 November 2021 pukul 21.55 WIB).

Hal ini menjadikan generasi muda sangat bergantung pada mesin pencarian seperti google dalam mencari informasi. Oleh sebab itu dibutuhkan pola interaksi orang tua dengan anak dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi agar menjadi cara jitu untuk menggunakan internet yang sehat dan aman sebagai media pembelajaran bagi anak.

Berdasarkan uraian di atas, maka dipandang perlu untuk diadakan gerakan literasi digital dalam masa pandemi covid-19. Gerakan literasi digital akan menciptakan pola pikir kreatif dan kritis dalam menghadapi pandemi covid-19. Kompetensi literasi digital lebih luas dipaparkan dari hasil penelitian Bhatt (2012) menyatakan, keterampilan teknologi komunikasi dan informasi menjadi inti kompetensi dalam literasi digital.

Minimnya literasi digital pada generasi muda dan para orang tua di sumatera utara memunculkan banyak masalah karena tidak mampu meminimalisir dampak negatif teknologi dan media sosial. Pembelajaran sekolah selama pandemi yang

berubah menjadi daring memunculkan banyak keluhan dari para orang tua indikasi atau tanda tingkah literasi digital masih rendah. Pembelajaran baik daring atau tatap muka langsung harus ditujukan pada pengembangan kognitif, afektif dan psikomotor (Dinata, 2019).

Interaksi yang diharapkan tentu saja adalah interaksi timbal balik. Pembelajaran baik daring atau tatap muka langsung harus ditujukan pada pengembangan kognitif, afektif dan psikomotor (Dinata, 2019). Interaksi antara pendidik dengan peserta didik dapat terjadi secara tatap muka langsung atau secara virtual melalui suatu platform tertentu seperti zoom, google meet, dan lain-lain. Selain itu juga, dunia saat ini masih dilanda pandemi covid-19. Akibat dari pandemi ini adalah terjadinya perubahan bentuk pembelajaran dari pembelajaran tatap muka langsung menjadi pembelajaran daring.

Aspek yang dipakai dalam pembelajaran daring yaitu komputer, laptop, atau smartphone pastinya menggunakan sinyal internet atau wifi. Yang tentu saja aplikasi yang diperlukan dalam pembelajaran daring seperti zoom, whatsapp, gmail, google classroom, dan lain-lain. Kemampuan orang tua memberikan *smartphone* kepada anak tidak di lihat kemampuan literasi digital yang baik sehingga pengguna teknologi dan media sosial minim kontrol.

Literasi digital menjadi permasalahan bagi murid-murid, dimana dimasa pandemi saat ini membuat objek tugas yang

diberikan oleh guru atau dosen tanpa untuk berpikir terlebih dahulu, bisa dengan mudahnya untuk mengakses situs google untuk mencari jawaban soal yang diberikan. Serta teknologi yang semakin canggih membuat generasi muda saat ini lebih banyak menghabiskan waktu dengan media sosial dan gamers, waktu untuk membaca buku sudah sedikit yang mengemari hal itu.

Media sosial adalah sarana untuk mencari sumber-sumber informasi terkini. Tetapi ada yang salah menggunakan media sosial untuk bersenang-senang tanpa mengetahui apakah informasi itu baik atau tidak yang di akses. Yang membuat generasi muda menjadi malas dan lebih menghabiskan waktu dengan bersantai-santai, dan bermain. Sudah banyak media di internet yang menyajikan artikel. Orang tua bisa lebih memerhatikan anak dengan melakukan pembatasan penggunaan media sosial. Beberapa situs *online* juga berperan sebagai media pengunggah dan publikasian karya. Kemampuan literasi perlu terus dikembangkan. Melalui berliterasi wawasan semakin luas, kemampuan untuk menciptakan karya semakin berkembang, kecepatan memahami dan berpikir semakin baik.

2.2 Kemajuan Teknologi Terhadap Literasi Digital

Kemajuan teknologi ini merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Seiring berjalannya perkembangan teknologi maka semakin banyak juga yang dapat memanfaatkannya dari usia remaja hingga dewasa. Ada istilah digital native untuk menyebut generasi muda yang saat ini hidup di era digital, saat internet menjadi bagian dari keseharian dalam hidupnya. Kondisi para generasi muda saat ini khususnya sangat bergantung pada mesin pencarian (*search engine*) seperti google dalam mencari informasi. Saxena dalam Andayani, 2014 menjelaskan bahwa jenis-jenis penerbitan elektronik sangat beragam, yaitu mencakup buku elektronik (e-books), terbitan berkala elektronik (e-periodicals), database elektronik (e-databases), penerbitan elektronik dalam CD-ROM, POD (Print On Demand), konten digital, dan tinta elektronik (e-ink).

Wikoff menyebutkan bahwa yang disebut dengan sumber-sumber elektronik adalah, pangkalan data, koleksi jurnal elektronik, buku elektronik, teknologi terhubung, dan sistem manajemen sumber elektronik. Kemudahan akses dan melimpahnya informasi yang dapat diperoleh melalui internet, di sisi lain justru mengakibatkan mahasiswa menjadi kurang selektif dalam memilih sumber informasi yang akan digunakannya. Kemudahan untuk membagikan dan mengakses informasi digital melalui internet kini justru mengakibatkan banyaknya informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan

beredar luas melalui berbagai media publikasi digital. Salah satu contohnya adalah blog yang tidak mencantumkan kejelasan sumber informasi.

Pola literasi merupakan bentuk atau struktur yang terjadi pada suatu keadaan yang terus menerus yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam melakukan serangkaian pembelajaran mulai dari tahapan menerima dan membaca hingga tahapan menciptakan. Salah satu jenis literasi yang berkaitan dengan kemampuan khusus dalam menggunakan berbagai informasi dalam format digital adalah literasi digital. Bahwa literasi digital bukan hanya sekedar kemampuan untuk menggunakan sumber digital tersebut, namun juga kemampuan berfikir terhadap informasi yang didapatkan dari berbagai sumber multimedia secara efektif.

Generasi yang tumbuh dengan akses yang tidak terbatas dalam pemanfaatan sumber digital mempunyai pola berpikir yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Setiap orang hendaknya dapat bertanggung jawab terhadap bagaimana menggunakan teknologi untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Digital memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan keluarga dan teman dalam kehidupan sehari-hari. Sayangnya, dunia maya saat ini semakin dipenuhi konten berbau berita bohong, ujaran kebencian, dan radikalisme, bahkan praktik-praktik penipuan. Keberadaan konten negatif yang merusak ekosistem digital saat ini hanya

bisa ditangkal dengan membangun kesadaran dari tiap-tiap individu.

Konsep literasi yang banyak mengalami perkembangan dan digunakan dalam berbagai bentuk, di antaranya literasi digital yaitu kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital (A'yuni, 2015). Konsep literasi digital, sejalan dengan terminologi yang dikembangkan oleh UNESCO pada tahun 2011 (Kemdikbud, 2017), yaitu merujuk pada serta tidak bisa dilepaskan dari kegiatan literasi, seperti membaca dan menulis, serta matematika yang berkaitan dengan pendidikan.

Indonesia saat ini menempati peringkat ke-56 dari 63 negara yang dilakukan survei. Hal ini memang sedikit terbelakang, namun jika dilihat dari ITU (International Telecommunication Union), Indonesia berada di peringkat 111 dari sebelumnya peringkat 115 (indonesiabaik.id). Dalam hal ini, Pemerintah terus memperkuat gerakan-gerakan literasi di Indonesia agar dapat mengejar dan mendekati negara-negara tetangga. Sebab, literasi digital merupakan basic digital skill ketika masyarakat indonesia ingin mengetahui dan ingin meningkatkan kecakapannya untuk menggunakan ruang digital. Aspek penting yang perlu diperhatikan dalam literasi digital di Indonesia yaitu tersedianya ruang digital yang semakin intensif dipakai oleh masyarakat Indonesia. Mengutip hasil Survei APJII, terdapat 196,71 jutapengguna internet di Indonesia atau 73,7%

dari total penduduk. Hal ini menunjukkan ada lompatan pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Artinya, Indonesia semakin intensif menggunakan ruang digital yang ada (indonesiabaik.id).

2.3 Prinsip-Prinsip Dasar Pengembangan Literasi Digital

Prinsip dasar pengembangan literasi digital sebagai berikut menurut (I Putu Gede Sutrisna: Stilistika Volume 8, Nomor 2, Mei 2020):

1. Pemahaman untuk mengekstrak ide secara eksplisit dan implisit dari media
2. Saling ketergantungan antara media satu dengan media yang lain. Dahulu jumlah media yang sedikit dibuat dengan tujuan untuk mengisolasi dan penerbitan menjadi lebih mudah daripada sebelumnya. Sekarang ini dengan begitu banyaknya jumlah media, bentuk-bentuk media diharapkan tidak hanya sekadar berdampingan, tetapi juga saling melengkapi satu sama lain
3. Faktor sosial menentukan keberhasilan dalam jangka panjang media yang membentuk ekosistem organik untuk mencari informasi, saling berbagi informasi, menyimpan informasi dan akhirnya membentuk ulang media itu sendiri
4. Kurasi atau kemampuan untuk menilai sebuah informasi, menyimpannya agar dapat di akses kembali. Kurasi tingkat lanjut harus berpotensi sebagai kurasi sosial, seperti bekerja sama untuk menemukan, mengumpulkan, serta mengorganisasi informasi yang bernilai

Prinsip pengembangan literasi digital menurut Mayes dan Fowler (Kemdikbud, 2017) bersifat berjenjang. Terdapat tiga tingkatan pada literasi digital.

1. Kompetensi digital yang meliputi keterampilan, konsep, pendekatan, dan perilaku.
2. Penggunaan digital yang merujuk pada pengaplikasian kompetensi digital yang berhubungan dengan konteks tertentu.
3. Transformasi digital yang membutuhkan kreativitas dan inovasi pada dunia digital.

2.4 Kompetensi Literasi Digital

Gilster (1997:3) mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki seseorang sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain:

1. Pencarian di Internet (Internet Searching)

Gilster (1997:49) menjelaskan kompetensi sebagai suatu kemampuan seseorang untuk menggunakan internet dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yakni kemampuan untuk melakukan pencarian informasi di internet dengan menggunakan search engine, serta melakukan berbagai aktivitas di dalamnya.

2. Pandu Arah Hypertext (Hypertextual Navigation)

Gilster (1997: 125-127) menjelaskan kompetensi ini sebagai suatu keterampilan untuk membaca serta pemahaman secara dinamis terhadap lingkungan hypertext. Jadi seseorang dituntut untuk memahami navigasi (pandu arah) suatu hypertext dalam web browser yang tentunya sangat berbeda dengan teks yang dijumpai dalam buku teks. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen anatara lain: pengetahuan tentang hypertext dan hyperlink beserta cara kerjanya, pengetahuan tentang perbedaan antara membaca buku teks dengan melakukan browsing via internet. Pengetahuan tentang cara kerja web meliputi pengetahuan tentang bandwidth, http, html, dan url, serta kemampuan memahami karakteristik halaman web.

3. Evaluasi Konten Informasi (Content Evaluation)

Gilster (1997: 87-89) menjelaskan kompetensi ini sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir kritis dan memberikan penilaian terhadap apa yang ditemukan secara online disertai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi keabsahan dan kelengkapan informasi yang direferensikan oleh link hypertext. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain: kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi yakni persepsi pengguna dalam memahami tampilan suatu halaman web yang dikunjungi, kemampuan menganalisa 8 latar belakang informasi yang ada di internet yakni kesadaran untuk menelusuri lebih jauh mengenai sumber

dan pembuat informasi, kemampuan mengevaluasi suatu alamat web dengan cara memahami macam- macam domain untuk setiap lembaga ataupun negara tertentu, kemampuan menganalisa suatu halaman web, serta pengetahuan tentang faq dalam suatu newsgroup/grup diskusi.

4. Penyusunan Pengetahuan (Knowledge Assembly)

Gilster (1997: 195-197) menjelaskan kompetensi ini sebagai suatu kemampuan untuk menyusun pengetahuan, membangun suatu kumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan kemampuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi fakta dan opini dengan baik serta tanpa prasangka. Hal ini dilakukan untuk kepentingan tertentu baik pendidikan maupun pekerjaan. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yaitu: kemampuan untuk melakukan pencarian informasi melalui internet, kemampuan untuk membuat suatu personal newsfeed atau pemberitahuan berita terbaru yang akan didapatkan dengan cara bergabung dan berlangganan berita dalam suatu newsgroup, mailing list maupun grup diskusi lainnya yang mendiskusikan atau membahas suatu topik tertentu sesuai dengan kebutuhan atau topik permasalahan tertentu, kemampuan untuk melakukan crosscheck atau memeriksa ulang terhadap informasi yang diperoleh, kemampuan untuk menggunakan semua jenis media untuk membuktikan kebenaran informasi, serta kemampuan

untuk menyusun sumber informasi yang diperoleh di internet dengan kehidupan nyata yang tidak terhubung dengan jaringan.

Menurut Alkalai (2004) terdapat 5 jenis kemahiran yang tercakup dalam istilah umum *digital literacy* meliputi:

1. Photo – visual literacy adalah kemampuan untuk membaca dan menyimpulkan informasi dari visual;
2. Reproduksi literacy adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi digital PEDAGOGIA : Jurnal Ilmu Pendidikan 150 untuk menciptakan karya baru dari pekerjaan;
3. Percabangan literacy adalah kemampuan untuk berhasil menavigasi di media non-linear dari ruang digital;
4. Informasi literacy adalah kemampuan untuk mencari, menemukan, menilai dan mengevaluasi secara kritis informasi yang ditemukan di web;
5. Sosio-emosional literacy mengacu pada aspek-aspek sosial dan emosional hadir secara online, apakah itu mungkin melalui sosialisasi, dan berkolaborasi atau hanya mengkonsumsi konten.

Sepuluh kompetensi ini telah digunakan untuk mengukur skor kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia baik laki-laki maupun perempuan dalam menggunakan media digital. Indikator kompetensi literasi digital japelidi dapat dilihat pada tabel berikut ini, japelidi (2018) dalam Adikara, dkk (2021):

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 akses yang dinilai dapat bermanfaat bagi 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.	Mengevaluasi	Kompetensi untuk melakukan mitigasi risiko dan platform yang akan digunakan

6.	Mendistribusikan	Kompetensi dalam membagikan informasi dengan mempertimbangkan siapa yang akan mengakses informasi tersebut
7.	Memproduksi	Kompetensi dalam menyusun informasi baru yang akurat, jelas, dan memperhatikan etika
8.	Berpartisipasi	Kompetensi untuk berperan aktif dalam berbagi informasi yang baik dan etis melalui media sosial maupun kegiatan komunikasi daring lainnya
9.	Memverifikasi	Kompetensi melakukan konfirmasi silang dengan informasi sejenis
10.	Berkolaborasi	Kompetensi untuk berinisiatif dan mendistribusikan informasi yang jujur, akurat dan etis melalui kerja sama dengan pemangku kepentingan

		lainnya
--	--	---------

2.3 Elemen-Elemen Literasi Digital

Sementara itu, Douglas A.J. Belshaw dalam tesisnya *What is 'Digital Literacy'* (2011) mengatakan bahwa elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital ada 8 yaitu:

1. Cultural, adalah pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital.
2. Kognitif, adalah daya fikir dalam menilai sebuah konten
3. Konstruktif, adalah rekacipta sesuatu yang ahli serta aktual
4. Komunikatif, adalah memahami kinerja dari jejaring dan komunikasi di dunia digital
5. Kepercayaan diri dalam bertanggung jawab dari keputusan
6. Kreatif, adalah melakukan hal baru dengan cara baru
7. Kritis dalam menyikapi sebuah konten yang ada
8. Bertanggung jawab secara social

2.4 Faktor-Faktor Mempengaruhi Literasi Digital

Literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga ia dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkreasi, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap

menghiraukan keamanan elektronik serta konteks sosial-budaya yang berkembang (Hague & Payton, 2010).

Di dalam literasi digital kita harus memahami hal penting dari faktor-faktor penyaringan informasi berjalan dengan baik dan benar. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi literasi digital menurut dari penelitian (Haickal Attallah Naufal, 2021):

1. Keterampilan Fungsional (*Functional Skills*)

Keterampilan fungsional adalah kemampuan dan kompetensi teknis yang diperlukan untuk menjalankan berbagai alat digital sudah mahir. Hal yang terpenting dari pengembangan keterampilan fungsional adalah mampu mengadaptasi keterampilan ini dapat mempelajari cara menggunakan teknologi. Fokusnya merupakan apa yang dapat dilakukan dengan alat digital dan apa yang perlu dipahami untuk menggunakan dengan secara efektif.

2. Komunikasi Dan Interaksi

Komunikasi dan interaksi yang dapat melibatkan sebuah percakapan, diskusi, dan membangun dari ide satu sama lain untuk menciptakan pemahaman yang sama. Kemampuan berkolaborasi merupakan bekerja dengan baik bersama orang lain untuk bersama-sama menciptakan makna dan pengetahuan. Mendukung dari literasi digital pada kaum muda melibatkan pengembangan pemahaman mereka tentang

bagaimana menciptakan sebuah kolaboratif dalam penggunaan teknologi digital serta bagaimana teknologi digital dapat secara efektif mendukung proses kolaboratif di dalam kelas dan dunia yang lebih luas.

3. Berpikir Kritis

Perbedaan hakiki antara manusia dengan makhluk lainnya terletak pada kemampuan berpikir. Manusia diberi akal, dengan akalnya manusia selalu berpikir untuk mengenali sesuatu, bertanya tentang dirinya dan alam di sekitarnya (Suradika, 2000). Dengan akalnya juga manusia dapat berpikir kritis. Pemikiran kritis melibatkan perubahan, analisis, atau pemrosesan informasi data atau gagasan yang diberikan untuk menafsirkan makna pada pengembangan wawasan. Seperti, asumsi mendasar yang mendukung proses pembuatan informasi yang dapat diterima oleh akal. Kemudian sebagai komponen literasi digital juga melibatkan kemampuan dalam menggunakan keterampilan penalaran untuk terlibat dengan media digital dan kontennya serta mempertanyakan, menganalisis dan mengevaluasi. Keterlibatan menuntut untuk berpikir kritis dengan alatalat digital.

