



Modul

CAKAP BERMEDIA DIGITAL

Kata Pengantar:

Johnny G. Plate (Menteri Kominfo)

Editor:

Zainuddin Muda Z. Monggilo & Novi Kurnia

Penulis:

Zainuddin Muda Z. Monggilo, Novi Kurnia,
Yudha Wirawanda, Yolanda Presiana Devi,
Ade Irma Sukmawati, Citra Rosalyn Anwar,
Indah Wenerda & Santi Indra Astuti

MODUL

CAKAP BERMEDIA DIGITAL

Kata Pengantar:

Johnny G. Plate (Menteri Kominfo)

Editor:

Zainuddin Muda Z. Monggilo & Novi Kurnia

Penulis:

Zainuddin Muda Z. Monggilo, Novi Kurnia, Yudha Wirawanda,
Yolanda Presiana Desi, Ade Irma Sukmawati, Citra Rosalyn Anwar,
Indah Wenerda, Santi Indra Astuti

Kementerian Komunikasi dan Informatika, Japelidi, Siberkreasi

2021

Modul Cakap Bermedia Digital

Kata Pengantar

Johnny G. Plate (Menteri Kominfo)

Editor

Zainuddin Muda Z. Monggilo

Novi Kurnia

Penulis

Zainuddin Muda Z. Monggilo

Novi Kurnia

Yudha Wirawanda

Yolanda Presiana Desi

Ade Irma Sukmawati

Citra Rosalyn Anwar

Indah Wenerda

Santi Indra Astuti

Penanggung jawab

Dirjen Aplikasi Informatika, Kementerian KOMINFO

Dewan Pengarah

Yosi Moku (Ketua GNLD Siberkreasi)

Tim Riset GNLD Siberkreasi

Koordinator

Koordinator Literasi Digital Kementerian KOMINFO

Tim Literasi Digital Kementerian KOMINFO

Proofreader

Putri Laksmi Nurul Suci

Periset

Saufika Enggar Garini

Annisa Nurul Hanifah

Desainer Sampul, Grafik, dan Tata Letak

Tim Desain dan Konten Literasi Digital Kementerian KOMINFO

Penerbit

Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika

Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta 10110

(021) 3452841

humas@mail.kominfo.go.id

Ukuran: 15,5 x 23 cm; xix + 154 halaman

E-ISBN: 978-602-18118-6-3

ISBN: 978-602-18118-6-3

Cetakan Pertama: April 2021

Hak Penerbitan © 2021 Kementerian Komunikasi dan Informatika



Setiap orang boleh menggunakan, mengutip dan mendistribusikan materi pada dokumen ini dengan wajib menyebutkan sumbernya serta hanya untuk keperluan pendidikan dan/atau non-komersial.

KATA PENGANTAR

Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

Modul Literasi Digital – Cakap Bermedia Digital

April 2021

Kedaulatan dan kemandirian digital bangsa Indonesia menjadi salah satu fokus arahan Bapak Presiden Joko Widodo yang mengajak seluruh elemen bangsa memanfaatkan konektivitas digital agar dapat menghubungkan Indonesia dengan pola pikir, kesempatan bisnis global, dan masa depan baru. Penyiapan talenta digital yang cakap dalam menghadapi era disrupsi digital, menjadi salah satu penggerak utama pemanfaatan konektivitas digital yang produktif sebagai perwujudan agenda transformasi digital Indonesia.

Dalam pelaksanaannya, Kementerian Kominfo bersama mitra lintas pemangku kepentingan telah menyelesaikan Peta Jalan Literasi Digital Nasional sebagai upaya pemutakhiran kegiatan literasi digital yang dikoordinasi Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi.

Peta jalan tersebut kemudian diturunkan menjadi seri Modul Literasi Digital yang disusun dalam kolaborasi antara Kementerian Kominfo, Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi), dan GNLD Siberkreasi. Meliputi empat pilar utama literasi digital, seri modul tersebut terbagi menjadi empat modul yang membahas 4 nilai literasi digital, yaitu: (i) Cakap Bermedia Digital; (ii) Budaya Bermedia Digital; (iii) Etis Bermedia Digital; dan (iv) Aman Bermedia Digital.

Modul Literasi Digital – Cakap Bermedia Digital hadir sebagai modul pengantar peningkatan kemampuan masyarakat untuk mengoperasikan teknologi digital melalui, antara lain, pengenalan terhadap perangkat lunak, perangkat keras, hingga pengoperasian jaringan internet *Wi-Fi* sederhana. Materi-materi tersebut diharapkan mampu menjadi pengantar bagi ketiga modul lainnya untuk menyiapkan talenta digital Indonesia yang unggul dan berdaya.

Modul-modul literasi digital ini menjadi salah satu modal utama untuk mencapai target 12,4 juta masyarakat Indonesia terliterasi pada tahun 2021. Tidak hanya itu, **Modul Literasi Digital – Cakap Bermedia Digital** juga dapat menyiapkan talenta digital yang mampu

secara bersama-sama melaksanakan agenda transformasi digital di sektor (i) infrastruktur, (ii) pemerintahan, (iii) ekonomi, dan (iv) masyarakat. Melalui literasi digital, Indonesia tidak hanya sekadar bangkit, tetapi juga dapat melakukan lompatan besar, mewujudkan visi Indonesia Maju.

Indonesia Terkoneksi: Semakin Digital, Semakin Maju.

#MakinCakapDigital!

Menteri Komunikasi dan Informatika RI

Johnny G. Plate

KATA PENGANTAR JAPELIDI

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

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

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

Meskipun 4 modul dari Seri Modul Literasi Digital Kominfo, Japelidi, & Siberkreasi ini mempunyai fokus yang berbeda dan ditulis oleh tim penyusun yang tak sama, namun keempatnya menyajikan modul yang utuh. Tak hanya memaparkan konsep, problematika, dan strategi yang bisa digunakan baik pengguna media digital maupun pengajar atau pegiat literasi digital, keempat modul ini juga dilengkapi dengan rekomendasi solusi dan evaluasi untuk mengukur kompetensi literasi digital. Namun sebagai upaya awal dan singkat menerjemahkan *Roadmap Literasi Digital 2021-2024* tentu masih terdapat kelemahan di sana sini yang akan diperbaiki di waktu mendatang berdasarkan masukan dari pembaca maupun pengguna modul ini.

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

Yogyakarta, 21 Februari 2021

Koordinator Nasional Japelidi
Novi Kurnia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR KEMENTERIAN KOMINFO	i
KATA PENGANTAR JAPELIDI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I LITERASI DIGITAL DAN KECAKAPAN DIGITAL	1
<i>Zainuddin Muda Z. Monggilo, Novi Kurnia, & Santi Indra Astuti</i>	
Pengantar	1
Memahami Kompetensi Literasi Digital	3
Indikator dan Subindikator <i>Digital Skills</i>	11
Sistematika Modul	12
Daftar Pustaka	15
BAB II MENINJAU LANSKAP DIGITAL	20
<i>Yudha Wirawanda</i>	
Pengantar	20
Mengetahui dan Memahami Perangkat Keras	22
Mengetahui dan Memahami Perangkat Lunak	26
Mengetahui dan Memahami Internet	28
Mengetahui dan Memahami Koneksi Internet	29
Koneksi dengan <i>Wi-Fi</i> di Ruang Publik	30
Mengetahui dan Memahami Perangkat Terkait Keamanan Digital	32
Menghadapi <i>Malware</i> dan Sejenisnya dengan Perangkat Lunak	35
Penutup	37
Evaluasi Kompetensi	39
Daftar Pustaka	40
BAB III MENJELAJAHI MESIN PENCARIAN INFORMASI	43
<i>Yolanda Presiana Desi & Ade Irma Sumawati</i>	
Pengantar	43
Definisi Mesin Pencarian Informasi	46
Proses Kerja Mesin Pencarian Informasi	48
Cara Penggunaan Mesin Pencarian Informasi	49
Menggunakan Filter Pembatasan Jenis Informasi	53
Menggunakan Filter Pembatasan Informasi Berdasarkan Waktu	56
Memanfaatkan Layanan Mesin Pencarian Informasi untuk Tujuan Akademik	56
Menggunakan Kata Kunci Secara Efektif	57
Mengenal Tiga Jenis Gangguan Informasi	59

Menggunakan Fitur Cek Fakta	63
Partisipasi dan Kolaborasi Pengguna Mesin Pencarian Informasi	65
Penutup	66
Evaluasi Kompetensi	76
Daftar Pustaka	77
BAB IV MEMAHAMI APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL	80
<i>Citra Rosalyn Anwar & Ade Irma Sukmawati</i>	
Pengantar	80
Persiapan untuk Memahami Aplikasi Percakapan dan Media Sosial	82
Memahami Aplikasi Percakapan	84
Setelan Mendasar Aplikasi Percakapan	86
Menggunakan Simbol dalam Aplikasi Percakapan	97
Memahami Media Sosial	98
Setelan Mendasar Media Sosial	100
Melawan Kabar Bohong dalam Aplikasi Percakapan dan Media Sosial	107
Memproduksi dan Mendistribusikan Konten Baik di Aplikasi Percakapan dan Media Sosial	109
Penutup	109
Evaluasi Kompetensi	113
Daftar Pustaka	114
BAB V MENGENAL DOMPET DIGITAL, LOKAPASAR, DAN TRANSAKSI DIGITAL	115
<i>Indah Wenerda</i>	
Pengantar	117
Mengetahui Aplikasi Dompot Digital	119
Transaksi Jual Beli Melalui Lokapasar	129
Lokapasar Terbanyak digunakan di Indonesia	132
Bertransaksi Digital dengan Aman	135
Penutup	135
Evaluasi Kompetensi	138
Daftar Pustaka	139
BAB VI CAKUPAN BERMEDIA DIGITAL	141
<i>Zainuddin Muda Z. Monggilo</i>	
Capaian Kecakapan	143
Rekomendasi Pengembangan dan Aksi	144
Penutup	151
Daftar Pustaka	152
DAFTAR ISTILAH	Xi
DAFTAR INDEKS	Xv
TENTANG PENULIS	Xviii

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1. Bab dalam Modul	13
Bagan II.1. Kategori Mesin Komputer	23
Bagan II.2. Langkah Menghubungkan Perangkat-perangkat Komputer <i>Desktop</i>	26
Bagan II.3. Tips Menghindari <i>Malware</i>	34
Bagan II.4. Langkah Aktivasi <i>Windows Defender Firewall</i>	35
Bagan II.5. Mengecek <i>Firewall</i> di Mac	36
Bagan II.6. Usulan Kegiatan Pemahaman Lanskap Digital	38
Bagan III.1. Arah Pengembangan Bab	75
Bagan IV.1. Perbedaan Media Sosial dan Aplikasi Percakapan	80
Bagan IV.2. Tips Sebelum Membagikan Informasi	107
Bagan IV.3. Arah Pengembangan Bab	111
Bagan V.1. Langkah-langkah Mengaktifkan Dompet Digital	121
Bagan V.2. Langkah-langkah Verifikasi Akun Dompet Digital	122
Bagan V.3. Langkah-langkah Penggunaan Dompet Digital	122
Bagan V.4. Langkah-langkah Pembayaran Nontunai dengan Dompet Digital	123
Bagan V.5. Tips Memilih Dompet Digital	128
Bagan V.6. Arah Pengembangan Bab	136
Bagan VI.1. Cakap Bermedia Digital	141
Bagan VI.2. Pengajaran Modul dalam Jenjang Pendidikan	144
Bagan VI.3. Kelompok Sasaran Modul	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. ICT Development Index Indonesia 2017	2
Gambar I.2. Modul Literasi Digital Kominfo, Japelidi & Siberkreasi	10
Gambar II.1. Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Komputer	24
Gambar II.2. Data Jumlah Serangan Siber	33
Gambar III.1. Pengguna Data Internet di Indonesia Tahun 2020	43
Gambar III.2. <i>Traffic Share</i> Situs Berdasarkan Perangkat, Usia, dan Gender Tahun 2020	44
Gambar III.3. Macam-Macam Mesin Pencarian Informasi	46
Gambar III.4. <i>Market Share</i> Mesin Pencarian Informasi di Indonesia	47
Gambar III.5. Proses Kerja Mesin Pencarian Informasi	49
Gambar III.6. Tampilan Awal Google	49
Gambar III.7. Tampilan Awal Yahoo	50
Gambar III.8. Prediksi Kata Kunci Mesin Pencarian Informasi	51
Gambar III.9. Fitur Suara pada Mesin pencarian Informasi	52
Gambar III.10. Hasil Penelusuran Mesin Pencarian Informasi Berupa Berita	53
Gambar III.11. Hasil Penelusuran Mesin Pencarian Informasi Berupa Video	53
Gambar III.12. Filter Jenis Informasi pada Mesin Pencarian Informasi	54
Gambar III.13. Fitur Google Maps	55
Gambar III.14. Fitur <i>Live Traffic Map</i> Google	55
Gambar III.15. Filter Pembatasan dan Pengurutan Informasi Berdasarkan Waktu	56
Gambar III.16. Layanan Google Cendekia	57
Gambar III.17. Tips Penggunaan Kata Kunci pada Aplikasi Google	58
Gambar III.18. Survei Kepercayaan Masyarakat Terhadap Informasi di Internet Tahun 2019	59
Gambar III.19. Tiga Gangguan Informasi	60
Gambar III.20. Tujuh Jenis Mis/Disinformasi	61
Gambar III.21. Contoh Misinformasi	62
Gambar III.22. Contoh Disinformasi	62
Gambar III.23. Ciri-ciri Mis/Disinformasi	63
Gambar III.24. Tampilan Laman Awal Google Fact Check Tools	64
Gambar III.25. Tampilan Hasil Pencarian Melalui Google Fact Check Tools	64
Gambar III.26. Kolaborasi Google & Wikipedia	66
Gambar III.27. Daerah 3T dalam Angka	67
Gambar III.28. Tampilan Penggunaan Mode Ringan (<i>Lite</i>) dalam Mesin Pencari	68
Gambar III.29. Penghematan Kuota dalam Menggunakan Mesin Pencari	69
Gambar III.30. Cara Penyetelan Fitur Safe Search pada Google	70
Gambar III.31. Cara Penyetelan Fitur Safe Search pada Google	70
Gambar III.32. Tampilan Laman Awal Google Safe Search Kids	71

Gambar III.33. Cara Penyetelan Fitur Safe Search Pada Google	72
Gambar III.34. Cara Penyetelan Fitur Bahasa Pada Google	72
Gambar III.35. Laman Awal Google Assistant	73
Gambar III.36. Laman Awal Google Assistant	73
Gambar III.37. Tampilan Awal Google Assistant Pada Ponsel Android	74
Gambar IV.1. Sejarah Aplikasi Percakapan dan Media Sosial	80
Gambar IV.2. Infografik <i>Platform</i> Media Sosial Paling Aktif di Indonesia	81
Gambar IV.3. Infografik Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi Pesan Instan	84
Gambar IV.4. Percakapan dengan Aplikasi Google Messenger	84
Gambar IV.5. WhatsApp Call	85
Gambar IV.6. Aplikasi Pesan Populer di Indonesia	86
Gambar IV.7. Pengaturan pada Aplikasi WhatsApp	87
Gambar IV.8. Setelan Informasi yang Tidak Diinginkan dalam Telegram	88
Gambar IV.9. Setelah Mendasar WhatsApp	89
Gambar IV.10. Setelan Mendasar Telegram	90
Gambar IV.11. Fitur Pengaturan Aplikasi Zoom	91
Gambar IV.12. Fitur Pengaturan Video Aplikasi Zoom	92
Gambar IV.13. Fitur Pengaturan Audio Zoom	93
Gambar IV.14. Fitur Pengaturan berbagi Layar	93
Gambar IV.15. Fitur Pengaturan Percakapan Antarpartisipan	94
Gambar IV.16. Fitur Pengaturan Latar Zoom	95
Gambar IV.17. Fitur Video Filter Zoom	96
Gambar IV.18. Fitur Pengaturan Rekaman Zoom	96
Gambar IV.19. Fitur Pengaturan Profil Zoom	97
Gambar IV.20. Emoji Tertawa Hingga Menangis	98
Gambar IV.21. Media Sosial Favorit Warganet Indonesia	99
Gambar IV.22. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Facebook	101
Gambar IV.23. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Twitter 1	102
Gambar IV.24. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Twitter 2	103
Gambar IV.25. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Instagram	104
Gambar IV.26. Infografik Penyebaran Informasi melalui Aplikasi Percakapan WhatsApp	108
Gambar V.1. Persentase Masyarakat Indonesia Pernah Belanja Daring	117
Gambar V.2. Ilustrasi Harbolnas	117
Gambar V.3. Metode Pembayaran	119
Gambar V.4. Pengguna Dompot Digital	120
Gambar V.5. ShopeePay	122
Gambar V.6. Langkah-langkah Pembayaran dengan ShopeePay	123
Gambar V.7. OVO	124
Gambar V.8. GoPay	125
Gambar V.9. DANA	126

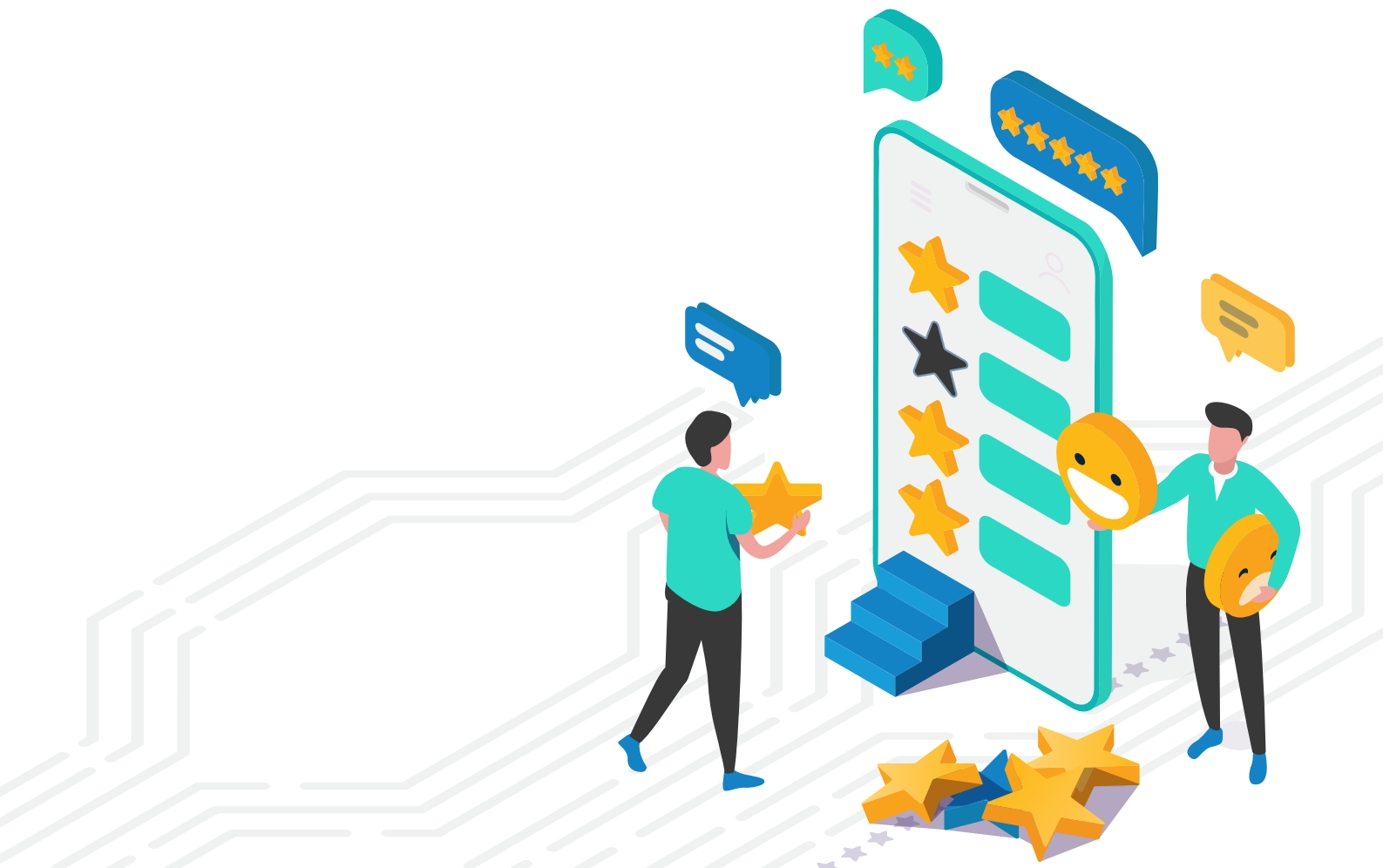
Gambar V.10. LinkAja	127
Gambar V.11. Pengguna Menggunakan Lebih Dari Satu <i>Brand</i> Dompot Digital	128
Gambar V.12. Laman Lokapasar Bhinneka.com	131
Gambar V.13. Persentase Lokapasar Terbanyak Digunakan	131
Gambar V.14. Chris Feng, Pemilik Shopee	132
Gambar V.15. Grafik Pengguna Internet per Wilayah	136
Gambar VI.1. Pelatihan Daring Tular Nalar	146
Gambar VI.2. Situs Web Tular Nalar	146
Gambar VI.3. Pelatihan Cek Fakta untuk Pers Mahasiswa	146
Gambar VI.4. Pelatihan Perempuan Melawan Hoaks Politik di WhatsApp 2020	149
Gambar VI.5. Poster Digital Kampanye COVID-19 Japelidi	150

DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Kompetensi Literasi Digital	4
Tabel I.2. Sepuluh Kompetensi Literasi Digital Japelidi	5
Tabel I.3. Area dan Indikator Kompetensi Literasi Digital Kominfo, Siberkreasi & Deloitte	8
Tabel I.4. Indikator dan Subindikator <i>Digital Skills</i>	11
Tabel III.1. Perbandingan Jenis-Jenis Mesin Pencarian Informasi	47
Tabel IV.1. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial	99
Tabel IV.2. Cara Melaporkan Akun Media Sosial	104
Tabel V.1. Persentase Penggunaan Dompot Digital	121

Bab 1

Literasi Digital dan Kecakapan Digital



BAB I

LITERASI DIGITAL DAN KECAKAPAN DIGITAL

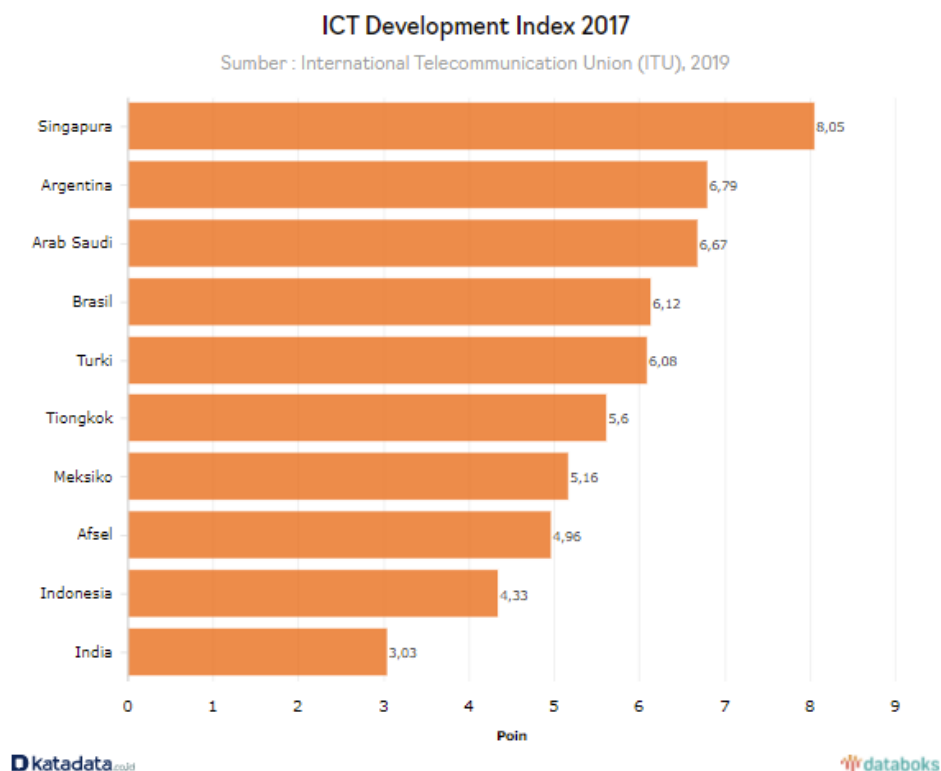
Zainuddin Muda Z. Monggilo, Novi Kurnia, & Santi Indra Astuti

PENGANTAR

Berdasarkan data survei indeks literasi digital nasional 2020 di 34 provinsi di Indonesia, akses terhadap internet ditemukan kian cepat, terjangkau, dan tersebar hingga ke pelosok (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020). Dalam survei tersebut juga terungkap bahwa literasi digital masyarakat Indonesia masih berada pada level sedang (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020). Adapun indeks literasi digital yang diukur dibagi ke dalam 4 subindeks yaitu subindeks 1 terkait informasi dan literasi data, subindeks 2 terkait komunikasi dan kolaborasi, subindeks 3 tentang keamanan, dan subindeks 4 mengenai kemampuan teknologi dengan skor terbaik bernilai 5 dan terburuk bernilai 1. Dari keempatnya, subindeks tertinggi adalah subindeks informasi dan literasi data serta kemampuan teknologi (3,66), diikuti dengan subindeks komunikasi dan kolaborasi (3,38), serta informasi dan literasi data (3,17) (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020).

Data tersebut nyatanya selaras dengan laporan indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi (*ICT Development Index*) yang dirilis oleh *International Telecommunication Union* (ITU) per tahun 2017. Indonesia menempati posisi 114 dunia atau kedua terendah di G20 setelah India dalam rilis tersebut (Jayani, 2020).

Pembangunan Teknologi Indonesia Tertinggal di Negara G20



Gambar I.1. ICT Development Index Indonesia 2017

Sumber: Jayani (2020)

Survei Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 pun mengungkap bahwa dari tiga subindeks Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia yaitu akses dan infrastruktur, intensitas penggunaan, dan keahlian/kecakapan, subindeks keahlian yang memiliki skor paling rendah (BPS, 2019). Hal ini berarti bahwa Indonesia masih punya pekerjaan rumah dalam meningkatkan kecakapan digital masyarakatnya secara merata. Sejumlah rekomendasi inisiasi dan inovasi pun perlu dilahirkan guna mendorong naik hal ini.

Salah satu yang dinilai urgen untuk didorong peningkatannya adalah kemampuan berpikir kritis tentang media dan data. Sebagai pilar dalam indeks informasi dan literasi data, masyarakat Indonesia dipandang perlu dalam mengakses, mencari, menyaring, dan memanfaatkan setiap data dan informasi yang diterima dan didistribusikan dari dan ke

berbagai *platform* digital yang dimilikinya (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020). Masyarakat tidak cukup hanya mampu mengoperasikan berbagai perangkat TIK dalam kehidupannya sehari-hari, tetapi juga harus bisa mengoptimalkan penggunaannya untuk sebesar-besar manfaat bagi dirinya dan orang lain. Sebut saja fenomena hoaks yang menyebar dengan masif di aplikasi percakapan dan media sosial dan semakin meresahkan dari waktu ke waktu. Diperparah lagi dengan kondisi minimnya keterampilan dalam membagi data dan informasi serta berinteraksi melalui berbagai perangkat komunikasi digital (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020). Singkatnya, kita tentu tidak mengharapkan bahwa gawai yang dimiliki justru menjadi alat untuk melakukan kejahatan atau mendatangkan bahaya untuk diri sendiri. Oleh karena itu, kecakapan digital sebagai bagian dari literasi digital perlu diasah secara terus-menerus.

Bab ini menyajikan menu pembuka dalam mengeksplorasi keterampilan digital (*digital skills*) yang diusung oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, dan Deloitte dalam dokumen *Roadmap* Literasi Digital 2021-2024. Sebelum itu, kita perlu memahami literasi digital sebagai konsep utama yang memayunginya. Lalu secara khusus kita dapat menelusuri indikator dan subindikator keterampilan digital yang diperlukan sehingga dapat menjadi individu yang cakap dalam bermedia digital.

MEMAHAMI KOMPETENSI LITERASI DIGITAL

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

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

Untuk 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.

Tabel I.1. memetakan empat kerja besar dalam memetakan area kompetensi dan kompetensi literasi digital yang bisa digunakan sebagai kerangka berpikir dalam melakukan penelitian, perumusan kurikulum, penulisan modul dan buku, maupun beragam program literasi digital lainnya.

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 ● Berbagai 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)

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) merumuskan 10 kompetensi literasi digital pada tahun 2018 sebagai kerangka berpikir untuk merumuskan panduan penulisan seri literasi

digital Japelidi. Kesepuluh kompetensi literasi digital Japelidi tersebut dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel I.2. Sepuluh Kompetensi Literasi Digital Japelidi

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

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

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

untuk digunakan secara praktis dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dengan bekerja sama dengan Siberkreasi, buku-buku tersebut bisa diunduh secara gratis melalui situs web *literasidigital.id*.

Selain menggunakan 10 kompetensi Japelidi dalam menyusun buku panduan, 10 kompetensi literasi digital Japelidi ini juga digunakan sebagai kerangka kerja untuk melakukan berbagai kegiatan lainnya seperti riset maupun kampanye melawan hoaks COVID-19 (Kurnia & Wijayanto, 2020).

