

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Peningkatan literasi digital telah menjadi perhatian utama dari semua aktivitas Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi sebagai sebuah gerakan yang berfokus meningkatkan literasi digital di Indonesia. Siberkreasi telah berkomitmen dengan berbagai pihak untuk meningkatkan literasi digital di masyarakat. Komitmen tersebut dilakukan lewat seruan dan ajakan untuk berbagi kreativitas melalui penyebaran konten-konten positif di ruang digital, serta memanfaatkan internet secara bijak dan bertanggung jawab. (Biro Humas Kemenkominfo, 2017).

Siberkreasi diluncurkan pada tanggal 2 Oktober 2017, berangkat dari kegelisahan berbagai elemen masyarakat terhadap besarnya ancaman bahaya penyebaran konten negatif di dunia maya. Oleh karena itu GNLD Siberkreasi hadir untuk memerangi penyebaran berbagai konten negatif dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak. Siberkreasi saat ini menjadi wadah bagi 108 mitra institusi pemangku kepentingan majemuk baik dari pemerintah, swasta, komunitas, organisasi masyarakat sipil, operator telekomunikasi, platform digital, media, akademisi, hingga pegiat literasi digital.

Sebagai gerakan yang berskala nasional, Siberkreasi mempunyai tugas dan fungsi untuk terus berinovasi meningkatkan literasi digital bagi masyarakat Indonesia. Literasi digital sebagai upaya mendukung penggunaan internet secara aman, terpercaya, optimal, serta menanamkan etika dalam menggunakan ruang digital. Tugas dan fungsi tersebut sejalan dengan arahan Presiden Joko Widodo bahwa literasi digital sesuai dengan standar moral dan etika tinggi dari pengguna.

Peningkatan literasi digital yang dikembangkan oleh Siberkreasi merujuk pada sosialisasi dan pelaksanaan program-program literasi digital ke berbagai sektor terutama bidang pendidikan. Di antaranya, dengan mendorong dimasukkannya materi literasi digital ke dalam kurikulum formal. Selain itu, fokus

utama Siberkreasi berorientasi pada meningkatkan kemampuan individu dalam menggunakan ruang digital secara bijak. Penyebaran konten-konten negatif melalui internet seperti berita bohong atau *hoax*, *cyberbullying*, *online radicalism*, dan lainnya perlu diperangi dengan pengetahuan dan kemampuan seorang individu dalam berliterasi. Karena sejatinya, literasi bukanlah sebuah bakat tetapi keterampilan yang perlu dilatih.

Selama tahun 2017 sampai saat ini berdiri, Siberkreasi telah melakukan kegiatan edukasi literasi digital di 462 lokasi, pelatihan 3137 relawan literasi digital dengan lebih dari 200.000 peserta aktif. Hasil produksi dari beragam materi literasi digital yang telah diunduh lebih dari 180.000 kali, serta setidaknya menjangkau 75 Juta penduduk Indonesia melalui kegiatan literasi digital baik secara online maupun offline (Biro Humas Kemenkominfo, 2020).

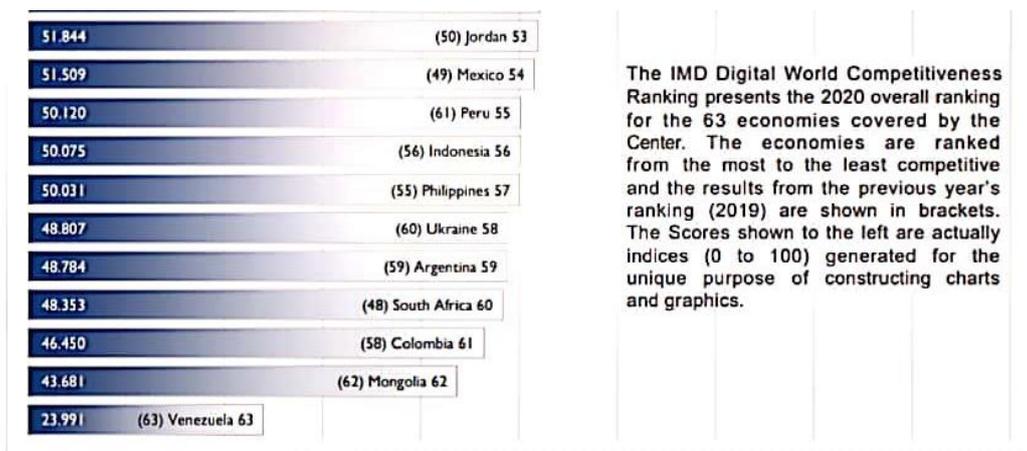
Selain itu, pencapaian Siberkreasi selama dua tahun terakhir sudah berhasil menginspirasi lebih dari 700 *content creators* di seluruh Indonesia. Pencapaian di tahun 2018, Siberkreasi mendapatkan penghargaan *Brand Endorsement of the Year 2018* yang diselenggarakan oleh Markplus sebagai hasil kerja keras bersama dengan para relawan. Selain itu, Siberkreasi juga mendapat penghargaan sebagai *Runner-up* dalam ajang *World Summit on the Information Society (WSIS) Prizes 2018* yang diselenggarakan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Pada ajang yang sama di tahun 2020, Siberkreasi dinobatkan sebagai *Winner* dari *Action Lines WSIS C4 Capacity Building* yang terkait dengan pemenuhan tujuan *SDGs Goal 4: Quality Education* (Biro Humas Kemenkominfo, 2020).