2.5 Kelebihan Dari Media Digital

Ada beberapa kelebihan dari media digital tersebut bagi pengguna digital, antara lain adalah:

1. Secara pengaksesan informasi media digital sangat mudah, cepat dan praktis, karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
2. Media digital menyuguhkan berbagai bentuk informasi secara beragam, efisien dan juga efektif.
3. Karena untuk menjalankan media digital ini tidak perlu berada dalam suatu tempat yang besar dan luas, sudah barang tentu adanya penghematan dalam tata kelola ruang akses.
4. Dalam proses komunikasinya, media digital menawarkan bentuk komunikasi dua arah yang dalam hal ini mempermudah penyampaian persepsi dan pesan yang secara lugas dan komunikatif

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait dilakukan oleh Putri Limilia & Nindi Aristi (2019) dengan judul “Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis” penelitian menyatakan konsep literasi media dan digital diterjemahkan secara berbeda oleh peneliti literasi di Indonesia. Perbedaan tersebut diawali dari perbedaan penggunaan istilah seperti literasi media, literasi digital, literasi media digital, dan literasi media internet. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan proteccionist, yaitu pendekatan yang memandang bahwa literasi media penting untuk dilakukan guna mengurangi dampak negatif dari media. Literasi digital diartikan sebagai

keterampilan khalayak dalam menggunakan dan mengkritisi konten yang ada di media digital. Literasi media digital dan literasi media internet masuk ke dalam kategori ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini juga sama yaitu proteccionist. Pemilihan metode ini berdampak pada hasil yang tidak mendalam menjelaskan fenomena literasi media dan digital di Indonesia. Ada beberapa penelitian yang menggunakan etnografi dan participation research action. Namun, sangat disayangkan, hasil penelitian yang disajikan tidak mendalam sehingga tidak berbeda jauh dengan hasil penelitian kualitatif deskriptif.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Catur Nugroho , Kharisma Nasionalita (2020) dengan judul “Indeks Literasi Digital Remaja di Indonesia” penelitian menyatakan hasil penelitian ini, yang menjadi perhatian tim peneliti adalah sumber pengetahuan penggunaan teknologi dan media digital para remaja di empat kota besar Indonesia adalah otodidak. Hal ini menunjukkan kurangnya peran keluarga, sekolah, dan pihak-pihak terkait lainnya sebagai sumber pengetahuan teknologi digital. Oleh karena itu, peran keluarga, sekolah, komunitas, dan juga Dinas Komunikasi dan Informatika di masing-masing daerah perlu ditambah, sehingga literasi digital para remaja semakin baik. Di masa mendatang, masih perlu dilakukan penelitian Indeks Literasi Digital secara menyeluruh di semua provinsi di Indonesia, agar tingkat literasi teknologi dan media digital di Indonesia dapat diketahui.

Penelitian lainnya dilakukan oleh SAPTA SARI (2019) dengan judul “Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital” penelitian menyatakan literasi media di era digital masih belum diterapkan dengan baik dalam masyarakat meskipun mereka sudah mahir menggunakan perangkat digital. Hal ini bisa dilihat masih banyak ditemui informasi yang belum jelas kebenarannya tersebar di media sosial oleh masyarakat. Perkembangan literasi media pada generasi milenial di era digital ini masih belum sesuai harapan. Generasi milenial belum mendapatkan pengetahuan yang baik mengenai literasi media, sehingga masih banyak ditemui pelanggaran dalam bermedia sosial khususnya dalam hal menyaring dan menyebarkan informasi kepada publik.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh I Putu Gede Sutrisna (2020) oleh dengan judul “Gerakan Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19” penelitian menyatakan Gerakan literasi digital yang dapat dilakukan dalam masa pandemi covid-19 adalah gerakan literasi keluarga dan gerakan literasi masyarakat. Untuk mengantisipasi penyebaran berita hoaks pada masa pandemi covid19, masyarakat perlu cermat dalam mencermati berita di media sosial. Di samping itu, masyarakat harus bijaksana dalam menggunakan media sosial dan saring sebelum sharing.

Penelitian terkait oleh Karsoni Berta Dinata (2021) oleh dengan judul “Literasi Digital Dalam Pembelajaran

Daring” penelitian menyatakan kemampuan literasi digital berperan penting dalam menunjang keberhasilan pembelajaran daring. mahasiswa dengan kemampuan literasi digital yang baik akan berupaya untuk mencari dan menyeleksi informasi yang penting dan memahami, mengkomunikasikan, dan menyampaikan gagasan-gagasan dalam ruang digital. Selain itu, kemampuan literasi digital akan membuka kesempatan kepada mahasiswa untuk berpikir, berkomunikasi, dan berkarya yang akhirnya bermuara pada kesuksesan belajar mahasiswa.

2.7 Kondisi Literasi Media Digital Orang Tua dan Anak Selama Pandemi

1. Kondisi Literasi Digital Para Orang Tua di Masa Pandemi

Orang tua kini mengalami kebingungan karena dituntut untuk selektif dalam mendampingi yang tepat buat anak-anaknya. Anak-anak menghabiskan lebih banyak waktu di rumah dan menjadi lebih gunakan gadget dengan media sosial sebagai sarana belajar, dengan teman, menghilangkan kebosanan. Penggunaan media sosial di masa pandemi ini tentunya akan menimbulkan dampak positif dan negatif anak menggunakan media sosial. Jadi bantuan orang tua diperlukan untuk meminimalkan kemungkinan dampak negative. Hal ini dimungkinkan ketika anak-anak mengakses media sosial selama pandemi Covid-19. Orang tua oleh ayah dan Ibu berperan penting dan penting dalam bimbingan dan menemani anak ke

sekolah Formal dan informal. Peran manusia yang lama itu sendiri mempengaruhi perkembangan kognitif anak, gerakan emosional dan spiritual. Peran orang tua adalah metode yang digunakan oleh orang tua berkaitan dengan pendapat tugas yang harus dilakukan dalam dampingin anak. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Sofia Zahara, Nandang Mulyana, dan Rudi Saprudin Darwis, 2021) yang berjudul “Peran Orang Tua Dalam Mendampingi Anak Menggunakan Media Sosial Di Tengah Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa pendampingan sehingga ketika anak mengakses media sosial dan mendapatkan berita tidak akurat di media sosial orang tua dapat mengontrol. Munculnya internet adalah salah satunya dengan adanya media sosial, perkembangan globalisasi telah memungkinkan masyarakat dunia untuk saling terhubung dalam lingkungan global tanpa batas.

Selama pandemi Covid-19, media dampak sosial memiliki dampak positif dan pasti akan berdampak negatif salah satu dampak positif anak dapat dengan mudah terhubung dengan teman-temannya, sebagai sarana untuk pendidikan dan rekreasi anak. Ketika anak-anak menggunakan media sosial mungkin memiliki efek negatif setiap pengguna, terutama anak-anak, salah satunya adalah cyberbullying, pornografi, mudah lupa waktu, pergaulan bebas, kecemasan. Anak-anak rentan terhadap depresi gunakan media sosial tanpa persona siapa orang tuanya mendampingi akan sangat berpotensi untuk melakukan hal-hal negatif ataupun mendapatkan perlakuan

negatif dari penggunaan media sosial itu sendiri. Maka peran orang tua dalam mendampingi anak dengan gadget dapat dilihat ketika mereka mampu memenuhi peranan dalam mendampingi anak terhadap gadget. Peranan orang tua dalam mendidik anak. Peran orang tua dalam mendidik ialah mengajarkan anak untuk tidak salah menggunakan gadget.

2. Kondisi Literasi Digital Para Anak sebagai Pelajar di Masa Pandemi.

Melaksanakan pendidikan di masa pandemi COVID-19 menjadi sebuah sistem. Sepenuhnya online, belajar di rumah melalui internet dan aplikasi yang disediakan (Darmalaksana et al., 2020). Internet adalah kemajuan teknologi, Dapat digunakan oleh komunitas di tempat kerja sebagai alat yang ampuh dalam pendidikan. Di zaman kemajuan teknologi, ini akan sangat penting mempengaruhi perilaku manusia. Di masa depan, tentu saja, manusia akan menggunakan teknologi internet untuk melakukan semua pekerjaannya, termasuk mendidikan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran online menyediakan aktivitas ini sangat penting. Selama pandemi, orang-orang mengandalkan akses digital untuk memfasilitasi kegiatan bisnis dan pendidikan. Kemajuan dalam digitalisasi juga telah memfasilitasi dan Mendukung siswa atau pendidik dalam proses pengajaran. Gadget salah satunya Sebuah alat yang dapat meningkatkan minat belajar siswa. Dengan bertambahnya gadget sistem, siswa tampak lebih termotivasi dan aktif belajar (Mahfud & Wulansari, 2018).

Aplikasi pendidikan di Indonesia menggunakan media pembelajaran selama pandemi Online dengan menggunakan aplikasi yang sudah tersedia dan siap sedia Melalui gadget, laptop dan komputer. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Luqman Hidayat dan Andini Dwi Nurfajarwat, 2021) yang berjudul “Problematika Pembelajaran Daring Terhadap Anak Berkebutuhan Khusus Di Masa Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa pembelajaran berbasis online dilakukan ditengah merebaknya pandemi Covid-19. Di sisi lain, para orang tua siswa juga kebingungan ketika harus mendampingi putraputrinnya menyelesaikan setumpuk tugas, mereka juga harus memikirkan kelangsungan hidup dan pekerjaan yang terjadi ditengah krisis (Rusdiana et al., 2020).

Tingkat emosi, kecerdasan dan karakter masa depan seorang anak ditentukan oleh kebiasaan yang diajarkan selama fase ini, anak usia dini berusaha untuk mengungguli dirinya dengan mencoba meniru orang dewasa, baik dalam berbicara maupun dalam perilakunya (Fauziah & Munastiwi, 2019). Peran orang tua sangat penting untuk menemani belajar anaknya ketika mereka pergi ke sekolah. Dengan pembelajaran saat ini berlangsung secara online, penggunaan media sosial untuk anak-anak memiliki manfaat besar, tetapi juga efek samping atau efek negatif. Dalam pembelajaran online, sikap antisosial anak dihasilkan oleh kesenangan anak bermain gadget, banyak perubahan sikap antisosial, saat anak-anak menerima gadget

dari orang tuanya, dia lebih peduli tentang bermain dunia maya.

2.8 Solusi Yang Perlu Dilakukan

Kita harus menerima dominasi penggunaan media digital. Kita harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu memaksimalkan dampak positif dan meminimalisir dampak negatif. Solusi yang perlu di pertimbangkan antara lain :

- a. Sosialisasi terhadap masyarakat mengenai pentingnya literasi media terutama media digital. Tujuannya adalah agar kita dapat mengontrol efek dari media yang kita gunakan dan mampu menyaring informasi yang beredar. Kegiatan sosialisasi dapat berupa :
 - Penyuluhan dari Dinas Kominfo setempat terhadap masyarakat sekitar
 - Iklan layanan masyarakat, baik dengan media cetak, elektronik online maupun intogrfis lainnya
 - Kampanye “Jam Gadget” bagi para orang tua, guru, maupun pihak sekolah agar membuat batasan jam penggunaannya (terutama bagi pelajar SD dan SMP)
 - Membumikan slogan literasi media kepada masyarakat yaitu : saring sebelum sharing.
- b. Memberi edukasi baik kepada orang tua dan anak mengenai pemilihan konten informasi yang boleh di konsumsi :
 - Youtube for kids, dibuat untuk menyediakan lingkungan

yang lebih terkontrol bagi anak-anak, sehingga lebih mudah dan menyenangkan bagi mereka untuk menjelajah sendiri, dan lebih mudah bagi orang tua serta pengasuh untuk memandu perjalanan mereka ketika menemukan minat baru yang menarik di sepanjang prosesnya.

- Akun pada smartphone yang sudah menyediakan parental control, jika melihat sesaat mungkin aplikasi semacam ini terlihat sangat menjanjikan solusi dan menjadi solusi bagi orangtua atas segala permasalahan dalam melindungi anak. Tapi ada satu hal yang pasti, bahwa tidak semua aplikasi parental control memiliki fitur dan kemampuan yang sama, karena itu sangat penting untuk memahami dengan baik aplikasi parental control seperti apa yang terbaik untuk keluarga.
 - Menggunakan email orang tua untuk login pada gadget agar bisa di kontrol dalam akses yang digunakan pada anak.
- c. Memberi edukasi mengenai cara memproduksi pesan di media digital dengan kampanye netiket (internet beretiket) yang sudah digagas oleh kominfo, seperti:
- Tidak menyebarkan informasi *hoax*. *Hoax* adalah informasi palsu, berita bohong, atau fakta yang diplintir atau direkayasa untuk tujuan lelucon hingga serius (politis) (menurut prokomsetda,2019).
 - Tidak melakukan *hate speech*. *Hate Speech* (Ucapan Penghinaan/atau kebencian) adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau

kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain (menurut prokomsetda,2017).

- Menggunakan bahasa yang sopan
- Tidak menyebarkan postingan data pribadi

Orang tua dan anak harus terlibat dan bekerja sama dalam menggunakan gadget sehingga bisa bersama-sama membuat aturan dan batasan dalam penggunaannya.

Adapun peluang dan tantangan dari literasi digital di Sumatra Utara sebagai berikut, peluang dari literasi digital di Sumatera Utara ini adalah generasi muda belajar lebih apa mengenai teknologi karena akses informasi yang banyak dan terpaksa selama pandemi harus belajar daring dan Kominfo rajin mengadakan kegiatan literasi digital di berbagai daerah di Indonesia. Kegiatan untuk wilayah Sumatera (kota Medan dan sekitarnya) dilaksanakan pada 12-14 Oktober 2021 secara luring. Sedangkan tantangan literasi digital di Sumatera Utara ialah belum adanya kegiatan gerakan literasi digital yang secara spesifik ditujukan bagi para orang tua dan Pimpinan provinsi/ kota madya/ kabupaten tidak aktif mengadakan kegiatan tambahan terkait literasi digital untuk mendukung gerakan yang telah diinisiasi Kominfo

Berikut ini ada kelebihan dan kekurangan pembelajaran daring serta tatap muka dapat dilihat di bawah ini menurut dari (Karsoni Berta Dinata, Jurnal Eksponen, Vol. 11 No. 1, April 2021):

❖ Kelebihan Pembelajaran Tatap Muka Langsung:

1. Respon balik yang cepat
2. Sudah menjadi sesuatu yang familiar bagi pengajar dan murid
3. Memotifasi Pelajar
4. Penanaman jiwa sosial dengan lingkungan sekitar

❖ Kekurangan Pembelajaran Tatap Muka Langsung:

1. Terlalu bergantung kepada pengajar
2. Terbatas oleh waktu dan lokasi
3. Semakin hari biaya pembelajaran semakin mahal

❖ Kelebihan Pembelajaran Daring:

1. Pembelajaran pusat dan melatih kemandirian murid
2. Biaya terjangkau untuk para peserta
3. Akses yang tidak terbatas dalam perkembangan pengetahuan

❖ Kekurangan Pembelajaran Daring:

1. Kurang cepat umpan balik yang dibutuhkan dalam proses belajar mengajar
2. Pengajar perlu waktu lebih lama untuk mempersiapkan

diri

3. Terkadang membuat beberapa orang merasa tidak nyaman
4. Adanya frustrasi, kecemasan dan kebingungan.

Akibat dari pandemi ini adalah terjadinya perubahan bentuk pembelajaran dari pembelajaran tatap muka langsung menjadi pembelajaran daring. Aspek yang dipakai dalam pembelajaran daring yaitu komputer, laptop, atau *smartphone* pastinya menggunakan sinyal internet atau wifi. Yang tentu saja aplikasi yang diperlukan dalam pembelajaran daring seperti zoom, whatsapp, gmail, google classroom, dan lain-lain. Kemampuan orang tua memberikan *smartphone* kepada anak tidak di lihat kemampuan literasi digital yang baik sehingga pengguna teknologi dan media sosial minim kontrol Menurut Nasionalita dan Nugroho terdapat 2 (dua) masalah krusial (Nasionalita dan Nugroho, 2020) yaitu :

1. Informasi yang tersebar di internet bermacam-macam, mulai dari informasi yang faktual hingga informasi fiktif. Informasi pun mengalir deras, cepat dan tidak dapat dibendung. Ketidcakapan merespons dan mengelola informasi akan mengakibatkan kondisi yang lebih buruk daripada information overload. Ini karena dalam kebingungannya, manusia terjebak dalam cyberswamp atau rawa informasi yang pekat.
2. Fleksibilitas kreasi konten informasi merupakan daya tawar dari teknologi informasi dan komunikasi.

Fleksibilitas tersebut memberi celah pada penciptaan informasi sebagai komoditas yang disengaja, sehingga memunculkan disinformasi. Disinformasi merupakan informasi salah yang sengaja dikreasikan.