Terkait penerapannya dalam riset, 10 kompetensi Japelidi sudah digunakan untuk mengukur skor kompetensi literasi digital masyarakat Indonesia, baik laki-laki maupun perempuan, dalam menggunakan media digital (Japelidi, 2019). Menggunakan kerangka berpikir yang sama, riset yang dilakukan Kurnia dkk. (2020) bertujuan mengukur skor kompetensi literasi digital perempuan Indonesia dalam menggunakan aplikasi percakapan. Dalam kedua penelitian tersebut tampak bahwa kompetensi fungsional (akses, seleksi, paham, distribusi, dan produksi) memiliki skor lebih tinggi dibandingkan dengan kompetensi kritis (analisis, verifikasi, evaluasi, partisipasi, dan kolaborasi).

Sedangkan dalam kampanye lawan hoaks COVID-19, 10 kompetensi Japelidi juga digunakan sebagai landasan bekerja Japelidi dalam melakukan kampanye baik secara daring maupun luring (Kurnia & Wijayanto, 2020). Kampanye yang menghasilkan 28 konten yang satu konten diproduksi dalam 44 bahasa (42 bahasa daerah, bahasa Mandarin dan bahasa Indonesia) ini mendapatkan dukungan dari warga, komunitas, instansi pemerintah, dan media.

Dengan tujuan serupa untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia, Kurikulum Tular Nalar yang diusung oleh Mafindo, MAARIF Institute, dan Love Frankie merumuskan 8 kompetensi yang digunakan sebagai indikator pengguna media digital dengan penekanan pada berpikir kritis (*critical thinking*). Kompetensi yang mengelaborasi berbagai model ini terdiri dari mengakses, mengelola informasi, mendesain pesan, memproses informasi, berbagi pesan, membangun ketangguhan diri, perlindungan data, dan kolaborasi.

Kompetensi literasi digital Tular Nalar tersebut dikembangkan menjadi 3 jenjang, yaitu Tahu, Tanggap, dan Tangguh. Tahu merujuk pada kemampuan dasar, Tanggap merujuk pada kemampuan menengah, sedangkan Tangguh merujuk pada kemampuan lanjut. Ketiga jenjang dan 8 kompetensi literasi media digital ini kemudian dikembangkan oleh kurikulum Tular Nalar ke dalam 8 isu, mencakup literasi dasar (Berdaya Internet), kesehatan (Internet dan Kesehatan), pengajaran di dalam kelas (Internet dan Ruang Kelas), mitigasi bencana (Internet dan Siaga Bencana), kewarganegaraan (Menjadi Warga Digital), keberagaman (Internet Damai), keluarga/keayahbundaan (Internet dan Keluarga), serta disabilitas (Internet Merangkul Sesama) (Astuti, Mulyati & Lumakto, 2020).

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

Kelima kompetensi ini dirumuskan sebagai kerangka berpikir dan kerangka kerja dalam meningkatkan kompetensi literasi media digital dan keamanan siber yang lebih baik di Indonesia. Oleh BSSN, kelima kompetensi ini kemudian dikembangkan secara khusus dalam sebuah buku panduan yang ditargetkan pada kaum muda terutama mereka sebagai pelajar yang masih duduk di bangku sekolah lanjutan atas dan sebagai mahasiswa di perguruan tinggi. Meskipun begitu, panduan ini bisa digunakan secara umum oleh pengguna media digital baik yang berprofesi sebagai guru, dosen, aktivis, jurnalis, wiraswasta, aparatur sipil negara, dan aneka profesi lainnya (Monggilo, Kurnia & Banyumurti, 2020).

Berbeda dengan perumusan kompetensi literasi digital yang dilakukan oleh Japelidi, Tular Nalar, dan BSSN yang berfokus pada kompetensi; Kementerian Komunikasi dan Informatika,

Siberkreasi & Deloitte (2020) memberikan kerangka yang lebih besar dengan menawarkan empat area kompetensi yang terdiri dari *Digital Skills*, *Digital Culture*, *Digital Ethics* dan *Digital Safety*.

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

Masing-masing area kompetensi ini mempunyai beragam indikator atau kompetensi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.3. Area dan Indikator Kompetensi Literasi Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi & Deloitte

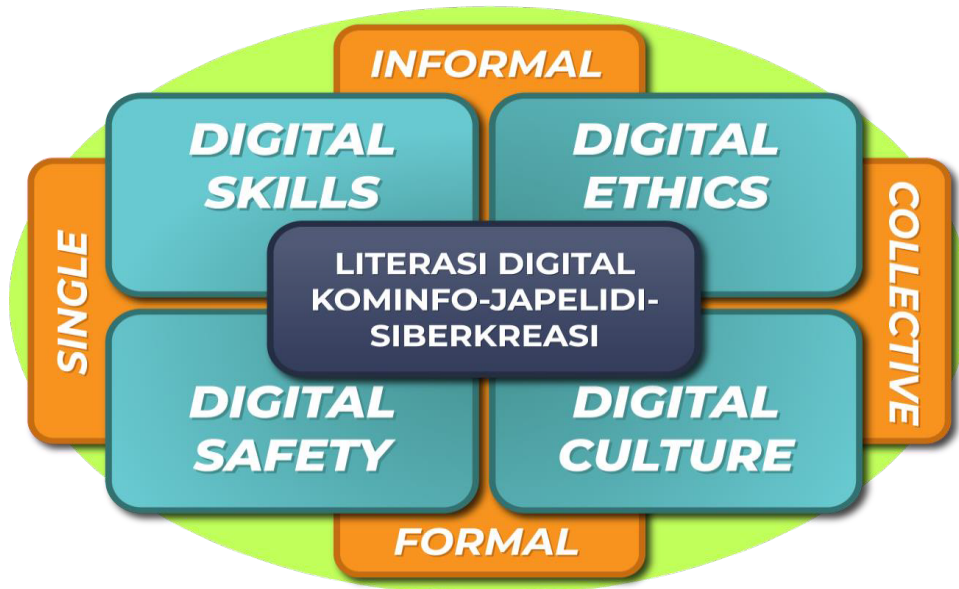
<i>Digital Skills</i>	<i>Digital Culture</i>	<i>Digital Ethics</i>	<i>Digital Safety</i>
Pengetahuan dasar mengenai lanskap digital – internet dan dunia maya.	Pengetahuan dasar akan nilai-nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai landasan kecakapan digital dalam kehidupan berbudaya, berbangsa, dan bernegara.	Etika berinternet (<i>Nettiquette</i>).	Pengetahuan dasar mengenai fitur proteksi perangkat keras.
Pengetahuan dasar mengenai mesin pencarian informasi, cara penggunaan dan pemilahan data.	Digitalisasi Kebudayaan melalui pemanfaatan TIK.	Pengetahuan mengenai informasi yang mengandung hoaks, ujaran kebencian, pornografi, perundungan, dan konten negatif	Pengetahuan dasar mengenai proteksi identitas digital dan data pribadi di <i>platform</i> digital.

		lainnya.	
Pengetahuan dasar mengenai aplikasi percakapan dan media sosial.	Pengetahuan dasar yang mendorong perilaku mencintai produk dalam negeri dan kegiatan produktif lainnya.	Pengetahuan dasar berinteraksi, partisipasi, dan kolaborasi di ruang digital yang sesuai dengan kaidah etika digital dan peraturan yang berlaku.	Pengetahuan dasar mengenai penipuan digital.
Pengetahuan dasar mengenai aplikasi dompet digital, lokapasar (<i>market place</i>), dan transaksi digital.	<i>Digital rights.</i>	Pengetahuan dasar berinteraksi dan bertransaksi secara elektronik di ruang digital sesuai dengan peraturan yang berlaku.	Pengetahuan dasar mengenai rekam jejak digital di media (mengunduh dan mengunggah).
			<i>Minor safety (catfishing).</i>

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi & Deloitte (2020)

Mencermati area dan indikator literasi digital yang telah ditampilkan dalam Tabel I.3., terlihat bahwa literasi digital adalah subjek yang sangat kompleks dan multidimensi. Perbedaan mengenai cara menyusun kurikulum dan memaknai titik berangkat literasi digital berbeda-beda, tergantung pada perspektif *user* maupun pihak yang mengembangkan kurikulum tersebut. Literasi digital Siberkreasi yang disusun ke dalam 4 subjek dan 17 indikator ini terdiri dari kompetensi, isu/area tematik, dan kasus. Misalnya, pengetahuan dasar mengenai lanskap digital dalam indikator internet dan dunia maya terkategori area tematik, sementara pencarian informasi, cara penggunaan dan pemilahan data di area *Digital Skills* terkategori sebagai kompetensi. Pada area *Digital Safety* terdapat indikator pengetahuan dasar mengenai penipuan digital, yang terkategori sebagai kasus. Adanya kategorisasi yang berbeda-beda dalam satu paket subjek literasi digital ini memang tidak terhindarkan, ketika kita berhadapan dengan berbagai isu yang perlu diselesaikan segera. Terlebih lagi, materi literasi digital ini tidak semata-mata bergerak pada level gagasan/ide/pemikiran, tetapi juga diorientasikan pada kemampuan pengguna dalam mengaplikasikan pengetahuan dasar yang mereka peroleh pada kasus-kasus di lapangan yang sifatnya urgen.

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



Gambar 1.2. Modul Literasi Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika, Japelidi & Siberkreasi

Sumber: Olahan Penulis

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

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

INDIKATOR DAN SUBINDIKATOR *DIGITAL SKILLS*

Merujuk pada Tabel I.3., terdapat empat indikator dalam area *Digital Skills*. Empat indikator utama tersebut yang masing-masing diturunkan ke dalam beberapa subindikator (kompetensi) sebagaimana yang tertuang pada tabel berikut:

Tabel I.4. Indikator dan Subindikator *Digital Skills*

Indikator	Subindikator (Kompetensi)
Pengetahuan dasar mengenai lanskap digital – internet dan dunia maya.	Mengetahui jenis-jenis perangkat keras dan perangkat lunak (perangkat dan fitur proteksi).
	Memahami jenis-jenis perangkat keras dan perangkat lunak (perangkat dan fitur proteksi).
Pengetahuan dasar mengenai mesin pencarian informasi, cara penggunaan dan pemilihan data.	Mengetahui jenis-jenis mesin pencarian informasi, cara penggunaan dan memilah data.
	Mengetahui cara mengakses dan memilah data di mesin pencarian informasi.
	Memahami jenis-jenis mesin pencarian informasi dan kegunaannya.
Pengetahuan dasar mengenai aplikasi percakapan dan media sosial.	Mengetahui jenis-jenis aplikasi percakapan dan media sosial.
	Mengetahui cara mengakses aplikasi percakapan dan media sosial.
	Mengetahui ragam fitur yang tersedia di aplikasi percakapan dan media sosial.
Pengetahuan dasar mengenai aplikasi	Mengetahui jenis-jenis aplikasi dompet

dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.	digital, lokapasar, dan transaksi digital.
	Mengetahui cara mengakses aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.
	Memahami fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi & Deloitte (2020)

Dapat diketahui dari Tabel I.4. tersebut bahwa masing-masing pengetahuan dasar yang dimuat dalam 4 indikator dapat dicapai jika secara konsisten mempraktikkan subindikator (kompetensi) yang menunjangnya. Terlihat pula bahwa subkompetensi penunjang tersebut secara garis besar berkuat pada kemampuan dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan berbagai *platform* digital yang tidak asing dalam kehidupan masyarakat digital di masa ini, yakni internet, mesin pencarian informasi, aplikasi percakapan dan media sosial, serta aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.

Selain itu, kemampuan dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan ragam platform *digital* tersebut nyatanya relevan dengan 10 kompetensi literasi digital yang ditawarkan oleh Japelidi (lihat Tabel I.2.). Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kompetensi *Digital Skills* memiliki irisan yang relevan untuk dieksplorasi lebih dalam dari sudut pandang kompetensi Japelidi yang relevan.

SISTEMATIKA MODUL

Modul Keterampilan Digital (*Digital Skills*) adalah bagian dari Seri Modul Literasi Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika , Japelidi, dan Siberkreasi yang dipersiapkan secara khusus bagi para pemerhati/pegiat/aktivis/pembelajar literasi digital. Modul ini merupakan salah satu dari empat tema besar yang mewakili masing-masing area kompetensi literasi digital Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte. Tiga tema lainnya yang tak kalah pentingnya adalah Budaya Digital (*Digital Culture*), Etika Digital (*Digital Ethics*), dan Keamanan Digital (*Digital Safety*).

Adapun indikator dan subindikator (kompetensi) dalam modul ini dikembangkan ke dalam lima bab, yakni:



Bagan I.1. Bab dalam Modul

Sumber: Olahan Penulis

Bab I yang disusun oleh Zainuddin Muda Z. Monggilo, Novi Kurnia, dan Santi Indra Astuti menguraikan pemetaan kompetensi literasi digital yang telah dilakukan di Indonesia (Japelidi, Tular Nalar, BSSN, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi & Deloitte) serta kaitannya satu sama lain dalam membingkai kompetensi literasi digital bangsa. Dalam bab ini pula dijelaskan indikator dan subindikator *Digital Skills* serta sistematika modul dan penggunaannya.

Bab II yang disusun oleh Yudha Wirawanda menarasikan persoalan empiris serta kiat-kiat praktis dari indikator dan subindikator terkait dengan pemahaman mendasar dalam mengoperasikan perangkat keras dan lunak di dunia maya. Bab ini juga memberikan pemahaman dasar dalam memproteksi diri dari bahaya digital yang menyusup melalui perangkat keras dan lunak yang digunakan sehari-hari. Rekomendasi solusi penggunaan bab

ditujukan pula untuk target kelompok tertentu di masyarakat yang dipandang urgen. Harapannya, pemahaman yang didapatkan dapat turut membantu dalam mengoperasikan berbagai perangkat digital yang ada serta melindungi diri dari ancaman serangan digital melalui gawai yang dimiliki.

Bab III yang ditulis oleh yang disusun oleh Yolanda Presiana Desi & Ade Irma Sukmawati mengulas persoalan empiris serta kiat-kiat terkait dengan pemahaman mendasar dalam mengoperasikan mesin pencarian informasi. Pemahaman mendasar ini mencakup informasi mengenai definisi dan ragam mesin pencarian informasi, permasalahan yang kerap dijumpai dalam penggunaannya serta solusi yang ditawarkan atas persoalan-persoalan tersebut. Dengan menguasainya, kita diharapkan bisa menyeleksi dan memverifikasi informasi yang benar-benar penting dan bermanfaat untuk diri kita sendiri dan orang lain.

Bab IV yang ditulis oleh Citra Rosalyn Anwar dan Ade Irma Sukmawati mendeskripsikan persoalan empiris serta panduan terkait dengan pemahaman mendasar dalam mengoperasikan aplikasi percakapan dan media sosial. Bab ini mengajak kita untuk meningkatkan pemahaman serta kompetensi dalam memanfaatkan aplikasi percakapan dan media sosial untuk aktivitas individual dan kolektif yang bermanfaat. Walau tidak dimaksudkan untuk memberikan detail dari ragam aplikasi percakapan dan media sosial, tetapi bab ini memberikan logika berpikir yang bekerja secara umum dan beririsan untuk keduanya. Dengan begitu, informasi menyeluruh dengan tahapan praktis penggunaan dapat dengan mudah kita pahami.

Bab V yang disusun oleh Indah Wenerda mengenalkan persoalan empiris serta kiat-kiat praktis terkait dengan pemahaman mendasar dalam mengoperasikan aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital. Tidak bisa dimungkiri bahwa bertransaksi secara daring tidak saja memudahkan, tetapi juga bisa menyulitkan dan membahayakan. Olehnya itu, bab ini menjabarkan poin-poin fundamental yang perlu kita ketahui dari aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital. Harapannya, agar kita tidak saja menjadi pengguna yang cermat dalam bertransaksi, tetapi juga turut menciptakan keamanan dan kenyamanan bersama di dalam ekosistem lokapasar yang tersedia (baik sebagai penjual maupun pembeli).

Bab VI yang disusun oleh Zainuddin Muda Z. Monggilo menjabarkan inti sari atas keseluruhan modul, refleksi, limitasi, serta rekomendasi pengembangan dan aksi yang dapat dilakukan dalam area *Digital Skills* sebagai bagian dari *roadmap* literasi digital Indonesia periode 2021-2024.

Melalui pembagian bab dan subbab yang sistematis tersebut, modul ini diharapkan tidak saja dapat digunakan secara holistik sebagai satu kesatuan, tetapi juga sebagai bagian yang berdiri terpisah sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dikarenakan modul ini didesain sedemikian rupa agar dapat digunakan secara praktis tanpa kehilangan substansi penting untuk beragam keperluan seperti keperluan pembelajaran, pelatihan, kampanye sosial, dan aktivitas-aktivitas positif lainnya guna meningkatkan kompetensi literasi digital kita semua. Setiap bab dilengkapi dengan sumber bacaan yang Sebagian besar dapat diakses oleh pengguna secara digital dan diunduh secara gratis. Pembahasannya pun diperkaya dengan visualisasi (infografik) dan referensi yang dapat diakses secara daring agar tidak saja memanjakan mata, tetapi juga untuk memudahkan penurutan langkah demi langkah yang dapat diikuti pengguna modul kelak. Evaluasi yang ada di setiap akhir bab pun diposisikan sebagai sarana berlatih dan penilaian diri yang terukur dari tiga aspek penting (kognitif, afektif, dan konatif) yang sekiranya telah dan akan dicapai. Dengan begitu, modul ini diharapkan bisa membersamai perjalanan literasi digital kita bersama guna tercapainya cakap dalam bermedia digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, W. M., Kurnia, N., Monggilo, Z. M. Z., Yuwono, A., Rahayu. (2019). *Yuk, lawan hoaks politik, ciptakan pemilu damai*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Astuti, S. I., Mulyati, H., & Lumakto, G., (2020). *In search of Indonesian-based digital literacy curriculum through TULAR NALAR*. Paper dipresentasikan pada Social and Humanities Research Symposium 2020 oleh LPPM Universitas Islam Bandung dengan tema “Islam, Media and Education in the Digital Era”, Bandung, Indonesia.

- Astuti, Y. D., Virga, R. L., Nusa, L., Mukti, R. K., Iqbal, F., Setyo, B. (2018). *Muslim milenial ramah digital*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2019). Indeks pembangunan teknologi, informasi, dan komunikasi/ict development index 2018. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Herlina, D., Setiawan, B, & Adikara, G. J. (2018). *Digital parenting: Mendidik anak di era digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Japelidi. (2019). *Pemetaan literasi digital masyarakat Indonesia 2019*. Paper dipresentasikan pada Seminar Nasional Seminar Nasional Literasi Digital Dalam Membangun Perdamaian dan Peradaban Dunia oleh ComTC UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia.
- Jayani, D. H. (2020). Pembangunan teknologi Indonesia tertinggal di negara G20. *Katadata*. Diperoleh dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/pembangunan-teknologi-indonesia-tertinggal-di-negara-g20#:~:text=ICT%20Development%20Index%202017&text=Angka%20ini%20berada%20di%20posisi,terendah%20di%20G20%20setelah%20India.&text=Pada%2010%20Februari%202020%2C%20Indonesia,prinsip%20Countervailing%20Duty%20\(CVD\).&text=Pada%202020%2C%20PDB%20per%20kapita,atau%20terendah%20kedua%20di%20G20](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/pembangunan-teknologi-indonesia-tertinggal-di-negara-g20#:~:text=ICT%20Development%20Index%202017&text=Angka%20ini%20berada%20di%20posisi,terendah%20di%20G20%20setelah%20India.&text=Pada%2010%20Februari%202020%2C%20Indonesia,prinsip%20Countervailing%20Duty%20(CVD).&text=Pada%202020%2C%20PDB%20per%20kapita,atau%20terendah%20kedua%20di%20G20).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte. (2020). *Roadmap literasi digital 2021-2024*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte.
- Kurnia, N, Wendratama, E., Rahayu, R., Adiputra, W. M., Syafrizal, S., Monggilo, Z. M. Z...Sari, Y. A. (2020). *WhatsApp group and digital literacy among Indonesian women*. Yogyakarta: WhatsApp, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, PR2Media & Jogja Medianet.
- Kurnia, N. & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166. Diperoleh dari https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/16079/pdf_1

- Kurnia, N. & Wijayanto, X. A. (2020). Kolaborasi sebagai kunci: Membumikan kompetensi literasi digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, S.I. Astuti, *Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Monggilo, Z. M. Z., & Adiputra, W. M. (2018). *Yuk, tanggap dan bijak berbagi informasi bencana alam melalui aplikasi chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Sadasri, L. M., Angendari, D. A. A, Yuwono, A. I, Syafrizal, S., Monggilo, Z. M. Z, & Adiputra, W. M. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bertransaksi daring dengan cermat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Monggilo, Z. M. Z, Fandia, M., Tania, S., Parahita, G. D., Setianto, W. A., Sulhan, M., Rajiyem, R., & Kurnia, N. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bermedia sosial dengan bijak*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Monggilo, Z. M. Z, Kurnia, N., & Banyumurti, I. (2020). *Panduan literasi media digital dan keamanan siber: Muda, kreatif, dan tangguh di ruang siber*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.
- Adiputra, W. M., Kurnia, N., Monggilo, Z. M. Z., Yuwono, A., Rahayu. (2019). *Yuk, lawan hoaks politik, ciptakan pemilu damai*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada
- Astuti, S. I., Mulyati, H., & Lumakto, G., (2020). *In search of Indonesian-based digital literacy curriculum through TULAR NALAR*. Paper dipresentasikan pada Social and Humanities Research Symposium 2020 oleh LPPM Universitas Islam Bandung dengan tema "Islam, Media and Education in the Digital Era", Bandung, Indonesia.
- Astuti, Y. D., Virga, R. L., Nusa, L., Mukti, R. K., Iqbal, F., Setyo, B. (2018). *Muslim milenial ramah digital*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Herlina, D., Setiawan, B, & Adikara, G. J. (2018). *Digital parenting: Mendidik anak di era digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Japelidi. (2019). *Pemetaan literasi digital masyarakat Indonesia 2019*. Paper dipresentasikan pada Seminar Nasional Seminar Nasional Literasi Digital Dalam Membangun Perdamaian dan Peradaban Dunia oleh ComTC UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia.
- Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika . (2020). *Status literasi digital Indonesia 2020: Hasil survei di 34 provinsi*. Jakarta: Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika .
- Kementerian Komunikasi dan Informatika . (2020, November 20). Hasil survei indeks literasi digital nasional 2020, akses internet makin terjangkau. Diperoleh dari [https://Kementerian Komunikasi dan Informatika .go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran_pers](https://Kementerian_Komunikasi_dan_Informatika.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran_pers)
- Kementerian Komunikasi dan Informatika , Siberkreasi, & Deloitte. (2020). *Roadmap literasi digital 2021-2024*. Jakarta: Kominfo, Siberkreasi, & Deloitte.
- Kurnia, N, Wendratama, E., Rahayu, R., Adiputra, W. M., Syafrizal, S., Monggilo, Z. M. Z...Sari, Y. A. (2020). *WhatsApp group and digital literacy among Indonesian women*. Yogyakarta: WhatsApp, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, PR2Media & Jogja Medianet.
- Kurnia, N. & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166. Diperoleh dari https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/16079/pdf_1
- Kurnia, N. & Wijayanto, X. A. (2020). Kolaborasi sebagai kunci: Membumikan kompetensi literasi digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, S.I. Astuti, *Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Monggilo, Z. M. Z., & Adiputra, W. M. (2018). *Yuk, tanggap dan bijak berbagi informasi bencana alam melalui aplikasi chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.

- Kurnia, N., Sadasri, L. M., Angendari, D. A. A, Yuwono, A. I, Syafrizal, S., Monggilo, Z. M. Z, & Adiputra, W. M. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bertransaksi daring dengan cermat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Monggilo, Z. M. Z, Fandia, M., Tania, S., Parahita, G. D., Setianto, W. A., Sulhan, M., ...Rajiyem, R., & Kurnia, N. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bermedia sosial dengan bijak*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Monggilo, Z. M. Z, Kurnia, N., & Banyumurti, I. (2020). *Panduan literasi media digital dan keamanan siber: Muda, kreatif, dan tangguh di ruang siber*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.
- Nurhajati, L., Fitriyani, L. R., Wijayanto, X. A. (2019). *Panduan menjadi jurnalis warga yang bijak beretika*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.
- Sukmawa, A. I., Karim, A. M., Yuwono, A. P., Elsha, D. D., Urfan, N. F., & Andiyansari, P. (2019). *Yuk, cegah tindak pidana perdagangan orang!* Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru dan UTY.
- Wenerda, I. & Sapanti, I. R. (2019). *Literasi digital bagi milenial moms*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru dan Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi.
- Widodo, Y., Birowo, M. A. (eds.) (2019). *Literasi media & informasi dan citizenship*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wijayanto, X. A., Fitriyani, L. R., Nurhajati, L. (2019). *Mencegah dan mengatasi bullying di dunia digital*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) LSPR.
- Wirawanda, Y., Setyawan, S. (2018). *Literasi game untuk remaja & dewasa*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta - Lembayung Embun Candikala.
- Yuwono, A. I., Anshari, I. N., Rahayu, Syafrizal., Adiputra, W. M. (2018). *Yuk, jadi gamer cerdas: Berbagi informasi melalui literasi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.

Bab 2

Meninjau Lanskap Digital



BAB II

MENINJAU LANSKAP DIGITAL

Yudha Wirawanda

PENGANTAR

Dunia digital merupakan lingkungan yang tidak asing bagi banyak dari kita. Kita mungkin sudah sangat akrab dengan dunia digital. Namun, selayaknya dunia fisik di sekitar kita, ada beberapa hal yang perlu kita ketahui dan pahami agar tidak tersesat dalam dunia digital. Media digital misalnya memungkinkan munculnya interaksi yang menimbulkan diskusi, tidak seperti media konvensional yang lebih searah (Herlina, Setiawan, & Adikara, 2018). Tidak hanya meliputi hal yang kompleks, pengetahuan mengenai dunia digital perlu meliputi hal-hal yang mendasar. Hal ini dikarenakan banyak isu dan masalah yang terjadi terkait dunia digital. Misalnya terkait pemerataan keterjangkauan akses. Walaupun tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 76,7% dari estimasi jumlah penduduk, namun 26,3% penduduk masih belum mendapat internet (Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte, 2020). Hal ini membuat pemahaman dasar keahlian digital tetaplah penting. Jadi, masih banyak pihak yang memerlukan pengetahuan terkait pemahaman dasar keahlian digital.

Pemahaman terhadap lanskap digital tidak dapat dilepaskan dari kompetensi literasi digital. Bab ini secara khusus membahas 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. Pemahaman mengenai dunia digital memerlukan kompetensi tertentu yang dimulai dari pengetahuan dasar. Pengetahuan dasar itu meliputi kompetensi literasi digital terhadap berbagai istilah terkait perangkat lunak dan perangkat keras.

Terkait dengan pengetahuan dasar lanskap digital, maka ada beberapa kompetensi literasi digital yang diperlukan. Kompetensi literasi ini dielaborasi dengan sepuluh kompetensi

literasi digital dari Japelidi (Kurnia & Wijayanto, 2020). *Pertama*, kompetensi mengakses, yaitu mengakses berbagai perangkat keras dan perangkat lunak dalam bermedia digital. Kemampuan ini termasuk akses berbagai perangkat keras pendukung yang menunjang perangkat utama. Akses dalam perangkat lunak ini meliputi akses terhadap sistem operasi dan berbagai aplikasi. *Kedua*, kompetensi menyeleksi berbagai perangkat keras dan perangkat lunak. Seleksi ini termasuk memilah dan memilih perangkat keras dan perangkat lunak sesuai kebutuhan kita, misalnya menyeleksi gawai, sistem operasi, dan aplikasi perlindungan yang kita butuhkan. *Ketiga*, kita perlu memiliki kompetensi dalam memahami berbagai perangkat keras dan perangkat lunak. Kompetensi ini berkaitan dengan pemahaman terhadap fungsi dan kegunaan perangkat keras dan perangkat digital. *Keempat*, kompetensi menganalisis, yaitu kita mampu menganalisis berbagai pengetahuan dasar terkait perangkat keras dan perangkat lunak. Jika sudah dapat melakukannya, maka tidak ada salahnya untuk menambah keahlian lain terkait dunia digital melalui kacamata kompetensi memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, berpartisipasi, dan berkolaborasi.

Bab ini bertujuan agar kita dapat mengetahui dan memahami dasar lanskap digital. Bab ini dapat digunakan bagi pihak-pihak yang hendak mengetahui dan memahami dasar lanskap digital. Pihak-pihak tersebut antara lain pegiat literasi atau pendidik yang fokus pada pengetahuan dasar lanskap digital. Hal ini mengingat data statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2019 yang menunjukkan pengguna internet yang semakin beragam usianya. Sebanyak 67,05% merupakan penduduk dengan usia 19-49 tahun. Sedangkan 32,95% dari pengguna internet berusia lebih dari 50 tahun dan di bawah 19 tahun (Monggilo, Kurnia, & Banyumurti, 2020). Setiap generasi dapat memiliki praktik dan pengalaman yang berbeda terhadap dunia digital. Olehnya itu, pemahaman fundamental terhadap lanskap digital semakin penting mengingat makin beragamnya generasi yang mengakses dunia digital.