Keberhasilan dan pencapaian Siberkreasi diatas sudah sesuai dengan visi dan misi yang dijalankan oleh tim dan mitra yang terlibat. Tim dan mitra Siberkreasi memiliki niat yang sama untuk meningkatkan literasi digital di Indonesia. Hal ini karena berkaca dari data literasi digital Indonesia yang rendah dibandingkan dengan negara-negara lain sehingga menjadi masalah utama bagi para pegiat literasi digital.

Berdasarkan data dari survei *World's Most Literate Nations 2016 Central Connecticut State University (CCSU)*, Indonesia berada pada peringkat ke-60 dari 61 negara yang berpartisipasi dalam survei tersebut. Artinya peringkat Indonesia tentang literasi berada di level bawah. Selain itu, data dari *Global World Digital*

Competitiveness Ranking 2020 mengatakan Indonesia peringkat ke-56 dari 62 negara dalam kesiapan untuk mengadopsi dan mengeksplorasi teknologi digital sebagai pendorong utama transformasi bisnis, pemerintahan dan masyarakat luas (IMD, 2019).

Gambar 1.1 Negara Peringkat ke 53-62 dalam World Digital Competitiveness Ranking 2020



(Sumber : *World Digital Competitiveness Ranking 2020*)

Siberkreasi juga bekerjasama dengan Kominfo dan Kata Data Center yang telah melakukan survei bertajuk Status Literasi Digital Indonesia 2020 di 34 Provinsi, hasilnya mengatakan literasi digital di Indonesia belum sampai pada level baik. Jika skor indeks tertinggi adalah 5, indeks literasi digital di Indonesia baru berada sedikit di atas angka 3. Hasil survei tersebut dijadikan bahan pertimbangan yang sangat penting untuk pengambilan kebijakan pemerintah dan arah Siberkreasi dalam menyongsong digitalisasi (Biro Humas Kemenkominfo, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat menjadikan ruang digital semakin meningkat digunakan oleh masyarakat. Pada tahun 2020, berdasarkan data dari *We are social Hootsuite* (2020:17) terdapat peningkatan sekitar 17% atau 25 juta pengguna internet di Indonesia. Selain itu, terdapat juga peningkatan pengguna aktif media sosial sebesar 10 juta pengguna. Hal ini menjadi salah satu dasar pentingnya seorang individu memiliki kemampuan literasi digital dalam dirinya.

Berdasarkan data diatas, peningkatan literasi digital di Indonesia menjadi masalah penting karena literasi digital melibatkan kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktifitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta konteks sosial-budaya yang berkembang (Hague & Payton, 2010).

Hal ini sejalan dengan tujuh pilar indikator peningkatan literasi digital secara nasional yaitu pilar informasi dan literasi data, pilar berpikir kritis, pilar kemampuan berkomunikasi, pilar etika dalam teknologi, pilar keamanan pribadi, pilar keamanan perangkat, dan pilar kemampuan menggunakan teknologi. Tujuh pilar indikator tersebut terdapat pada survei bertajuk “Status Literasi Digital Indonesia 2020 Hasil Survei di 34 Provinsi” yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerjasama dengan Kata Data Center dan Sibekreasi (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020).

Organisasi atau lembaga swadaya masyarakat pegiat literasi digital termasuk Siberkreasi saat ini sedang aktif dan bahu-membahu membuat kegiatan atau program yang bisa meningkatkan literasi digital di Indonesia. Namun sebelum melakukan program dan kegiatan yang akan dijalankan, tentunya terdapat strategi komunikasi di dalamnya. Terlebih pada literasi digital yang sejatinya tidak terlepas dari kegiatan komunikasi. Dalam berkomunikasi perlu menyusun strategi yang jitu, karena apabila komunikasi dikelola secara baik maka akan memberikan kontribusi hasil yang optimal (Prasanti & Fuady, 2017).