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari intensifikasi literasi digital orang tua dan anak di masa pandemi adalah :

1. Literasi digital efektif akan mencapai jika ada kerjasama dan kesamaan persepsi antara generasi muda dengan para orang tua terkait penggunaan teknologi dan media sosial.
2. Literasi digital harus dilakukan berkesinambungan agar menghasilkan maksimal
3. Literasi digital sangat dibutuhkan untuk menciptakan kontrol diri individu yang baik dalam meminimalisis dampak teknologi terkhusus media sosial.
4. Pola literasi merupakan bentuk atau struktur yang terjadi pada suatu keadaan yang terus menerus yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam melakukan serangkaian pembelajaran mulai dari tahapan menerima dan membaca hingga tahapan menciptakan

3.2 Saran

Saran dari intensifikasi literasi digital orang tua dan anak di masa pandemi adalah Meningkatkan frekuensi pelaksanaan kegiatan gerakan literasi digital bagi generasi muda dan para orang tua dan melakukan pencegahan terhadap literasi digital yang membuat generasi muda berdampak negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Daud Hasibuan (2021). Literasi Digital Mahasiswa BKPI FITK UIN Sumatera Utara Tahun 2021: Jurnal Pendidikan Islam. 2 (1)
- Akbar, M. F., & Anggraeni, F. D. (2017). Teknologi Dalam Pendidikan : Literasi Digital dan Self-Directed Learning pada Mahasiswa Skripsi. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1).
- Baety, D. N., & Munandar, D. R. (2021). Analisis efektifitas pembelajaran daring dalam menghadapi wabah pandemi covid-19. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(3),880-989.
- Catur Nugroho , Kharisma Nasionalita (2020). Indeks Literasi Digital Remaja di Indonesia: Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 2

Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, dan Renata Anisa (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital: Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 7, No. 1

Dinata & Darwanto. 2021. Urgensi Kemampuan Literasi Digital dalam Pembelajaran Daring. Implementasi Merdeka Belajar Di Masa Pandemi Covid 19: Peluang dan Tantangan (Prosiding). Bandar Lampung: 16 Februari 2021. Hal. 388-398.

Fitriyani, Septian Mukhlis (2021). URGENSI PENGGUNAAN DIGITAL LITERASI DALAM PELAKSANAAN PENDIDIKAN DIMASA PANDEMI: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: JURNAL DIKODA Volume 1 Nomor 1.

Fatmawati, N. I. (2019). Literasi Digital, Mendidik Anak Di Era Digital Bagi Orang Tua Milenial: Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan, Vol. 11No. 2: 119-138.

Hidayat, L., & Nurfajarwati, A. D. (2021). PROBLEMATIKA PEMBELAJARAN DARING TERHADAP ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI MASA PANDEMI COVID-

19. *Exponential (Education For Exceptional Children) Jurnal Pendidikan LuarBiasa*, 2(2), 264-272.

I Putu Gede Sutrisna (2020). GERAKAN LITERASI DIGITAL PADA MASA PANDEMI

COVID-19: Stilistika Volume 8, Nomor 2

Ixnatius Nugroho Adhi Santoso, Wiwid Noor Rakhmad (2020).
PENGAWASAN ORANGTUA DAN LITERASI DIGITAL
KELUARGA MELALUI DIALOG SERTA MEDIASI TERHADAP
ANAK-ANAK MEREKA

Karsoni Berta Dinata (2021). LITERASI DIGITAL DALAM
PEMBELAJARAN DARING:

Jurnal Eksponen, Vol. 11 No. 1.

Kartini, K. (2021). Analisis Pembelajaran Online Anak Usia Dini
Masa Pandemi COVID-19 Kota dan Perdalaman. *Jurnal
Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(2), 809- 818.

Kurnianingsih, I., Rosini, R., & Ismayati, N. (2017). Upaya
Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga
Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat
Melalui Pelatihan Literasi Informasi: Jurnal Pengabdian
Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Jurnal
Perspektif – Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bali |
202 Community Engagement), 3(1), 61.

Komasari, S., Samsudin, S., & Mulyadi, M. (2021). Dampak
Masif Pandemi Virus Covid- 19 terhadap Pelaksanaan
Metode Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar Negeri
Ragi Palibelo Kabupaten Bima. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*,
11(1), 25-30.

Muniroh Munawara, Fakhruddinb, Achmad Rifai RCb, Titi
Prihatin (2019). Keterlibatan Orangtua dalam Pendidikan

Literasi Digital Anak Usia Dini: SEMINAR NASIONAL
PASCASARJANA 2019

- Ma'ruf, A., Putri, D. M., Karomah, D. G., & Hania, I. (2021). Urgensi Pendidikan Karakter Bagi Remaja di Era Digital. *Jurnal Sosial Sains*, 1(9), 1-101.
- Nani Pratiwi dan Nola Pritanova. (2017). Pengaruh literasi digital terhadap psikologis anak dan remaja
- Nadhiroh, D., & Hendrik, H. (2021). Pembelajaran daring di masa pandemi: Literatur Review. *AUTOMATA*, 2(2).
- Putri Limilia & Nindi Aristi (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis: *Jurnal KOMUNIKATIF* Vol. 8 No. 2.
- Pilliang, Y. (2012). MASYARAKAT INFORMASI DAN DIGITAL: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial: *Jurnal Sosioteknologi*, 11(27), 143–155
- SAPTA SARI (2019). LITERASI MEDIA PADA GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITAL: *Jurnal Professional FIS UNIVED* Vol.6 No.2
- Suci Lestari, Indah Kurnianingsih, Wardiyono (2018). Pengukuran Kemampuan Literasi Digital Orang Tua Menggunakan Instant Digital Competence Assessment (Instant DCA): *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 3 (2)

Riyodina G. Pratikto (2020). LITERASI MEDIA DIGITAL GENERASI Z (STUDI KASUS PADA REMAJA SOCIAL NETWORKING ADDICTION DI JAKARTA):

Yentri Anggeraini, Abdurrachman Faridi, Januarius Mujiyanto, Dwi Anggani Linggar Bharati (2019). Literasi Digital: Dampak dan Tantangan dalam Pembelajaran Bahasa: SEMINAR NASIONAL PASCASARJANA 2019

Yudha Pradana (2018). ATRIBUSI KEWARGAAN DIGITAL DALAM LITERASI DIGITAL: UCEJ, Vol. 3 No. 2

Zahara, S., Mulyana, N., & Darwis, R. S. (2021). Peran Orang Tua Dalam Mendampingi Anak Menggunakan Media Sosial Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 105-114.

Buku

Frida Kusumastuti, Santi Indra Astuti, Yanti Dwi Astuti, Mario Antonius Birowo, Lisa Esti Puji Hartanti, Ni Made Ras Amanda & Novi Kurnia (2021). Etis Bermedia Digital

Gilang Jiwana Adikara, Novi Kurnia, Lisa Adhrianti, Sri Astuty, Xenia Angelica Wijayanto, Fransiska Desiana & Santi Indra Astuti (2020). Keamanan Bermedia Digital

Internet

<https://mediaindonesia.com/teknologi/445079/ini-pengertian-literasi-digital-dan-pentingnya-bagi-pelajar>

<https://katadata.co.id/anhar/infografik/61444fc2145f0/mengenal-literasi-digital> <https://tirto.id/apa-itu-literasi-digital-prinsip-dasar-manfaat-dan-contohnya-gbhL>
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

**LITERASI MEDIA DIGITAL DIKALANGAN
MAHASISWA KOTA MEDAN**
Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Kota Medan

Hera Chairunisa
Universitas Sumater Utara
Heraunimed@gmail.com

PENDAHULUAN

Bagaimana Penggunaan Media Dikalangan Mahasiswa

Kemajuan teknologi memberikan dampak pada kehidupan dan hubungan masyarakat sehari-hari. Teknologi digunakan untuk berbagai hal, mulai dari mengakses berbagai informasi dan berinteraksi dengan layanan publik hingga bekerja dari rumah, berkolaborasi dengan kolega hingga berkomunikasi dengan teman, menerima pendidikan dari jarak jauh hingga mengakses informasi secara cepat.

Teknologi informasi saat ini berkembang pesat sesuai dengan kebutuhan. Internet merupakan teknologi terkini yang hampir setiap orang membutuhkannya, sehingga menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama. Penyebaran kebudayaan antarkomunitas hingga antarbangsa, dapat terjadi berkat keterbukaan informasi dengan berbagai fasilitas komunikasi digital, ketersediaan transportasi yang semakin

banyak dan murah, dan bahkan kemudahan migrasi dengan kebijakan antarnegara yang semakin terbuka (Setiawan, 2020).

Media digital telah masuk ke dalam sendi-sendi kehidupan bermasyarakat. Kehidupan ekonomi, sosial budaya, psikologis dan hal-hal lainnya dari masyarakat dapat terpengaruh dengan mudah karena keberadaan media. Dalam bidang perekonomian, media turut memberikan dampak yang positif, misalnya melalui periklanan media dapat meningkatkan nilai perekonomian bagi pelaku ekonomi yang mengiklankan produnya. Dengan adanya iklan maka nilai penjualan produk akan meningkat, hal ini tentu berpengaruh terhadap kebutuhan tenaga kerja, karena semakin besar perusahaan maka akan membutuhkan banyak tenaga kerja. Tidak hanya dalam bidang perekonomian, media juga dapat menciptakan peluang pekerjaan yang berhubungan dengan media itu sendiri, misalnya menjadi seorang blogger, Youtubers, atau profesi lain yang berhubungan dengan media digital. Dibalik dampak positif yang ditimbulkan, media digital tetaplah digambarkan sebagai mata uang yang memiliki dua sisi berbeda, yaitu nilai positif dan negatif.

Perkembangan dan pemanfaatan media digital saat ini semakin berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Hasil survei APJII tahun 2019-2020 menemukan pengguna internet saat ini mencapai 73,7%, yaitu sekitar 196,7

juta pengguna dari jumlah seluruh warga Indonesia 266.911.900 jiwa (BPS 2019).

Dengan kenyataan yang menunjukkan tingginya pengguna internet di Indonesia, dan tingginya tingkat mengakses konten informasi dan media sosial, tidak selalu menjamin kedewasaan penggunanya (netizen) Indonesia dalam menggunakan internet. Selain dari kesenjangan yang terjadi, terdapat pula berbagai kasus penyalahgunaan Internet yang juga semakin marak, mulai dari internet fraud, adiksi atau kecanduan, pelanggaran privasi, bias realitas, hingga yang paling sering terjadi adalah meluasnya hoax. Jika ditelisik lebih jauh, sejumlah kasus tersebut bermuara pada satu hal, yaitu rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia (Kurnia,dkk., 2016).

Saat ini semakin banyak bermunculan situs-situs baru yang dapat di akses oleh para pengguna internet. Situs-situs jejaring sosial tersebar dengan berbagai kegunaan, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Snapchat, dan WhatsApp dan lain sebagainya. Selain memiliki berbagai manfaat, ada juga potensi yang merugikan dari penggunaan situs-situs tersebut. Selain memunculkan ancaman terhadap privasi penggunanya, efek negatif yang dapat terjadi adalah pencemaran nama baik, penipuan, dan bullying.

Menanggapi kasus negatif penggunaan internet dan media sosial, telah ada pihak-pihak yang melakukan berbagai

upaya untuk meningkatkan literasi media digital di tengah masyarakat. Literasi media digital ini difokuskan kepada penggunaan media sosial. Upaya yang sebenarnya telah dimulai bertahun-tahun silam itu dilakukan dengan menggunakan berbagai pendekatan guna menuntaskan berbagai isu terkait dengan permasalahan digital media. Ada yang memakai pendekatan general, yaitu memberikan pembekalan literasi digital secara umum. Ada pula yang menggunakan pendekatan tematik, entah itu membidik konten tertentu seperti “anti-hoax”, “internet security”, atau berfokus pada cohort tertentu seperti remaja, anak-anak, guru, atau komunitas lainnya.

Literasi media merupakan salah satu cara untuk membuat masyarakat cerdas dalam menghadapi terpaan media massa dan untuk menyaring informasi yang masuk. Secara sederhana literasi media adalah kemampuan seseorang untuk mengerti media secara lebih mendalam lagi. Literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengirimkan pesan dalam format cetak dan non cetak (televisi, video, film, iklan dan internet) yang menyajikan berbagai hal.

Keberadaan literasi media sangat dibutuhkan untuk membuat khalayak media menjadi lebih cerdas lagi di dalam menerima informasi di era seperti sekarang ini. Dengan literasi media masyarakat diharapkan bisa lebih bijak di dalam menerima informasi serta lebih bijak di dalam menyebarkan

informasi yang dia dapat, serta lebih jauh lagi masyarakat diharapkan bisa memiliki kemampuan untuk memproduksi informasi yang layak dan bermanfaat.

Dari banyaknya pengguna media digital atau internet di Indonesia didominasi oleh remaja. Salah satu kelompok remaja yang banyak menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi pascamillennial, yaitu kelompok muda yang lahir dari rentang tahun 1996 hingga 2010, mereka dikenal dengan *native digital* atau generasi *net*. Sebagai *digital natives* atau generasi yang lahir pada saat era digital sudah berlangsung dan berkembang pesat, mereka menerima media sosial sebagai sesuatu yang *taken for granted* atau sesuatu yang sudah biasa. Ini berbeda dengan generasi orang tua mereka yang masuk dalam kategori *digital immigrant* atau generasi yang lahir sebelum generasi digital, media digital belum begitu berkembang. Generasi yang hidup pada era ini memiliki kecenderungan selalu melibatkan media digital dalam setiap kegiatan di kehidupan mereka. Bahkan bisa dikatakan, generasi ini tidak dapat dipisahkan dengan media baru.

Meskipun berstatus mahasiswa, yang jelas hidup dilingkungan pendidikan tidak menjamin mereka semua memahami literasi digital. Dari pengamatan penulis terhadap beberapa mahasiswa kota Medan masih ditemukan berbagai permasalahan terkait dengan rendahnya tingkat literasi digital,

diantaranya yang sering terjadi yaitu adiksi atau kecanduan internet yang membuat mereka lalai dari berbagai kewajiban; pelanggaran privasi, atau mereka kurang bisa melindungi privasi mereka sendiri dengan *mengupload* berbagai kegiatan atau cerita yang tidak seharusnya menjadi konsumsi publik; kurangnya pemahaman terhadap peraturan dan kebijakan pemerintah mengenai penggunaan internet dan media sosial; dan yang paling sering terjadi adalah meluasnya hoax atau berita bohong yang begitu mudah dipercaya dan disebarluaskan begitu saja tanpa mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu.

Dalam penilaian tingkat literasi media, tingkat kompetensi individu terdiri dari tiga kategori yaitu *Technical Skills* atau kemampuan untuk mengakses dan mengoperasikan media; *Critical Understanding* atau kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi konten media secara komprehensif; *Communicative Abilities* yaitu kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi melalui media serta memproduksi konten media. (*European Commission. 2009. In study assessment criteria for media literacy levels*).

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diambil sebuah permasalahan, pentingnya pemahaman literasi media sosial khususnya bagi mahasiswa. Mahasiswa sebagai kelompok usia muda atau remaja akhir berusia antara 18-20 tahun seringkali masih belum mandiri dan umumnya masih menjadi tanggungan

keluarga (Sudarmanti dan Yusuf, 2016). Keberadaan gadget (*smartphone*) sebagai media komunikasi dan akses internet menjadi kebutuhan terpenting bagi mereka. Dengan kurangnya pemahaman tentang literasi media sosial akan menjadikan mereka terpapar dampak negatif atau melakukan kesalahan dalam menggunakan media sosial dewasa ini oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat bagaimana tingkat literasi media digital pada mahasiswa di kota Medan.

KAJIAN TEORI

Media Digital

Media digital merupakan berbagai macam bentuk peralatan dan aplikasi teknologi dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media dan alat komunikasi. Perkembangan website dengan fungsi sosial berimbas pada terjadinya komunikasi, interaksi, dan kolaborasi dalam dunia digital. Komputer, *smartphone*, *website*, blog, aplikasi jejering sosial, surat kabardan majalah online, serta berbagai peralatan dan aplikasi lain dengan dukungan internet untuk komunikasi, interaksi, dan kolaborasi menjadi bentuk media digital.

Literasi

Literasi berasal dari bahasa Latin *littera* (huruf), sehingga terkadang literasi diterjemahkan sebagai keaksaraan. Ini sesuai dengan definisi literasi adalah kemampuan membaca

dan menulis. Orang yang memiliki kemampuan membaca dan menulis disebut orang yang melek aksara atau melek huruf. Dalam perkembangannya, definisi literasi selalu berevolusi sesuai dengan tantangan zaman. Namun saat ini literasi lebih dari sekedar kemampuan baca tulis, literasi tidak terlepas dari keterampilan bahasa yaitu pengetahuan bahasa tulis dan lisan yang memerlukan serangkaian kemampuan kognitif, pengetahuan tentang genre dan kultural.

Ofcom (2004), mendefinisikan literasi sebagai berikut:

“keterampilan yang digunakan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan sekaligus mengkomunikasikannya dalam berbagai macam format. Lebih dari pada itu adalah mampu mengenali dan mengerti informasi secara komprehensif untuk mewujudkan cara berpikir kritis, seperti tanya jawab, menganalisa dan mengevaluasi sebuah informasi”.

Literasi Media

Literasi media dapat diartikan sebagai kepedulian masyarakat terhadap efek negatif dari media massa. Seperti kita ketahui media massa mempunyai dua sisi mata pedang memberikan dampak positif dan negatif. Namun terkadang sisi negatif dari media masa terkesan lebih mendominasi penggunaannya. Bebara dampak negatif yang sering muncul diantaranya mengurangi privasi individu, meningkatkan potensi kriminal, dan juga menimbulkan overload dalam

berkomunikasi. Oleh karena itu dengan memahami literasi media, netizen dapat memberikan reaksi serta menilai sebuah pesan media dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab.

Silverblatt menyebutkan empat tujuan literasi media yaitu:

1. Kesadaran kritis. Kesadaran kritis memberikan manfaat bagi khalayak untuk mendapat informasi secara benar terkait coverage (cakupan) media dengan membandingkan antara media yang satu dengan yang lain secara kritis.
2. Lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, menginterpretasikan pesan media.
3. Membangun sensitifitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari
4. kebudayaan.
5. Mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah.

Literasi Digital

Konsep literasi digital telah ada sejak tahun 1990. Konsep ini terus bertransformasi dari masa ke masa (Potter, 2010). Gilster (1997:1-2), menjelaskan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format. Gilster menjelaskan bahwa konsep literasi bukan hanya mengenai kemampuan untuk membaca saja, melainkan kemampuan membaca dengan makna dan memahami. Literasi digital mencakup penguasaan ide-ide,

bukan hanya penekanan tombol. Jadi, Gilster lebih menekankan pada proses penelaahan logis dan berpikir kritis ketika berhadapan dengan media digital daripada kompetensi teknis sebagai keterampilan inti dalam literasi digital.