Kita dapat belajar mengetahui dan memahami berbagai perangkat keras digital. Pengetahuan dan pemahaman dasar lanskap digital ini berguna bagi pihak-pihak yang belum familiar terhadap akses dunia digital. Selain itu, kemampuan lain yang dipelajari juga meliputi pengetahuan dasar mengoperasikan piranti lunak serta aplikasi (Kementerian

Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte, 2020). Kemudian kita juga belajar mengetahui dan memahami internet, termasuk terkait dengan koneksi internet. Hal ini penting untuk diketahui dan dipahami karena dunia digital banyak dihubungkan dengan jaringan internet. Setelah itu, kita dapat belajar mengetahui dan memahami perangkat terkait keamanan digital. Kita perlu mengetahui dan memahami dasar keamanan digital agar terhindar dari berbagai potensi bahaya. Terakhir, sebagai evaluasi disediakan pertanyaan-pertanyaan yang dapat mengasah aspek kognitif, afektif, dan konatif kita terkait yang telah dipelajari.

MENGETAHUI DAN MEMAHAMI PERANGKAT KERAS

Pengetahuan dasar mengenai lanskap digital meliputi berbagai perangkat keras dan perangkat lunak. Fungsi perangkat keras dan perangkat lunak saling berkaitan sehingga tidak bisa lepas satu sama lain. Kita tidak bisa mengakses dunia digital tanpa fungsi jadi keduanya. Dengan demikian, kita perlu mengetahui dan memahami fungsi perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan dalam mengakses dunia digital.

Salah satu perangkat keras yang sering kali digunakan dalam dunia digital adalah komputer. Komputer yang paling dekat dengan kehidupan kita adalah komputer pribadi. Komputer merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut komputer yang didesain untuk penggunaan individu (Wempen, 2015). Jadi, komputer yang kita jumpai di rumah, sekolah, atau kafe internet sering kali diasosiasikan sebagai komputer pribadi.

Akan tetapi, bentuk komputer pribadi bermacam-macam. Variasi bentuk ini bisa juga berkaitan dengan perbedaan fungsi dan kemampuan. Berikut ini beberapa kategori untuk mesin komputer yang sering kita jumpai (Wempen, 2015):

Komputer *Desktop*

Komputer pribadi yang biasa diletakkan di atas meja kerja atau meja belajar dan jarang dipindah-pindahkan. Komputer ini terdiri dari kotak besar yang disebut unit sistem yang berisi berbagai komponen penting agar komputer ini dapat bekerja. Kemudian komputer *desktop* ini dihubungkan juga dengan perangkat keras lain seperti *monitor*, *keyboard*, dan *mouse*. Perangkat keras tersebut disambungkan dengan unit sistem menggunakan kabel atau teknologi *wireless*. Kelebihan komputer *desktop* ini adalah kita meningkatkan performa dan fungsi komputer dengan mudah. Contohnya adalah menambah kapasitas kemampuan memori komputer hingga kapasitas penyimpanan data.

Notebook

Notebook merupakan istilah lain dari laptop. *Notebook* merupakan komputer yang didesain agar bisa dilipat dan mudah dibawa kemana-mana. Dalam perangkat keras ini sudah terdapat *monitor*, *keyboard*, dan *keypad* yang merangkai jadi satu dengan unit sistemnya. *Notebook* dapat mengoperasikan berbagai perangkat lunak yang juga dioperasikan oleh komputer *desktop*. Karena kemudahannya dibawa kemana-mana, maka *notebook* menjadi perangkat keras yang populer. Walau begitu, kita perlu usaha ekstra jika ingin meningkatkan performa perangkat keras ini.

Netbook

Netbook merupakan singkatan dari *internet notebook*. Perangkat keras ini biasanya lebih kecil ukurannya dan kemampuannya juga tidak sehandal *notebook*. Faktor kemampuan ini membuat *netbook* mungkin tidak dapat mengoperasikan perangkat lunak tertentu. Dari segi harga *netbook* lebih terjangkau.

Tablet

Tablet merupakan komputer portabel yang terdiri dari layar sentuh dengan komponen komputer di dalamnya. Perangkat keras ini tidak memiliki *keyboard*. Fungsi *keyboard* dapat kita jumpai dalam layar sentuh tersebut. Perangkat keras ini sangat simpel dan mudah dibawa kemana-mana. Namun, perangkat ini biasanya tidak dapat mengoperasikan beberapa aplikasi perangkat lunak tertentu karena keterbatasan kemampuannya.

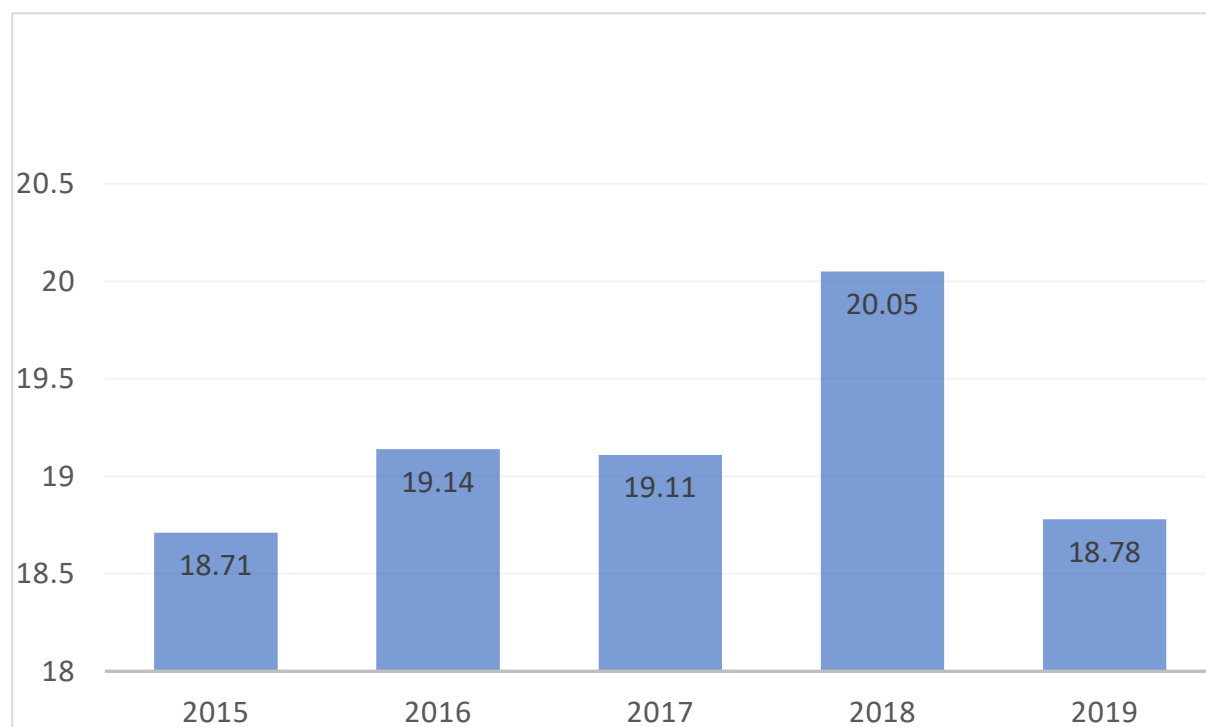
Telepon pintar

Telepon pintar merupakan perangkat telepon yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan berbagai aplikasi perangkat lunak dan mengakses internet. Sama seperti tablet, telepon pintar biasanya dilengkapi dengan layar sentuh. Telepon pintar dapat mengoperasikan berbagai perangkat lunak namun tidak sehandal komputer *desktop* atau *notebook*.

Bagan II.1. Kategori Mesin Komputer

Sumber: Wempen (2015)

Dari kelima mesin komputer tersebut, telepon seluler merupakan salah satu gawai paling populer di Indonesia. Per tahun 2019, 63,3% penduduk memiliki telepon pintar dan diprediksi dapat mencapai 89,2% dari populasi pada tahun 2025 (Pusparisa, 2020).



Gambar II.1. Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Komputer

Sumber: BPS (2019)

Sayangnya, untuk kepemilikan perangkat komputer pribadi, belum menunjukkan kenaikan angka yang konsisten jika disandingkan dengan kepemilikan ponsel dan/atau telepon pintar. Dari data BPS 2015-2019, persentase rumah tangga yang memiliki komputer terlihat sempat naik tajam dari 2017 ke 2018, tetapi turun kembali di tahun 2019.

Lantas Pilih yang Mana?

Lalu perangkat keras apa yang sesuai dengan kebutuhan kita?

Semua perangkat tersebut dapat membantu kita mengakses dunia digital. Jadi kita perlu menyeleksi perangkat-perangkat tersebut agar kita dapat

memanfaatkannya sesuai kebutuhan kita. Jika memiliki mobilitas tinggi, maka *notebook* bisa jadi pertimbangan.

Namun jika kita tidak perlu mobilitas tinggi dan memiliki keinginan memodifikasi dan meningkatkan kemampuan komputer dengan mudah, kita bisa mempertimbangkan memilih komputer *desktop* (Nickson & Weisbein, 2021).

Jika kita membutuhkan fungsi komunikasi tertentu seperti aplikasi pesan instan, maka kita bisa mempertimbangkan untuk memiliki telepon pintar (Bradley, 2012).

Tablet bisa kita gunakan untuk penggunaan yang lebih ringan dengan mobilitas tinggi seperti telepon pintar namun dengan layar yang biasanya lebih lebar (Arjunan, 2020).

Sedangkan *netbook* menjadi pilihan baik bagi kita yang ingin mendapatkan fungsi baterai yang lebih awet, serta mobilitas dan operasi beberapa perangkat lunak seperti *notebook* namun dengan harga yang lebih terjangkau (Laukkonen, 2021).

Perangkat-perangkat keras tersebut dapat membantu kita mengakses dunia digital. Beberapa perangkat keras seperti *notebook*, *netbook*, *tablet*, dan telepon pintar biasanya sudah langsung dapat digunakan ketika kita membelinya karena biasanya perangkat-perangkat tersebut sudah dilengkapi dengan perangkat lunak. Namun, adakalanya kita perlu memiliki pengetahuan dalam merakit perangkat-perangkat dalam komputer *desktop*. Hal ini dikarenakan perangkat-perangkat tersebut tidak langsung terhubung satu sama lain saat kita membeli. Berikut ini beberapa langkah yang dilakukan dalam menghubungkan perangkat-perangkat komputer *desktop* (Wempen, 2015):

Membongkar perangkat-perangkat yang ada dalam kotak pembungkusan dengan hati-hati.

Pastikan semua perangkat sudah komplet. Caranya adalah dengan membaca buku panduan yang biasanya termasuk dalam kemasan.

Hubungkan *keyboard*, tetikus (*mouse*), dan perangkat monitor. Perangkat-perangkat ini bisa dihubungkan dengan kabel yang tersedia atau teknologi *wireless*. Monitor dihubungkan dengan unit sistem dengan menggunakan kabel yang terpasang pada *port* VGA atau DVI. Port ini biasanya berada di bagian belakang daring unit sistem. Sedangkan tetikus dan *keyboard* memiliki kabel yang bisa kita hubungkan dengan *port*

Setelah semuanya terhubung, maka kita bisa menghubungkan unit sistem pada sumber daya listrik dengan menggunakan kabel.

Bagan II.2. Langkah Menghubungkan Perangkat-perangkat Komputer *Desktop*

Sumber: Wempen (2015)

MENGETAHUI DAN MEMAHAMI PERANGKAT LUNAK

Untuk mengoperasikan perangkat keras diperlukan perangkat lunak. Sebaliknya, pengoperasian dari perangkat lunak juga tidak bisa dilakukan tanpa adanya perangkat keras. Dengan begitu, kedua perangkat ini saling membutuhkan dan melengkapi. Salah satu perangkat lunak yang kita butuhkan dalam perangkat keras kita adalah sistem operasi.

Sistem operasi adalah istilah perangkat lunak yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan berbagai aplikasi dan mengatur fungsi komputer agar dapat kita gunakan (Wempen, 2015). Sejarah sistem operasi sudah dimulai sejak tahun 1950-an dan terus berkembang sepanjang waktu (Liquid Technology, 2019). Sistem operasi yang digunakan untuk komputer *desktop* berbeda dengan sistem operasi untuk telepon pintar. Beberapa sistem operasi yang sering digunakan dalam komputer *desktop* dan *notebook* adalah

Microsoft Windows, Mac OS, dan Linux (Wempen, 2015). Sistem operasi tersebut biasanya berkaitan dengan perangkat keras yang digunakan. Sedangkan sistem operasi yang sering digunakan dalam tablet dan telepon pintar adalah Android dan iOS (Wempen, 2015).

Salah satu fungsi dari sistem operasi adalah berkomunikasi dengan perangkat keras komputer. Agar dapat berkomunikasi, sistem operasi dibantu oleh *device drivers*. *Device drivers* ini membantu agar sistem operasi dapat diterjemahkan perangkat keras dan juga sebaliknya. Ketika kita memasang perangkat keras, sistem operasi memiliki teknologi yang disebut dengan *plug-and-play* yang langsung mengidentifikasi perangkat dan lokasi *driver* (Wempen, 2015). Dalam hal ini, perangkat tersebut sudah dilengkapi satu set perangkat keras, perangkat lunak, dan *drivers* yang bisa langsung digunakan saat proses instalasi selesai.

Selain sistem operasi, perangkat lunak lain yang digunakan adalah aplikasi. Aplikasi merupakan perangkat lunak yang didesain untuk fungsi dan tujuan tertentu, mulai dari yang bertujuan produktif hingga hiburan (Wempen, 2015). Adanya aplikasi ini membuat kita dapat memaksimalkan penggunaan komputer. Beberapa aplikasi komputer yang bisa kita gunakan adalah untuk produktivitas bisnis, grafis, video, audio, pendidikan, komunikasi, hobi, permainan, dan perangkat pengembangan (Wempen, 2015).

Setiap aplikasi memiliki kemampuan sistem minimal dari komputer agar dapat dioperasikan (Wempen, 2015). Misalnya jika kita ingin mengoperasikan *video games* yang mensyaratkan kapasitas penyimpanan minimal 4 *gigabyte* (GB), maka kita harus memiliki komputer dengan kapasitas penyimpanan dengan jumlah yang sama. Kapasitas penyimpanan yang lebih lega pun akan lebih baik.

Cara instalasi perangkat pun bergantung pada cara kita memperoleh aplikasi tersebut. Jika aplikasi tersebut diperoleh dengan cara mengunduh, maka kita bisa klik-dobel ikon untuk mengoperasikannya dan mengikuti petunjuk instalasi aplikasi. Jika kita memperoleh aplikasi dari *disk*, maka kita bisa memasukkan *disk* ke dalam perangkat *DVD drive* yang ada dalam unit sistem. Setelah itu, kita mengikuti petunjuk yang ada dalam pesan yang muncul.

Biasanya kita perlu memilih dan mengeklik *Setup.exe* untuk memasang aplikasi tersebut (Wempen, 2015).

Untuk mendapatkan perangkat lunak seperti sistem operasi dan aplikasi, kita mesti memperolehnya secara resmi. Hal ini karena dengan memperoleh perangkat lunak maka kita dapat mengakses petunjuk penggunaan dan akses perlindungan secara resmi dari produsen. Petunjuk penggunaan ini bisa kita akses dan pilih sesuai dengan bahasa yang dipahami. Selain itu, adanya akses resmi ini membuat kita dapat berkomunikasi dengan produsen jika ada masalah terkait perangkat yang kita gunakan.

Perangkat Tidak Dikenali?

Sering kali perangkat atau aplikasi tidak bisa dioperasikan oleh komputer. Salah satu penyebabnya bisa saja terkait *driver*. Untuk itu, kita bisa mengunduh dan menginstal *driver* terbaru dari situs penyedia perangkat atau aplikasi tersebut (Biantoro, 2014).

MENGETAHUI DAN MEMAHAMI INTERNET

Salah satu hal yang sering kita jumpai dalam dunia digital adalah internet. Internet merupakan jaringan komputer yang memungkinkan satu komputer saling berhubungan dengan komputer lain (Levine & Young, 2010). Karena hal tersebut, maka pengguna komputer dapat berkomunikasi dengan pengguna komputer lainnya. Komunikasi yang bisa dilakukan antarpengguna ini juga bersifat timbal balik. Jika komputer A mengirimkan sebuah pesan ke komputer B, maka komputer B dapat membalas pesan tersebut ke komputer A (Levine & Young, 2010).

Internet telah menghubungkan manusia dari berbagai lokasi. Internet juga semakin mudah diakses oleh banyak manusia. Pendahulu dari internet adalah ARPANET, sebuah proyek dari *United States of America Departement of Defense/* Kementerian Pertahanan Amerika Serikat (DOD) pada 1969 sebagai eksperimen terkait teknologi jejaring yang reliabel (Levine & Young, 2010). Teknologi ini kemudian semakin berkembang sehingga bisa diakses oleh banyak orang. Beberapa perkembangan dari waktu ke waktu adalah peralatan koneksi yang

semakin murah dan ringan (Levine & Young, 2010). Hal ini tentu dapat mempermudah pengguna dalam mengaksesnya.

Menurut Levine dan Young (2010), ada beberapa hal yang perlu disiapkan untuk mengakses internet, yaitu komputer, modem, akses ke penyedia jasa internet, dan berbagai perangkat lunak. Pertama adalah komputer. Mesin pintar ini menjadi perangkat yang perlu dimiliki dalam mengakses internet. Kita tidak perlu memiliki perangkat komputer yang sangat canggih, asalkan memiliki kemampuan mengakses internet. Tidak harus berupa komputer pribadi, kita juga dapat mengakses internet dengan gawai yang lebih ringan seperti ponsel. Selanjutnya adalah modem. Perangkat ini memungkinkan komputer tersambung dengan sistem jaringan. Ketiga adalah akses ke penyedia jasa internet. Akses ini bisa merupakan kombinasi setelan perangkat lunak dan perangkat keras yang menyambungkan komputer ke jaringan internet. Terakhir adalah berbagai perangkat lunak yang menunjang akses internet. Kita perlu memasang berbagai perangkat lunak di komputer agar bisa mengakses internet dengan baik.

MENGETAHUI DAN MEMAHAMI KONEKSI INTERNET

Komputer yang kita gunakan tidak terhubung secara langsung dengan internet. Komputer kita dapat terkoneksi karena adanya perusahaan penyedia jasa internet (*internet service provider*) yang menyediakannya (Miller, 2016). Kita perlu mendaftar agar memperoleh jasa koneksi internet dari penyedia jasa internet di sekitar.

Internet biasanya dapat kita akses dengan perangkat keras koneksi bernama modem. Perangkat ini terhubung langsung dengan komputer kita atau dengan menggunakan *router* jaringan tanpa kabel (Miller, 2016). Biasanya penyedia jasa internet ini mengerjakan pemasangannya, termasuk juga perangkat lunak yang menyertainya.

Tips Memilih Penyedia Jasa Internet

Ada beberapa pertimbangan dalam memilih jasa internet yang bisa kita gunakan. *Pertama*, kecepatan akses. Kita perlu mengetahui kecepatan akses internet yang

bisa kita dapatkan.

Kedua, stabilitas. Kita perlu memastikan bahwa penyedia jasa internet tersebut menyediakan akses internet yang stabil, terutama di lokasi tempat kita berada.

Ketiga, pelayanan terhadap pelanggan. Kita perlu mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap kendala yang mungkin kita temui saat mengakses internet (Handayani, 2020).

Selain tips tersebut, tentu kita perlu menyesuaikan biaya jasa internet dengan kemampuan dan kebutuhan kita.

KONEKSI DENGAN *WI-FI* DI RUANG PUBLIK

Dengan mendaftar ke penyedia jasa internet, kita bisa mengakses internet secara personal dengan teknologi kabel atau *Wi-Fi*. *Wi-Fi*, singkatan dari *wireless fidelity*, merupakan istilah bagi koneksi standar tanpa kabel (Miller, 2016). Kita bisa terhubung dengan internet dengan menggunakan *Wi-Fi* lewat penyedia jasa internet yang kita gunakan. Tidak hanya di rumah, berbagai kafe, restoran, hotel, bandara, dan ruang publik lainnya yang menyediakan akses *Wi-Fi* baik gratis maupun berbayar (Miller, 2016).

Agar dapat terhubung dengan jaringan *Wi-Fi*, kita perlu mengetahui proses kerjanya. Komputer pribadi biasanya sudah dapat mengidentifikasi akses *Wi-Fi* apa saja yang bisa terhubung. Jika kita menggunakan komputer pribadi seperti *notebook* atau *netbook*, kita bisa mengetahui jaringan *Wi-Fi* yang bisa terhubung di bagian koneksi yang ada di *taskbar*. Selanjutnya kita bisa klik nama *Wi-Fi* yang terbaca oleh komputer kita. Kemudian biasanya kita diminta untuk mengisi kata sandi. Beberapa *Wi-Fi* bisa langsung kita akses tanpa memerlukan kata sandi. Kata sandi ini biasanya diatur oleh pihak yang menyediakan jasa *Wi-Fi* tersebut. Kita bisa menanyakan kata sandi kepada pihak penyedia jasa tersebut. Setelah mengisi kata sandi, kita kemudian dapat mengakses jaringan *Wi-Fi* (Miller, 2016).

Kita bisa juga mengakses *Wi-Fi* dengan menggunakan perangkat telepon pintar. Caranya adalah dengan menggeser ke bawah mulai dari bagian atas layar. Setelah itu kita cari ikon

Wi-Fi yang ada di sebelah atas layar. Kemudian kita bisa klik dan tahan ikon *Wi-Fi* tersebut untuk mengetahui jaringan *Wi-Fi* apa saja yang terbaca oleh perangkat kita. Selanjutnya kita bisa klik salah satu jaringan *Wi-Fi*. Sama seperti perangkat *notebook* atau *netbook*, akses *Wi-Fi* bisa kita peroleh langsung atau dengan mengisi kata sandi terlebih dahulu (Miller, 2016). Setelah terkoneksi dengan jaringan *Wi-Fi*, kita bisa terhubung dengan akses internet lewat gawai yang kita gunakan.

Hal yang Perlu Diperhatikan Terkait *Wi-Fi* di Ruang Publik

Jaringan publik bisa saja tidak seaman jaringan pribadi yang memerlukan kata kunci untuk mengaksesnya. Karena semua orang dapat mengakses jaringan publik, bisa saja ada kemungkinan pengguna yang berniat buruk. Pengguna ini secara tidak bertanggung jawab dapat mencegat sinyal yang dikirimkan dari komputer kita ke situs di internet. Jadi sebaiknya jangan mengirimkan informasi pribadi dan sensitif dengan menggunakan koneksi publik (Miller, 2016).

Setelah dapat mengakses internet, maka kita perlu menyeleksi dan memahami berbagai hal berkaitan dengan internet. Istilah yang sering kita dengar adalah *web*. *Web* adalah kumpulan halaman yang menghubungkan satu informasi dengan informasi lainnya (Levine & Young, 2010). Setiap halaman informasi ini bisa berisi berbagai tulisan, gambar, suara, video, animasi, atau hal lain (Levine & Young, 2010). Kita bisa mengunjungi berbagai halaman tersebut dengan menuliskan alamat *web* yang sesuai. Untuk dapat mengakses *web*, maka kita perlu *browser*. *Browser*/Peramban adalah program dalam komputer yang dapat menemukan dan menyajikan halaman web di layar gawai kita (Levine & Young, 2010).

Selain *web*, kita juga perlu mengenal *electronic mail (email)* atau surel. Surel merupakan layanan dalam jaringan internet yang memungkinkan kita mengirimkan pesan kepada pengguna surel lain di seluruh dunia (Levine & Young, 2010). Selain memiliki jaringan internet, untuk dapat melakukan hal tersebut, maka kita perlu memiliki alamat surel. Alamat surel dapat diibaratkan seperti alamat pos atau bahkan nomor telepon (Levine & Young, 2010: 208). Kita mengirimkan pesan sesuai dengan alamat surel yang kita ketikkan

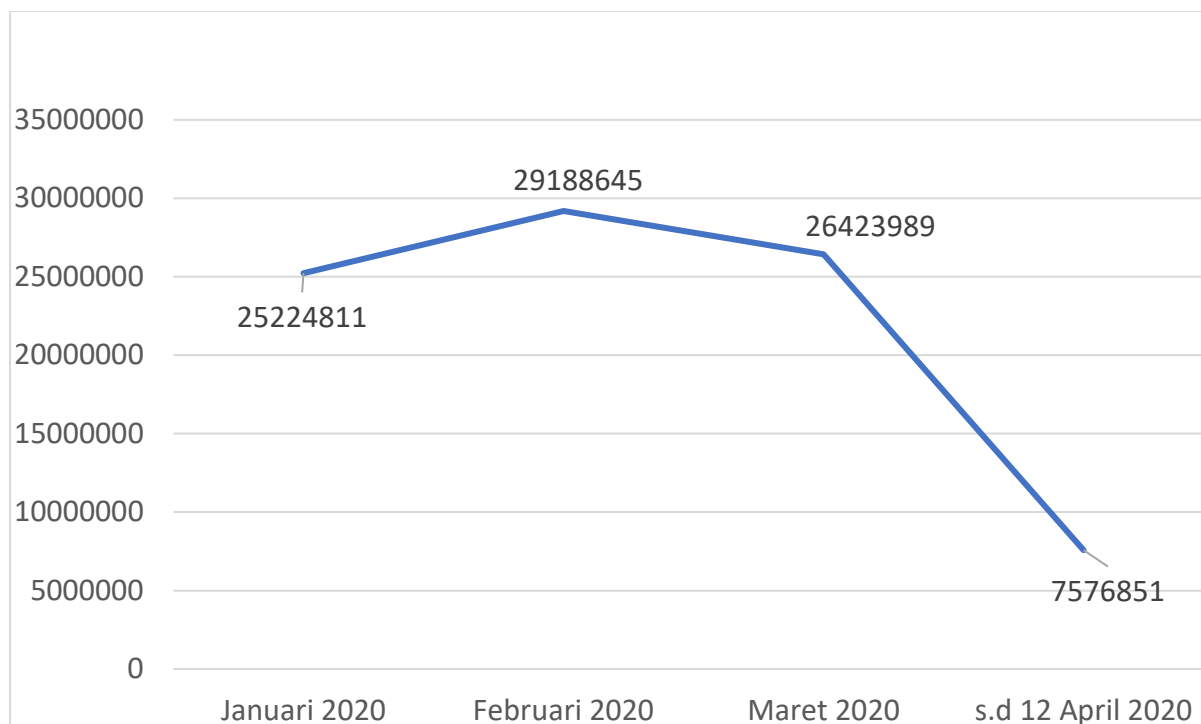
dalam program layanan surel. Hal ini membuat pesan yang kita kirimkan dapat diterima oleh pengguna yang memiliki alamat surel yang kita tuju.

Hal lain yang sering kita jumpai di internet adalah layanan pesan instan atau aplikasi percakapan yang bisa diakses berbagai teknologi gawai. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan dengan pengguna lain dengan cepat dan mudah. Adanya perkembangan teknologi mendukung kepopuleran layanan ini bagi banyak orang.

MENGETAHUI DAN MEMAHAMI PERANGKAT TERKAIT KEAMANAN DIGITAL

Dalam berselancar di internet, ada beberapa hal yang perlu kita perhatikan. Sama seperti dunia fisik, dunia digital juga dapat memunculkan ancaman. Menurut Levine dan Young (2010), beberapa ancaman digital yang sering dijumpai adalah isu privasi, isu keamanan, dan isu mengganggu lainnya. Isu privasi terkait sejauh mana orang dapat mengakses terkait diri kita di internet (Levine & Young, 2010). Sebagai jaringan yang menghubungkan satu perangkat dengan perangkat lain, berbagai aktivitas pengguna perangkat bisa saja diakses oleh pengguna lain. Kemudian isu keamanan berkaitan dengan bagaimana kita dapat melakukan proteksi keamanan berbagai program dalam komputer kita khususnya proteksi terhadap serangan siber (Levine & Young, 2010). *The International Telecommunication Union* mendefinisikan serangan siber sebagai segala bentuk aktivitas di mana komputer atau jaringan merupakan alat, target atau tempat kegiatan kriminal.

Serangan siber bisa merugikan dan berbahaya tidak hanya bagi perangkat lunak dan perangkat keras, namun juga bagi diri kita. Menurut data dari BSSN, serangan siber dari 1 Januari sampai 12 April 2020 mencapai 88.414.296 (BSSN, 2020). Angka tersebut menunjukkan bahwa kita memang perlu memberikan perhatian lebih terhadap keamanan digital.



Gambar II.2. Data Jumlah Serangan Siber

Sumber: BSSN (2020)

Isu yang bisa dijumpai adalah *spam* (Levine & Young, 2010). *Spam* merupakan berbagai pesan dalam surel yang tidak diinginkan namun berhasil masuk ke dalamnya (Levine & Young, 2010). Pesan yang tidak diinginkan ini bisa saja berbahaya bagi diri kita. Bisa saja tanpa kita sadari kita kemudian melakukan hal-hal yang bisa membocorkan informasi yang berkaitan dengan privasi dan keamanan digital kepada orang lain yang tidak bertanggung jawab. Mayoritas aplikasi surel mengidentifikasi *spam* dan menempatkannya di bagian *spam* atau *junk* (Levine & Young, 2010). Namun jika kita masih menerima pesan *spam* dalam kotak masuk surel, kita bisa menandainya sebagai *spam* sehingga penyedia jasa surel bisa mengidentifikasi pesan tersebut ke depannya (Levine & Young, 2010).