Strategi komunikasi diartikan sebagai suatu paduan dari perencanaan atau rancangan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2008:29). Lewat strategi komunikasi inilah pelaku komunikasi akan lebih mudah menyebarluaskan pesan komunikasi secara sistematis baik yang bersifat informatif, persuasif, maupun instruktif kepada masyarakat dengan hasil yang optimal (Prasanti & Fuady, 2017). Oleh karena itu, sebelum memutuskan untuk menjalankan program kegiatan, pentingnya menggunakan strategi komunikasi yang dipikirkan secara matang. Hal

ini dilakukan oleh Siberkreasi mengingat adanya keberhasilan program yang dijalankan dan pencapaian yang sudah didapatkan.

Berdasarkan penjabaran diatas, penulis akan mengambil judul **Strategi Komunikasi Siberkreasi dalam Meningkatkan Literasi Digital**. Alasan penulis mengambil objek penelitian Siberkreasi dibanding pegiat literasi digital lainnya seperti Generasi Digital Indonesia (Gradasi), dan Internet Sehat, karena Siberkreasi termasuk gerakan yang masih baru namun sudah diakui secara global. Siberkreasi sudah berstatus nasional dan dipayungi oleh Ditjen Aptika Kementerian Komunikasi dan Informatika sehingga terintegrasi oleh pemerintah. Menurut pengamatan penulis secara langsung dan melalui media sosial, Siberkreasi juga banyak melibatkan *influencer* dan *content creator* dalam programnya sehingga terkesan sangat *millennial* dan mengikuti *trend* yang ada, serta jumlah pengikut instagram Siberkreasi yang cukup banyak mencapai 42.000 pengikut.

Selain itu, masih sedikitnya penelitian dan tulisan yang membahas tentang literasi digital dalam ruang lingkup kajian strategi komunikasi. Hal ini mengakibatkan minimnya rujukan mengenai bagaimana merencanakan strategi komunikasi yang baik dalam meningkatkan literasi digital. Sehingga nantinya penelitian ini dapat memberikan sumbangsih kepada para pegiat literasi digital dalam merencanakan strategi komunikasi yang akan dijalankan. Oleh karena itu fokus penelitian ini akan melihat bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Siberkreasi dalam meningkatkan literasi digital sehingga menarik perhatian penulis untuk membahas dalam ruang lingkup kajian ilmiah.

1.2 Fokus Penelitian

Mengingat rendahnya literasi digital dan meningkatnya penggunaan ruang digital, Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi hadir untuk meningkatkan literasi digital. Program dan kegiatan yang dijalankan oleh Siberkreasi membutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan literasi digital. Oleh karena itu fokus penelitian ini untuk mengetahui lebih jauh mengenai “Strategi Komunikasi Siberkreasi dalam Meningkatkan Literasi Digital”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan signifikansi uraian penelitian, maka penulis merumuskan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Siberkreasi dalam meningkatkan literasi digital?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka penulis memperoleh tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Siberkreasi dalam meningkatkan literasi digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis sangat berharap dari penelitian ini menghasilkan berbagai manfaat penelitian untuk berbagai pihak. Adapun manfaat tersebut penulis uraikan sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangsih berupa gambaran bagi kalangan mahasiswa studi ilmu komunikasi, khususnya kelompok bidang ilmu komunikasi strategis dan pemberdayaan. Selain itu penulis mengharapkan penelitian ini bisa dijadikan acuan atau sumber untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap dapat memberikan gambaran kepada berbagai institusi, baik dari pemerintah, swasta, komunitas, hingga para pegiat literasi digital dalam mempertimbangkan strategi komunikasi secara matang, mencakup inovasi program yang akan dijalankan, pemilihan media komunikasi, dan bentuk pesan yang digunakan untuk meningkatkan literasi digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini, penulis menjabarkan sistematika penelitian dalam penelitian ini menjadi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. Bagian ini memuat pokok dan topik permasalahan yang akan diteliti secara mendalam.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, konsep, teori-teori komunikasi, serta rujukan penelitian yang terkait dengan penelitian ini akan jelaskan untuk memberikan gambaran mengenai kepentingan analisis yang diperoleh peneliti. Bagian ini terdiri dari penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, serta kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan dan gambaran mengenai metode penelitian yang akan digunakan, metode pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang seluruh hasil dari penelitian serta pembahasannya secara lebih mendalam.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian beserta saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan berbagai buku serta referensi dalam penyusunan penelitian.

LAMPIRAN

Berisikan seluruh lampiran-lampiran bukti dan dokumen pendukung skripsi sesuai syarat yang ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.