Secara umum, literasi digital dianggap sebagai kebijaksanaan masyarakat dalam menggunakan internet dan media digital. Gilster (1997:3) menjelaskan bahwa selain seni berpikir kritis, kompetensi lain yang dibutuhkan adalah mempelajari bagaimana menyusun pengetahuan serta membangun sekumpulan informasi yang dapat diandalkan dari beberapa sumber yang berbeda. Seseorang yang memiliki kemampuan literasi digital diharapkan mampu mencari serta membangun strategi dalam menggunakan *search engine* guna menemukan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Dengan demikian, literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mencari, mempelajari, dan memanfaatkan berbagai sumber media dalam berbagai bentuk (Silvana dan Darmawan, 2018).

Di Indonesia, konsep literasi digital sudah mulai banyak diterapkan. Akan tetapi, konsep ini sering disalah artikan. Beberapa praktisi dan akademisi masih melihat bahwa literasi digital dan literasi media merupakan konsep yang sama. Padahal, kedua konsep tersebut berbeda. Misalnya, literasi media hanya mengacu kepada keterampilan menggunakan

media audio visual sedangkan literasi digital lebih dari itu (Buckingham, 2015).

Menurut Brian (2015) dalam jurnal yang ditulis oleh Maulana (Maulana, 2015) menjelaskan setidaknya terdapat 10 manfaat dari literasi digital, diantaranya.

a. Menghemat Waktu,

Dalam penggunaan literasi digital pengguna tidak harus mengunjungi langsung tempat tujuan untuk mendapatkan informasi. Tidak hanya itu, bagi pelajar dan mahasiswa literasi digital dapat menghemat waktu terlebih dimasa pandemi sekarang ini yang segala kegiatan pembelajaran dilakukan secara daring.

b. Belajar Lebih Cepat

Literasi digital dapat membantu seseorang dalam menemukan informasi dengan cepat, hanya dengan menggunakan media elektronik seperti komputer dan *smartphone*. Hanya dalam hitungan detik pengguna akan mendapatkan informasi yang diinginkan.

c. Menghemat Uang

Dengan memanfaatkan literasi digital, mahasiswa maupun pelajar yang mengikuti bimbingan belajar setelah sekolah, dapat mengikuti bimbingan belajar secara online atau biasanya.

d. Membuat Lebih Aman

Internet menyediakan banyak informasi yang bernilai, oleh karena itu internet dapat dijadikan referensi ketika seseorang mengetahui dengan tepat sesuai kebutuhannya. Sebagai masyarakat yang paham akan literasi dalam dunia digital saat ini banyak informasi yang memang diragukan kebenarannya. Namun, jika netizen mengambil langkah yang tepat maka informasi yang didapatkan berupa kebenaran.

e. Selalu Memperoleh Informasi Terkini

Kehadiran informasi digital terpercaya akan membuat seseorang selalu memperoleh informasi baru atau *uptodate*. Pada era digital seperti sekarang ini, informasi dapat berubah hanya dalam hitungan detik, informasi yang begitu banyak dan beragam dapat mempengaruhi sudut pandang masyarakat akan berita yang dipublikasikan.

f. Selalu Terhubung

Dalam hal-hal yang bersifat penting dan mendesak, literasi digital akan memberikan manfaat tersendiri. Media internet saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia bahkan masyarakat dunia karena seluruh informasi akan selalu terhubung dalam media digital.

g. Membuat Keputusan yang Lebih Baik

Literasi digital membuat individu dapat membuat keputusan yang lebih baik karena ia memungkinkan mampu untuk mencari informasi, mempelajari, menganalisis dan membandingkannya kapan saja.

h. Dapat Membuat Seseorang Bekerja

Dengan literasi digital, maka ini dapat membantu pekerjaan sehari-hari terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan komputer seperti penggunaan aplikasi-aplikasi seperti aplikasi manajemen dokumen ilmiah, dan pekerjaan lainnya.

i. Membuat Lebih Bahagia

Internet menyediakan berbagai macam bentuk hiburan, mulai dari video, film, novel online, hingga games yang dapat menghibur penggunanya dan menimbulkan perasaan bahagia.

j. Mempengaruhi Dunia.

Di dalam internet tersedia tulisan-tulisan yang dapat mempengaruhi pemikiran para penggunanya. Dengan penyebaran konten melalui media yang tepat akan memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan perubahan dinamika kehidupan sosial yang dapat mempengaruhi dunia dari masa ke masa. Pemanfaatan

informasi melalui media digital merupakan bentuk informasi yang tanpa batas bagi siapapun.

Jenis-Jenis Literasi Digital

Maddern (2013) membagi Literasi digital menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Internet, dimana setiap pengguna dapat mengakses berbagai bentuk keaksaraan. Pengguna dapat mencari dengan melalui halaman web.
2. Media sosial yaitu sebuah media yang digunakan untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain secara online tanpa batasan waktu.
3. *Elektonic Talking Books* (ETBs) yaitu buku cerita digital yang suaranya dari komputer,perangkat eletronik atau internet.
4. *E-book* yaitu buku yang dicetak dalam bentuk digital, perangkat ini memungkinkan pengguna mendownload dan menyimpan kumpulan bukubuku dalam bentuk digital.
5. *Blog atau weblog* yaitu sebuah tulisan seseorang seperti buku harian yang ditulis danditampilkan dihalaman web.
6. *Smarthphone* yaitu Hp pintar yang dapat digunakan oleh pengguna untuk berkomunikasi dan dapat memperoleh informasi secara online. Berdasarkan jenis-jenis literasi digital diatas dapat disimpulkan bahwa literasi digital dapat dilakukan dengan berbagai bentuk dan jenis yang
7. tujuannya untuk memperoleh informasi

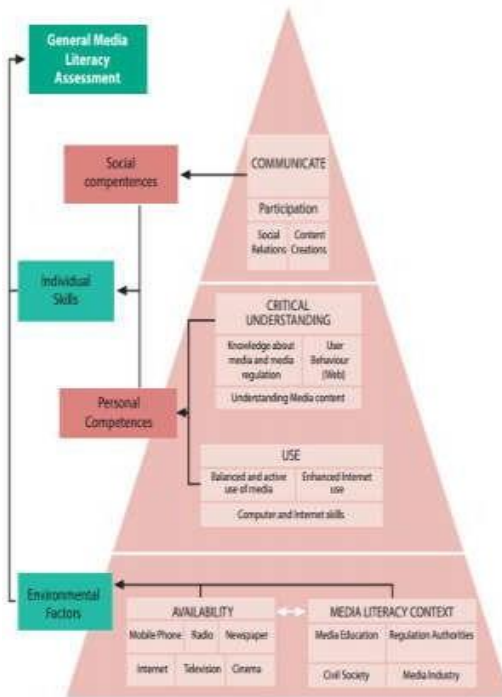
Elemen Literasi Digital

Belshaw (2011,90) menyebutkan setidaknya terdapat delapan elemen untuk mengembangkan literasi digital, yaitu:

1. Kultural, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna digital
2. Kognitif, yaitu daya pikir dalam menilai konten
3. Konstruktif, yaitu reka cipta sesuatu ahli dan actual
4. Komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab
6. Kreatif, melakukan hal baru dengan cara baru
7. Kritis dalam menyikapi konten
8. Bertanggung jawab secara sosial

Model literasi Digital

Pada penelitian ini, yang digunakan untuk menilai tingkat literasi media hanyalah padatingkat kompetensi individu saja. Tingkat kompetensi individu terdiri dari tiga kategori yaitu:



Gambar: struktur media literacy assessment criteria
 (European Comission, 2009; Sumber: European Comission, 2009)

1. *Technical Skills*, yaitu kemampuan untuk mengakses dan mengoperasikan media. Technical skills ini mencakup beberapa criteria, yaitu: kemampuan menggunakan komputer dan internet, kemampuan menggunakan media secara aktif, kemampuan menggunakan internet yang tinggi.

2. *Critical Understanding*, yaitu kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi konten media secara komprehensif. Kriteria *critical understanding* adalah kemampuan memahami konten dan fungsi media, memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media, perilaku pengguna dalam menggunakan media.
3. *Communicative Abilities*, merupakan kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi melalui media serta memproduksi konten media. (*European Commission.2009. In study assessment criteria for media literacy levels.*)

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan literasi media digital adalah keahlian atau kemampuan seseorang memanfaatkan komputer, Internet, telepon, PDA dan peralatan digital yang lain sebagai alat penunjang komunikasi secara benar dan optimal”.

Mahasiswa Sebagai Audiens Media

Mahasiswa melalui media dapat belajar mengenali kehidupan luar sekaligusmendapatkan sosialisasi nilai-nilai yang berdaulat di tengah masyarakat sesuai realitas yang dipotret media. Ketika remaja berhadapan dengan media, remaja menampilkan karakternya yang dinamis. Remaja pada dasarnya selalu ingin tahu, mudah terpengaruh, cenderung menerima begitu saja isi media [8]. Disisi lain, remaja akrab dengan teknologi, tidak takut berhadapan dengan hal-hal baru

dan cenderung idealis [9]. Remaja merupakan kelompok budaya yang berbeda dan signifikan, sebagai sebuah segmen pasar, sebagai sub-kultur dan yang memimpin jalan dalam penggunaan media baru. Remaja adalah titik dimana seorang individu berusaha untuk membangun identitas, untuk membentuk kelompok sosial dan untuk menegosiasikan makna budaya yang mereka miliki. Diantara semuanya, media menjadi bagianpusatnya (Osgerby, 2004).

Penelitian yang relevan

Riyodina G. Pratikto dan Hinta Kristanty dalam artikelnya yang berjudul "Literasi Media Digital Generasi Z (Studi Kasus Pada Remaja Social Networking Addiction Di Jakarta)" menemukan bahwa pada generasi Z (remaja yang mengalami social networking addiction) di wilayah Pesanggerahan, kondisi literasi media digital nya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, pada level *technical skill* belum maksimal dalam memahami fungsi, isi pesan media, serta dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dari menggunakan social networking. *Kedua*, pada level *critical understanding* belum maksimal ditandai dengan perilaku para informan, yakni mereka belum memahami fungsi sesungguhnya *social networking* dan bagaimana mengelola isi pesan media, serta belum pernah membaca UU ITE. Hal ini dilihat dari para informan mengupload berita-berita yang berunsur hoax, foto-foto diri mereka,

aktivitas sehari-hari mereka yang tanpa pertimbangan di-upload dan ini terkadang menuai komentar negatif dari para follower, selain itu para informan juga menjadi tidak memiliki ruang pribadi. *Ketiga*, pada level *communicative abilities* literasi media digital juga belum dapat dikatakan maksimal karena para informan mengakui berinteraksi dengan followers yang tidak mereka kenal, mereka juga tidak memahami bahaya menerima pertemanan orang-orang yang tidak mereka kenal sebelumnya.

Rahmanita Ginting (2019) dalam artikelnya yang berjudul “Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan” menyatakan bahwa Perlu dilakukan peningkatan kemampuan literasi media dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa di Kota Medan. Dengan literasi media mahasiswa diharapkan bisa lebih bijak di dalam menerima informasi serta lebih bijak di dalam menyebarkan informasi yang dia dapat, serta lebih jauh lagi masyarakat diharapkan bisa memiliki kemampuan untuk memproduksi informasi yang layak dan bermanfaat.

Irsyad Maulana Yahya (2019), dalam skripsinya yang berjudul “Literasi Media Digital Sebagai Strategi Peningkatan Kompetensi Digital Pada Siswa Sma Negeri 1 Mayong” menyatakan bahwa tingkat kompetensi literasi media digital pada siswa SMA Negeri 1 Mayong diukur dengan empat kompetensi secara keseluruhan tergolong kategori tinggi dengan nilai skor rata-rata 3,24. Dari hasil analisis dan

pembahasan berdasarkan sub variabel pencarian di internet (internet searching), pandu arah hypertext (hypertextual navigation), evaluasi konten informasi (content evaluation), dan penyusunan pengetahuan (knowledge assembly).

Putri Limilia dan Nindi Aristi (2020) dalam artikel yang berjudul “Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. Meskipun alat ukur yang digunakan berbeda-beda, tetapi secara garis besar hasil penelitian menunjukkan fakta yang sama. Pertama, semua khalayak memiliki nilai tinggi untuk keterampilan akses yang diukur berdasarkan kepemilikan perangkat dan frekuensi penggunaan. Kedua, hanya mahasiswa yang memiliki nilai paling bawah untuk kategori keterampilan analisis dan evaluasi pesan dari media. Khalayak lainnya cenderung tidak memiliki keterampilan tersebut samasekali kecuali anak-anak. Khalayak memiliki skor yang berbeda-beda dalam keterampilan memproduksi ulang konten. Ibu-ibu rumah tangga dan anak-anak dipandang sebagai khalayak yang dapat mengomunikasikan ulang dan memproduksi konten dari media.

Muhtar Muchamad Solihin (2021), dalam artikelnya yang berjudul “ Hubungan Literasi Digital dengan Prilaku Penyebaran Hoax pada Kalangan Dosen Dimasa Pandemi Covid-19”. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa terdapat hubungan nyata antara karakteristik responden yaitu masa kerja dan pengetahuan tentang Hoax dan literasi digital dengan prilaku

penyebaranhoax pada kalangan Dosen di masa pandemi Covid-9.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pawito menjelaskan pendekatan ini sebagai berikut:

“Metode penelitian kualitatif tidak seperti penelitian kuantitatif, tidak mendasarkan bukti-bukti empirik pada logika matematik, prinsip-prinsip bilangan, atau pun teknik analisis statistik, tetapi lebih mendasarkan diri pada hal-hal yang bersifat diskursif, seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen tertulis, dan data non-diskursif”.(Pawito, 2007).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Robert K. Yin (2004) Studikasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkaitan dengan how atau why, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrolperistiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitian terletak pada fenomena kontemporer di dalam konteks kehidupan nyata. Peneliti hanya memiliki peluang kecil atau tidak mempunyai peluang sama sekali untuk melakukan kontrol terhadap peristiwa

tersebut. Dan tipe desain studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain kasus tunggalholistik.

Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa di Kota Medan. Namun karena jumlah mahasiswa yang banyak, peneliti memilih 10 orang sebagai informan dalam penelitian ini. Informan dipilih dari berbagai Universitas negeri dan swasta di kota Medan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara yang mendalam (*in depthinterview*) secara langsung dan melakukan pengamatan langsung pada informan. Selain itu, peneliti juga melakukan obeservasi partisipan dengan cara mengamati para informan ketika menggunakan gadget mereka untuk mengakses media sosial, peneliti akan mencatat berapa kali dalam sehari para informan mengakses media sosial, lalu mengamati apa yang dilakukan dengan media sosial nya, namun dalam pengamatan ini peneliti bukan follower pada media sosial para informan.

PEMBAHASAN

Kondisi literasi media digital yang akan dipaparkan dalam artikel ini dilihat dari sudut pandang *Technical Skills, Critical Understanding, dan Communicative Abilities*.

Technical Skills

Para informan mengatakan bahwa mereka mampu menggunakan internet dengan cukup baik, mulai dari cara mengakses internet hingga menggunakan fitur-fitur yang tersedia di jejaring sosial lainnya. Dari berbagai jejaring sosial yang ada saat ini, terdapat beberapa yang sangat diminati Nahasiswa informan diantaranya seperti Instagram, Youtube, WhatsApp, FaceBook, dan Twiter. Untuk Istagram mereka menyatakan mampu menggunakan fitur upload picture, editing picture, profil, instastory, boomerang, dan filte-filter yang saat ini sedang banyak digunakan. Youtup biasanya mereka gunakan untuk mendapatkan hiburan, atau berbagai informasi tentang tugas dan lainnya. Pada WhatsApp mereka sering menggunakan fitur chat dan membuat story. Sedangkan di FaceBook terdapat profil, news feed, picture, status, chatting, inbox, mutual friends, serta fan page. Dan untuk Twitter, mereka mampu menggunakan fitur-fitur seperti retweet, tweet, reply, mention, like tweet dan sebagainya.

Berikut ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan responden:

“secara teknis si saya bisa kalau mengoprasikan fitur – fitur yang ada di Instagram, Youtube, WhatsApp, twitter, facebook dikarenakan memang setiaphari itu juga dibuka” (informan 1)

“Kalau untuk beberapa fitur itu saya bisa, tapi yang paling saya suka ya buat instastory dan story WA” (informan 2)

“Hampir semua fitur dari sosial media yang ibu sebutin saya bisa menggunakan, contohnya di instagram saya biasa upload foto, makanan, aktivitas sehari – hari, terus masukin instastory, atau cobain filter-filter terbaru, kalau facebook bisa tapi udah jarang gunakan” (informan 3)

“secara teknis si bisa ya, sering juga update instastory, retweet, buat status di Facebook. Kalau untuk Youtup biasanya si untuk nonton Vidio aja”(informan 4)

“yang paling saya suka itu istagram ya, hampir semyuua fiturnya saya bisa” (informan5)

“beberapa fitur di media sosial saya bisa gunakan, tapi gak semuanya. Palingan yang saya sering gunkan ya WhatsApp untuk chatting dan buat buat story, terus instagram buat instastory dan iseng-iseng pakai filter gitu. (informan 6)

“karena udah lama pakai gadget, bisalah kalau beberapa fitur aja. Tapi gak semuanya. Yang paling sering digunain, misalnya instagram, WhatsApp, sama Youtube. Untuk buat story atau buat cari informasi yang lagi viral gitu” (informan 7)

“secara teknis saya bisa gunakan beberapa fitur di Instagram, FaceBook, dan Youtube. Karena saya juga aktif untuk jualan online dan kalau Youtube saya bukan Cuma untuk hiburan aja tapi saya juga punya chanel sendiri, jadi saya juga upload video gitu.” (informan 8)

“kalau untuk menggunakan fitur-fitur yang ada di media sosial, tentu bisa. Tapi yang paling bisa ya yang sering digunakan seperti membuat instastory, buat story WhatsApp, ngetweet. Tapi yang paling sering si, buat instastory di Instagram” (informan 9)

“karena udah lama banget kenal media sosial, hampir semuanya sih bisa. Tapi saya memang gak pakai tweeter dan FaceBook jadi fitur-fitur di sosmed itu saya kurang tau” (informan 10)

Para responden merupakan pengguna aktif sosial media yang memiliki waktu akses lebih dari satu jam setiap harinya. Para responden mengakses beberapa sosial media diantaranya Instagram, WhatsApp, Youtube, Facebook dan Twitter. 6 dari 10 responden mengaku selalu melakukan aktivitas upload foto, gambar, mendokumentasikan kegiatan sehari-hari atau momen penting dan juga menyebarkan informasi-informasi terbaru setiap harinya. Hal ini diakui para informan menyebabkan mereka tidak merasa nyaman dan seperti ada sesuatu yang kurang jika jauh dari/tanpa gadget. Seperti kutipan wawancara dari 5responden berikut.