Hal lain yang perlu diwaspadai dalam dunia digital lainnya adalah *malware*. *Malware* adalah istilah umum bagi segala perangkat lunak yang dibuat secara spesifik untuk menyebabkan masalah bagi komputer (Wempen, 2015). Dalam publikasi laporan Microsoft Asia Pasifik di edisi terbaru *Security Endpoint Threat Report 2019*, menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat *malware* tertinggi (Microsoft Indonesia, 2020).

Ada dua istilah umum yang berkaitan dengan *malware*, yaitu virus komputer dan *spyware* (Miller, 2016). Virus komputer merupakan program yang bisa menjangkiti sebuah komputer dan menular ke komputer lain (Levine & Young, 2010). Ia dapat membuat akses internet dan fungsi gawai terganggu. Sedangkan *spyware* (bisa termasuk juga *adware*) menjangkiti sebuah komputer melalui berbagai dokumen digital yang terunduh oleh *browser* (Levine & Young, 2010). *Spyware* ini tentu juga dapat berbahaya bagi pengguna internet. *Spyware* dapat mengumpulkan informasi terkait diri kita dan mengirimkan ke pihak lain tanpa pengetahuan kita (Levine & Young, 2010). Informasi ini tentu saja yang terkait dengan penggunaan gawai dan jaringan internet.

Menurut Miller (2016), ada beberapa kiat yang bisa kita lakukan agar terhindar dari *malware*:

Jangan membuka lampiran dari surel yang masuk, baik dari alamat surel yang dikenal atau tidak, jika kita tidak mengharapkan dikirimnya lampiran tersebut. Hal ini karena beberapa *malware* bisa membajak alamat surel dan menginfeksi komputer dan mengirimkan pesan bahkan yang tidak disadari oleh pemilik komputer tersebut. Masalah dapat muncul jika kita membuka dokumen lampiran yang ada dalam pesan tersebut.

Unduh *file* dan dokumen dari situs yang terpercaya.

Jangan mengakses dan mengunduh *file* dari situs berbagi *file*.

Hanya berbagi perangkat keras penyimpanan *file* kepada orang atau komputer yang kita percaya.

Bagan II.3. Tips Menghindari *Malware*

Sumber: Miller (2016)

Kiat-kiat tersebut bisa dilakukan agar terhindar dari *malware* serta bisa saat menggunakan komputer *desktop*, *notebook*, *netbook*, *tablet*, atau telepon pintar. Lampiran dalam telepon pintar juga perlu diperhatikan dengan seksama. Hal ini karena dengan layar sentuh dan fitur unduh otomatis, kita dengan mudah mengunduhnya tanpa disadari. Selain itu, kita bisa juga menghadapi *malware*, virus, *spyware*, dan sebagainya dengan perangkat lunak tertentu.

Temukan pula penjelasan terkait keamanan digital dalam modul seri lainnya yakni Keamanan Digital.

MENGHADAPI MALWARE DAN SEJENISNYA DENGAN PERANGKAT LUNAK

Banyak kerugian jika kita terkena *malware* dan sejenisnya. Selain kemampuan komputer dapat melambat, informasi pribadi dan sensitif bisa saja dimiliki orang yang tidak bertanggung jawab dan disalahgunakan. Karena itu kita perlu memahami beberapa istilah untuk menghadapi virus komputer ini. Salah satu istilah yang perlu kita ketahui adalah *firewall*. *Firewall* adalah suatu program yang dapat memonitor alur penggunaan internet dan mengecek hal-hal yang dapat merugikan dan berbahaya (Levine & Young, 2010). *Firewall* merupakan dinding virtual antara komputer kita dengan internet. *Firewall* berfungsi secara selektif memfilter data yang melewati koneksi dan melindungi sistem kita dari serangan dari luar (Miller, 2016). Program ini dapat memonitor akses-akses yang dapat berbahaya. Beberapa sistem operasi seperti Windows atau Mac memiliki *firewall* yang terintegrasi dengan sistem operasi. *Firewall* ini teraktivasi secara otomatis, dan bagi kebanyakan pengguna sudah lebih dari cukup untuk melindungi komputer dari berbagai serangan siber (Miller, 2016). Kita bisa mengecek apakah *firewall* di perangkat kita sudah aktif atau belum. Jika menggunakan sistem operasi Windows, kita bisa memastikan aktivasi *Windows Defender Firewall* dengan mengikuti langkah berikut (Huc, 2020):

Klik ikon *Start* lalu buka *Control Panel*

Klik *System and Security*

Klik *Windows Defender Firewall*

Klik *Turn Windows Defender Firewall on or off*

Di bawah *Private network settings* dan *Public network settings* kita bisa klik *Turn on Windows Defender Firewall* lalu klik *OK*

Bagan II.4. Langkah Aktivasi *Windows Defender Firewall*

Sumber: Huc (2020)

Kita juga bisa mengecek *firewall* jika menggunakan sistem operasi Mac dengan langkah berikut (Haslam, 2021):



Bagan II.5. Mengecek *Firewall* di Mac

Sumber: Haslam (2021)

Selain *firewall*, untuk menghadapi virus komputer juga bisa dengan menggunakan perangkat lunak seperti *virus checker*. Ada berbagai macam layanan program *virus checker*, baik gratis maupun berbayar, yang bisa kita gunakan untuk melawan virus komputer. Ingat untuk selalu mengunduh atau memasang perangkat lunak *anti-malware* dan *virus checker* dari situs penyedia langsung. Perangkat lunak ini bisa kita operasikan baik di komputer *desktop*, *notebook*, *netbook*, *tablet*, atau telepon pintar. Kita perlu menjalankan program *virus checker* ini dan memperbarui program secara rutin sehingga program ini bisa mendeteksi virus terbaru (Levine & Young, 2010).

Pentingnya Membuat *File* Cadangan

Tidak ada yang ingin terserang *malware* dan sejenisnya. Serangan ini dapat merusak *file* yang kita miliki. Untuk itu usahakan untuk rajin membuat *file* cadangan yang ada di perangkat yang kita miliki. *File* cadangan ini bisa kita simpan di perangkat penyimpanan data eksternal.

Oleh karena isu keamanan digital juga terus mengintai, maka pengetahuan dalam memproteksi diri dengan memanfaatkan perangkat keras dan lunak yang dimiliki adalah sebuah keharusan. Temukan penjelasan terkait proteksi digital dalam Modul Keamanan Digital.

PENUTUP

Kita telah belajar berbagai pengetahuan dasar terkait perangkat keras dan perangkat lunak digital. Kita mengetahui dan memahami berbagai perangkat keras, sistem operasi, dan aplikasi. Kita dapat memilih perangkat keras, sistem operasi, dan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu kita juga mengetahui dan memahami koneksi internet. Kita mengetahui cara-cara untuk menghubungkan perangkat digital dengan jaringan internet (misalnya *Wi-Fi*). Terakhir kita belajar pengetahuan dasar terkait keamanan digital. Kita mengetahui dan memahami berbagai *malware* yang dapat membahayakan perangkat digital. Kita juga mengetahui dan memahami fungsi dan penggunaan *firewall* untuk melindungi perangkat dari bahaya serangan siber di dunia digital. Di samping itu, bab ini juga memberikan rekomendasi dan solusi bagi pihak-pihak tertentu. Beberapa pihak ini antara lain kelompok anak, pihak yang memiliki keterbatasan akses teknologi digital, serta kelompok difabel.

Rekomendasi Pemahaman Lanskap Digital untuk Anak

Bagi kelompok anak, salah satu yang dapat dipertimbangkan adalah melengkapi penyebaran literasi digital dengan visualisasi yang menarik. Diksi dalam literasi perlu didukung oleh bentuk kreativitas lain, seperti gambar, tipografi, dan juga warna (Marantika, Poerwaningtias, Roosinda & Wirawanda, 2020). Adanya visualisasi tersebut membantu untuk memahami pesan literasi yang disampaikan. Selain itu, penggunaan perangkat digital oleh anak juga perlu didampingi oleh keluarga (Wempen, 2015). Pendampingan ini tentu dengan mengajak anak berkomunikasi dengan baik sehingga mereka dapat belajar bertanggung jawab dan berpendapat. Berbagai perangkat juga dapat mendukung aplikasi keamanan keluarga dalam mengatur batas waktu akses perangkat bagi anak (Wempen, 2015).

Rekomendasi Pemahaman Lanskap Digital untuk Wilayah 3T

Sedangkan bagi pihak yang tinggal di wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T) yang terkendala akses teknologi digital, maka rekomendasi yang bisa diberikan adalah penggunaan perangkat digital yang mudah dan ramah terhadap akses teknologi. Kemudian perlu adanya akses literasi digital yang mudah dipahami bagi pihak tersebut. Misalnya penggunaan bahasa daerah yang digunakan sehari-hari dalam kampanye literasi agar dapat

diterima oleh pihak dengan mudah (Marantika, Poerwaningtias, Roosinda & Wirawanda, 2020).

Rekomendasi Pemahaman Lanskap Digital untuk Difabel

Lalu, bagi kelompok difabel, maka perlu literasi akses perangkat keras dan perangkat lunak yang dapat digunakan. Misalnya fasilitas asisten digital berbasis suara yang bisa diakses di perangkat digital (Wempen, 2015). Fasilitas ini misalnya dapat ditemukan pada Bab III Menjelajahi Mesin Pencarian Informasi dan Bab IV Memahami Aplikasi Percakapan dan Media Sosial. Adanya fasilitas-fasilitas penunjang seperti ini tentu dapat mempermudah penggunaan perangkat digital bagi mereka.

Berikut adalah usulan kegiatan lanjutan yang bisa dipertimbangkan untuk dilakukan sesuai kelompok sasaran tersebut:

Usulan Kegiatan Pemahaman Lanskap Digital untuk Anak

Pengembangan bab ini dapat dilakukan dengan kegiatan sosialisasi penggunaan fitur perlindungan keluarga yang ada di berbagai perangkat. Selain itu, kegiatan yang bisa dilakukan adalah sosialisasi pengetahuan dasar lanskap digital dengan visualisasi yang menarik.

Usulan Kegiatan Pemahaman Lanskap Digital untuk Wilayah 3T

Sedangkan bagi pihak yang tinggal di wilayah dengan kendala akses teknologi digital, bab ini dapat dikembangkan dengan sosialisasi materi yang menggunakan bahasa daerah dengan dukungan dokumentasi materi yang ada.

Usulan Kegiatan Pemahaman Lanskap Digital untuk Difabel

Pengembangan bab ini dapat difokuskan pada kegiatan sosialisasi penggunaan fitur-fitur di perangkat digital yang ramah difabel.

Bagan II.6. Usulan Kegiatan Pemahaman Lanskap Digital

Sumber: Olahan Penulis

Pada akhirnya, bab ini diharapkan dapat menjadi panduan dasar pengetahuan digital yang mudah dipahami dan dipraktikkan oleh berbagai pihak. Pengetahuan dan pemahaman dasar mengenai perangkat digital yang diuraikan dalam bab ini perlu dikuasai agar pemanfaatan

perangkat digital bisa dioptimalkan dengan baik dan menghindari ancaman bahaya dunia digital.

EVALUASI KOMPETENSI

Setelah belajar pengetahuan dasar digital maka kita perlu mengevaluasi pengetahuan dan pemahaman kita. 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). Dimensi kognitif ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman terkait perangkat keras dan perangkat lunak. Sedangkan dimensi afektif berkaitan dengan sikap dan nilai terkait penggunaan perangkat digital dan bahaya di ruang siber. Kemudian dimensi konatif mengukur bagaimana motivasi untuk melanjutkan pengetahuan dasar terkait perangkat digital dalam aktivitas.

Berilah tanda centang (✓) untuk jawaban yang dipilih dan jelaskan alasannya.

No.	Aspek Terlatih	Pertanyaan	Ya	Tidak	Berikan Alasan
1.	Kognitif	Saya mengetahui berbagai perangkat keras untuk akses digital			
2.		Saya mengetahui berbagai perangkat lunak untuk akses digital			
3.		Saya memahami cara menghubungkan perangkat dengan jaringan internet			
4.		Saya mengetahui berbagai perangkat dasar pengamanan digital			
5.		Saya memahami pengetahuan dasar keamanan digital			
6.		Saya memahami bahaya dari serangan siber			

7.	Afektif	Saya memahami pentingnya akses perangkat digital resmi			
8.		Saya menggunakan perangkat digital dengan aman			
9.	Konatif	Saya melindungi perangkat digital yang digunakan			

DAFTAR PUSTAKA

Arjunan, A. N. (2020, November 26). Laptop vs. tablet PC vs. smartphone. Diperoleh dari <https://www.techlila.com/laptop-vs-tablet-pc-vs-smartphone/>

Badan Pusat Statistik (BPS). (2019). *Statistik telekomunikasi Indonesia (Katalog: 8305002)*.

Diperoleh dari

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YmU5OTk3MjViN2FIZWU2MmQ4NGM2NjYw&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMjAvMTlvMDIvYmU5OTk3MjViN2FIZWU2MmQ4NGM2NjYwL3N0YXRpc3Rpay10ZWxla29tdW5pa2FzaS1pbmRvbmVzaWEtMjAxOS5odG1s&twoadfnoraifeauf=MjAyMS0wMi0xNiAxNDozMDowNA%3D%3D>

Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN). (2020). *Rekapitulasi insiden web defacement*.

Diperoleh dari <https://cloud.bssn.go.id/s/qpBD4mbZCmL3F85#pdfviewer>

Biantoro, B. (2014, September 17). Perangkat USB tidak terdeteksi? Atasi dengan cara ampuh ini. *Merdeka*. Diperoleh dari <https://www.merdeka.com/teknologi/perangkat-usb-tidak-terdeteksi-atasi-dengan-cara-ampuh-ini.html>

Bradley, T. (2012, Januari 6). 5 ways smartphones are better than laptops or tablets.

Diperoleh dari

https://www.pcworld.com/article/247388/5_ways_smartphones_are_better_than_laptops_or_tablets.html

Deloitte. (2021). *Roadmap literasi digital 2021-2024*. Diperoleh di

https://drive.google.com/file/d/1_VWPMATewYJPK2tdpWqPbGcLn12t9X3-/view

Handayani, I. (2020, Oktober 2). Tips cerdas memilih provider internet saat WFH. *Berita Satu*. Diperoleh dari <https://www.beritasatu.com/digital/683305/tips-cerdas-memilih-provider-internet-saat-wfh>

- Haslam, K. (2021, Februari 5). How secure is a Mac? Best Mac security settings. Diperoleh dari <https://www.macworld.co.uk/feature/security-firewall-3643100/>
- Herlina, D., Setiawan, B. G. J. A., & Adikara, G. J. (2018). *Digital parenting: Mendidik anak di era digital*. Bantul: Samudra Biru.
- Huc, M. (2020, Januari 30). How to enable or disable firewall on Windows 10. Diperoleh dari <https://pureinfotech.com/enable-disable-firewall-windows-10/>
- Kurnia, N. & Wijayanto, X. A. (2020) Kolaborasi sebagai kunci: Membumikan kompetensi literasi digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, S. I. Astuti, *Kolaborasi lawan (hoaks) COVID-19: Kampanye, riset dan pengalaman Japelidi di tengah pandemi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Kurnia, N., Nurhajati, L., & Astuti, S. I. (Eds.). (2020). *Kolaborasi lawan (hoaks) COVID-19: Kampanye, riset, dan pengalaman Japelidi di tengah pandemi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.
- Laukkonen, J. (2021, Januari 30). How do I choose between a netbook or laptop? Diperoleh dari <https://www.wisegEEK.net/how-do-i-choose-between-a-netbook-or-laptop.htm>
- Levine, J. R., & Young, M. L. (2010). *The internet for dummies*. Indianapolis: John Wiley & Sons.
- Liquid Technology. (2019, April 11). Infographic: The history of operating systems. Diperoleh dari <https://liquidtechnology.net/2019/04/11/infographic-the-history-of-operating-systems/>
- Marantika, N., Poerwaningtias, I., Roosinda, F. W., & Wirawanda, Y. (2020). Proses kreatif dalam pembuatan poster digital kampanye japelidi lawan hoaks COVID-19. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, & S. I. Astuti (Eds.), *Kolaborasi lawan (hoaks) COVID-19: Kampanye, riset, dan pengalaman japelidi di tengah pandemi* (hal. 113-132). Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.
- Miller, M. (2016). *My internet for seniors*. Indianapolis, Indiana: Que Publishing.
- Microsoft Indonesia. (2020, Juni 26). Tingkat kasus malware di Indonesia tertinggi di Asia Pasifik: Laporan Microsoft Security Endpoint Threat 2019. *Microsoft*. Diperoleh dari <https://news.microsoft.com/id-id/2020/06/26/tingkat-kasus-malware-di-indonesia-tertinggi-di-asia-pasifik-laporan-microsoft-security-endpoint-threat->

Bab 3

Menjelajah Mesin Pencarian Informasi



BAB III

MENJELAJAHI MESIN PENCARIAN INFORMASI

Yolanda Presiana Desi & Ade Irma Sukmawati

PENGANTAR

Dewasa ini penggunaan internet mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Perkembangan teknologi memicu terjadinya kenaikan jumlah pengguna internet. Kini, internet dapat memberikan kemudahan bagi hampir semua bentuk kegiatan, mulai belajar, bekerja, berbisnis, maupun untuk tujuan lainnya. Kita dapat menilik infografis pengguna internet di Indonesia melalui data berikut ini.

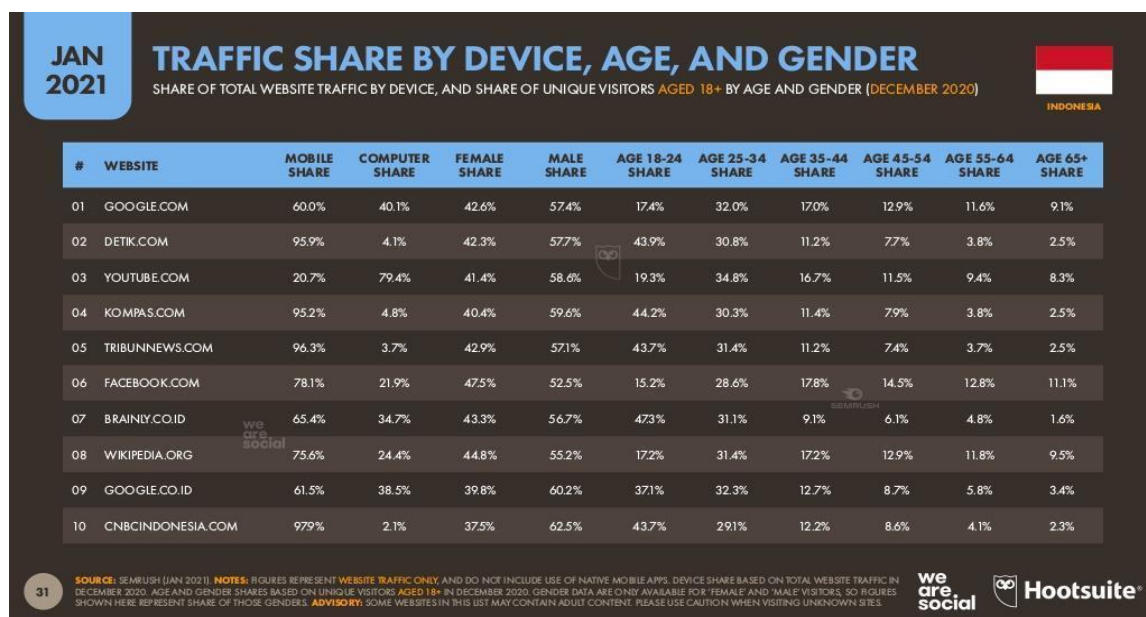


Gambar III.1. Pengguna Data Internet di Indonesia Tahun 2020

Sumber: Valid News (2020)

Dunia digital saat ini telah menjadi bagian dari keseharian kita. Berbagai fasilitas dan aplikasi yang tersedia pada gawai sering kita gunakan untuk mencari informasi bahkan solusi dari permasalahan kita sehari-hari. Durasi penggunaan internet harian masyarakat Indonesia hingga tahun 2020 tercatat tinggi, yaitu 7 jam 59 menit (APJII, 2020). Angka ini melampaui waktu rata-rata masyarakat dunia yang hanya menghabiskan 6 jam 43 menit setiap harinya. Bahkan menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2020, selama pandemi COVID-19 mayoritas masyarakat Indonesia mengakses internet lebih dari 8 jam sehari. Pola kebiasaan baru untuk belajar dan bekerja dari rumah secara daring ikut membentuk perilaku kita berinternet.

Dalam menggunakan internet, salah satu aktivitas yang sering kita lakukan adalah menggunakan mesin pencarian informasi untuk menunjang kegiatan. Hasil survei yang dikeluarkan oleh Hootsuite dan We are Social di tahun 2020 menunjukkan bahwa Google menempati peringkat pertama sebagai mesin pencarian informasi yang paling banyak diakses. Ia lebih banyak diakses secara *mobile* dibandingkan melalui komputer. Situs ini digunakan oleh semua kelompok usia hampir secara merata. Pengguna terbanyak ada pada kelompok usia 25-34 tahun yaitu sebesar 32%. Sedangkan penggunaan Google pada kelompok usia lainnya berkisar antara 9 hingga 17% (Hootsuite & We Are Social, 2021).



Gambar III.2. *Traffic Share* Situs Berdasarkan Perangkat, Usia dan Gender Tahun 2020

Sumber: Hootsuite & We Are Social (2021)

Mengacu pada data tersebut, maka penggunaan mesin pencarian informasi menjadi salah satu hal yang krusial untuk dipahami. Aktivitas pencarian informasi di internet melalui mesin pencarian informasi akrab dikenal dengan istilah '*searching*' atau '*googling*'. Walaupun aktivitas ini sering dilakukan sehari-hari, tetapi berbagai permasalahan mendasar masih sering dihadapi oleh pengguna mesin pencarian informasi. Sering kali waktu hanya terbuang untuk menyeleksi ribuan hasil penelusuran mesin pencarian informasi karena penggunaan kata kunci yang kurang spesifik. Bahkan, kita bisa saja mengeklik situs palsu hasil penelusuran mesin pencarian informasi secara tidak sadar. Untuk dapat memaksimalkan penggunaan mesin pencarian informasi, mari kita perlu mengenal lebih dalam mengenai mesin pencarian informasi beserta kompetensi digital yang dibutuhkan.

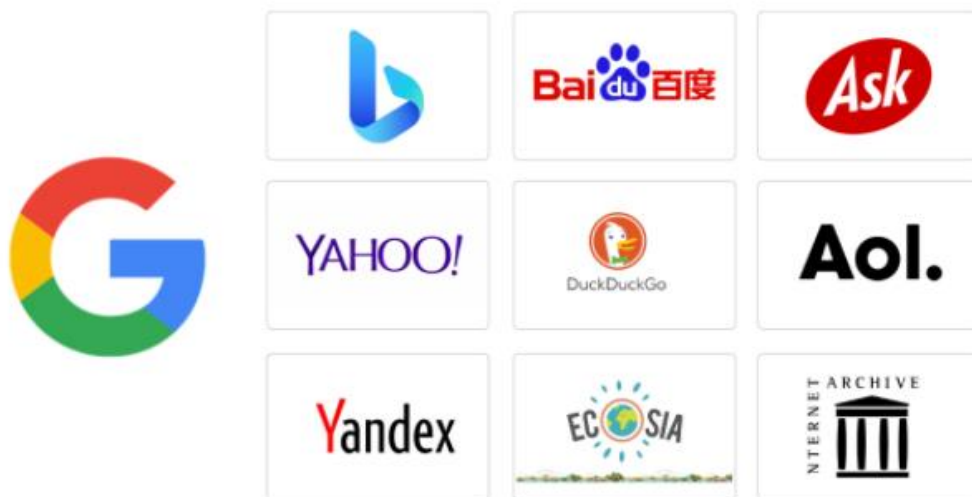
Dari Gambar III.1. dan III.2., dapat diketahui bahwa tingginya penggunaan internet juga berhubungan dengan kompetensi yang sebaiknya dimiliki oleh pengguna. Pada bab ini kita akan berfokus pada kompetensi dalam menggunakan mesin pencari. Sebagai pengguna internet, kita belum cukup mengetahui kompetensi yang dibutuhkan untuk mempermudah aktivitas dalam menggunakan internet. Kompetensi yang sebaiknya dimiliki dalam menggunakan mesin pencarian informasi adalah kemampuan untuk mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, berpartisipasi, serta berkolaborasi dalam menghasilkan informasi. Kompetensi tersebut secara sederhana merupakan patokan aktivitas kita sebagai pengguna beragam kegiatan dalam dunia digital (*how we have to do*), dan tolok ukur individu dalam melaksanakan aktivitas di dunia digital (*what we need to have*). Penguasaan pada kompetensi digital dapat menunjang aktivitas kita dalam berbagai bidang antara lain pendidikan, profesi, bisnis, maupun individu dalam konteks sosial kemasyarakatan.

Sebagai upaya meningkatkan pemahaman serta kompetensi dalam menggunakan mesin pencarian informasi, bab ini akan memberikan informasi seputar definisi mesin pencarian informasi, permasalahan yang sering kita alami saat menggunakan mesin pencarian informasi, tips menggunakan mesin pencarian informasi, serta solusi terkait permasalahan khusus dalam penggunaan mesin pencarian informasi. Bab ini juga menyediakan latihan singkat pengukuran pemahaman kita pada penggunaan mesin pencarian informasi. Bab ini

diharapkan dapat memberikan informasi menyeluruh dengan dilengkapi tahapan detail yang bisa diikuti dalam mengoperasikan mesin pencarian informasi. Dengan demikian, secara tidak langsung juga dapat meningkatkan kompetensi literasi digital sehingga cakap dalam bermedia digital.

DEFINISI MESIN Pencarian Informasi

Mari kita mulai pembahasan seputar serba-serbi mesin pencari dengan mengenal mesin pencarian informasi yang kita gunakan. Mesin pencarian informasi adalah situs yang memiliki kemampuan untuk mencari halaman situs web di internet berdasarkan basis data dengan bantuan kata kunci. Google, Yahoo, Bing, Baidu, dan Yandex adalah beberapa jenis mesin pencarian informasi yang populer di dunia.



Gambar III.3. Macam-Macam Mesin Pencarian Informasi

Sumber: Chris (2021)

Google masih berada pada peringkat pertama mesin pencarian informasi terfavorit, baik di dunia maupun Indonesia. Dilansir dari Statcounter (2021) sebanyak 98,32% masyarakat Indonesia memilih menggunakan Google. Hanya kurang dari 2% populasi masyarakat Indonesia yang menggunakan Yahoo, Bing, Yandex, DuckDuckGo, dan Ecosia.



Gambar III.4. *Market Share* Mesin Pencarian Informasi di Indonesia

Sumber: Statcounter (2021)

Mari kita lihat perbandingan dari kelebihan masing-masing mesin pencarian informasi pada tabel berikut:

Tabel III.1. Perbandingan Jenis-Jenis Mesin Pencarian Informasi

Mesin Pencarian Informasi	Kelebihan
Google	Memiliki waktu penyediaan informasi yang cepat.
	Menyediakan informasi dari berbagai sumber sekaligus.
	Memiliki banyak fitur pendukung untuk optimalisasi pencarian informasi.
	Terkoneksi dengan pihak ketiga sehingga dapat menyediakan informasi lebih detail.
	Menyediakan pencarian dengan berbagai bahasa.
Bing	Menyediakan informasi dalam berbagai jenis (gambar, foto, video, dan berita).
	Memiliki fasilitas <i>instant answer</i> .
Yahoo	Menyediakan informasi dalam berbagai jenis (gambar, foto, video, dan berita).
	Memiliki fitur <i>news feed</i> di halaman utama pencarian.
Baidu	Menyediakan informasi berdasarkan rating situs web.
	Menyediakan layanan pencarian lagu dengan format mp4.
Yandex	Menyediakan informasi dalam berbagai jenis

	(gambar, video, foto).
	Menyediakan pencarian dengan berbagai bahasa.
DuckDuckGo	Menyediakan informasi pencarian dari berbagai sumber.
	Tidak melakukan penyimpanan <i>IP address</i> .
	Iklan ditempatkan sesuai kata kunci yang dicari, bukan berdasarkan algoritma pengguna.