“sebenarnya media sosial sering banget dibuka dalam sehari, ya disela-sela kegiatan lain lah. Mungkin kalau dihitung secara keseluruhan bisa lebih dari 3 jam-an” (informan 3)

“kalau waktu penggunaan media sosial dalam sehari itu tentunya lebih dari 2 jam, saya rasa 1 jam itu paling sebentar, ya. Cumakan gak terus-terusan, selalu ada jeda gitu” (informan 5)

“kalau sekarang si sering banget lihat media sosial, karena masa pandemi gini perkuliahan juga daring, banyak dari WhatsApp. Ya, kalau di hitung mungkin lebih dari 5 jam” (informan 6)

“dalam sehari paling sebentar saya buka media sosial itu 30 menit, jadi saya bermain sosial media itu bisa berjam-jam. Terlebih saya juga usahadari situkan, jadi harus selalu aktif” (responden 8)

“saya sih cukup lama, paling sebentar itu 1 jam dalam sehari, apalagi kalau lagi ada sesuatu yang seru. Jadi fokus kesitu. Tapi kalau lagi banyak tugas baru dikurangi dehlihat sosmednya” (informan 10)

Meskipun internet merupakan sesuatu yang sangat besar dan kita dapat mengakses apasaja namun tidak seharusnya kita sampai melupakan kehidupan nyata dan kewajiban kita. Kita perlu membedakan mana yang harus kita

selsaikan terlebih dahulu. Untuk itu perlu adanya pemahaman literasi media yang dimiliki pengguna media digital.

Critical Understanding

Terkait *critical understanding*, berdasarkan hasil wawancara dan observasi beberapa informan sudah memahami fungsi, isi serta regulasi media digital, namun ada juga yang kurang memahaminya. Beberapa informan mengaku mengupload gambar atau foto yang terkadang menuai berbagai komentar negatif dari para followers mereka. Sebagian dari informan ada yang memilih untuk membalas komentar tersebut dengan kata-kata yang juga negatif, namun sebagian besar dari mereka juga memilih untuk tidak mengambil pusing komentar tersebut selama itu tidak melewati batas. Hal ini menandakan bahwa sebagian mahasiswa masih ada yang belum dapat mengendalikan emosi mereka, karena mereka masih berada di usia remaja. Selain itu, sebagian dari mereka juga tidak memahami fungsi dari jejaring sosial tersebut untuk apa. Sebenarnya ketika seseorang memutuskan untuk menggunakan jejaring sosial, pengguna tersebut juga harus sudah siap mengelola isi pesan apapun yang mereka unggah sendiri, serta siap menerima *feedback* seperti apa yang akan didapatkan.

Berikut ini kutipan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan mengenai *criticalunderstanding*:

“Saya sering upload foto kegiatan sehari-hari saya seperti jalan-jalan, di kampus, atau ketika ada momen-momen tertentu. Kalau masalah komentar negatif saya jarang dapat, tapi kalau ada saya lebih milih cuekin aja, gak mau ambil pusing” (informan 1)

“biasanya update kegiatan sehari-hari aja, ntah lagi makan atau lagi ada di tempat yang bagus gitu. Saya selalu pilih-pilih followers di instagram jadi belum pernah dapat komentar negatif, dan kalau di WhatsApp kan semuanya kenal” (informan 2)

“foto Selfie, terus foto-foto makanan, video-video lucu dan lainnya. Kalau komentar negatif pasti ada, kadang saya merasa marah juga dan saya balas mereka dengan katayang sama” (informan 3)

“saya gak pernah netapin konsep tertentu yang harus saya posting, karena kalau lagi pengen posting pasti saya posting. Soal komentar negatif saya gak pernah balas, karena sekarang ada undang-undangnya juga jadi ada rasa takut gitu” (informan 4) “asalkan fotonya bagus dan bisa percantik feed instagram saya akan saya upload, dan kalau ada info penting atau video menarik itu juga saya bagiakan ke story. Komentar negatif saya merasa bodoh amat selama itu tidak menyangkut pelecehan” (informan 5)

“semua yang bagus dan menarik biasanya saya bagikan lagi, entah itu di instagram, whatsApp, facebook atau tweeter. Kalau komentar negatif saya belum pernah dapat, tapi kalau seandainya dapat mungkin beberapa saya akan balas juga” (informan 6)

“saya lebih sering post ulang postingan orang lain yang menarik, kayak tentang musik, kata-kata bicak atau vidio seru gitu.komentar jahat belum ada, palingan temen-temenaja dan itu juga niatnya bercanda, jadi ya saya balas untuk seru-seruan aja” (informan7)

“saya sering post foto selfi dan karya yang saya buat, seperti lukisan, puisi, dan kerajinan, karena saya memang menawarkan jasa untuk membuat prakarya. Untuk mahar nikah, untuk kado wisudah atau lainnya. Di Youtube saya upload vidio proses pembuatan prakarya saya itu. Kalau untuk komentar negatif pastinya ada aja, tapi sejauh ini belum ada yang melewati batas, jadi saya gak terlalu pikirkan. Saya rasa karna kita hidup bersosial jadi kita gak bisa sepenuhnya lebas dari penilaian buruk ya” (informan 8)

“foto selfi, musik vidio, dan lainnya yang menarik. Gak ada konsep tertentu. Dan kalau komentar negatif ada, tapi aku nanggapinya dengan santai aja. Gak pernah anggap serius” (informan 9)

“Saya lebih sering posting kata-kata bijak atau kata-kata lucu yang biasanya saya repost dari akun orang lain. Terkadang foto selfi juga tapi jarang banget. Kalau komentar negatif pernah ada tapi saya lewatin aja. Mungkin yang komentar itu kurang kerjaan” (informan 10)

Para informan mengaku tau tentang beberapa hal mengenai Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang ada saat ini. Namun mereka belum memahami dengan maksimal mengenai UU ITE yang ada, jika diminta untuk menyebutkan pasal beberapa informan mengaku tidak ingat hanya mengingat apa-apa saja yang tidak boleh dan melanggar UU ITE.. Mereka mengetahui UU ITE dari berita yang mereka baca atau dari kasus-kasus yang menyangkut pelanggaran UU ITE yang meyebar luas diberbagai media.

Karena informan telah mengetahui UU ITE, meskipun masih dangkal itu cukup membuat mereka selalu waspada terhadap berita-berita yang menyebar, sebagian besar informan, mencoba memeriksa kebenarannya terlebih dahulu sebelum merepost ulang. Mereka juga akan memilih sumber berita terpercaya untuk menghindari berita hoax. Tidak hanya itu sebagian dari mereka mengaku hati-hati dalam menulis komentar di postingan orang lain, takut jika itu bisa melanggar UU. Bukan hanya pada komentar, mereka juga waspada pada plagiarisme yang dapat terjadi saat merepost postingan orang

lain, atau mengutip kata-kata/menguplod karya dari orang lain tanpa menyantumkan sumbernya. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara seperti berikut:

“UU ITE sering dengar, karna akhir-akhir ini juga banyak berita tentang pelanggaran UU ITE. Tapi saya kurang memahami isinya. Yang saya tau tentang komentar jahat, plagiarisme itu aja sih.” (informan 2)

“kurang tahu pasal-pasalnya, tapi saya tau beberapa peraturan aja sih, misalnya tentang penyebaran berita bohong, plagiat dan komentar negatif itu ada undang- undanganya. Karena banyak berita tentang pelanggaran itu saya memang jadi lebih hati-hati aja. Gak sembarangan komentar ke postingan orang lain, atau nyebar beritagitau aja ” (informan 3)

“sebenarnya ada matakuliah yang bahas ini,UU Nomor 11 Tahun 2008. Tapi saya gakhopal kalau harus sebutin satu-persatu pasal dan ayat-ayatnya. Karna sering baca dan lihat kasus-kasus yang marak belakangan ini, memang jadi pelajaran buat saya untuk tidak mudah percaya berita-berita di internet, harus lihat sumber beritanya dululah. Komentar juga gak bisa asal ketik aja, karna takut, kalau gak salah ada di pasal 27 dan 28” (informan 5)

“tau sedikit, karena sering banyak berita di media yang bahas ya. Sebenarnya itu buatsaya jadi lebih hati-hati.

Tapi terkadang gak tahan juga kalau ada komentar jahat, pengen bales aja rasanya.” (informan 7)

“ Gak hapal keseluruhan, tapi taulah sedikit sedikit. Kalau tidak salah itu di UU Nomor 11 Tahun 2008. Pasalnya saya gak hapal satu satunya, tapi yang paling saya ingat itu pasal 34 tentang pelanggaran hak cipta, pasal 27 yang membahas tentang penghinaan dan pencemaran nama baik dan pasal 28 tentang penyebaran berita bohong atau hoax dan ujaran kebencian. Karena saya aktif di media jadi saya udah banyak baca tentang batasan-batasan penggunaan media, apalagi saya juga termasuk berbisnis ya” (informan 8)

Saat ini begitu banyak pengguna media sosial yang belum paham mengenai UU ITE, karena memang belum ada sumber yang tepat yang menyampaikannya kepada para pengguna internet atau *netizen*. Namun dikalangan mahasiswa atau khususnya dikalangan informan mereka sudah lebih hati-hati dalam menggunakan media. meskipun tidak hapal pasal - pasal yang tercantum dalam UU ITE secara keseluruhan, sebagian besar mereka telah memahami beberapa hal, seperti penyebaran berita bohong (*hoax*), ujaran kebencian,

Pelanggaran hak cipta, pencemaran nama baik dan penghinaan terhadap orang lain yang memang saat ini sangat sering terjadi.

Pemahaman terhadap UU ITE bisa kita pelajari dari berbagai literatur atau bertanya langsung kepada ahlinya, dan bisa juga melihat dari kasus-kasus yang sudah ada sebelumnya. Karena dengan memahami UU ITE pengguna internet akan lebih berhati-hati dalam membuat cerita, memposting ulang, mengambil kutipan, mendownload, atau menggunakan identitas orang lain. Karena setiap gerak-gerik kita di internet selalu memiliki jejak digital yang sangat sulit untuk dihapus.

Communicative Abilities

Communicative abilities berkaitan dengan kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi melalui media serta memproduksi isi pesan pada media. Berdasarkan hasil penelitian para informan mampu bersosialisasi dengan sangat baik, mereka mampu memanfaatkan media sebagai alat untuk menambah teman, relasi dan memperluas pergaulan. Seperti yang terlihat pada transkrip hasil wawancara berikut:

“follower saya ya lumayan banyaklah, bu. Tapi gak semuanya saya kenal palingan yang saya kenal ya teman-teman sekolah, temen kuluah aja. Makanya kadang suka ada komentar negatif juga (informan 1)

“follower saya tidak terlalu banyak karena memang saya pilih-pilih ya. Itu juga mungkin yang buat saya belum pernah dapat komentar negatif” (informan 2)

“gak terlalu banyak tapi lebih dari seribulah, bu. Rata-rata saya gak kenal mereka palingan beberapa teman aja yang kenal. Makanya kadang takut juga kalau mau upload sesuatu yang sensitif” (informan 3)

“seribu ada kayaknya, kalau ditanya kenal ya pasti lebih banyak yang gak kenalnya. Dan kalau dibilang takut ada komentar negatif, pasti was-was juga tapi kan sekarang ada undang-undangnya” (informan 4)

“follower lumayan banyak, tapi saya gak kenal satu satunya. Saya tipe yang cuek sama komen-komen buruk, kalau udah kelewatan kan ada pasalnya” (informan 5)

“seribuan ada deh, dan banyak gak kenalnya. Rasa takut pasti ada karena kitakan gak tau mereka siapa, sifatnya bagaimana, suka kita atau gak tapi namanya juga media sosial kan gak mesti semuanya dekat, sedikit banget dong followersnya nanti” (informan 6)

“gak banyak, dan rata-rata gak kenal. Bahasa penggunaan media saya tau, tapi gimana lagi, kalau gak punya nanti dibilang kuded. Saya rasa tinggal bagaimana kita mengontrol diri kitasendiri” (informan 7)

“Hampir seribu lima ratusan. Dan tentu banyak yang gak kenal secara personal. Akun sayakan untuk bisnis juga ya selain untuk mengekspresikan diri, jadi saya gak pilih-pilih follower karnakan semakin banyak followers semakin bagus untuk usaha saya. “ (informan 8)

“hampir seribuan, lapan ratus kayaknya. Gak kenal semualah. Dan karna aku orangnya malas ribet, kalau kira-kira ada followers aku yang aneh-aneh langsung aku block aja” (informan 9)

“followers saya tidak terlalu banyak, itu saja banyak yang saya tidak kenal. Kalau bahaya media sedikitnya tau, tapi itukan tergantung kita menyikapi ya, kita harus selalu waspada di dunia yang semu itu” (informan 10)

Kelemahan beberapa informan umumnya, tidak mengenal banyak anggota

followers- nya, karena mereka menerima pertemanan begitu saja dengan berbagai alasan seperti untuk kepentingan bisnis atau sekedar untuk menambah jumlah *followers* saja. Ini berarti banyak dari informan yang belum memahami dampak-dampak negatif dari pertemanan di dunia maya. Karena tidak semua yang ada di sosial media merupakan orang yang kita kenal maka kita perlu berhati-hati dalam membagikan cerita atau identitas pribadi kita. Kita dapat mengontrol siapa saja yang dapat melihat identitas pribadi dan cerita kita, karena tidak semua cerita yang kita bagikan bisa dikonsumsi publik

secara luas. Pengontrolan terhadap siapa saja yang dapat melihat identitas dan cerita pribadi kita ini sebagai bentuk kewaspadaan terhadap hal-hal yang tidak kita inginkan. Kita juga harus tau teman di duniamaya tidak semuanya merupakan teman di dunianya kita, sehingga kita harus berhati-hati.

Selain ketiga kondisi literasi digital yang telah jelaskan, adapula **Digital Safety** yaitu kemampuan individu dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, dan meningkatkan kesadaran keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari. (Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi & Deloitte, 2020). Dari hasil wawancara dan pengamatan semua responden mampu membuat/merubah pengaturan profil digital mereka ingin diproivate atau di public. Mereka mengaku mengetahui dampak dari pengaturan publik yang digunakan terhadap meluasnya identitas digital dan data pribadi mereka, dimana semua orang dapat melihat data pribadi mereka jika menerapkan pengaturan publik. Hal itu membuat sebagian dari mereka memilih pengaturan private di semua akun media yang dimiliki, sebagai bentuk kewaspadaan dari penyalahgunaan data pribadi.

“semua akun media saya, saya buat private dan hanya teman dekat saya yang bisa melihat karena memang saya kurang suka untuk publikasi data pribadi”(informan 3)

“beberapa akun media ada yang saya private, tapi ada juga yang nggak sih. Takutnya beberapa media kalau di private ada orang yang punya kepentingan susah untuk menghubungisaya” (informan 5)

“kalau aku nerapin pengaturan publik karena akun media aku digunakan untuk usaha, jadi gak bisa di private. Lagian identitas di media gak semuanya data aslikan” (informan 8)

“private, semuanya karena untuk menjaga data pribadi aja, Bu” (informan 9)

Bukan hanya persoalan penyalahgunaan data pribadi, maraknya penipuan digital juga cukup meresahkan. Terlebih baru-baru ini ada kasus yang cukup menghebokan publik yaitu penipuan dengan kedok infestasi/tanding yang melibatkan tersangka IK dan DS. Dalam hal ini sebagian besar dari responden mengaku sangat berhati-hati dalam melakukan kegiatan transaksi digital. Meskipun salah satu dari responden mengaku

pernah mengalami penipuan dalam transaksi digital.

“penipuan digital setau aku itu banyak, bisa karena pemalsuan identitas, atau karena transaksi digital. Kalau saya orangnya sanat hati-hati kalau mau melakukan transaksi harus melalui aplikasi terpercaya, kalau gak saya gak mau” (informan 3)

“pemalsuan identitas juga termasuk penipuan digital gak sih? Atau yang semacam tranding itu? Soalnya setahu aku

penipuan digital itu segala bentuk atau tindakan yang merugikan oranglain melalui media digital” (informan 4)

“penipuan digital banyak, mungkin pemalsuan identitas, bisa juga onlineshop yang kadang kita udah bayar tapi barangnya gak datang. Soalnya saya pernah sekali saya sudah transfer uang malah pesanannya gak datang” (informan 8)

“penipuan digital banyak ya, seperti aplikasi aplikasi infestasi itu saya rasa juga termasuk dan pemalsuan identitas juga termasuk penipuan” (informan 9)

Digital Safety ini perlu diterapkan dalam penggunaan internet, tidak hanya mahasiswa tapi pengguna internet secara menyeluruh. Karena saat ini banyak sekali penipuan digital yang dilakukan dengan berbagai macam bentuk, ada yang berkedok infestasi, onlineshop, asuransi dan lain-lain. Untuk itu perlu bagi setiap pengguna untuk dapat membedakan mana yang *real* dan mana yang hanya *fake*. Untuk dapat membedakannya dan terhindar dari berbagai bentuk penipuan digital pengguna internet dapat membaca literatur, atau mencari tahu terlebih dahulu tentang sesuatu secara mendalam sebelum kita melakukan transaksi digital. Dan untuk menjaga penyalahgunaan identitas pribadi sebaiknya kita harus mengontrol apa saja yang dapat dilihat publik dan apa saja yang memang harus kita *private*. Karena tidak semua orang yang menggunakan internet berniat baik. Identitas pribadi

merupakan hal yang sangat vital karena bisa saja identitas kita digunakan untuk melakukan pinjaman atau hal negatif lainnya.

SIMPULAN

Terkait dengan kondisi literasi media, ternyata berdasarkan hasil penelitian sebagian besar informan telah memahami fungsi, isi pesan media, serta dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dari menggunakan jejaring sosial. Pada level *Technical Skill*, para informan sudah dengan mahir mengakses jejaring sosial mereka, mereka mampu mengoperasikan setiap fitur dari instagram, whatsApp, Youtube, facebook dan twitter yang sering mereka gunakan. Namun, permasalahannya justru terdapat pada durasi penggunaannya. Mereka mampu menghabiskan waktu berjam-jam untuk membuka akun jejaring sosialnya, bahkan waktu minimal dalam sehari yaitu 30 menit. Para informan melakukan ini dengan tujuan agar terlihat aktif dimata folowersnya. Dapat disimpulkan bahwa para informan belum berada pada kondisi literasi media digital yang maksimal, karena mereka masih belum memahami dampakdari keaktifan mereka dalam menggunakan jejaring sosial tersebut, yang tentunya berdampak pada kehidupan sosial mereka.

Pada level *Critical Understanding*, sebagian informan juga belum berada pada kondisi literasi media digital yang maksimal, karena mereka belum memahami fungsi

sesungguhnya jejaring sosial dan bagaimana mengelola isi pesan media, serta belum pernah membaca UU ITE secara keseluruhan. Namun, sebagian informan juga mampu menyebutkan beberapa pasal UU ITE dan ada yang pernah mempelajarinya sebagai matakuliah. Meskipun mereka tidak hapal keseluruhan isi UU ITE, mereka telah membangun beberapa benteng untuk membatasi pengaruh negatif jejaring sosial. Mereka lebih hati-hati terhadap informasi yang mereka dapatkan juga komentar buruk serta plagiarisme.

Pada level *Communicative Abilities*, para informan mengakui berinteraksi dengan followers yang tidak mereka kenal, sebagian besar dari mereka juga tidak memahami bahaya menerima pertemanan orang-orang yang tidak mereka kenal sebelumnya. Apalagi aktivitas sehari-hari yang mereka *upload* dengan terbuka, sangat rentan terhadap dampak negatif seperti beragam komentar buruk. Selain itu, mungkin saja suatu saat mereka dapat menjadi korban kejahatan *cyber crime*. Dapat dipahami bahwa pada level ini para informan juga belum berada masuk pada tahap paham literasi media digital secara maksimal.

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan pada ulasan-ulasan terdahulu, maka dapatlah dipahami bahwa dari setiap level literasi media digital, para informan masih belum maksimal. Memang mungkin secara teknis mereka sudah dapat mengoperasikannya, namun dari segi isi pesan media,

fungsi, dampak, penerapan UU ITE banyak dari informan yang belummemahami secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajani Restianty. Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. GUNAMAS Volume 1, Nomor 1, Edisi, Agustus, Tahun 2018
- Anggeraini,Y., Abdurrachman,F., Mujiyanto, J & Bharati, D.A.L (2019). Literasi Digital : Dampak dan tantangan dalam pembelajaran bahasa. Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES.
- Bobi Guntarto. Tantangan dalam Kegiatan Literasi Media di Indonesia. Jurnal Ultimacomm Vol. 8 No. 1, Juni 2016
- Dewi Novianti, Siti Fatonah. Literasi Media Digital di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 16, Nomor 1, Januari - April 2018, halaman 1-14
- Dias Chesario, Santi Indah Astuti. Wujud Kesadaran Literasi Media Para Pengguna Reputivi.
- Prosiding Jurnalistik. Volum 3 No.1 2017
- Elmore, T. (2014). How Generation Z Differs from Generation Y. Retrieved July 01, 2015, from <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>.

Eti Sumiati, Wijonarko. Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, Volum 3 No.2 2020 (65-80)

European Commission. 2009. In study assessment criteria for media literacy levels. cf.http://cc.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm.

Gracia Rachmi Adiarsi; Yolanda Stellarosa; Martha Warta Silaban. Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa. HUMANIORA Vol.6 No.4 Oktober 2015: 470-482

Halili. Masa Depan Civil Society Di Indonesia: Prospek Dan Tantangan. CIVICS (Jurnal Kajian Kewarganegaraan) Volume 3 Nomor 2 Desember 2006

Hana Silvana, Cecep. Pendidikan Literasi Digital Di Kalangan Usia Muda Di Kota Bandung.

Jurnal Ilmu Pendidikan

Irsyat Maulana Yahya. Literasi Media Digital Sebagai Strategi Peningkatan Kompetensi Digital Pada Siswa Sma Negeri 1 Mayong. Skripsi: Universitas Negeri Semarang (2019)

_____Kerangka literasi Digital Indonesia.

Muhammad Sulthan, S. Bakti Istiyanto. Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa. Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 6, Januari 2019, hlm 1076-1092

- Muhammad Syukri, Anang Sujoko, Reza Safitri. Gerakan Dan Pendidikan Literasi Media Kritis Di Indonesia (Studi terhadap Yayasan Pengembangan Media Anak). Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIKOM Vol. 02 No. 02 Tahun 2019
- Muhtar Muchamad Solihin.. Hubungan Literasi Digital dengan Perilaku Penyebaran Hoax Pada Kalangan Dosen Dimasa Pandemi Covid-19. Jurnal Pekommas Spcial Issue. November 2021. Hlm 91-103
- Novianto Puji Raharjoa, Bagus Winarko. Digital Literacy Level Analysis of the Millennial Generation of Surabaya in Overcoming the Spread of Hoaxes. Jurnal Komunika:Jurnal Komunikasi dan Informatika. Volume 10 Nomor 1 Juni 2021
- Nurbaiti. 2018. Analisis Literasi Digital Pemustaka Pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan. Skripsi: Universitas Sumatera Utara
- Ofcom. (2011). UK Childrfen's media literacy. London: Ofcom.
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LkiS
- Potter, W. James. 2011. Media Literacy. Fifth Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication.
- Putri Limilia, Nindi Aristi. Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. Jurnal KOMUNIKATIF Vol. 8 No. 2 Desember 2019

Putri Limilia, Nindi Aristi. Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. Jurnal KOMUNIKATIF Vol. 8 No. 2 Desember 2019

Putri Limilia, Nindi Aristi. Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. Jurnal Komunikatif, Vol. 8 No. 2 Desember 2019

Qoute Nuraini C. Literasi Media Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Bogor. Jurnal ADHUM Vol. VII No. 1, Januari 2017

Rahmanita Ginting. 2019. Media Literacy Skills in the Digital Information Era among Students in Medan. TALENTA Publisher: Universitas Sumatera Utara

Ramdiani Nurohmah, Dkk. Literasi Media Digital Keluarga di Tengah Pandemi COVID-19.

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat. Vol. 1 No. 2 Juli 2020

Riyodina G. Pratikto, Shinta Kristanty. Literasi Media Digital Generasi Z (Studi Kasus Pada Remaja Social Networking Addiction Di Jakarta). Fakultas Ilmu Komunikasi: Universitas Budi Luhur, Jakarta

Sri Herwindya Baskara Wijaya. Media Literacy dan Pemberdayaan Masyarakat Madani. Media Literacy dan Pemberdayaan Masyarakat Madani. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Sebelas Maret Surakarta

Zainuddin Muda Z. Monggilo, dkk. 2021. Cakap Bermedia Digital. Jakarta: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika

DIGITAL SKILLS: MENGENALI INFORMASI PALSU DI MEDIA SOSIAL DAN VERIFIKASI

Gushevinalti

Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

gushevinalti@unib.ac.id

Teknologi Digital dan Ancaman Informasi Palsu

Era industri 4.0 menjadikan internet dan dunia maya sebagai keniscayaan yang tidak bisa dihindari. Kehadiran internet dan dunia digital memberikan pengaruh yang sangat luar biasa terhadap kehidupan manusia menuju ke arah yang menunjukkan perilaku serba digital. Dinamika digitalisasi berdampak pada pola dan bentuk komunikasi dan kehidupan sosial masyarakat dengan sangat signifikan. Kita dengan sangat mudah mengakses informasi dan berita dari berbagai belahan dunia. Dunia seolah berada dalam gengaman tangan. Persoalan mengenai penyebaran hoax sebagai eksekusi dari perkembangan teknologi informasi harus disikapi dengan lentur dan terstruktur karena kini telah menjadi persoalan serius dan ancaman besar yang dihadapi oleh semua Negara termasuk Indonesia.

Keberadaan media sosial bagi masyarakat dewasa ini menjadi satu hal menjadi perilaku konsumsi media dalam wajah baru. Pengguna seakan merasakan euforia kebebasan yang sebebannya dalam berkomunikasi dengan teknologi digital tersebut. Tentu saja fenomena ini menjadi bentuk dinamika dalam masyarakat dimana fasilitasi dalam berinteraksi semakin

beragam. Keterbatasan media sosial tentu saja ada disamping tidak sedikit juga memberikan kemanfaatan bagi pengguna. Salah satu yang merupakan kelemahan dengan sistem interaksi yang termediasi ini adalah kondisi dimana si pengirim pesan tidak melihat penerima pesan secara langsung sehingga rasa “empati” antara pemberi dan penerima pesan menjadi rendah dan mudah berdampak baik bagi pemberi atau penerima berita terbawa emosi atau berpengaruh pada mental pengguna. Bahkan, tak sedikit yang bertujuan memecah belah bangsa dengan menggunakan isu SARA, agama dan komunitas tertentu. Lalu pada sisi yang hampir sama, hoax bisa menjadi pemecah belah persatuan bangsa. Berita hoax dapat menimbulkan permusuhan dan tidak sesuai dengan budaya bangsa Indonesia yang mengutamakan toleransi (Juliswara, 2017; Rindha Widyaningsih, 2017).

Kumparan.com merilis terdapat tiga aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks, yaitu Facebook sebesar 82,25%, WhatsApp sebesar 56,55%, dan Instagram dengan presentase 29,48%. Selain itu dari hasil riset yang dilakukan DailySocial.id dengan 2.032 responden tercatat 44,19% responden mengaku tidak yakin dalam mendeteksi berita hoaks. Sementara responden lain sebesar 51,03% memilih untuk menghiraukan dan tidak percaya ketika menemui konten hoaks. Masyarakat Indonesia gemar menggunakan media sosial dan mengakses internet dengan perangkat mobilyenya tetapi masih rentan terhadap informasi palsu atau hoaks yang banyak tersebar di internet dan media sosial (Kumparan, 2018).

Pada Riset lain yang dilakukan Mastel tahun baik tahun 2017 maupun tahun 2019 menunjukkan bahwa saluran hoax yang paling populer digunakan melalui sosial media. Sebanyak 92, 40% responden mengaku menerima berita hoax dan terkadang meneruskan kembali berita hoax tersebut melalui media sosial. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan hasil survey serupa tahun 2017 lalu, dimana 87,50% saluran informasi hoax yang diterima oleh responden adalah berasal dari sosial media. Selama kurun waktu dua tahun mengalami peningkatannya mencapai 5,10%. Survey yang dilakukan oleh Mastel bahkan menunjukkan bahwa 34,60% responden menyatakan bahwa mereka menerima berita hoax setiap hari, bahkan 14,70% dari respoden menyatakan bahwa mereka menerima hoax lebih dari satu kali dalam sehari. Informasi hoax yang sama terkadang mereka terima lebih dari satu sumber. Sedangkan 18,20% diantara responden tersebut yang menerima berita hoax satu bulan sekali, dan sisanya 32,50% mengaku menerima berita hoax rata-rata seminggu sekali (Mastel, 2019). Angka ini menunjukkan bahwa informasi hoax disebarkan begitu masifnya melalui berbagai lini media yang dapat kita akses setiap hari.

Tulisan ini sebagai bentuk kritisi pada fenomena penyebaran hoax yang kian marak di media digital lebih khusus media sosial. Digital skills menjadi penting dalam memfilter semua informasi yang diakses,diterima oleh pengguna media. Penggunaan tools yang dipaparkan pada artikel ini agar mampu menghindari efek negative dan membentengi diri pengguna dari bahaya hoax dan juga bermanfaat bagi interaksi

dengan orang lain. Sehingga hoax bukan menjadi informasi yang mengandalkan kecepatan dikonsumsi namun dikaji atas kebenarannya..

Literature Review

a. Digital Skills

Secara umum, literasi digital sering dimaknai sebagai kecakapan atau keterampilan menggunakan internet dan media digital. Namun begitu, acapkali ada pandangan bahwa kecakapan penguasaan teknologi adalah kecakapan yang paling mendasar. Padahal literasi digital adalah sebuah konsep dan aktivitas 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). Kecakapan literasi digital seseorang tidak hanya dilihat dari kemampuan mengoperasikan alat, melainkan juga mampu bermedia digital dengan penuh tanggung jawab dan beretika, serta mengenali dengan baik fitur-fitur yang digunakan.

Digital Skills merupakan dasar dari kompetensi literasi digital, berada di domain 'single-informal'. Menurut Digcom 2.0, European Commission (2015), setidaknya terdapat lima kompetensi digital yang harus dimiliki. **Pertama**, informasi dan literasi terhadap data. termasuk dalam kompetensi ini kemampuan mencari, memilih, memilah, menyeleksi, mengevaluasi, dan mengelola data dan informasi. **Kedua**, kemampuan komunikasi dan berkolaborasi. Kompetensi ini

meliputi keterampilan berinteraksi, berbagi, terlibat, dan bekerja sama melalui teknologi digital. Selain itu pemahaman dan keterampilan mengelola identitas digital serta penghormatan etika dunia digital perlu difokuskan. **Ketiga**, kemampuan menciptakan konten digital, berkaitan dengan berbagai keterampilan pengembangan, integrasi, dan reelaborasi konten digital. Kompetensi ini juga mencakup pemahaman hak cipta, lisensi, pemrograman. **Keempat**, keamanan, termasuk kemampuan menjamin perlindungan terhadap gawai, data dan kerahasiaan, kesehatan, dan lingkungan/proses belajar.

Kecakapan digital digunakan untuk standar untuk bisa diukur dengan tepat karena berbasis komunikasi yang dimediasi. Berbagai gagasan mengenai kompetensi literasi digital pun kemudian ditawarkan oleh beragam organisasi baik komunitas maupun instansi pemerintah yang menaruh perhatian pada pengembangan literasi digital di Indonesia.

Tabel I.1. Kompetensi Literasi Digital

Japelidi (2018)	Tular Nalar (2020)	Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) (2020)	Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi & Deloitte (2020)
10 Kompetensi	8 Kompetensi	5 Kompetensi	4 Area Kompetensi
<ul style="list-style-type: none"> ● Akses ● Paham ● Seleksi ● Distribusi ● Produksi ● Analisis ● Verifikasi ● Evaluasi ● Partisipasi ● Kolaborasi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mengakses ● Mengelola Informasi ● Mendesain Pesan ● Memproses Informasi ● Berbagi Pesan ● Membangun Ketangguhan Diri ● Perlindungan Data ● Kolaborasi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kelola Data Informasi ● Komunikasi dan Kolaborasi ● Kreasi Konten ● Keamanan Digital ● Partisipasi dan Aksi 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Digital Skills</i> ● <i>Digital Culture</i> ● <i>Digital Ethics</i> ● <i>Digital Safety</i>

Sumber: diolah dari Kurnia dkk., (2018); Kurnia & Wijayanto, (2020); Monggilo, Kurnia & Banyumurti (2020); Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi & Deloitte (2020); Astuti, Mulyati & Lumakto (2020)

Dalam Modul Cakap Bermedia Digital (2021), Monggilo et.al memparkan Digital Skills adalah kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital. Komponen digital skills:

1. Pengetahuan dasar mengenai lanskap digital – internet dan dunia maya.
2. Pengetahuan dasar mengenai mesin pencarian informasi, cara penggunaan dan pemilahan data.
3. Pengetahuan dasar mengenai aplikasi percakapan dan media sosial.
4. Pengetahuan dasar mengenai aplikasi dompet digital, lokapasar (market place), dan transaksi digital.

Terakhir, kemampuan memecahkan dan mengatasi persoalan secara teknis, mampu mengidentifikasi kebutuhan dan respons teknologi yang diperlukan, kreativitas dalam penggunaan teknologi digital, serta mampu mengidentifikasi kekurangan teknologi digital. Di era keberlimpahan informasi setiap individu perlu menguasai bahwa literasi digital yang berkaitan dengan digital skills merupakan kecakapan penting yang dibutuhkan untuk beradaptasi di zaman yang penuh dengan lautan informasi. kecakapan ini serta mengantisipasi penyebaran informasi negative (Yhasadana, 2019).

b. Mengenali Informasi Palsu (Hoax)

Secara sederhana untuk memahami hoax telah banyak referensi atau hasil kajian yang terbaru. Hoax merupakan bentuk kejahatan yang menarik untuk dikaji karena merupakan perpaduan dari kecanggihan teknologi informasi, kejahatan

siber, dan hukum (Meinarni dan Iswara 2018). Dalam perkembangannya hoax bahkan dianggap sebagai wabah yang memberikan dampak berbahaya yang dapat merusak persatuan bangsa. Bahaya yang mengintai dari penyebaran berita hoax nyatanya tidak mengurangi jumlah informasi hoax yang beredar. Survey Mastel 2019 mengungkapkan bahwa masyarakat cenderung menerima berita hoax setiap hari (Mastel, 2019).