Sumber: Tempo.co (2013), Namira (2021)

PROSES KERJA MESIN PENCARIAN INFORMASI

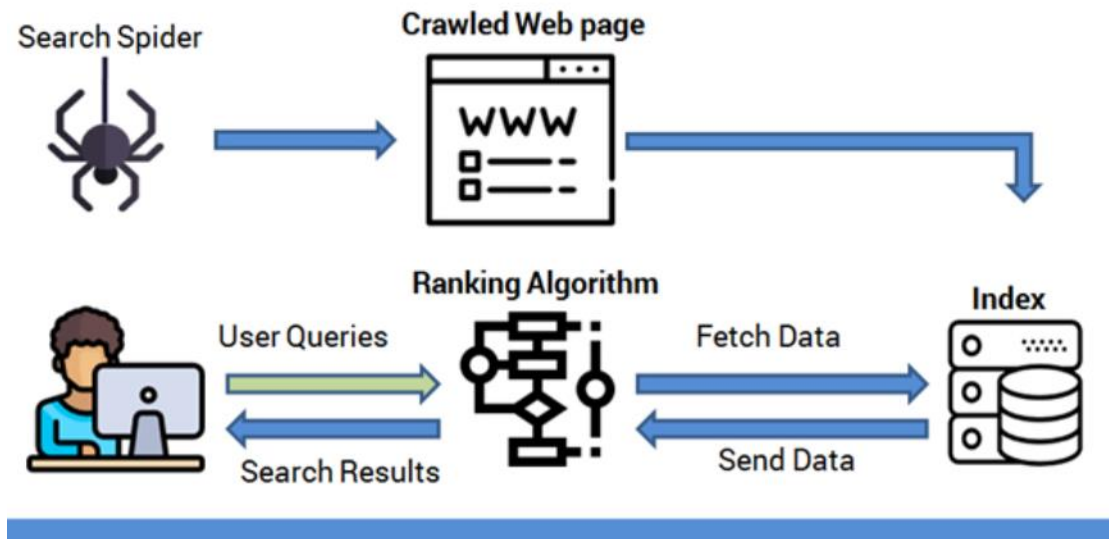
Setelah mengetahui tentang apa itu mesin pencarian informasi, jenis, dan kelebihan masing-masing mesin pencarian informasi, mari kita pahami proses kerja mesin pencarian informasi, apa saja fitur yang ditawarkan, serta bagaimana cara penggunaannya.

Banyak orang beranggapan jika kita menggunakan mesin pencarian informasi maka secara otomatis mesin pencarian informasi akan mencari ke seluruh situs web. Sebenarnya cara kerja mesin pencarian informasi adalah dengan melakukan penelusuran informasi berdasarkan basis data atau daftar situs web yang dikelolanya. Hal tersebut menyebabkan hasil penelusuran yang berbeda jika kita menggunakan mesin pencarian informasi yang berbeda, walaupun mengetikkan kata kunci yang sama.

Mesin pencarian informasi memiliki tiga tahapan kerja sebelum menyajikan informasi yang kita butuhkan. *Pertama*, penelusuran (*crawling*), yaitu langkah ketika mesin pencarian informasi yang kita akses menelusuri triliunan sumber informasi di internet. Penelusuran tersebut tentu mengacu pada kata kunci yang diketikkan pada mesin pencarian informasi. *Kedua*, pengindeksan (*indexing*), yakni pemilahan data atau informasi yang relevan dengan kata kunci yang kita ketikkan. *Ketiga*, pemeringkatan (*ranking*), yaitu proses pemeringkatan data atau informasi yang dianggap paling sesuai dengan yang kita cari.

Ringkasnya tahapan kerja mesin pencarian informasi disajikan dalam gambar berikut:

Crawling, Indexing and Ranking : Search Engine Process Flow

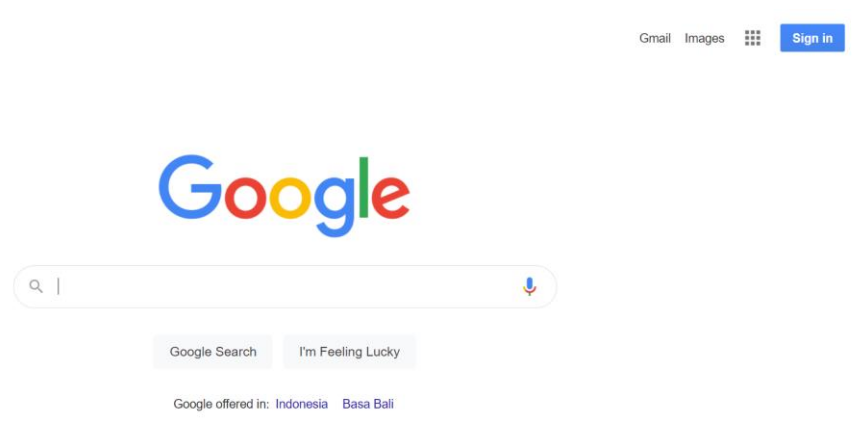


Gambar III.5. Proses Kerja Mesin Pencarian Informasi

Sumber: Luenendonk (2021)

CARA PENGGUNAAN MESIN PENCARIAN INFORMASI

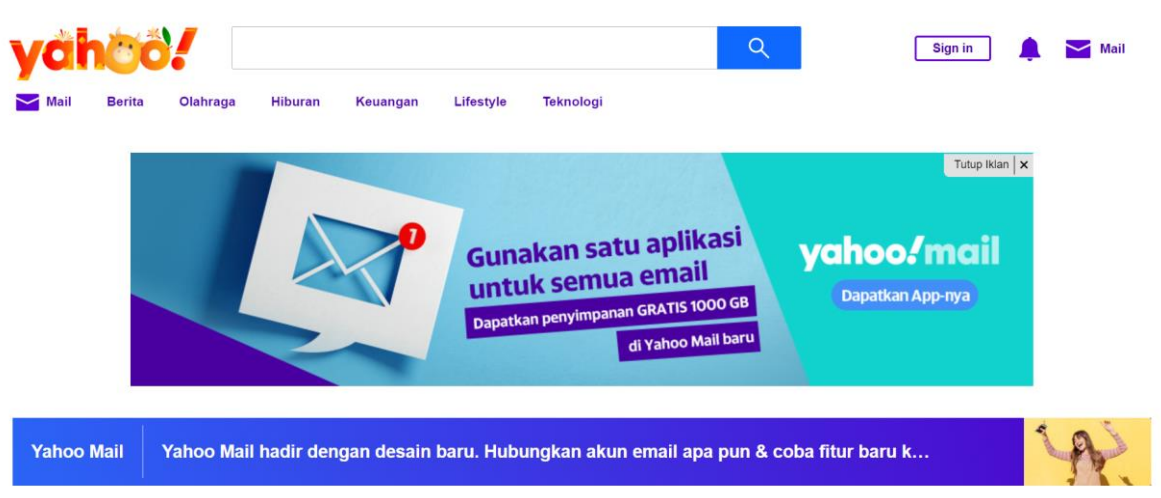
Cara pertama untuk menggunakan mesin pencarian informasi yaitu kita dapat langsung mengunjungi laman mesin pencariannya. Situs ini dapat diakses melalui komputer maupun secara *mobile* di HP kita. Jika kita menggunakan Google, ketikkan *google.com* (versi *default*) atau *google.co.id* (versi berbahasa Indonesia), maka akan muncul tampilan awal seperti ini.



Gambar III.6. Tampilan Awal Google

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

Jika kita menggunakan Yahoo, maka ketikkan *yahoo.com* dan akan muncul tampilan awal seperti ini.

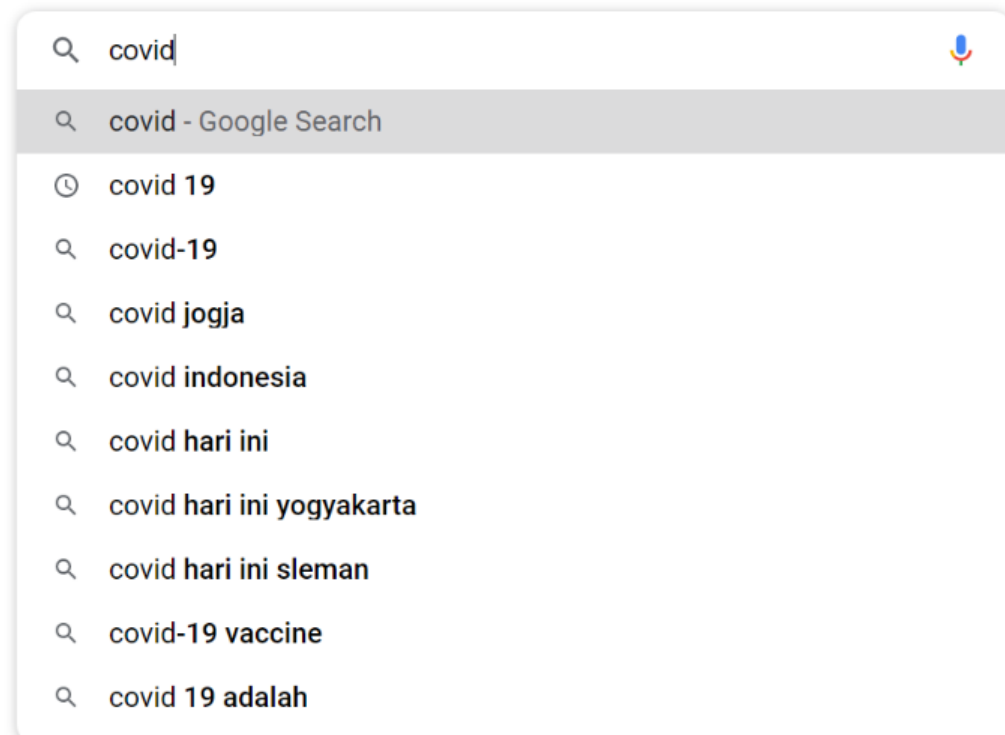


Gambar III.7. Tampilan Awal Yahoo

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Yahoo (2021)

Kedua, ketikkan kata kunci pencarian. Ketikkan kata kunci sesuai dengan hal yang ingin ditemukan. Pilihlah kata atau istilah yang populer digunakan. Sebagai contoh, lebih baik menggunakan kata kunci 'sakit kepala' dibandingkan menggunakan kalimat deskripsi seperti 'kepala saya sedang sakit'. Tidak perlu mencemaskan hal-hal kecil seperti ejaan dan penulisan huruf kapital. Mesin pencarian informasi secara otomatis akan menggunakan ejaan yang paling umum, walaupun kita salah menetik kata kunci. Selanjutnya, juga tidak akan ada perbedaan dari hasil pencarian dengan kata kunci 'covid', 'COVID', 'covid 19', 'Covid-19', 'COVID-19'.

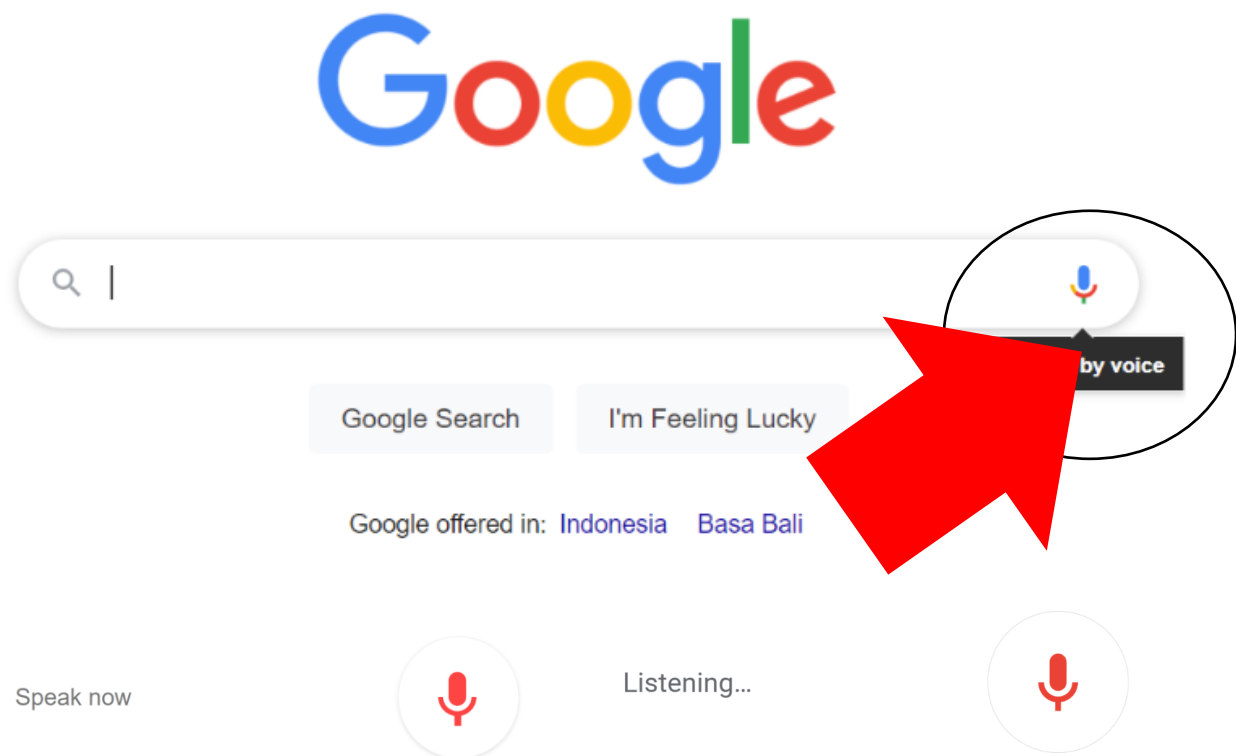
Mesin pencarian informasi seperti Google juga memberikan saran beberapa kata kunci lain yang mendekati. Google menyebut fitur ini dengan Google Suggest atau Autocomplete. Misalnya jika kita menetikkan 'covid' maka muncul beberapa saran kata kunci seperti 'covid 19', 'covid-19', 'covid indonesia', 'covid hari ini', 'covid 19 vaccine'. Kita dapat memilih kata kunci yang paling sesuai dengan yang apa yang kita cari.



Gambar III.8. Prediksi Kata Kunci Mesin Pencarian Informasi

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

Selain dengan mengetikkan kata kunci, kita juga dapat melakukan pencarian informasi menggunakan suara. Mesin pencarian informasi seperti Google dapat mendeteksi suara kita hanya dengan menyebutkan kata kunci pencarian. Untuk menggunakan fitur suara ini, terlebih dahulu kita perlu menyesuaikan setelan bahasa pada mesin pencari dan mengatur fitur *microphone* pada gawai kita agar hasil pencarian sesuai dengan kebutuhan kita.



Gambar III.9. Fitur Suara pada Mesin Pencarian Informasi
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

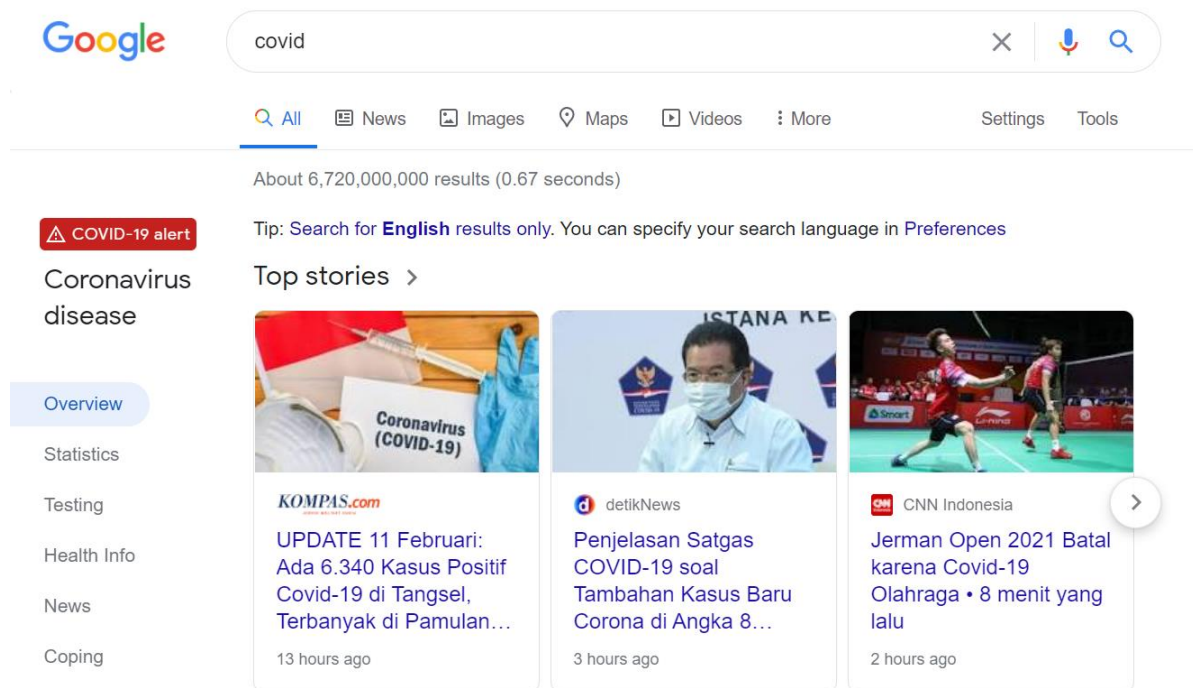
Ketiga, tinjau kembali hasil pencarian yang ditemukan. Hasil pencarian melalui mesin pencarian informasi bisa saja sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita harapkan. Sebelum melanjutkan pembahasan, mari kita petakan berbagai permasalahan yang sering dikeluhkan oleh pengguna mesin pencarian informasi.

Masalah 1:

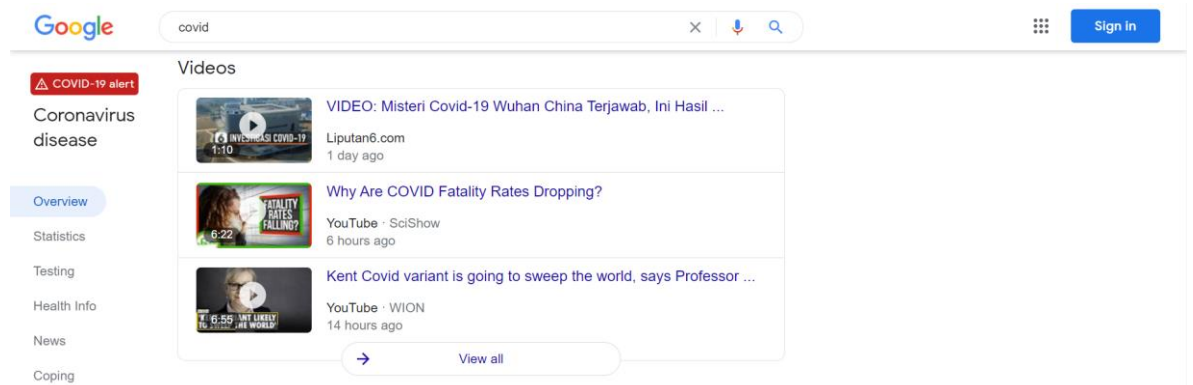
Kurang akuratnya hasil pencarian yang disajikan mesin pencarian informasi.

Hasil pencarian tidak spesifik dan membutuhkan seleksi mandiri oleh pengguna mesin pencarian informasi.

Dari kata kunci yang diketikkan di awal, maka mungkin saja kita disajikan berbagai jenis informasi yang tidak spesifik. Ada yang berupa berita, gambar, maupun video seperti tampak berikut ini:



Gambar III.10. Hasil Penelusuran Mesin Pencarian Informasi Berupa Berita
 Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

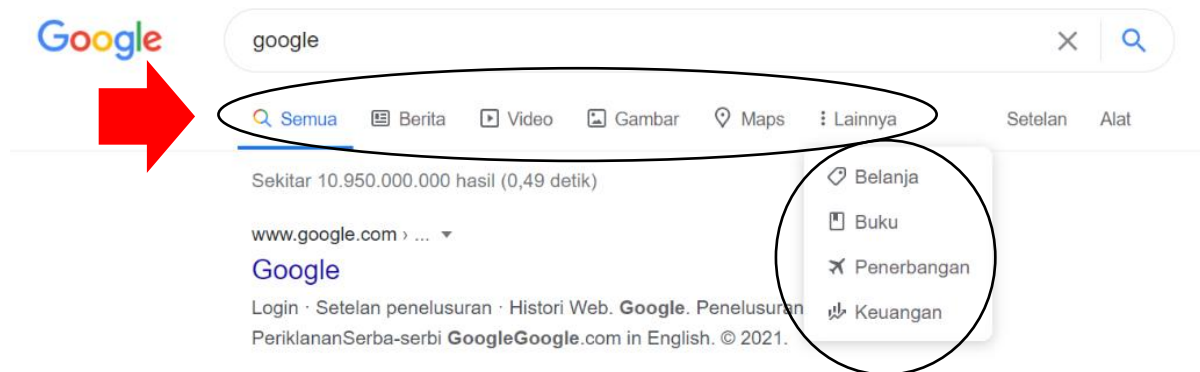


Gambar III.11. Hasil Penelusuran Mesin Pencarian Informasi Berupa Video
 Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

MENGGUNAKAN FILTER PEMBATAAN JENIS INFORMASI

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kita bisa memanfaatkan filter pembatasan jenis informasi yang tersedia pada laman hasil penelusuran mesin pencarian informasi (lihat Gambar III.12.). Dengan mengklik jenis informasi sesuai yang dibutuhkan maka hasil penelusuran akan muncul sesuai jenis informasi yang kita pilih. Apakah kita mencari semua

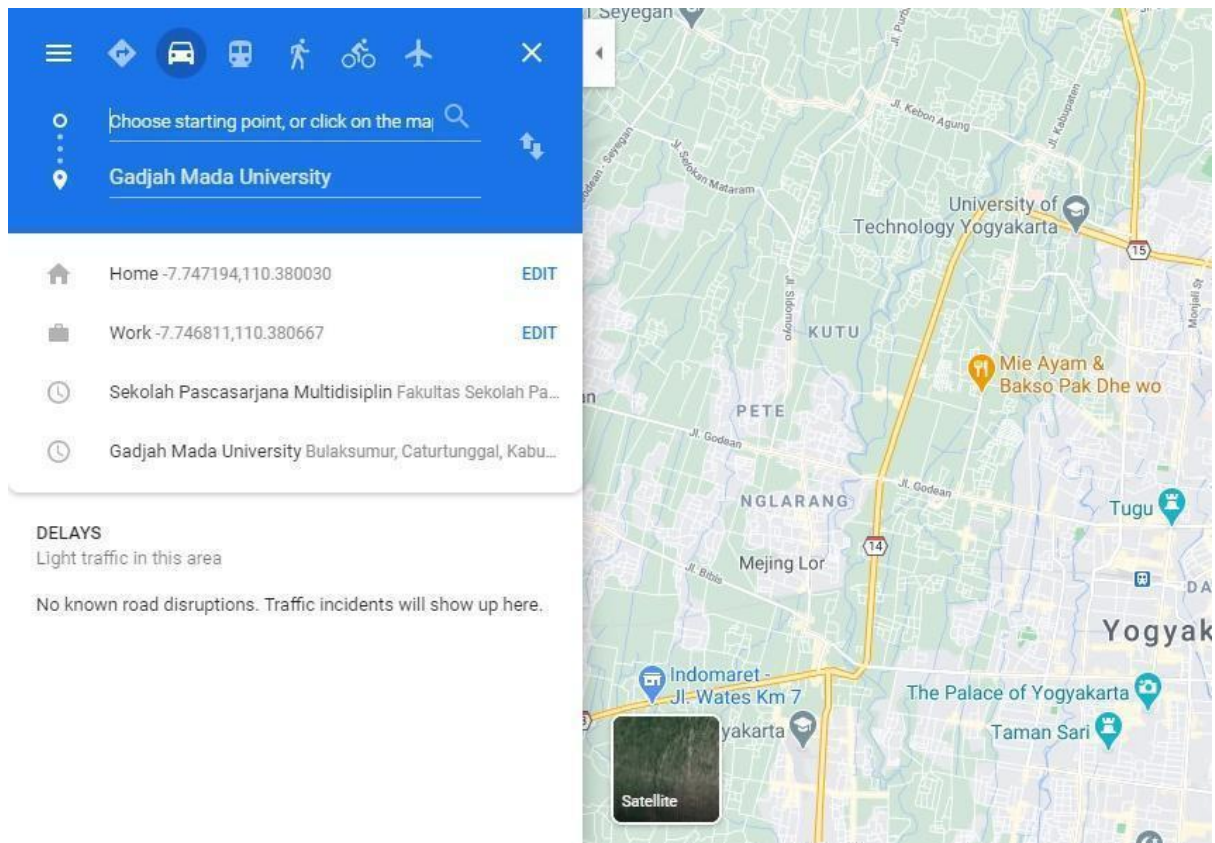
hasil penelusuran, ataukah hanya mencari berita saja, atau gambar, video, *maps*/peta, atau lainnya: belanja, buku, penerbangan, keuangan.



Gambar III.12. Filter Jenis Informasi pada Mesin Pencarian Informasi

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

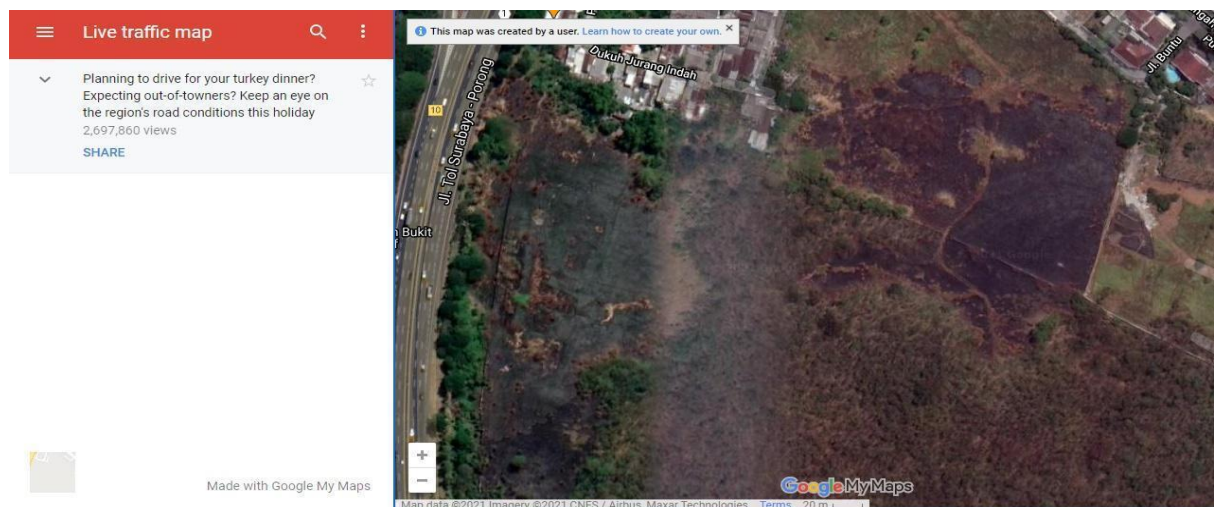
Misalnya kita perlu bepergian ke suatu lokasi yang belum pernah kita kunjungi. Kita dapat memanfaatkan mesin pencarian informasi dengan menggunakan fitur Google Maps. Fitur ini memiliki ciri khas dan ketersediaan informasi suatu titik lokasi secara kompleks. Google Maps menyediakan informasi gambaran peta berikut pilihan rute yang dapat kita tempuh dengan pilihan jenis kendaraan yang dapat kita gunakan beserta waktu tempuhnya.



Gambar III.13. Fitur Google Maps

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

Layanan lain yang diberikan dalam fitur maps adalah memberikan informasi lalu lintas secara langsung (*live*) pada rute yang akan kita lewati seperti pada gambar berikut:

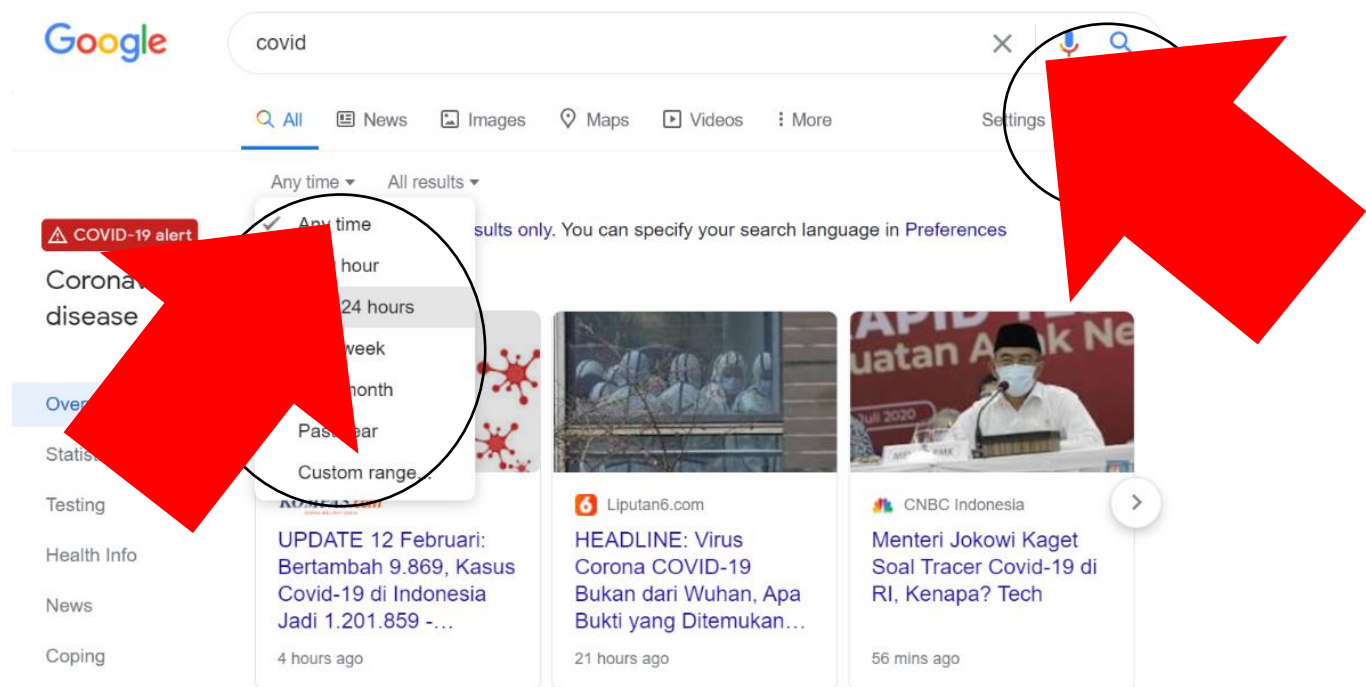


Gambar III.14. Fitur *Live Traffic Map* Google

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

MENGGUNAKAN FILTER PEMBATASAN INFORMASI BERDASARKAN WAKTU

Selain menggunakan fitur pembatasan jenis informasi di atas, kita juga dapat melakukan pembatasan pencarian informasi berdasarkan waktu. Caranya mudah, hanya dengan menggunakan tombol 'tools' atau 'alat' maka akan muncul filter pembatasan informasi berdasarkan waktu. Apakah kita membutuhkan informasi di sebarang waktu, atau hanya informasi dalam 1 jam terakhir, 24 jam terakhir, 1 minggu terakhir, atau rentang waktu tertentu.



Gambar III.15. Filter Pembatasan dan Pengurutan Informasi Berdasarkan Waktu

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

MEMANFAATKAN LAYANAN MESIN PENCARIAN INFORMASI UNTUK TUJUAN AKADEMIK

Selain berbagai kegunaan dari fitur-fitur mesin pencarian informasi yang telah dipaparkan sebelumnya, Google dan Microsoft juga melengkapi layanannya khusus untuk keperluan akademis dengan basis data yang spesifik. Layanan ini sangat membantu bagi para pelajar, mahasiswa, maupun akademisi untuk menunjang aktivitas akademis di sekolah, kampus, maupun kantor. Layanan Google Scholar atau Google Cendekia memungkinkan kita untuk

mencari referensi berupa teks dengan cepat dan menyimpannya dalam 'perpustakaan pribadi' kita.



Gambar III.16. Layanan Google Cendekia

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

MENGGUNAKAN KATA KUNCI SECARA EFEKTIF

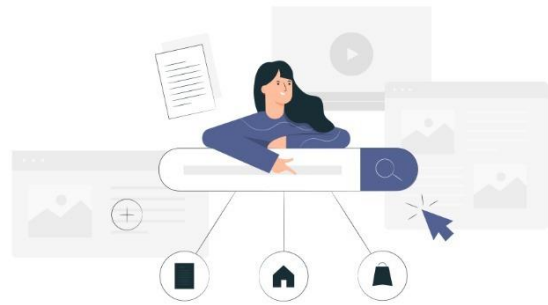
Selanjutnya, untuk mendapatkan hasil penelusuran informasi secara cepat, sebaiknya kata kunci dituliskan secara spesifik. Sebagai contoh, ketika ingin mencari rumah makan populer di Yogyakarta, kita dapat mengetikkan kata kunci “kuliner Yogyakarta”.

Berikut adalah tips penggunaan kata kunci secara efektif dengan menggunakan aplikasi mesin pencarian informasi Google:

Tips Penggunaan Kata Kunci pada Aplikasi Google



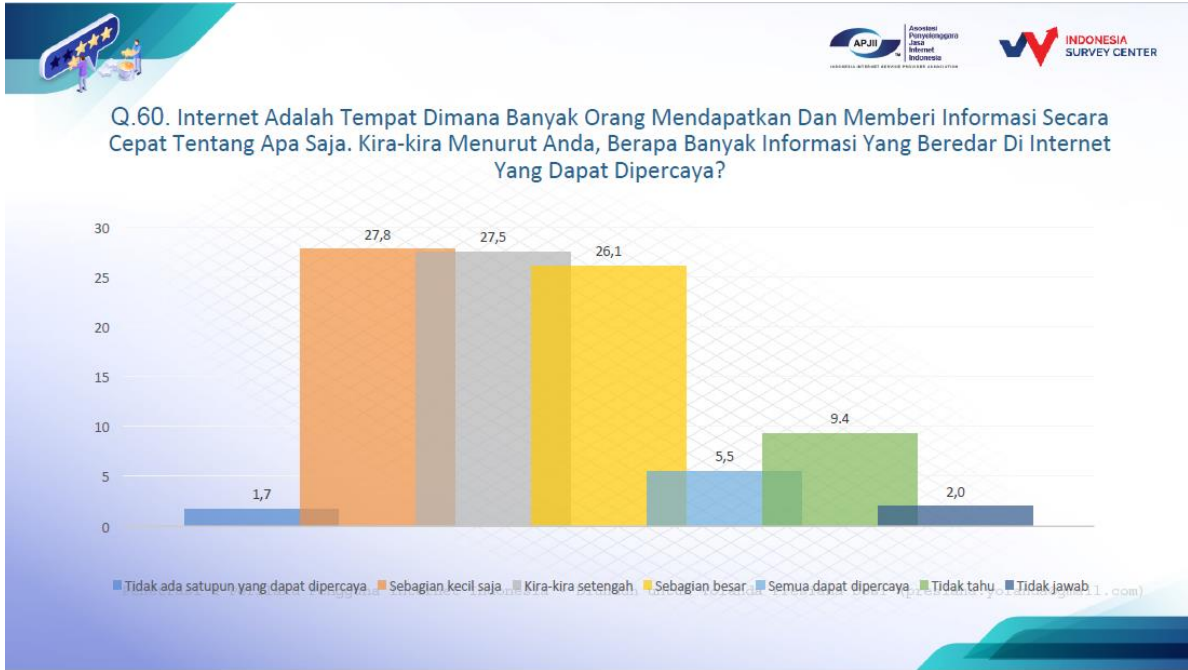
- | | |
|---|---|
|  <p>Gunakan tanda kutip (“...”) untuk mencari hanya di situs tertentu</p> |  <p>Gunakan kata “related” untuk mencari situs yang mirip</p> |
|  <p>Gunakan tanda bintang (*) untuk mencari kalimat dengan beberapa kata yang hilang</p> |  <p>Gunakan tanda minus (-) untuk menyingkirkan hasil pencarian yang tidak diinginkan</p> |
|  <p>Gunakan dua titik dan angka (...20xx) untuk mencari range angka</p> |  <p>Gunakan format penyetoran “informasi yang diinginkan:situs yang ingin dimunculkan”</p> |



Sumber: Google Support (2021)

Gambar III.17. Tips Penggunaan Kata Kunci pada Aplikasi Google
Sumber: Diolah dari Google Support (2021)

Permasalahan lain yang sering ditemui oleh pengguna mesin pencarian informasi terkait kebenaran data atau informasi serta kredibilitas sumber. Menurut hasil survei APJII (2019) tentang tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi di internet, ditemukan sebanyak 5,5% masyarakat Indonesia masih menganggap semua informasi yang beredar di internet dapat dipercaya, 26,1% menganggap sebagian besar informasi di internet dapat dipercaya, 27,5% menganggap setengah informasi di internet dapat dipercaya. Hal ini membutuhkan kompetensi kritis kita sebagai pengguna mesin pencarian informasi untuk dapat menyaring informasi.



Gambar III.18. Survei Kepercayaan Masyarakat terhadap Informasi di Internet Tahun 2019
Sumber: APJII (2020)

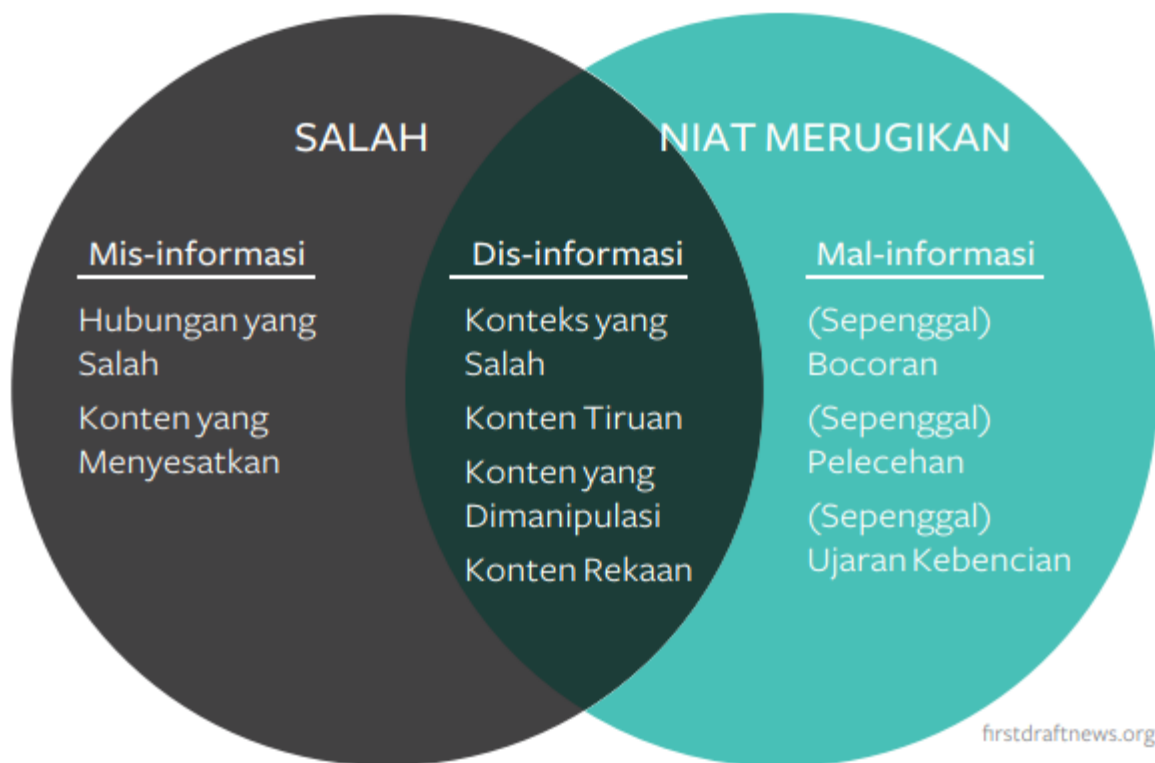
Masalah 2:

Tidak semua hasil penelusuran mesin pencarian informasi benar.

Diperlukan kompetensi kritis pengguna untuk dapat menyaring informasi yang diperoleh.

MENGENAL TIGA JENIS GANGGUAN INFORMASI

Untuk meningkatkan kompetensi kritis dalam memanfaatkan mesin pencari serta mencegah kita untuk terlempar dalam pusaran hoaks, terlebih dahulu kita perlu mengetahui dan memahami tiga gangguan informasi. Pertama, **misinformasi** adalah informasi yang tidak benar. Namun, orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut adalah benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain. Kedua, **disinformasi** adalah informasi yang tidak benar dan orang yang menyebarkannya juga tahu bahwa informasi itu tidak benar. Ketiga, **mal-informasi** adalah sepenggal informasi benar namun digunakan dengan niat untuk merugikan seseorang atau kelompok tertentu.



Gambar III.19. Tiga Gangguan Informasi

Sumber: Ireton & Posetti (2019)

Mis/disinformasi sendiri masih terbagi lagi menjadi 7 macam, yaitu:



Gambar III.20. Tujuh Jenis Mis/Disinformasi

Sumber: Ireton & Posetti (2019)

Setelah memahami tiga gangguan informasi tersebut, selanjutnya kita dapat bersikap kritis ketika menerima hasil penelusuran mesin pencarian informasi yang mengarahkan kita pada hoaks dengan mengatasnamakan pihak resmi seperti contoh berikut.



Gambar III.21. Contoh Misinformasi

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Fact Check Tools (2021)



Gambar III.22. Contoh Disinformasi

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021)

Untuk itu, kita patut mencurigai suatu informasi sebagai mis/disinformasi apabila mengandung ciri-ciri sebagai berikut:



Gambar III.23. Ciri-ciri Mis/Disinformasi

Sumber: (Monggilo dkk., 2020)

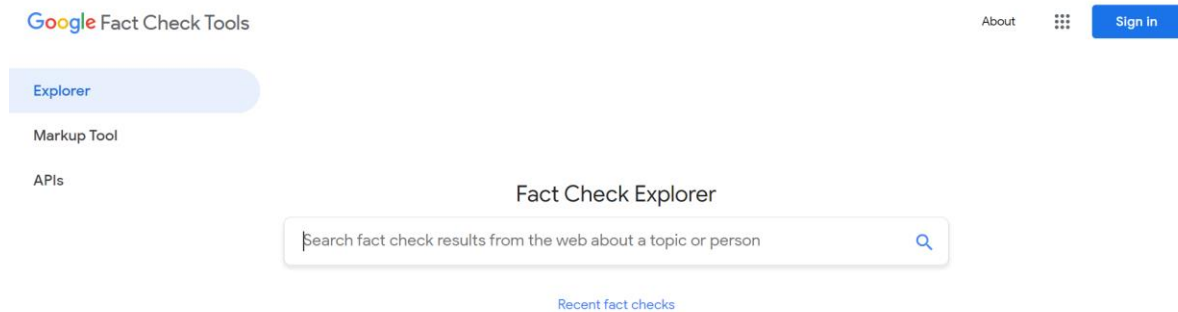
Ciri-ciri yang disampaikan pada Gambar III.23. tersebut bisa kita rujuk untuk mengenali mis/disinformasi yang kita temukan di mesin pencarian informasi.

MENGGUNAKAN FITUR CEK FAKTA

Kita juga dapat menggunakan salah satu fitur pada mesin pencarian informasi untuk melakukan verifikasi informasi, misalnya dengan menggunakan Google Fact Check Tools. Langkah-langkah yang perlu kita lakukan yaitu:

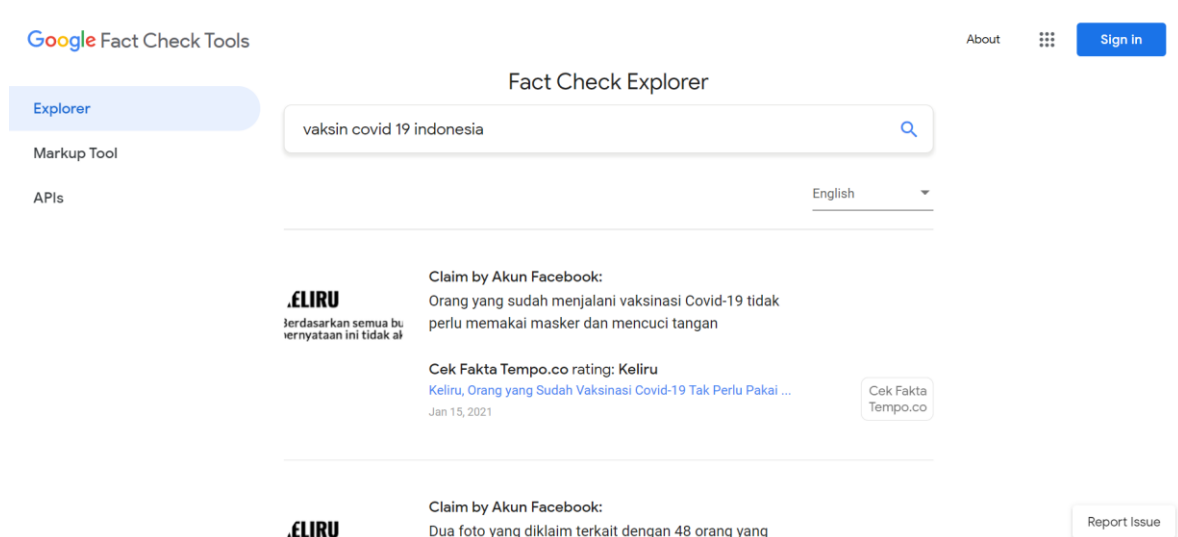
1. Kunjungi situs <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>

2. Ketik cek fakta apa yang ingin Anda cari dan temukan pada *search bar*
3. Klik tombol pencarian pada sisi kanan atau tekan *enter*
4. Hasil pencarian akan muncul



Gambar III.24. Tampilan Laman Awal Google Fact Check Tools
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Fact Check Tools (2021)

Misalnya, ketika hendak melakukan verifikasi informasi terkait vaksin COVID-19 di Indonesia. cukup ketikkan kata kunci 'vaksin covid 19 indonesia' dan secara otomatis Google Fact Check Tools akan menampilkan hasil penelusuran sebagai berikut:



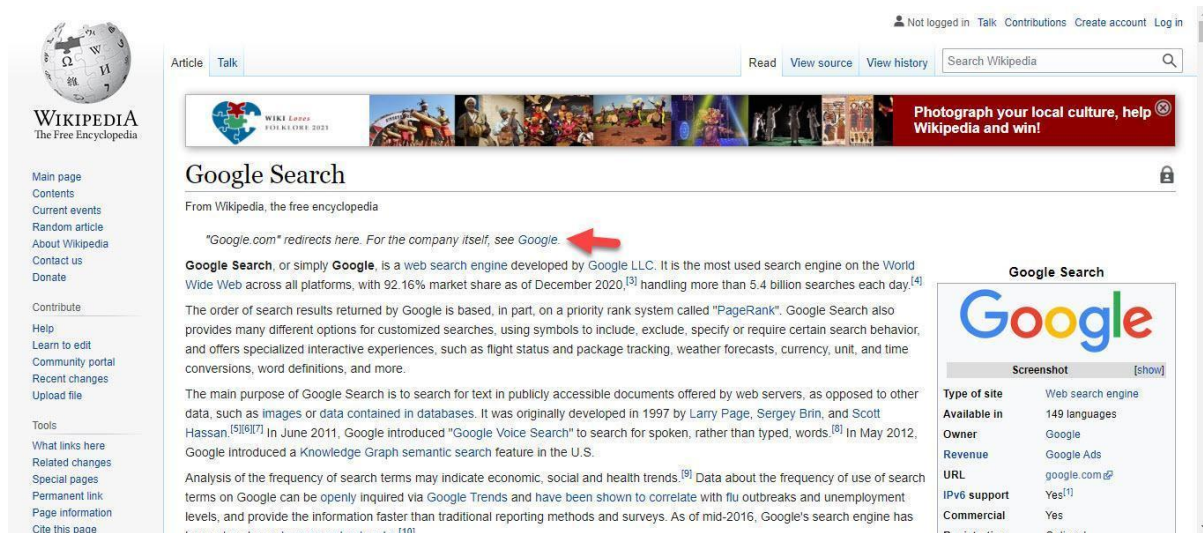
Gambar III.25. Tampilan Hasil Pencarian Melalui Google Fact Check Tools
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Fact Check Tools (2021)

Selain itu, sering kali hasil penelusuran mesin pencarian informasi juga menampilkan situs abal-abal yang didesain mirip dengan situs aslinya. Pengguna mesin pencarian informasi yang tidak kritis dan teliti bisa saja terjebak dengan mengklik situs abal-abal tersebut (Monggilo, Kurnia, & Banyumurti, 2020). Berbagai kasus penipuan digital acap kali terjadi karena kurangnya kecakapan pengguna dalam menganalisis, memverifikasi, dan mengevaluasi informasi.

Untuk itu kita dapat melakukan langkah-langkah preventif sebagai pengguna mesin pencarian informasi. *Pertama*, percayai informasi hanya dari sumber atau media yang kredibel. *Kedua*, cek nama domain; situs resmi jarang menggunakan domain gratis seperti *blogspot.com* dan lainnya. *Ketiga*, bandingkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda (Monggilo, Kurnia, & Banyumurti, 2020).

PARTISIPASI DAN KOLABORASI PENGGUNA MESIN PENCARIAN INFORMASI

Keberadaan mesin pencarian informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tidak hanya pada level perkembangan tampilan maupun fasilitas, mesin pencarian informasi kini melakukan kolaborasi dengan pihak ketiga untuk menyediakan layanan prima. Salah satu bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh mesin pencarian informasi dengan pihak ketiga penyedia informasi adalah kerja sama antara Google dan Wikipedia. Dilansir dari laman Poinstar (2019), kerja sama ini memberikan peluang partisipasi kita untuk terlibat secara aktif dalam pembaruan informasi dan penyediaan informasi. Mesin pencarian informasi kemudian memberikan layanan untuk menggunakan penelusuran bahasa asing dengan kolaborasi bersama Wikipedia sejak tahun 2019. Kerja sama mereka dicantumkan juga dalam laman resmi Wikipedia pada informasi mengenai Google.



Gambar III.26. Kolaborasi Google & Wikipedia

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Wikipedia (n.d.)

Kita sebagai pengguna dapat mengambil peran dari kerja sama antara mesin pencarian informasi dan pihak ketiga penyedia informasi. Kolaborasi dan partisipasi pengguna kini tidak lagi menjadi hal yang mustahil. Informasi bergerak dengan sangat cepat sehingga kita perlu membekali diri dengan kompetensi yang memadai.

Berikut tips yang dapat kita lakukan saat berpartisipasi dalam kolaborasi tersebut. *Pertama*, bagikan informasi dengan sumber yang jelas disertai referensi yang valid. *Kedua*, bagikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami. *Ketiga*, kita dapat menambahkan, melengkapi, atau memperbaiki informasi yang tertera pada laman pencarian informasi.

PENUTUP

Berdasarkan data APJII (2020) jumlah pengguna internet di Indonesia berjumlah 196,71 juta jiwa dari total populasi 266,91 juta jiwa, atau sebesar 73,7%. Walaupun meningkat 8,9% dari tahun sebelumnya, tetapi data tersebut menunjukkan bahwa sejumlah 26,3% penduduk Indonesia belum tersentuh internet. Hal tersebut terutama dirasakan oleh kita yang berada pada wilayah 3T. Mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2020 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2020-2024, suatu daerah dikategorikan sebagai wilayah tertinggal ditinjau dari perekonomian masyarakat, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, kemampuan keuangan daerah, aksesibilitas, dan karakteristik daerah.

Ketimpangan utamanya dalam hal akses berinternet ini tentu membutuhkan solusi tersendiri. Berikut infografik terkait daerah 3T:



Gambar III.27. Daerah 3T dalam Angka

Sumber: Korindo News (2019)

Kita juga perlu memperhatikan kelompok pengguna anak-anak. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak sebagaimana telah diubah melalui Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun. Kelompok usia ini masih dalam tahap perkembangan fisik maupun mental, sehingga dibutuhkan bimbingan khusus dari orang tua untuk mendampingi anak-anak ketika berinternet. Khususnya dalam menggunakan aplikasi mesin pencarian informasi. Pengguna internet dari kelompok usia anak-anak semakin bertambah setiap tahunnya. Pola kebiasaan baru untuk belajar dari rumah secara daring juga ikut membentuk perilaku ini. Tanpa pendampingan dari orang dewasa maupun penggunaan fitur pembatasan akses konten internet, anak-anak bisa saja terpapar dampak negatif internet karena mengonsumsi konten yang tidak sesuai dengan usianya.

Selain dua kelompok pengguna mesin pencarian informasi di atas, kita juga perlu memperhatikan kelompok pengguna difabel. Difabel mengacu pada keterbatasan peran

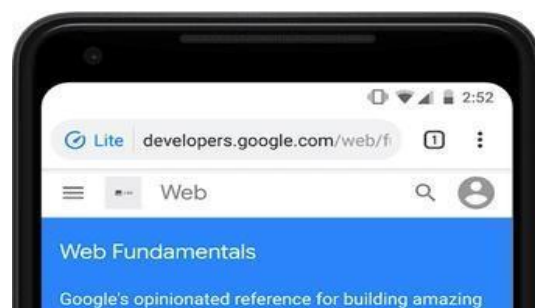
penyandang disabilitas dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penggunaan mesin pencarian informasi, karena ketidakmampuan yang mereka miliki. Bahasan pada bab ini lebih kepada kelompok difabel yang memiliki keterbatasan fisik, tunanetra, dan tunadaksa.

Rekomendasi Penggunaan Mesin Pencarian Informasi Wilayah 3T

Kelompok pengguna mesin pencarian informasi yang mengalami kendala akses terbesar adalah kita yang berada di wilayah 3T. Pada wilayah-wilayah tersebut, tantangan terbesar dalam mengakses aplikasi mesin pencarian informasi ialah infrastruktur pendukung akses. Untuk itu, rekomendasi solusi yang dapat diberikan adalah melakukan penyetelan penggunaan mesin pencarian informasi dengan mode ringan atau *lite*. Hingga kini, hanya Google yang dapat mensinkronisasi penggunaan mode pencarian ringan (*lite*) dengan peramban (*browser*). Sedangkan untuk mesin pencari lain, kita harus mengunduh aplikasi untuk dapat melakukan pencarian informasi dengan mode ringan (*lite*). Berikut adalah tahapan penggunaan mesin pencarian informasi dengan mode ringan (*lite*) pada Google:

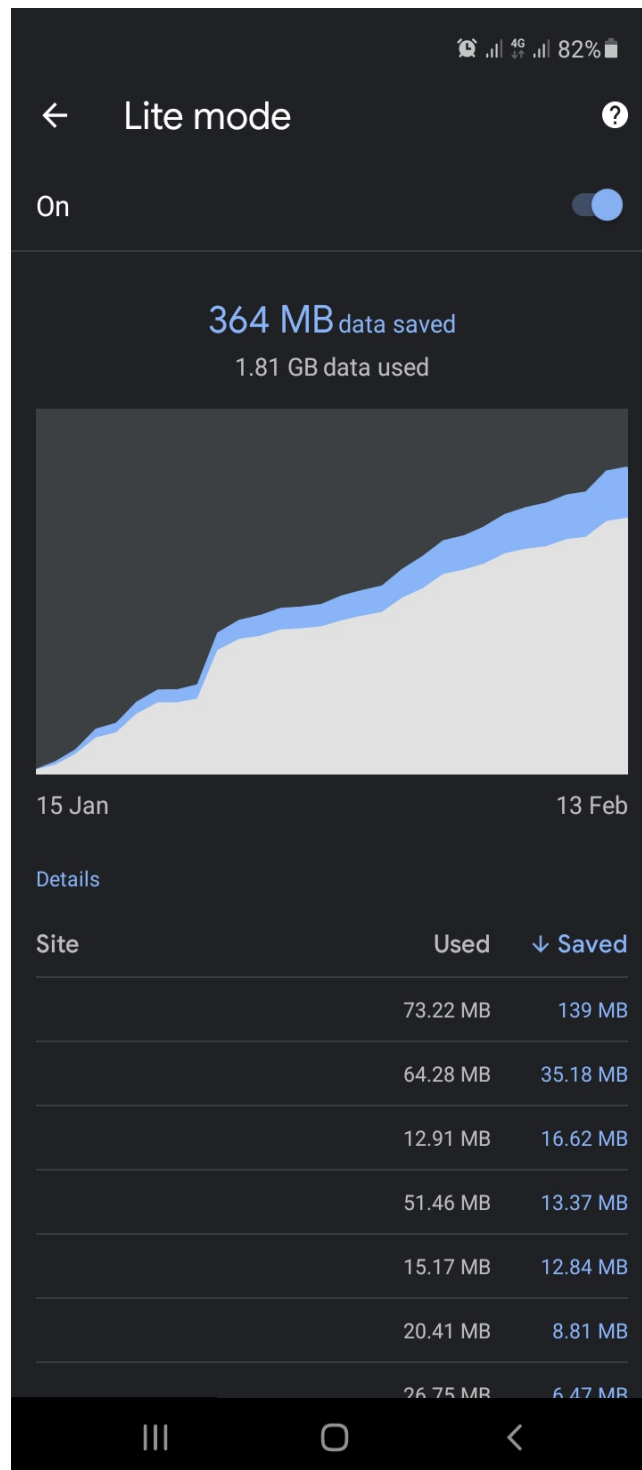
1. Kita dapat memilih pengaturan pada penjelajah (*browser*: Chrome, Mozilla, Microsoft Edge, atau lainnya) yang tersedia dalam gawai.
2. Sesuaikan pengaturan dengan memilih mode ringan (*lite*) yang berada di bagian bawah setelah pencarian *advance*.
3. Geser tombol informasi pilihan penggunaan mode ringan (*lite*) ke sebelah kanan untuk melakukan aktivasi.