Berita Palsu/Hoax (Fake News) dan Media Sosial Gallagher & Magid (2017) dalam Media Literacy & Fake News: Parent & Educator Guide menyatakan bahwa fake news adalah informasi apa saja yang secara sengaja dimaksudkan untuk salah atau menyesatkan. Menurut Gallagher & Magid (2017), *fake news* sebenarnya merupakan gejala dari masalah yang jauh lebih besar, termasuk kurangnya media literacy. Menurut studi dari Stanford Graduate School of Education dalam Gallagher & Magid (2017), mereka menemukan bahwa lebih dari 80% dari siswa sekolah menengah yang disurvei tidak mampu membedakan antara iklan dan berita sebenarnya. Tidak hanya anak-anak dan remaja yang rentan terhadap fake news. Menurut studi dari Pew Research Center, setelah pemilihan presiden tahun 2016, 64% orang dewasa percaya fake news menyebabkan kebingungan yang besar dan 23% mengatakan bahwa mereka menyebarkan berita palsu, terkadang secara tidak sengaja dan terkadang disengaja (www.pewinternet.org, 2017 dalam Sulistyarini (2020).

Banyaknya berita yang diterima melalui berbagai perangkat (device) yang dimiliki menjadikan berita hoax begitu

mudah berdampak kehidupan sehari-hari khususnya dampak emosional. Lalu, berpikir kritis menjadi keterampilan dasar mengakses informasi. Disinilah letak pentingnya memiliki kecakapan menggunakan media digital (digital skills). Literasi digital yang rendah ditandai oleh rendahnya filterisasi informasi berita di berbagai media, terutama media sosial, membuat berita apapun yang diunggah oleh seseorang menjadi begitu mudah tersebar (R. Widyaningsih & Kuntarto, 2019).

Terminologi informasi hoax kini sangat akrab dan mulai dikenali oleh masyarakat. Berdasarkan rilis hasil survey Mastel tahun 2019 menyebutkan data bahwa 54,50% menyatakan indikasi berita hoax adalah berasal dari sumber berita yang tidak jelas. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran dan pemahaman masyarakat dalam mengidentifikasi berita hoax mengalami peningkatan.

Fakta cukup mengejutkan lainnya yaitu, umumnya penduduk Indonesia memiliki 10 akun media sosial per orangnya, angka ini termasuk akun media sosial yang aktif maupun yang tidak aktif digunakan (Hidaya et al., 2019). Untuk memahami perkembangan produksi hoax dan akses masyarakat menarik untuk diuraikan penelitian dari Mastel berikut . Menurut survey Mastel 2019 bentuk informasi hoax yang paling banyak disebarkan adalah berupa teks tulisan. Angkanya cukup tinggi berada pada kisaran 70,7%. Angka ini mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan survey tahun 2017 dimana angka bentuk berita hoax berupa tulisan berada pada angka 57,90%. Kenaikan angka yang cukup tinggi menunjukkan bahwa hoax berbentuk tulisan lebih populer dan

lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan bentuk berita hoax berupa gambar atau video. Hal ini disebabkan karena informasi hoax berupa tulisan atau teks tidak memerlukan keterampilan khusus editing dalam membuatnya hanya perlu kreativitas ide yang dicetuskan. Artinya siapapun dapat dengan mudah membuat dan menyebarkannya sebuah informasi.

Kuntarto & Rindha Widyaningsih. (2020) mengidentifikasi tentang faktor non teknis maraknya penyebaran berita hoax dalam point-point berikut:

1. Hoax diciptakan untuk mempengaruhi opini publik. Hoax semacam ini bertujuan untuk menggiring opini publik menuju framing sebagaimana yang diharapkan oleh si pembuat berita.
2. Pada dasarnya masyarakat senang dengan berita sensasional dan heboh. Hoax diciptakan untuk kepentingan mencari sensasi dan perhatian publik. Hal ini dilakukan agar banyak user yang mengunjungi situs demi mendapat keuntungan secara ekonomis.
3. Kurangnya tindakan hukum. Mudahnya membuat dan menyebarkan berita hoax hingga menimbulkan kekacauan dalam masyarakat seringkali tidak berbanding lurus dengan penegakan hukum dalam menindak pelaku.
4. Pemanfaatan untuk bisnis. hoax sengaja diciptakan karena dijadikan sebagai lahan bisnis dengan bekerja sama dengan oknum yang memiliki tujuan sosial politik (Evelina, 2015).
5. Alat kampanye hitam. hoax diciptakan untuk menyudutkan dan menyerang pihak lain dengan tujuan memberikan kesan buruk atas personal seseorang atau yang dikenal dengan istilah black campaign (Astrini, 2017).

6. Hoax diciptakan untuk memunculkan terror secara psikologis sehingga menimbulkan keresahan dan kecemasan publik. Pada situasi chaos itulah lalu dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk mendapatkan keuntungan baik secara ekonomi maupun non ekonomi.
7. Ada kecenderungan ingin menjadi yang pertama mengetahui dan menyebarkan informasi
8. Mengira berita benar dan bermanfaat. Seringkali alasan meneruskan dan menyebarkan berita hoax adalah karena menganggap berita yang diterima tersebut dianggap benar dan bermanfaat.
9. Alasan cepatnya berita hoax beredar adalah karena penerima berita hoax mendapatkannya dari orang yang dipercaya, misalnya dari guru, ustadz, aparat keamanan.
10. Iseng. Alasan membuat dan menyebarkan berita hoax adalah karena faktor iseng dan mencari kesenangan dengan reaksi yang ditimbulkan dari berita yang dibuat dan disebarakan tersebut.

Keterampilan Mengenali Informasi Palsu (Hoax)

Perkembangan teknologi yang pesat membawa kehadiran media baru sebagai wadah informasi yang bukan hanya sebagai sumber alternatif. Media baru ini memberikan pengaruh besar dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Everett M. Rogers (dalam Littlejohn, 2014: 456) menyebutkan pemanfaatan dunia maya merupakan inovasi yang tercepat menyebar dalam sejarah teknologi.

Banyak sekali media/platform yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana pencari informasi untuk masyarakat di Indonesia khususnya. Bukan tanpa alasan, berita hoax ini beredar

biasanya memiliki maksud dan tujuan tertentu. Untuk mendapatkan popularitas tertentu misalnya. Atau hanya untuk memuaskan hasrat penyebar informasi hoax itu saja. Namun, banyak juga informasi yang benar tapi dianggap hoax karena masyarakat sudah terlanjur percaya dengan informasi hoax yang sudah terlebih dahulu menyebar dimasyarakat.

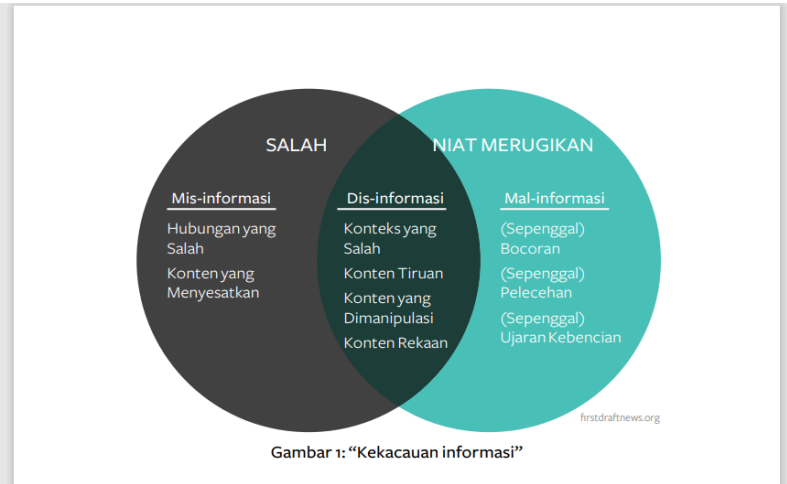
Pendapat Pierre Levy (dalam Littlejohn, 2014 : 413-414) menyatakan dukungan atas teori baru. Levy menyampaikan bahwa media baru lebih termediasi antara pelaku komunikasi. Oleh sebab itulah, media baru memungkinkan memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi media baru dapat juga pemicu terjadinya kebingungan dan kekacauan informasi. Salah satu dampak ini menyebabkan media baru rentan terhadap fenomena informasi palsu (hoaks). Fenomena tentang informasi palsu atau hoaks di Indonesia bukan istilah asing lagi. terminologi hoaks telah ada pada akhir abad ke-18 sebagai singkatan dari kata kerja “hocus” yang artinya – menipu (Robert Nares, 1753-1829 dalam Astrini, 2017).

Kekacauan Informasi

Dalam buku ‘Melawan Hasutan Kebencian’, hoaks bisa diartikan sebagai informasi yang direkayasa, baik dengan cara memutarbalikkan fakta atau pun mengaburkan informasi, sehingga pesan yang benar tidak dapat diterima seseorang. Hoaks merupakan [kekacauan informasi](#) yang sering dipahami sebagai [misinformasi](#) dan disinformasi (Maharani, 2019)

Lalu, kita ada baiknya mengulas berbagai jenisnya dan posisinya dalam spektrum “kekacauan informasi” yang kerap sekali ditemui dalam content dunia digital. **Misinformasi** adalah

informasi yang salah disebarkan oleh orang yang mempercayai informasinya sebagai hal yang benar. biasanya informasi seperti ini disebar tanpa ada verifikasi atau keterangan valid dari ahli atau pihak yang berwenang dan disebarkan justru dengan maksud yang baik, agar orang lain tidak mendapat masalah atau terlibat dalam bahaya alih-alih untuk kewaspadaan. **Disinformasi** adalah informasi salah yang disebarkan oleh orang yang tahu bahwa informasi itu salah sehingga ada unsur kesengajaan. Disinformasi adalah kebohongan yang disengaja dan berkenaan dengan orang-orang yang disesatkan secara aktif oleh aktor jahat. **Mal-informasi**, yaitu informasi yang berdasarkan realitas, tapi digunakan untuk merugikan orang, organisasi, atau negara lain. Atau dengan kata lain sejenis hasutan kebencian. Misalnya, hasutan kebencian terhadap kelompok agama tertentu.



Gambar 1: "Kekacauan informasi"

Sumber: Wardle, 2019

Pembuat dan penyebar disinformasi memanfaatkan potensi kerentanan atau sikap partisan penerima yang mereka harapkan bisa berperan sebagai penguat dan penyebar informasi. Dengan cara ini, mereka berusaha menjadikan pengguna saluran pesan mereka dengan memanfaatkan kecenderungan pengguna untuk berbagi informasi karena berbagai alasan. Bahaya khususnya adalah “berita palsu” biasanya gratis, sehingga orang yang tidak mampu membayar untuk jurnalisme yang berkualitas, atau kekurangan akses ke media publik yang independen, akan rentan terhadap disinformasi dan misinformasi.

Jenis Kekacauan Informasi

Wardle (2019) memaparkan tentang narasi dalam penyebaran pesan sehingga kerap sekali digunakan dalam mengkonstruksi informasi sesuai kepentingan pengirim. Bentuknya pun bervariasi dan berpotensi mengaburkan makna pesan atau kehilangan kekhasannya dibandingkan dengan narasi dalam bentuk komunikasi lain, seperti tujuh jenis kekacauan informasi di bawah ini:

1. Satire dan Parodi. Memasukkan satire atau sindiran dalam tipologi tentang disinformasi dan misinformasi mungkin mengejutkan. Satire dan parodi dapat dianggap sebagai bentuk seni. Namun, di dunia tempat orang semakin menerima informasi melalui media sosial, ada kebingungan ketika tidak dipahami bahwa sebuah laman itu bersifat satire atau sindiran.

2. Hubungan yang Salah. Contoh hubungan yang salah adalah ketika judul berita, visual, atau keterangan tidak mendukung konten yang bersangkutan. Yang paling umum adalah judul berita click bait. Dengan meningkatnya persaingan untuk mendapatkan perhatian khalayak, editor semakin harus menulis judul berita untuk menarik klik, bahkan jika orang yang membaca artikel tersebut merasa telah ditipu. memberikan kesan tertentu, yang tidak didukung oleh kontennya.
3. Konten yang Menyesatkan. Jenis konten ini adalah ketika ada penggunaan informasi yang menyesatkan untuk membingkai isu atau individu dalam cara tertentu dengan memotong foto, atau memilih kutipan atau statistik secara selektif. Ini disebut Framing Theory.
4. Konteks yang Salah. Alasan istilah “berita palsu” sangat tidak sesuai karena konten asli sering terlihat diedarkan kembali di luar konteks aslinya.
5. Konten Tiruan. Ada masalah besar ketika nama seorang jurnalis diletakkan di bawah artikel yang tidak mereka tulis, atau logo organisasi yang digunakan dalam video atau gambar yang tidak mereka buat.
6. Konten yang Dimanipulasi. Konten yang dimanipulasi adalah ketika konten asli dimanipulasi untuk menipu.
7. Konten Rekaan. Jenis konten ini dapat berupa format teks, misalnya “laman berita” yang sepenuhnya dibuat-buat.

c. Verifikasi Sebagai Kunci

Fenomena penyebaran hoax diperparah oleh volume konten visual yang tersedia secara daring, yang bisa dikeluarkan

dari konteksnya dan didaur ulang untuk peristiwa berita di masa mendatang, seperti yang dilihat terjadi setiap hari di seluruh dunia, yang menipu politikus dan jurnalis profesional ataupun masyarakat pengguna media. Namun, beberapa upaya yang dapat diambil untuk menilai kredibilitas sumber tertentu yang membagikan cerita atau konten. Pertanyaan-pertanyaan penting harus diajukan, beberapa secara langsung, beberapa bisa dijawab dengan menggunakan bukti yang tersedia melalui investigasi. Alat verifikasi dapat digunakan untuk menentukan dari mana sumber mengunggah konten. Selain itu, kita juga bisa melakukan triangulasi sumber secara manual dengan menganalisis.

Verifikasi senada dengan melibatkan diri untuk berpikir kritis. Aspek atau komponen berpikir kritis pun telah banyak dibahas yang mendalam, namun intinya berpikir kritis adalah keterampilan dasar yang membimbing kita untuk memperoleh informasi yang valid. Makalah penelitian terbaru Dr. Peter A. Facione (2010) yang berjudul “Critical Thinking: What It Is and Why It Counts” adalah landasan yang baik bagi kita untuk memahami “proses berpikir, pengambilan keputusan, dan proses berpikir individu dan kelompok yang bagus”. Semua itu sangat relevan pada zaman “pasca kebenaran”, “berita palsu”, dan “fakta alternatif” ini. Dalam pendekatan ini menurut Wardle (2019) pemikiran kritis meliputi:

1. Rasa ingin tahu tentang berbagai masalah
2. Kepedulian untuk dan selalu terinformasi dengan baik

3. Kewaspadaan terhadap peluang untuk menggunakan pemikiran kritis
4. Percaya pada proses penyelidikan dengan nalar
5. Percaya pada kemampuan sendiri untuk berolah pikir
6. Berpikiran terbuka terhadap berbagai pandangan dunia yang berbeda
7. Fleksibilitas dalam mempertimbangkan berbagai alternatif dan pendapat
8. Memahami pendapat orang lain
9. Pikiran yang adil dalam menilai penalaran
10. Mengenali dan secara jujur penuh tanggung jawab moral menghadapi bias, prasangka, stereotip, atau kecenderungan egosentris diri sendiri.

Pertanyaan yang sering diajukan, mengapa verifikasi sebuah informasi sangat penting dilakukan? Untuk lebih menegakkan pikiran dan mereview pengantar diatas, kita telah mengetahui bahwa rumor, berita bohong (hoaks), ataupun isu-isu yang tidak jelas kebenarannya tersebar luas di internet, media sosial, maupun aplikasi pesan instan. Sayangnya, masih banyak orang yang kurang berpikir kritis ketika menerima informasi yang merupakan berita yang belum jelas kebenarannya dan sering merugikan pihak tertentu serta meresahkan masyarakat.

Sehingga mendorong munculnya gerakan-gerakan sosial dan lembaga edukasi bahkan komunitas relawan cek fakta di Indonesia. Di Indonesia terdapat 7 (tujuh) lembaga termasuk media yang telah tersertifikasi International Fact Checking Network (IFCN) yaitu Tirto.id, liputan6.com, Tempo.co,

Suara.com, kompas.cpm, Mafindo, AFP Indonesia. The International Fact-Checking Network (IFCN) juga telah mengembangkan seperangkat prinsip yang memandu para pemeriksa fakta dalam pekerjaan mereka. Organisasi pemeriksa fakta perlu mendaftar untuk bisa tersertifikasi sebagai organisasi yang memenuhi seperangkat prinsip IFCN dalam kategori pemeriksaan fakta. Dalam prosesnya, IFCN melakukan sejumlah penilaian eksternal yang mengevaluasi efektivitas standar-standar tersebut. Prinsip-prinsip ini dikembangkan untuk membantu pembaca membedakan pemeriksa fakta yang baik dari yang buruk (Mantzaris, 2019).

Mantzaris (2019) mencatat ada dua momen yang sangat penting bagi pertumbuhan praktik pengecekan fakta ini. Gelombang pertama didorong oleh Hadiah Pulitzer 2009 untuk liputan nasional kepada PolitiFact, sebuah proyek pemeriksaan fakta yang diluncurkan lebih dari setahun sebelumnya oleh St Petersburg Times (sekarang Tampa Bay Times) di Florida. Inovasi PolitiFact adalah menilai klaim dengan alat “Truth- O-Meter”, yang menambahkan lapisan struktur dan kejelasan dalam pemeriksaan fakta. Gelombang kedua pemeriksaan fakta muncul setelah lonjakan global dari apa yang disebut “berita palsu”. Istilah ini, yang sekarang terkooptasi dan disalahgunakan, menggambarkan cerita sensasional yang sepenuhnya dugaan yang menjangkau khalayak sangat besar dengan memanfaatkan algoritma media sosial.