Tampilan penggunaan mode pencarian informasi ringan akan tertera pada gawai kita, seperti gambar di bawah ini:



Gambar III.28. Tampilan Penggunaan Mode Ringan (*Lite*) dalam Mesin Pencari

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Catatan Android (2019)

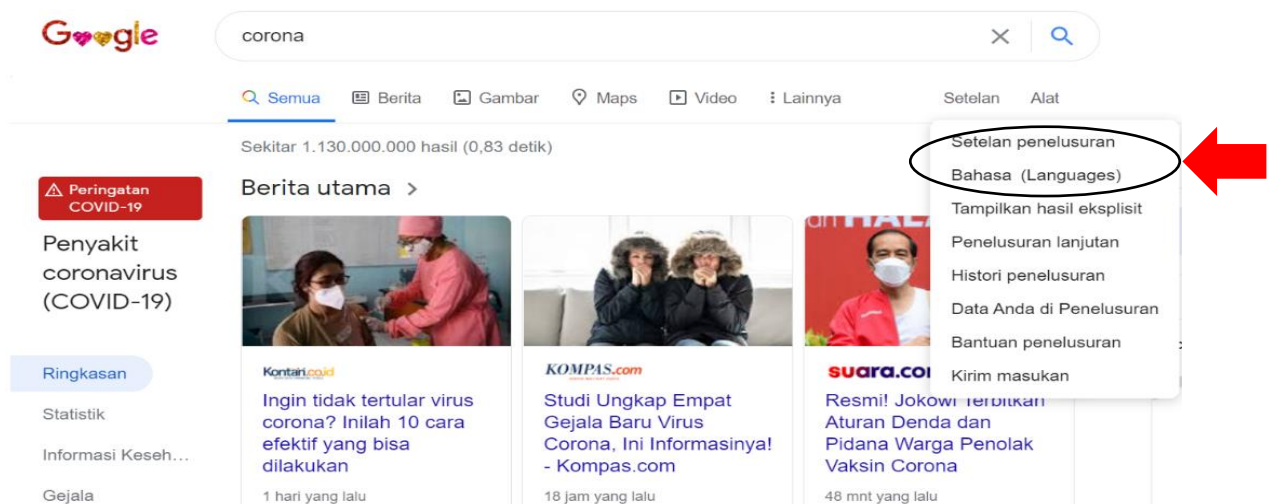


Gambar III.29. Penghematan Kuota dalam Menggunakan Mesin Pencari

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Kuota Mode *Lite* (2021)

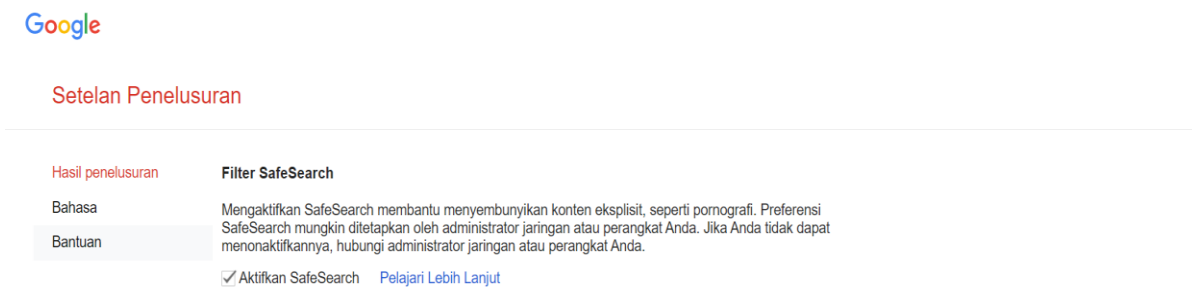
Rekomendasi Penggunaan Mesin Pencarian Informasi untuk Anak

Kita dapat melakukan penyetelan filter khusus anak-anak pada mesin pencarian informasi, misalnya dengan mengaktifkan fitur *safe search* langsung pada aplikasi mesin pencarinya atau dengan menyetel Google Safe Search Kids sebagai *home screen* kita. Pengaktifan fitur *safe search* memungkinkan kita sebagai orang tua untuk memfilter konten eksplisit dari hasil penelusuran Google seperti memblokir konten-konten pornografi supaya tidak dapat diakses oleh anak kita. Fitur ini dapat diaktifkan di akun pribadi atau *browser*, perangkat, atau akun anak-anak yang diawasi menggunakan aplikasi Family Link, maupun perangkat dan jaringan di kantor atau sekolah. Cara mengaktifkan fitur ini dengan membuka halaman 'setting' atau 'setelan penelusuran', pada bagian 'filter *safe search*' centang kotak di samping "Aktifkan *Safe Search*" lalu klik simpan (Google For Families Help, 2021).



Gambar III.30. Cara Penyetelan Fitur Safe Search pada Google

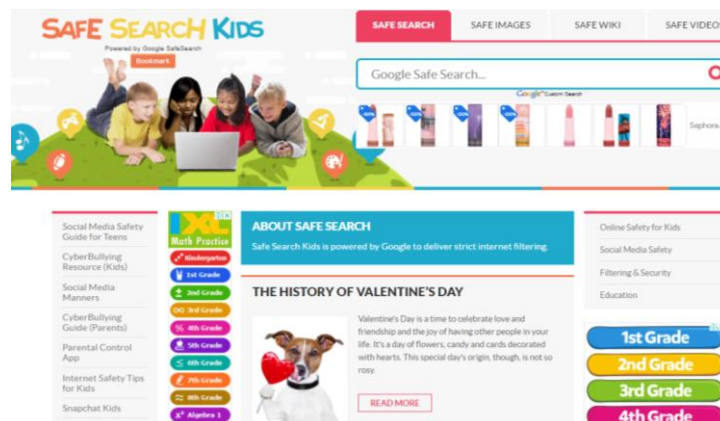
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)



Gambar III.31. Cara Penyetelan Fitur Safe Search pada Google

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

Selain mengaktifkan fitur *safe search* langsung pada setelan mesin pencarian informasi, kita juga dapat menggunakan laman mesin pencarian informasi yang khusus didesain untuk anak-anak seperti Google Safe Search Kids. Kita dapat menggunakan fitur ini dengan dua cara. *Pertama*, dengan menyetel laman <https://www.safesearchkids.com/> ini sebagai *home screen* kita. *Kedua*, dengan mengunduh aplikasi Safe Search Kids.



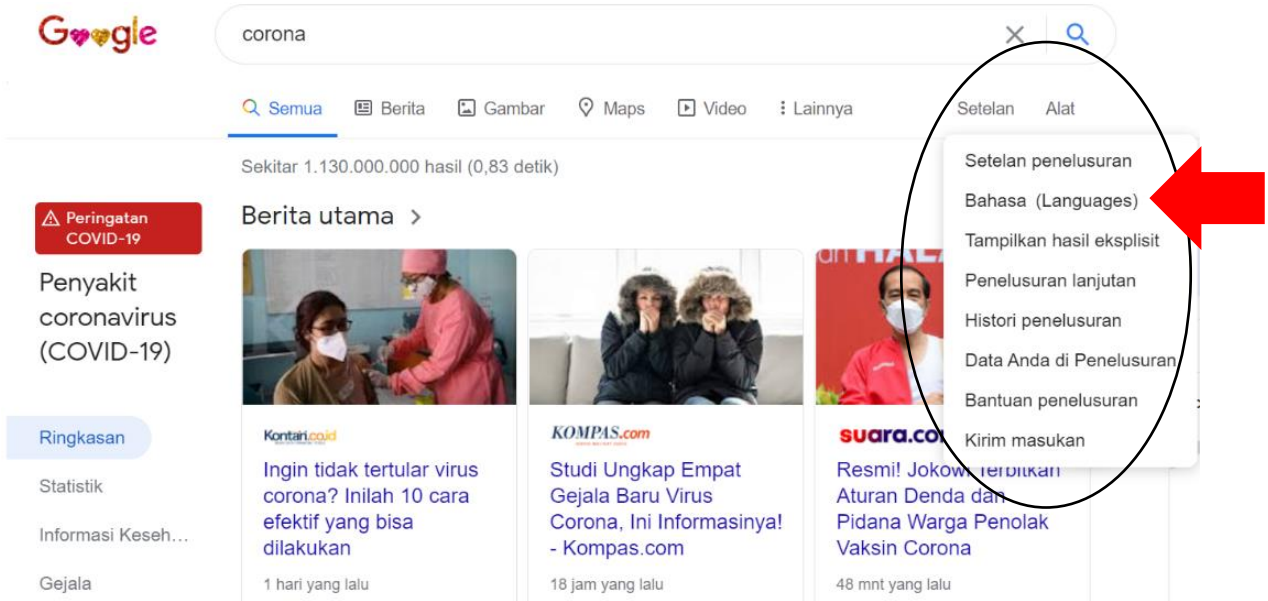
Gambar III.32. Tampilan Laman Awal Google Safe Search Kids

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Safe Search Kids (2021)

Rekomendasi Penggunaan Mesin Pencarian Informasi untuk Difabel

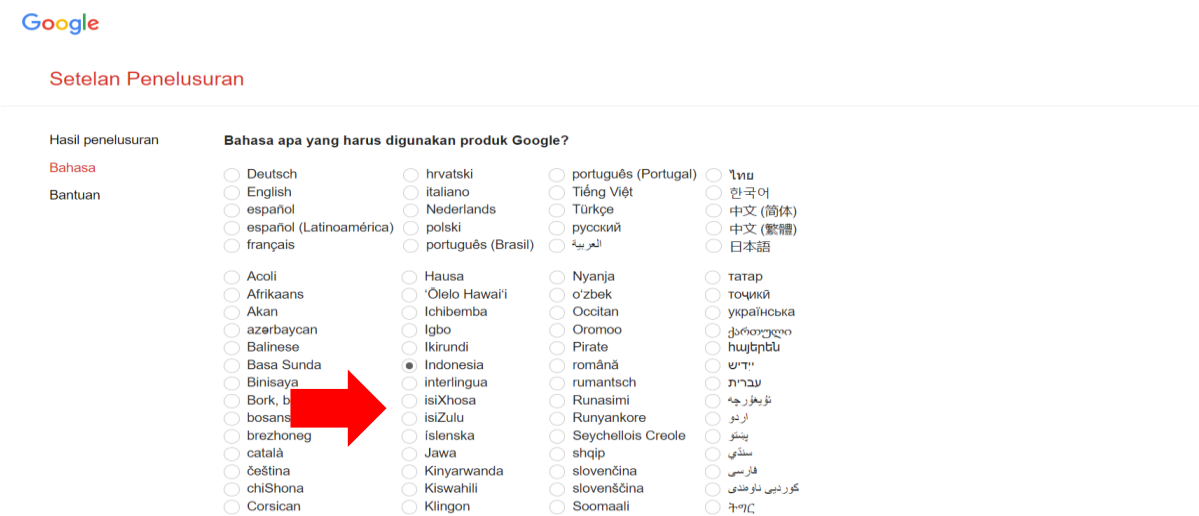
Kita dapat menggunakan fitur Google Assistant. Google Assistant adalah fitur Google dengan memanfaatkan fitur suara yang didukung oleh kecerdasan buatan dan terutama tersedia di perangkat seluler. Google Assistant dapat terlibat dalam percakapan dua arah. Fitur ini sangat membantu bagi kelompok pengguna difabel terutama yang memiliki keterbatasan fisik seperti tunanetra dan tunadaksa.

Sebelum menggunakan fitur Google Assistant ini, terlebih dahulu kita perlu melakukan penyetelan fitur bahasa Indonesia. Caranya adalah dengan mengeklik tombol '*setting*' atau '*setelan*' dan pilih '*bahasa*'. Setelah tampil berbagai pilihan bahasa, pilihlah bahasa Indonesia, lalu klik simpan.



Gambar III.33. Cara Penyetelan Fitur Safe Search Pada Google

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)



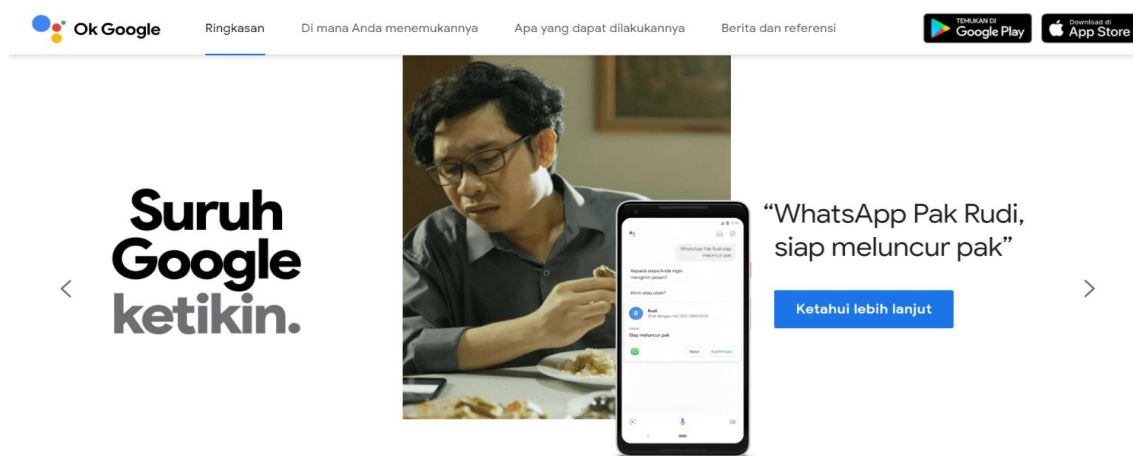
Gambar III.34. Cara Penyetelan Fitur Bahasa Pada Google

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google (2021)

Google Assistant dapat diaktifkan dengan menekan lama tombol *Home* pada ponsel. Ketika tombol *Home* ditahan, secara otomatis akan muncul Google Assistant yang akan menanyakan apa yang kita inginkan. Kita juga dapat menggunakan fitur ini dengan membuka laman <https://assistant.google.com/>. Kemudian, proses pencarian informasi pun akan diproses. Kita dapat melakukan pencarian menggunakan Google Assistant hanya

dengan mengatakan “Ok Google”, dan selanjutnya diikuti dengan perintah kita lainnya. Google Assistant dirancang untuk melakukan percakapan dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas yang telah diperintahkan. Google Assistant bisa menerima pertanyaan umum dan tidak terbatas.

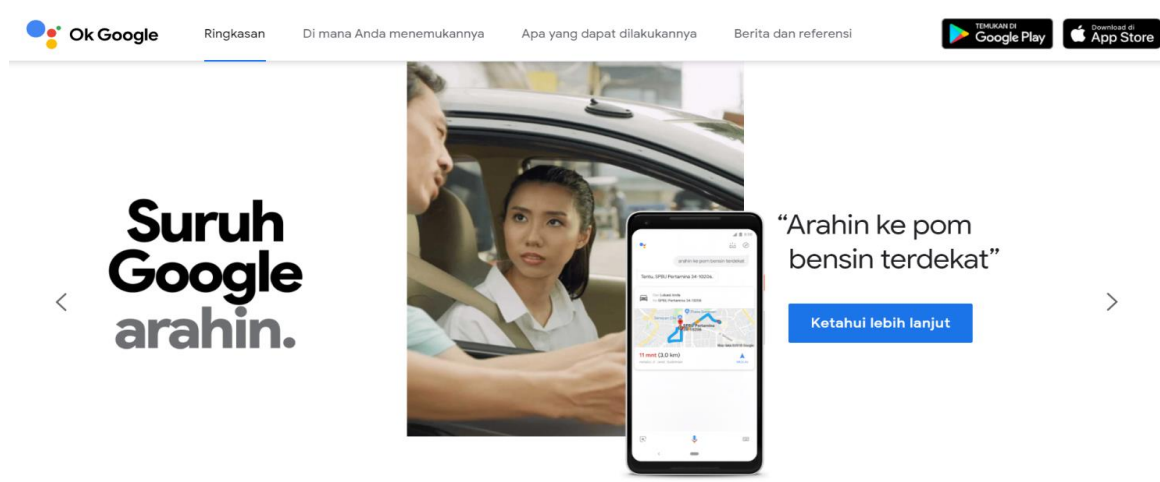
Fitur Google Assistant tidak hanya memudahkan kita dalam mencari informasi dengan mengubah proses pengetikan melalui *keyboard* dengan fitur suara, tetapi bisa juga untuk membalas pesan melalui suara seperti berikut:



Gambar III.35. Laman Awal Google Assistant

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Assistant (2021)

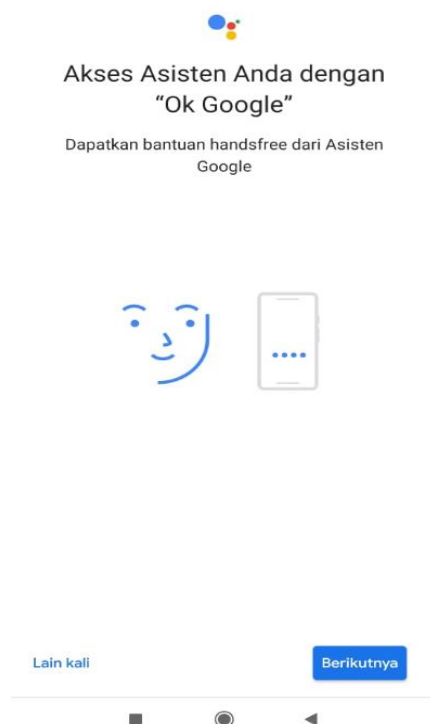
Fitur Google Assistant ini juga bisa membantu dalam menemukan lokasi tujuan melalui fitur suara:



Gambar III.36. Laman Awal Google Assistant

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Assistant (2021)

Selain menggunakan fitur Google Assistant melalui komputer, kita juga dapat menggunakannya melalui gawai Android. Setelah mengunduh aplikasinya, kita dapat langsung menggunakan aplikasi ini hanya dengan menyebutkan "Ok Google".



Gambar III.37. Tampilan Awal Google Assistant Pada Ponsel Android

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Google Assistant (2021)

Selain rekomendasi penggunaan mesin pencari pada wilayah 3T, anak, dan penyandang disabilitas, bab ini juga memberikan arah pengembangan berupa kegiatan aplikatif yang disesuaikan dengan fokus ketiganya. Arah pengembangan modul secara aplikatif diringkas sebagai berikut:

Wilayah 3T	Anak	Penyandang Disabilitas
<p>Bab ini dapat dikembangkan dengan berfokus pada pelatihan keahlian menggunakan mesin pencari dengan mengedepankan mode pencarian ringan (<i>lite</i>).</p>	<p>Bab ini dapat dikembangkan dengan berfokus pada pelatihan penggunaan fitur-fitur pada mesin pencarian informasi.</p> <p>Bab ini juga dapat dikembangkan sebagai bahan ajar dalam mata pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi mulai dari level sekolah menengah pertama hingga sekolah menengah atas.</p>	<p>Modul cakap bermedia digital juga dapat dikembangkan untuk penyandang disabilitas dengan berfokus pada pelatihan penggunaan fitur-fitur khusus.</p>

Bagan III.1. Arah Pengembangan Bab

Sumber: Olahan Penulis

Usulan tindakan lanjutan dalam bab ini adalah upaya untuk melatih kecakapan digital bagi semua khalayak, tidak terkecuali khalayak dengan kondisi tertentu. Bab ini juga dilengkapi dengan evaluasi, sehingga pengguna dapat melakukan tes sederhana pada salah satu kompetensi digital yang dibahas dalam bagian pembahasan. Kompetensi yang dipilih sebagai evaluasi adalah kompetensi verifikasi. Pemilihan verifikasi sebagai bagian dari evaluasi pemahaman modul dipilih sebab kompetensi verifikasi adalah salah satu kompetensi utama yang memiliki dampak terkait dengan kompetensi lainnya. Kompetensi verifikasi dapat memberikan dampak pada pemahaman terhadap seleksi informasi, pemahaman informasi, partisipasi, dan kolaborasi. Sebagai pengguna, kompetensi verifikasi menjadi menjadi salah satu ujung tombak untuk menghasilkan informasi yang valid dan berkualitas.

Akhirnya, bab penggunaan mesin pencarian informasi ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis dalam penggunaan mesin pencarian informasi sehari-hari. Dilengkapi dengan tahapan penggunaan, tips penggunaan dan solusi dari permasalahan yang sering muncul, bab ini ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pengguna mesin pencarian informasi. Perkembangan teknologi yang sangat cepat tentu saja menjadi peluang

sekaligus tantangan bagi perbaikan pada modul penggunaan mesin pencarian informasi ini. Bab ini perlu diperluas dengan target pengguna mesin pencarian informasi secara lebih spesifik. Japelidi bersama Siberkreasi berkomitmen untuk melakukan perbaikan terus-menerus guna meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia ke depannya.

EVALUASI KOMPETENSI

Guna melatih pemahaman atas mesin pencarian informasi, kita dapat melakukan latihan berikut. Latihan ini dapat melatih dimensi kognitif, afektif, dan konatif kita. Aspek kognitif adalah aspek yang berhubungan pengetahuan, persepsi dan seperangkat informasi pembentuk opini. Evaluasi aspek kognitif berfokus pada pengetahuan mengenai tindakan verifikasi pada hasil pencarian informasi oleh mesin pencarian informasi. Sedangkan, pada aspek afektif, yakni aspek yang berfokus pada pemahaman, sikap atau kondisi emosional individu. Evaluasi aspek afektif berfokus pada pemahaman yang dimiliki dalam memverifikasi hasil pencarian informasi oleh mesin pencari. Terakhir adalah aspek konatif, yakni aspek yang berhubungan dengan tindakan atau reaksi tertentu yang dilakukan oleh individu. Pada evaluasi aspek konatif berfokus pada tindakan verifikasi yang dilakukan saat menerima hasil pencarian informasi oleh mesin pencarian informasi.

Berilah tanda centang (✓) untuk jawaban yang dipilih dan jelaskan alasannya.

No.	Aspek Terlatih	Pertanyaan	Ya	Tidak	Berikan Alasan
1.	Kognitif	Saya mengetahui cara melakukan verifikasi informasi dari hasil pencarian mesin pencari.			
2.		Saya mengetahui ciri informasi hoaks dari hasil pencarian mesin pencarian informasi.			
3.		Saya mengetahui ciri misinformasi.			
4.		Saya mengetahui ciri disinformasi.			
5.		Saya mengetahui ciri mal-informasi.			
6.	Afektif	Saya memahami perlunya melakukan			

		verifikasi pada hasil pencarian mesin pencarian informasi.			
7.		Saya memahami dampak jika tidak melakukan verifikasi informasi.			
8.		Saya melakukan verifikasi pada informasi yang diperoleh dari mesin pencari.			
9.	Konatif	Saya membandingkan informasi yang diperoleh dengan sumber lain dari hasil pencarian mesin pencarian informasi.			

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2020, Juni 23). Perangi hoax, Google perluas cek fakta ke pencarian gambar. *Tempo.co*. Diperoleh dari <https://tekno.tempo.co/read/1357057/perangi-hoax-google-perluas-cek-fakta-ke-pencarian-gambar/full&view=ok>
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Jakarta: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).
- Azwar, S, (1995). *Sikap manusia, teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chris, A. (2021). Top 10 search engines in the world (2021 update). *Reliablesoft*. Diperoleh dari <https://www.reliablesoft.net/top-10-search-engines-in-the-world/>
- Google For Families Help. (n.d). Search & your child's Google Account. Diperoleh dari <https://support.google.com/families/answer/7086922?hl=en>
- Google Support. (2021). Do an Advanced Search on Google. Diperoleh dari <https://support.google.com/websearch/answer/35890?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en>
- Google. (n.d.). Access the Google Assistant with your voice. *Google*. Diperoleh dari <https://support.google.com/assistant/answer/7394306?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en&oco=0>
- Google. (n.d.b). *How to search on Google*. Diperoleh dari <https://support.google.com/websearch/answer/134479?hl=en>

- Hennig, N. (2019). *Power searching the internet: The Librarian's quick guide*. California: Libraries Unlimited
- Hootsuite., & We Are Social. (2020). Digital 2020: Indonesia. Diperoleh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Ireton, C. & Posetti, J. (2019). *Jurnalisme, "berita palsu" & disinformasi*. Perancis: UNESCO.
- Koridor News. (2019, Agustus 22). Memapas senjang di tapal batas bagian 1. *Korindo News*. Diperoleh dari <https://korindonews.com/erasing-disparaty-in-the-border-regions-part-01/?lang=id>
- Luenendonk, M. (2021, Januari, 18). Beginner's guide to SEO (search engine optimization) to massively grow your website traffic. Diperoleh dari <https://www.founderjar.com/search-engine-optimization-seo/>
- Monggilo, Z. M. Z, Fandia, M., Tania, S., Parahita, G. D., Setianto, W. A., Sulhan, M., ... & Kurnia, N. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bermedia sosial dengan bijak*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Monggilo, Z. M. Z, Kurnia, N, Banyumurti, I. (2020). *Panduan literasi media digital dan keamanan siber: Muda, kreatif, dan tangguh di ruang siber*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.
- Namira, I. (2019, Juli 23). 7 fakta DuckDuckGo, mesin pencari yang mengutamakan privasi pengguna. *IDN Times*. Diperoleh dari <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/duckduck-go-mesin-pencari-yang-mengutamakan-privasi/7>
- Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2020 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2020-2024
- Poinstar. (2019, Februari 8). Kemitraan Google dan Wikipedia untuk mendukung layanan berbahasa Indonesia. Diperoleh dari <https://www.pointstar.co.id/id/google-gunakan-wikipedia-bahasa/>
- Statcounter. (2021). Search engine market share Indonesia. Diperoleh dari <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/indonesia>
- Tempo.co. (2013, Februari 23). Ini perbedaan masing-masing mesin pencari. *Tempo.co*. Diperoleh dari <https://tekno.tempo.co/read/463160/ini-perbedaan-masing-masing-mesin-pencari>

Valid News. (2020, September 21). Pengguna internet Indonesia 2020. *Valid News*.
Diperoleh dari <https://www.validnews.id/Infografis-Pengguna-Internet-Indonesia-2020-4k>

Bab 4

Mengulik Aplikasi Percakapan dan Media Sosial



BAB IV

MEMAHAMI APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL

Citra Rosalyn Anwar & Ade Irma Sukmawati

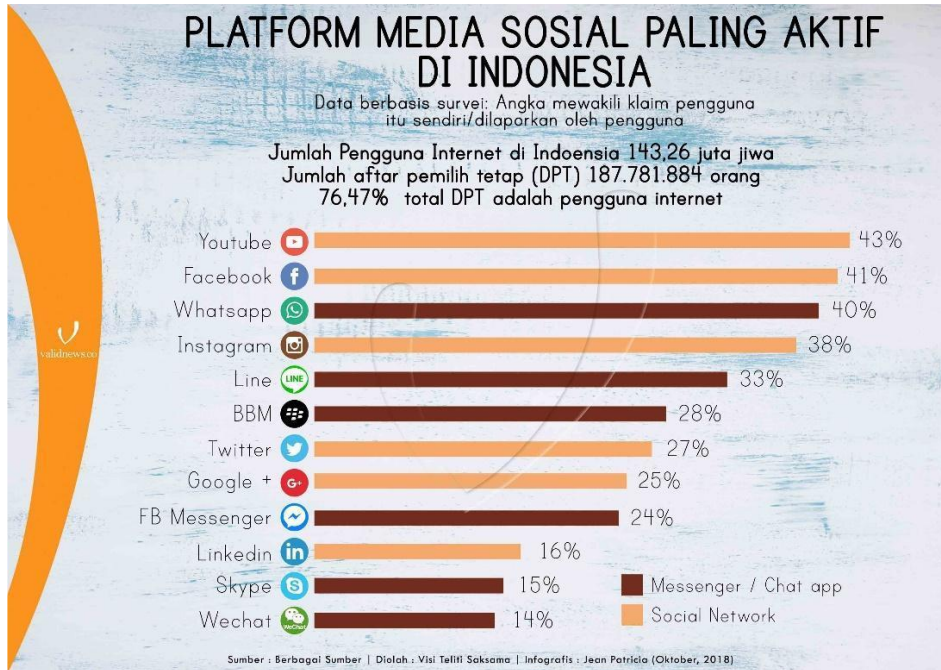
PENGANTAR

Perkembangan teknologi dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir berpengaruh pada perkembangan aplikasi. Hadirnya perangkat keras dan lunak (sebagaimana yang disinggung pada Bab I Mengenal Lanskap Digital) turut memudahkan kehidupan kita sehari-hari. Aplikasi percakapan dan media sosial pun menjadi contoh dalam hal ini. Saking melekatnya, kedua aplikasi ini sudah hampir pasti terpasang pada gawai kita masing-masing.



Gambar IV.1. Sejarah Aplikasi Percakapan dan Media Sosial

Sumber: Permana (2019)



Gambar IV.2. Infografik *Platform* Media Sosial Paling Aktif di Indonesia
 Sumber: Validnews (2018)

Menilik Gambar IV.2., dapat kita pahami bahwa sebagian besar media sosial di Indonesia berbasis aplikasi percakapan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berkaitan dengan aplikasi percakapan. Namun, media sosial dan aplikasi percakapan sebenarnya memiliki perbedaan. Ringkasnya bisa kita lihat pada gambar berikut ini:



Bagan IV.1. Perbedaan Media Sosial dan Aplikasi Percakapan
 Sumber: Susanto (2020) & Batic Media (2020)

Sebagai upaya meningkatkan pemahaman serta kompetensi kita dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial, bab ini akan memberikan informasi seputar informasi dasar dan penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial, permasalahan yang sering kita alami saat menggunakan aplikasi percakapan dan media sosial, tips menggunakan aplikasi percakapan dan media sosial, serta solusi terkait permasalahan khusus dalam penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial.

Bab ini juga menyediakan perangkat evaluasi untuk mengukur pemahaman kita pada penggunaan media sosial dan aplikasi percakapan. Bab ini diharapkan dapat memberikan kita informasi menyeluruh dengan dilengkapi tahapan detail penggunaan agar mudah kita pahami. Dengan demikian, dapat meningkatkan kompetensi digital kita sebagai pengguna aplikasi percakapan dan media sosial.

PERSIAPAN UNTUK MEMAHAMI APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL

Aplikasi percakapan dan media sosial adalah salah satu bagian dari perkembangan teknologi yang disebut sebagai tolok ukur yang sangat menarik yang memiliki kaitan dengan berbagai aspek (Sun, 2020). Kita sering tidak menyadari bahwa kemampuan penggunaan aplikasi percakapan dapat memunculkan beragam permasalahan jika tidak diikuti dengan kompetensi penggunaannya. Kompetensi tersebut, yakni: mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi (Kurnia dkk., 2020). Di antara kompetensi tersebut, terdapat tujuh kompetensi yang berkaitan langsung dengan penggunaan aplikasi percakapan, yakni: mengakses, menyeleksi, memahami, memverifikasi, memproduksi, mendistribusikan, berpartisipasi, serta berkolaborasi.