Gelombang kedua ini lebih banyak memusatkan perhatian pada pemeriksaan klaim di ranah publik sekaligus membantah hoaks yang viral. Sanggahan bagian dari

pemeriksaan fakta dan membutuhkan serangkaian keterampilan khusus yang sama dengan verifikasi (terutama konten yang dibuat pengguna (user-generated content atau UGC—lihat diagram Venn di bawah):



Gambar 2. Perbedaan pemeriksa fakta dan verifikasi
Sumber: Young, 2019

Pembahasan Dan Diskusi

Pengecekan fakta dan verifikasi dilakukan oleh lembaga –lembaga professional dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu **Kedekatan (Proximity)**: Seberapa dekat bukti dengan fenomena tersebut. **Keahlian (Expertise)**: Kualifikasi yang menandakan kualitas narasumber yang menyajikan bukti. **Komitmen Validitas (Rigour)**: Bagaimana bukti dikumpulkan? Metode pengumpulan informasi yang dibutuhkan bisa melalui survey dan wawancara.

Aktivitas mengidentifikasi dan memverifikasi sumber asli dari informasi digital secara daring akan memperkenalkan berbagai strategi untuk menentukan keaslian sumber, foto, dan video, dan teks terutama konten yang dibuat pengguna (user-generated content, UGC) yang dibagikan melalui jejaring sosial. Pengguna memiliki keterampilan mengetahui dan memverifikasi berbagai jenis konten palsu dan menyesatkan yang sering dibagikan selama peristiwa breaking news di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube . Pengecek fakta mengambil secara berkala dan dibagikan oleh organisasi berita profesional. Bahkan Young (2017) menunjukkan bahwa pemeriksaan fakta lebih efektif ketika disajikan sebagai video lucu daripada sebagai sebuah artikel.

Kegiatan cek fakta atau verifikasi dapat dilakukan oleh individu pengguna media digital dan juga para jurnalis dalam fungsi gate keeping karya jurnalistiknya. Aktivitas ini secara tidak sengaja didistribusikan dan diperkuat di jejaring sosial oleh para jurnalis, yang kadang disasar oleh aktor jahat untuk memengaruhi perdebatan publik dan kredibilitas jurnalis sebagai sumber terpercaya . Praktek teknik dan strategi investigasi dasar untuk memverifikasi konten, yang meliputi:

- (1) Mengidentifikasi dan memberikan kredit bagi sumber asli.
- (2) Mengidentifikasi dan mengabaikan akun palsu atau bot.
- (3) Mengonfirmasi bahwa konten visual telah diatribusi secara benar ke sumber aslinya.
- (4) Memverifikasi waktu perekaman dan pengunggahan konten.
- (5) Melakukan geolokasi foto dan video.

Pengguna media sosial maupun Jurnalis harus dapat menavigasi lautan informasi untuk mendapatkan sumber, informasi, dan gambar yang relevan. Pertumbuhan pesat jumlah konten visual (foto, video, dan GIF) yang diunggah ke media sosial, didorong oleh tiga faktor utama:

1. Perkembangan ponsel pintar di seluruh dunia.
2. Peningkatan akses ke data seluler yang murah (yang di beberapa tempat, gratis).
3. Munculnya jejaring sosial dan aplikasi percakapan sosial global yang dengannya seseorang dapat menerbitkan konten dan membangun khalayak.

Di Indonesia, terdapat lembaga komunitas sosial yang bergerak pada aktivitas cek fakta dan verifikasi. Salah satunya MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia). Organisasi sosial atau komunitas resmi yang didirikan sejak 2016 memiliki tujuan untuk memerangi penyebaran hoaks di Indonesia. Salah satu upaya MAFINDO dalam mencapai tujuannya adalah dengan menciptakan aplikasi Hoax Buster Tools yang berguna sebagai media aplikasi smartphone yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan pengecekan berita hoaks. Aplikasi pengecekan fakta dan verifikasi yang populer berlaku di Indonesia dapat diuraikan dibawah ini, tentu saja dengan kelemahan dan keunggulan masing-masing. Pengecekan fakta harus memiliki rujukan untuk memberikan bukti akurat atas hasil pengecekan fakta sebuah informasi.

1. Turnbackhoax.id

Situs TurnBackHoax.ID ini dikelola oleh MAFINDO, Masyarakat Anti Hoax Indonesia. Sumber kontennya adalah Forum FAFHH, Forum Anti Fitnah Hasut dan Hoax : <http://facebook.com/groups/fafhh>. Publikasi & Materi Anti Hoax Via Google Drive : [\(Logo, Buku saku, Infografis\)](#)

2. Cekfakta.com

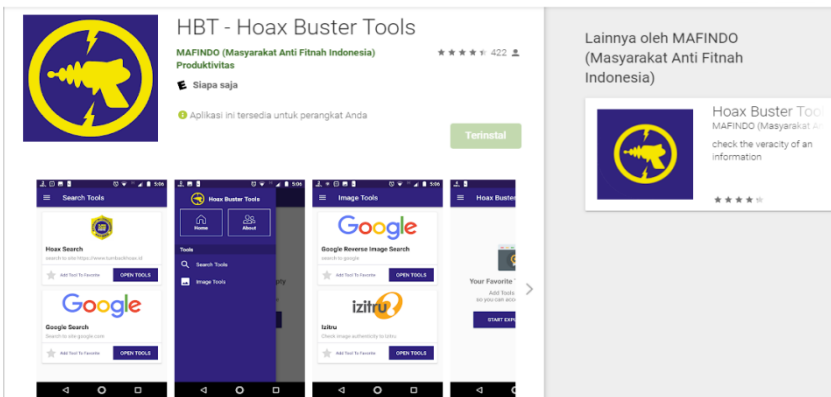
Cekfakta.com adalah sebuah proyek kolaboratif pengecekan fakta yang dibangun di atas API Yudistira oleh MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) dan bekerja sama dengan beberapa media online yang tergabung di AJI (Aliansi Jurnalis Independen) dan AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) serta didukung oleh Google News Initiative dan Internews serta FirstDraft. Cekfakta.com pertama kali diluncurkan di acara 'Trusted Media Summit 2018' yang diadakan di Jakarta pada Sabtu, 5 Mei 2018 setelah penandatanganan MOU oleh 22 Pemimpin redaksi dan Ketua Mafindo.

Media Partner



3. Hoax Buster Tools

Saat ini aplikasi Hoax Buster Tools hanya dapat diunduh melalui Google Play Store, dan tercatat aplikasi ini sudah diunduh sebanyak lebih dari 10.000 kali dengan rating sebesar 4.7 dari 306 reviews (Pauline, 2019). Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO), yakni salah satu institusi yang melawan disinformasi yang berada di tengah masyarakat. Salah satu tugasnya adalah membangun *data base* anti hoax sehingga dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dan mendapat bantuan dari Google untuk melawan serangan siber. Aplikasi HBT merupakan salah satu aplikasi yang create oleh Mafindo memiliki tampilan seperti gambar dibawah ini:



Gambar: Tampilan HBT

Walaupun mungkin tidak bisa menentukan dengan kepastian penuh sumber konten visual, ada sejumlah tanda mencurigakan yang dapat ditemukan melalui proses verifikasi sederhana dengan menanyakan: (1) Apakah kontennya asli,

atau disusun dari liputan sebelumnya dan ditampilkan kembali secara menyesatkan? (2) Apakah kontennya telah dimanipulasi secara digital? (3) Bisakah kita mengonfirmasi waktu dan tempat pengambilan foto/video, dengan menggunakan metadata yang tersedia? (4) Bisakah kita mengonfirmasi waktu dan tempat pengambilan foto/video, dengan menggunakan petunjuk visual dalam konten?

Untuk menemukan tanda yang mencurigakan secara efisien, kita juga perlu memahami berbagai jenis konten visual salah atau menyesatkan yang umum terjadi yaitu **waktu salah/tempat salah**: jenis visual menyesatkan yang paling umum adalah visual lama yang dibagikan ulang dengan klaim baru. Viralitas dalam kasus sering disebabkan oleh membagikan secara tidak disengaja konten yang mudah dibantah, tetapi tidak mudah ditarik kembali. **Konten yang dimanipulasi**: konten yang telah dimanipulasi secara digital menggunakan perangkat lunak penyunting foto atau video. **Konten “sandiwara”**: konten asli yang telah dibuat atau dibagikan dengan tujuan menyesatkan.

Trewinnard (2019) memaparkan cara yang dapat digunakan dalam pengecekan fakta dan verifikasi informasi di media sosial, strategi ini juga yang sering digunakan oleh lembaga cek fakta yang populer di Indonesia:

- Analisis akun Facebook: Menggunakan alat daring dari Intel Techniques, kita dapat mengetahui lebih lanjut tentang sumber dengan menganalisis akun Facebooknya
- Analisis akun Twitter: Menggunakan panduan ini dari Afrika Check, Anda dapat mengetahui lebih lanjut tentang sumber

dengan menganalisis riwayat aktivitas media sosialnya dan dengan demikian mengidentifikasi apakah itu adalah bot.

- Pencarian gambar balik: Menggunakan Google Reverse Image Search, TinEye, atau RevEye. Kita dapat memeriksa apakah gambar itu didaur ulang untuk mendukung klaim atau peristiwa baru. Pencarian gambar balik memungkinkan untuk melihat apakah satu atau lebih basis data gambar memuat versi gambar masa lalu. Jika pencarian gambar balik menunjukkan gambar telah ada sebelum peristiwa yang diklaim, ini adalah kecurigaan besar dan kemungkinan gambar itu didaur ulang dari peristiwa sebelumnya. Jika pencarian gambar balik tidak menghasilkan apa-apa, ini tidak berarti gambar tersebut asli, dan kita masih perlu melakukan pemeriksaan tambahan.
- Penampil data YouTube: Tidak ada “pencarian video balik” yang tersedia untuk umum, tapi alat seperti YouTube Data Viewer dari Amnesty International, InVID, dan NewsCheck dapat mendeteksi thumbnail video di YouTube, dan pencarian gambar balik untuk thumbnail tersebut dapat mengungkap apakah versi video yang lebih awal telah diunggah. (Alat-alat tersebut juga menunjukkan waktu pengunggahan.
- Penampil EXIF: EXIF adalah metadata yang dilampirkan ke konten visual yang mencakup berbagai macam titik data yang dibuat oleh kamera digital dan kamera ponsel. Ini bisa meliputi waktu dan tanggal, metadata lokasi, data perangkat, dan informasi pengaturan cahaya. Metadata EXIF sangat membantu proses verifikasi, tapi kendala utamanya adalah media sosial menghapus metadata dari konten visual. Ini

berarti gambar yang dibagikan di Twitter atau Facebook tidak akan menampilkan data EXIF.

Selanjutnya, Trewinnard (2019) memberikan keterampilan *digital skills* sebagai pengantar dasar untuk teknik verifikasi informasi yang lebih canggih, dengan sumber daya tambahan dan studi kasus. Teknik-teknik ini meliputi:

1. Geolokasi: Geolokasi adalah proses menentukan tempat pengambilan video atau gambar. Ini bisa langsung diketahui jika metadata tersedia: data EXIF dari ponsel sering mengungkapkan koordinat, dan konten di media sosial (misalnya di Instagram, Facebook, dan Twitter) kadang-kadang memuat tag geografis (penting untuk dicatat bahwa metadata tersebut dapat diedit dan dapat menyesatkan). Sering kali, geolokasi memerlukan referensi-silang karakteristik visual dan *landmark* dari konten dengan citra satelit, citra tampilan jalan, dan konten visual yang tersedia dari sumber lain (misalnya, konten visual lain yang diunggah ke Twitter, Instagram, Facebook, dan YouTube).
2. Bukti cuaca: Alat seperti WolframAlpha dapat mengungkap riwayat data cuaca, memungkinkan kita memeriksa apakah cuaca yang dapat diamati dalam konten visual didukung oleh catatan sejarah. (misalnya, apakah video menunjukkan hujan pada suatu hari sementara sumber-sumber meteorologi menunjukkan tidak ada hujan pada hari itu?)
3. Analisis bayangan: Salah satu cara investigasi foto atau video adalah memeriksa konsistensi internal dari setiap bayangan yang terlihat (yaitu apakah ada bayangan di titik yang kita harapkan, dan apakah bayangan konsisten dengan sumber cahaya yang relevan?)

4. Forensik gambar: Beberapa alat dapat mendeteksi inkonsistensi dalam metadata gambar yang mengindikasikan adanya manipulasi. Validitas teknik-teknik ini sangat bergantung pada konteks dan penerapannya, tapi alat seperti Forensically, Photo Forensics, dan IziTru dapat melakukan deteksi kloning dan analisis tingkat kesalahan yang bisa memberi kita wawasan.

Simpulan

Perkembangan teknologi digital tidak hanya berkontribusi pada manfaat positif, namun harus diakui efek negative nya pun sangat banyak dan berpotensi mengancam persatuan bangsa, kerukunan bahkan merusak hubungan sosial lainnya. Informasi palsu/ *hoax/ fake news* dalam aneka wujud masifnya penyebaran informasi palsu di media digital khususnya media sosial. Bentuk kekacauan informasi secara umum ada tiga yaitu misinformasi, disinformasi dan mal informasi. Untuk itulah, digital skills atau kecakapan dasar digital dimiliki oleh pengguna media dan jurnalis dalam mengidentifikasi kekacauan dalam muatan informasi. Dalam artikel ini juga telah disampaikan aplikasi/ *tools* atau cara sederhana yang bisa digunakan sebagai aktivitas verifikasi tentang kebenaran berita dan informasi tersebut dengan cara mengecek sumber berita, membandingkan dengan realita, dan melihat caption serta komentar-komentar yang ada pada informasi berita tersebut.

Daftar Pustaka

- Astrini, Atik. (2017). Hoax dan Banalitas Kejahatan Studi Pustaka tentang Fenomena Hoax dan Keterkaitannya dengan Banalitas Kejahatan). Universitas Sebelas Maret Surakarta. E-Jurnal Transformasi, Vol. II, No. 32. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/1798>. Diakses pada 16 Juni 2021 pukul 11.57 WIB
- Evelina, L. W. (2015). Analisis Isu S (Suku) A (Agama) R (Ras) A (Antar Golongan) di Media Social Indonesia. *Jurnal ULTIMA Comm*, 7(1), 107–122. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v7i1.426> nally. Canada: Thompson South-Western
- Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. (daring) Insight Assessment. Tersedia di: <https://www.insightassessment.com/> (diakses 05/07/2021).
- Gallagher, K and Magid, L. (2017). *Media literacy & fake news. Parent & Educator Guide, ConnectSafely*.
- Hidaya, N., Qalby, N., Alaydrus, S. S., Darmayanti, A., & Salsabila, A. P. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax Oleh Digital (Issue January).
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Juniantari Ni Ketut., Ni Made Ras Amanda Gelgel., Ni Luh Ramaswati Purnawan. (2019). Sikap Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Informasi Bohong Di Facebook. E

Jurnal Medium Vol 1 No.2 (2019)
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/52776>

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. Diperoleh dari https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/16079/pdf_1

[Kumparan, 2018. Riset: 44 Persen Orang Indonesia Belum Bisa Mendeteksi Berita Hoax. <https://kumparan.com/kumparantech/riset-44-persen-orang-indonesia-belum-bisa-mendeteksi-berita-hoax-1534904577213906127>. Diakses 22 Juni 2021](https://kumparan.com/kumparantech/riset-44-persen-orang-indonesia-belum-bisa-mendeteksi-berita-hoax-1534904577213906127)

Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte. (2020). Roadmap literasi digital 2021-2024. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte

Kuntarto & Rindha Widyaningsih. (2020). Motivasi Penyebaran Berita Hoax. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan

- Kearifan Lokal Berkelanjutan X” 6-7 Oktober 2020
Purwokerto ISBN 978-602-1643-65-5 214 7.
- Littlejohn, Stephen W. (2014). Teori Komunikasi Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Maharani, Esthi. (2019). Memahami Kekacauan Infromasi. <https://www.republika.co.id/berita/pyto7q318/> Diakses 26 Juni 2021 pukul 15.00 WIB
- Marwan, M. R., & Ahyad. (2017). Analisa Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia. Jurusan Ilmu Komunikasi Jakarta: Gunadarma .
- Mantzaris, Alexios. (2019). Fact Checking. Handbook for Journalism Education and Training. Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Mastel. (2019). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional 2019. Website Masyarakat Telematika Indonesia, 35. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- Meinarni, N. P. S., & Iswara, I. B. A. I. (2018). Hoax and its Mechanism in Indonesia. ICCSR 2018, November, 183–186. <https://doi.org/10.2991/iccsr-18.2018.39>
- Monggilo, Zainuddin Muda Z, dkk. (2021). Modul Cakap Bermedia Digital. Kementerian Komunikasi Dan Informasi, Japelidi, Siberkreasi. Jakarta: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika
- Pauline, Elisabeth., Jayanto Ginon Warjoyo , Budianto Leoputra.(2019). Desain Interface pada Aplikasi Hoax Buster Tools. Rupaka: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual Vol.1 No. 1 (2019). <http://dx.doi.org/10.24912/rupaka.v1i2.9170>
- Sulistiyarini, Dhani., Anna Gustina., Wulan Suciska, Abdul Firman Ashaf. (2020). Peningkatan Keterampilan Information

Literacy Dalam Melawan Hoax Tentang Virus Corona Di Media Sosial Bagi Remaja Di Bandarlampung. Rangkang: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat UP3M STKIP PGRI Sumatera Barat. ISSN: (2721-2688) Vol. 2 No. 2 (Desember 2020): 107–117

Trewinnard, Tom and Fergus Bell. (2019). *Social Media Verification: Assessing Sources And Visual Content. Handbook for Journalism Education and Training.* Journalism, 'Fake News' & Disinformation. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Widyaningsih, Rindha. (2017). Dimensi Sosial dan Religi Kearifan Lokal Banyumas. LPPM Unsoed

Wardle, Claire dan Hossein Derakhsan. (2019). Thinking About 'information Disorder' Format of Misinformation, Disinformation and Mal-Information. Handbook for Journalism Education and Training. Journalism, 'Fake News' & Disinformation. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Widyaningsih, R., & Kuntarto. (2019). Local Wisdom Approach to Develop Counter- Radicalization Strategy. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 255(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/255/1/012049>

Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. dan Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), hlm. 49-75

Yhasadana, Viktor. (2019). Kompetensi Digital. Opini.
<https://mediaindonesia.com/opini/235121/kompetensi-digital>. (diakses tanggal 16 Juni 2021)