Akses sebagai kompetensi dasar pertama memiliki peranan kunci sebab ketidakmampuan pengguna dalam mengakses aplikasi tertentu akan menghambat penggunaan aplikasi tersebut. Akses percakapan biasanya diperoleh secara personal maupun atas saran dari kelompok tertentu, seperti kelompok kaum perempuan yang mengakses grup WhatsApp untuk memperoleh informasi (Monggilo, dkk., 2020; Wenerda & Supenti, 2019).

Kebebasan untuk mengakses aplikasi percakapan dan media sosial perlu diimbangi dengan kemampuan pengguna untuk mengakses sebuah aplikasi percakapan. Pengguna perlu setidaknya memahami empat dimensi persiapan, yaitu: *pertama*, akses terhadap internet. Aplikasi percakapan dan media sosial bagaimanapun adalah *platform* digital yang membutuhkan internet agar bisa beroperasi. Internet ini bisa didapatkan jika menggunakan gawai yang kompatibel serta tersedia paket data yang bisa dibeli. Pembahasan terkait internet sebagai perangkat lunak digital dapat ditemukan pada Bab I modul ini.

Kedua, syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi. Ia merupakan sekumpulan peraturan yang dibuat oleh pembuat aplikasi percakapan dan media sosial yang harus disetujui dan dipenuhi oleh calon pengguna sebelum menggunakan aplikasi tersebut. Maka dari itu, sangat penting untuk membaca syarat dan ketentuan yang diberikan oleh aplikasi sebelum menekan tombol setuju (Monggilo dkk., 2020). Selain itu, dalam sebuah grup percakapan, admin biasanya memiliki ketentuan atau aturan, maka sangat penting untuk memahami siapa saja yang menjadi anggota grup tersebut, agar menjadi filter dalam menerima berbagai informasi yang ada di dalam grup-grup aplikasi percakapan (Monggilo dkk., 2020).

Ketiga, membuat dan/atau membuka akun. Setelah memahami ketentuannya, hal yang perlu dilakukan berikutnya adalah masuk (*sign in*) menggunakan akun yang dimiliki. Jika belum memilikinya, maka perlu mendaftar terlebih dahulu (*sign up*). Mendaftarkan akun membutuhkan data-data pribadi tertentu, misalnya nama lengkap, nomor telepon, surel, usia, jenis kelamin, tanggal lahir, asal negara, dan lainnya. Proses inilah yang harus diwaspadai, terutama bila data-data pribadi tersebut terhubung dengan data bank maupun dompet digital.

Keempat, metode akses. Umumnya dua metode dalam mengakses sebuah aplikasi, yaitu melalui aplikasi *mobile* yang dipasang ke perangkat kita dan/atau *browser*. Untuk mengakses melalui aplikasi gawai pengguna hanya perlu membuka aplikasi gawai yang telah dipasang. Sedangkan melalui *browser*, pengguna perlu membuka alamat laman dari aplikasi yang ingin diakses terlebih dulu. Pilihannya dapat disesuaikan dengan kebutuhan kita masing-masing.

MEMAHAMI APLIKASI PERCAKAPAN

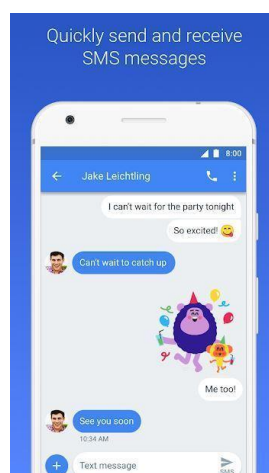
Aplikasi percakapan adalah penunjang komunikasi kita dalam jaringan. Menurut data *Hootsuite & We Are Social* pada bulan Oktober 2020, aplikasi pesan terbesar masih dikuasai oleh WhatsApp, disusul Facebook Messenger, WeChat, QQ, Snapchat, dan Telegram.



Gambar IV.3. Infografik Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi Pesan Instan
Sumber: Databoks (2020)

Aplikasi percakapan menjadi salah satu garda terdepan terjadinya komunikasi daring, terlebih di masa pandemi COVID-19. Komunikasi kini lebih banyak terjadi dalam jaringan sehingga akses pada aplikasi percakapan sangat tinggi.

Beberapa format pesan dalam aplikasi percakapan yang dapat kita temui, yakni: *pertama*, format tekstual, berbentuk tulisan/teks yang dikirimkan oleh pengirim ke penerima.



Gambar IV.4. Percakapan dengan Aplikasi Google Messenger

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Google Messenger (2020)

Kedua, format panggilan suara, yakni berbicara langsung secara *real time*. Selain itu, format pesan suara juga bisa berupa *voice note* atau rekaman suara. Contohnya adalah WhatsApp Call.



Gambar IV.5. WhatsApp Call

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d.)

Ketiga, format pesan dalam *video call/conference call*. Format pesan ini juga terjadi secara *real time*, namun dengan kelebihan fitur yang menampilkan dan melihat wujud lawan bicara yang ditangkap menggunakan kamera perangkat. Model ini bisa menghubungkan minimal dua orang hingga puluhan dan ratusan orang. Salah satu model yang mulai banyak digunakan karena pandemi COVID-19 adalah Zoom Meeting. Sejauh ini, aplikasi percakapan yang banyak digunakan di Indonesia adalah WhatsApp, Line, Telegram, WeChat, dan Zoom.



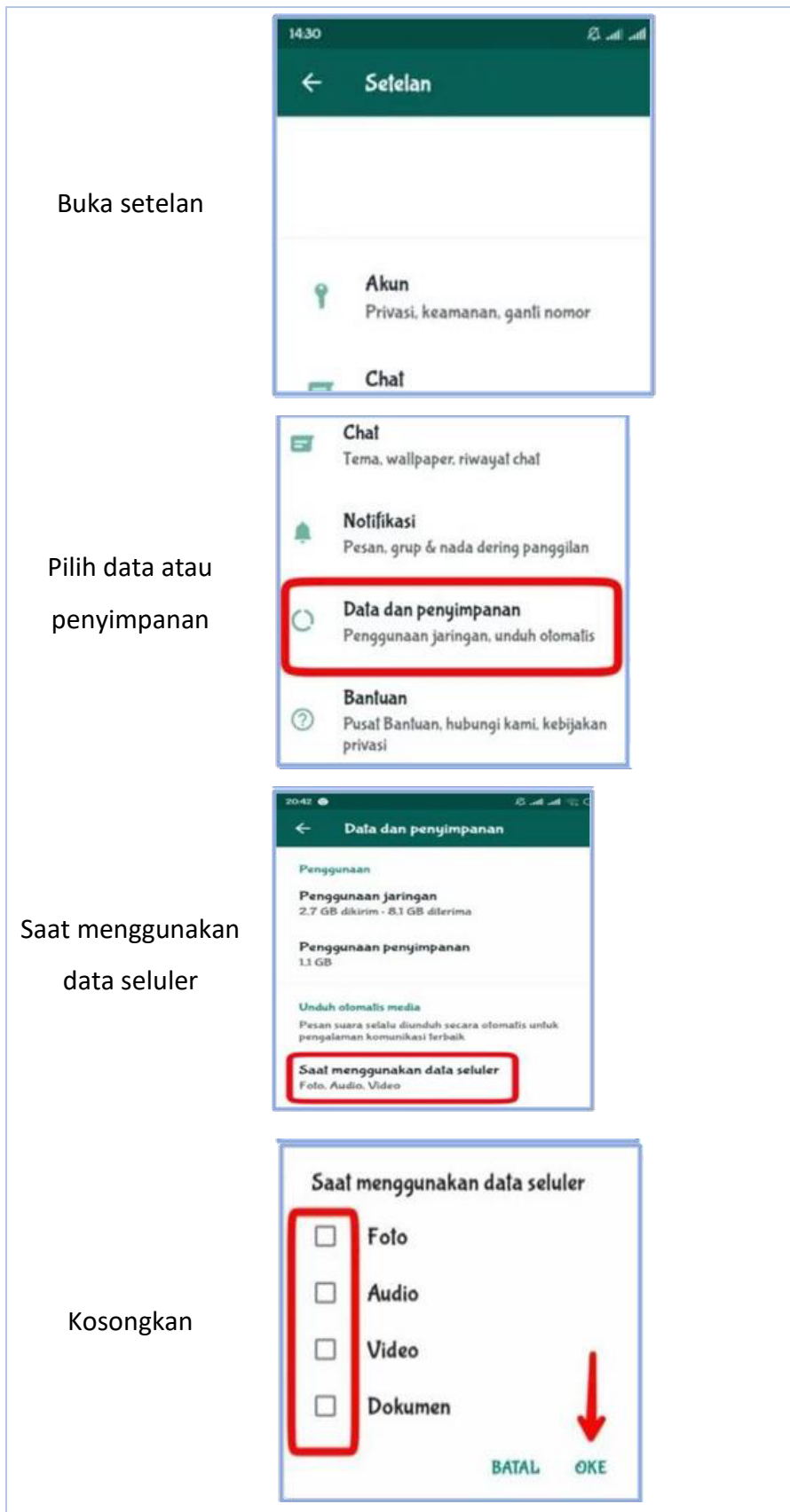
Gambar IV.6. Aplikasi Pesan Populer di Indonesia

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

SETELAN MENDASAR APLIKASI PERCAKAPAN

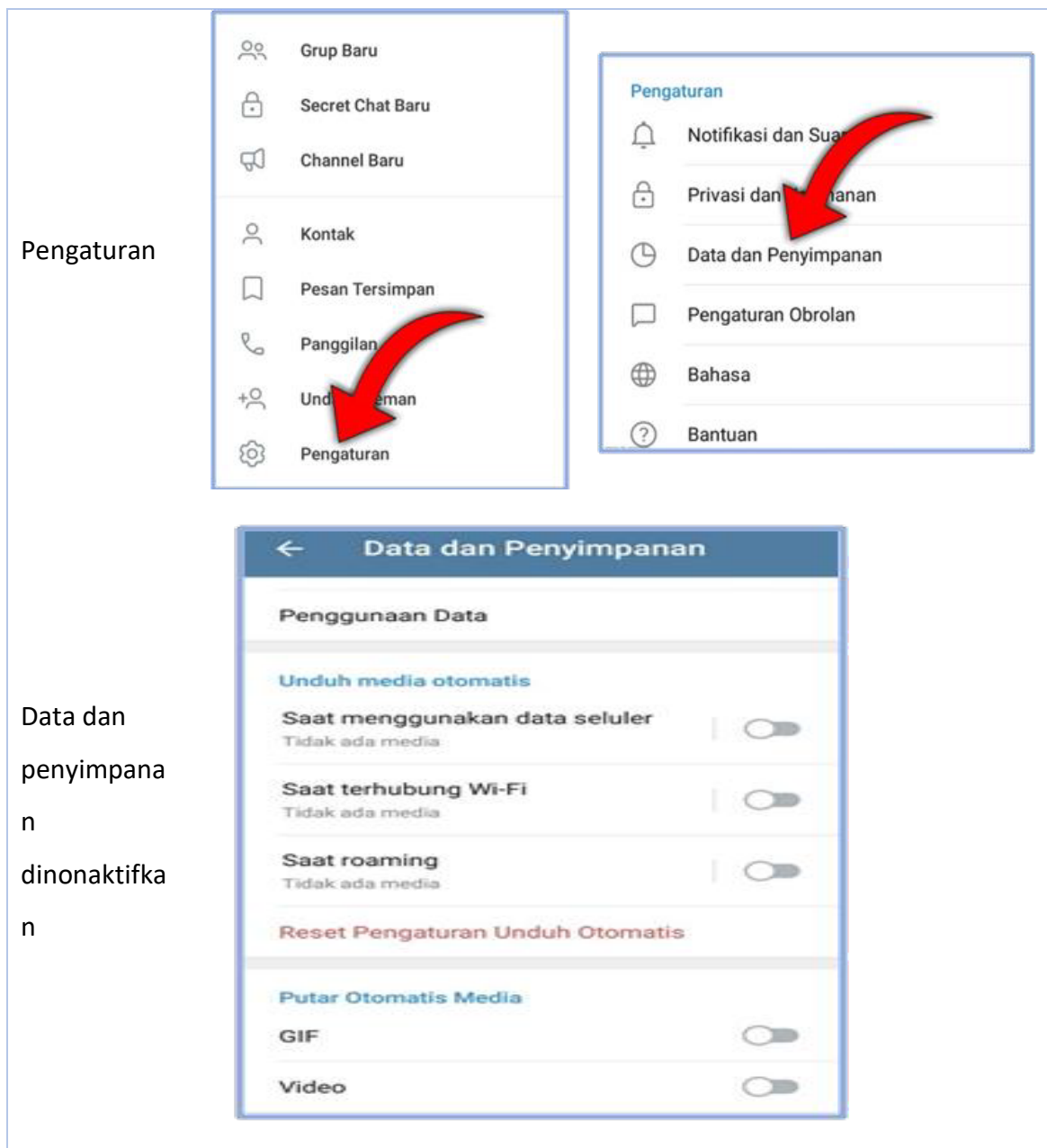
Kita kadang mengeluhkan pesan yang lambat atau bahkan tidak terkirim yang berakibat pada terhambatnya proses komunikasi. Tidak jarang juga kita terganggu dengan informasi yang diterima tetapi nyatanya tidak kita butuhkan. Lantas, bagaimana cara untuk menyiasatinya?

Pertama, mengenali kelebihan dan kekurangan dari aplikasi percakapan yang kita gunakan. *Kedua*, memperbarui aplikasi percakapan yang digunakan. Hal ini karena fitur-fitur terbaru biasanya akan dibenamkan ketika aplikasi kita diperbarui secara berkala. *Ketiga*, menonaktifkan fitur untuk mengendalikan informasi yang tidak diinginkan pada *setting* aplikasi.



Gambar IV.7. Pengaturan pada Aplikasi WhatsApp

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d.)



Gambar IV.8. Setelan Informasi yang Tidak Diinginkan dalam Telegram

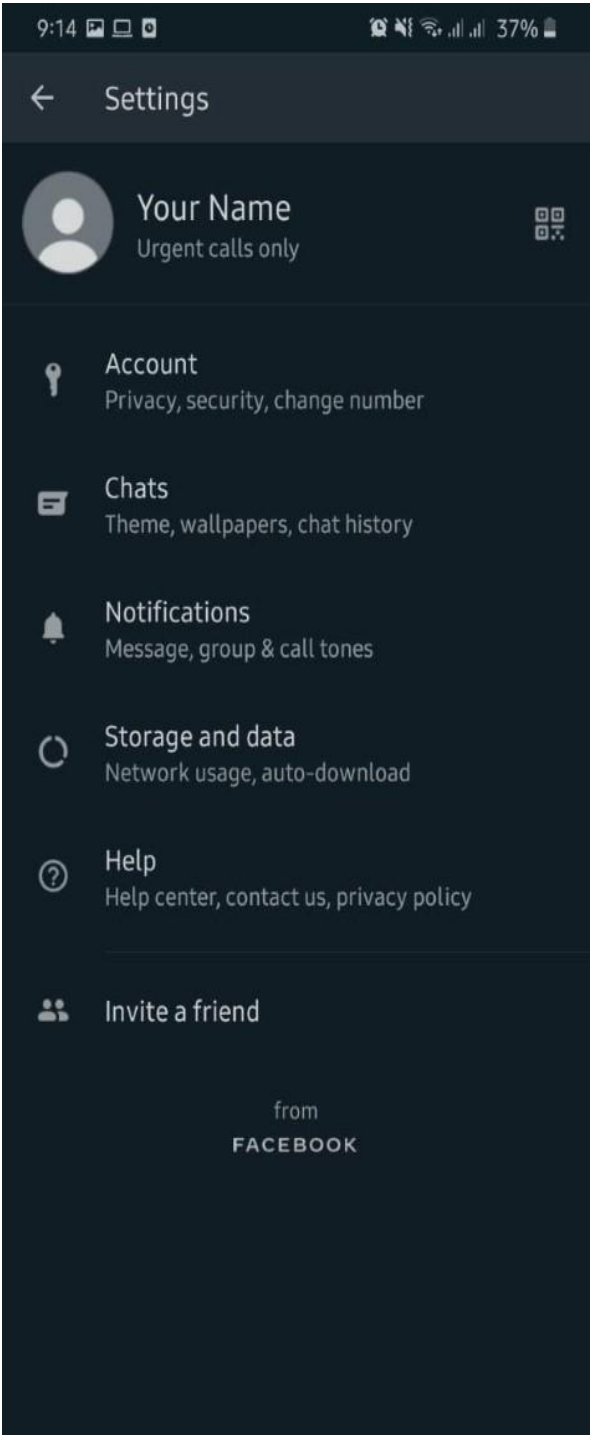
Sumber: Yanto (2019)

Selain itu, penting juga mengetahui fitur-fitur untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi. Caranya ialah *pertama*, kenali fitur dasar aplikasi percakapan yang berhubungan dengan profil akun agar sebagai pengguna kita dapat dikenali. *Kedua*, kenali dan gunakan dengan baik fitur pemberitahuan pesan baru (notifikasi). *Ketiga*, gunakan setelan yang sesuai (baik

ukuran huruf, *background*, *wallpaper*, maupun pengaturan serta *backup* pesan) untuk aplikasi *chat* yang dipasang pada perangkat seluler.

Setelan Mendasar WhatsApp

1. Baris pertama nama *user*, foto, dan status.
2. Baris “*Account*” berisi pengaturan untuk mengubah privasi *user*, keamanan, verifikasi dua langkah, informasi akun, penggantian nomor akun, dan pengaturan menutup akun.
3. Baris “*Chats*” berisi pengaturan mengubah tema obrolan, *wallpaper*, ukuran *font*, *backup* pesan dan riwayat pesan.
4. Baris “*Notifications*” berisi pengaturan pemberitahuan pesan dan panggilan masuk yang berasal dari grup maupun percakapan pribadi.
5. Baris “*Storage and Data*” berisi pengaturan penyimpanan data WhatsApp pada ponsel pengguna dan penggunaan internet
6. Baris “*Help*” berisi pusat bantuan, kebijakan privasi dan informasi tentang aplikasi WhatsApp.



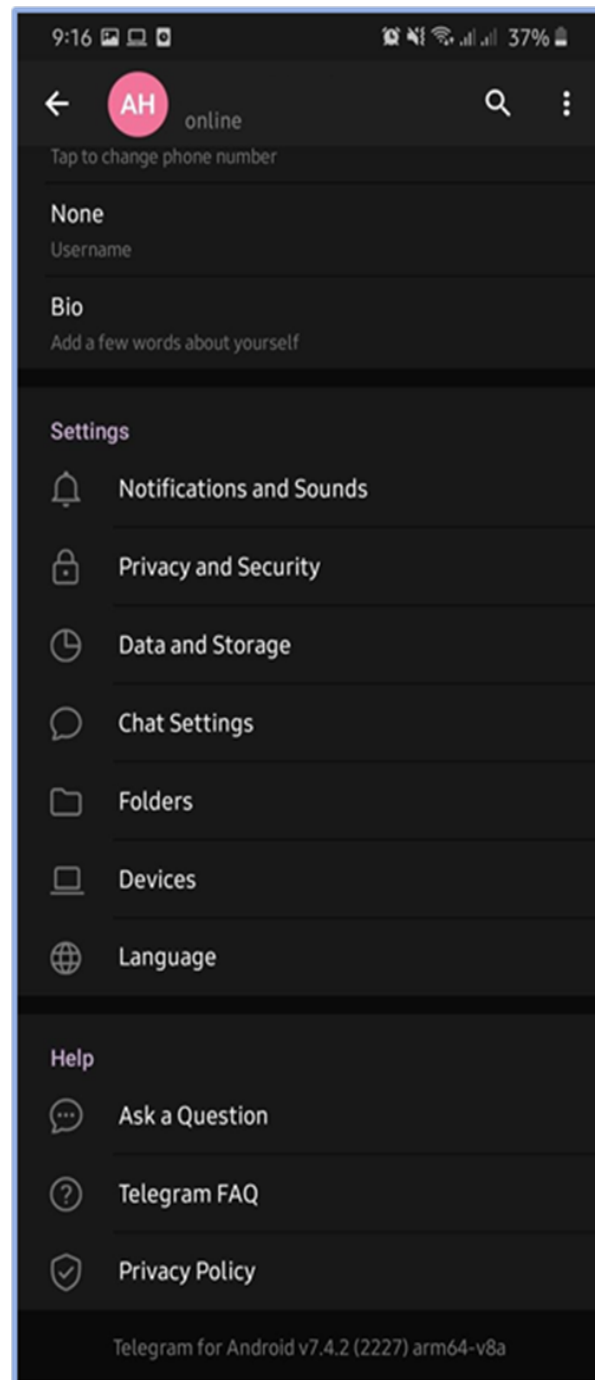
Gambar IV.9. Setelah Mendasar WhatsApp

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d.)

Sedangkan bagi pengguna Telegram, setelan mendasar dapat dilakukan sebagai berikut:

Setelan Mendasar Telegram

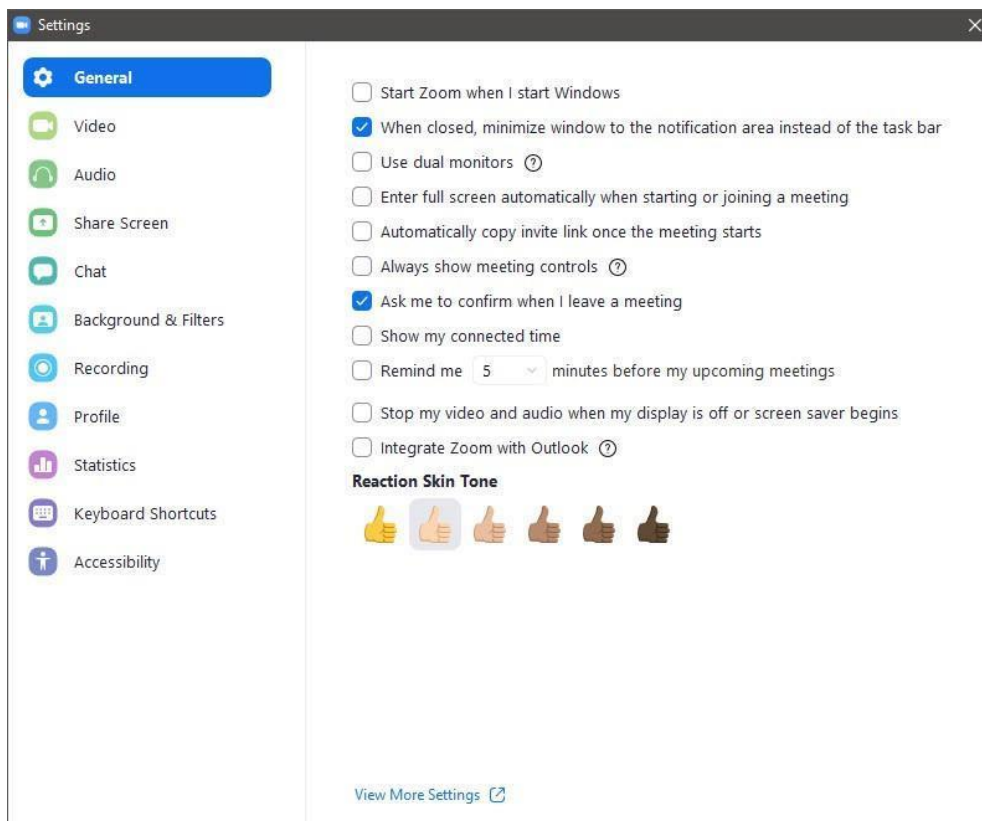
1. Baris pertama berisi tentang informasi umum pengguna, seperti nama, foto, dan status aktif.
2. Baris “*Settings*” berisi:
 - Pemberitahuan pesan, nada dering telepon, serta pemberitahuan dalam aplikasi.
 - Privasi pengguna, keamanan pesan, pengaturan untuk menutup akun, pengaturan untuk *bot*, serta pengaturan sinkronisasi kontak.
 - Penggunaan paket data dan penyimpanan di ponsel pengguna.
 - Ukuran pesan, tema warna, tampilan kolom percakapan, serta fitur-fitur dalam *chat*.
 - Pembuatan folder untuk mengarsipkan *chat*.
 - Pengaturan perangkat.
 - Pengaturan bahasa.
3. Baris “*Help*” berisi:
 - Pintasan untuk mengajukan pertanyaan kepada Telegram.
 - *Frequently asked question* (FAQ).
 - Kebijakan privasi pengguna.



Gambar IV.10. Setelan Mendasar Telegram

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d.)

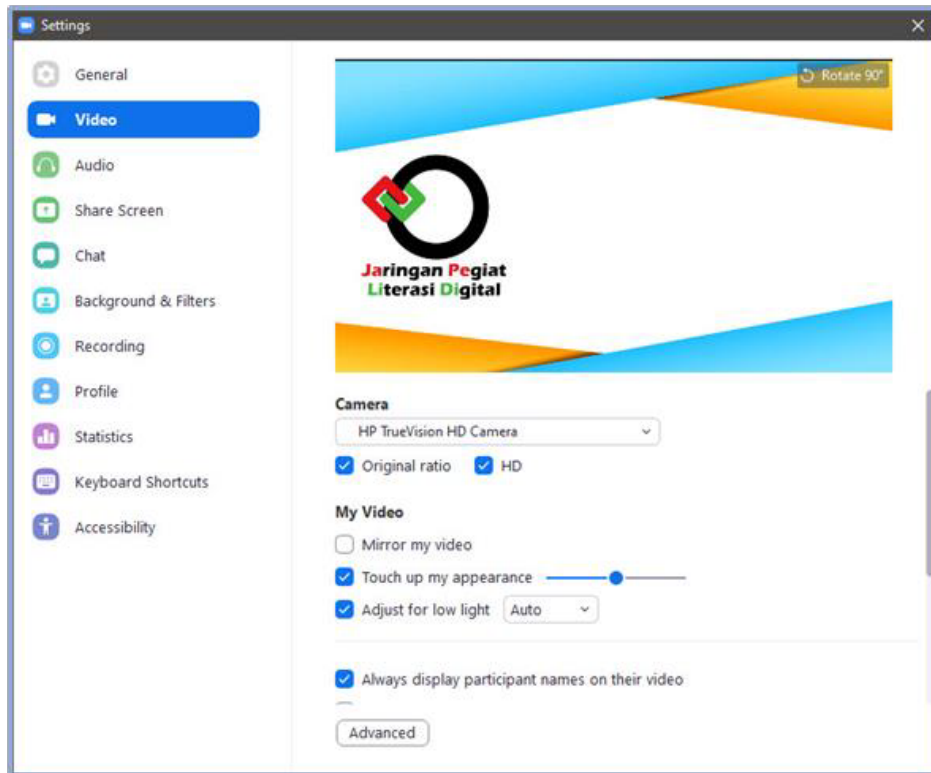
Selain WhatsApp dan Telegram, Zoom Meeting juga menjadi perhatian sebab penggunaannya yang meningkat di masa pandemi COVID-19, yaitu untuk kepentingan pendidikan, pekerjaan, dan bisnis. Berikut adalah setelan mendasar dari aplikasi Zoom Meeting yang dapat kita kulik.



Gambar IV.11. Fitur Pengaturan Aplikasi Zoom

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

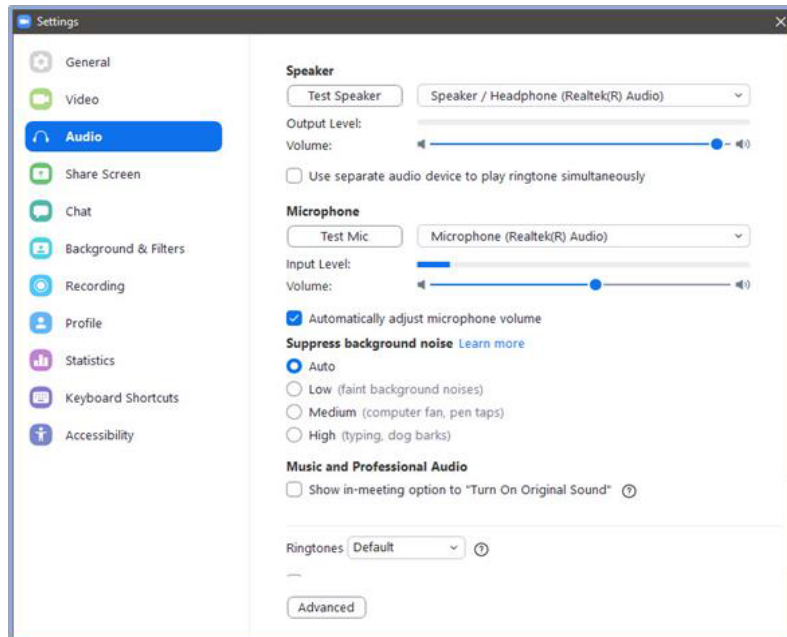
Pertama, fitur *general*. Fitur ini memuat pilihan setelan memulai aplikasi Zoom, penggunaan dual monitor, setelan layar penuh, menyalin tautan undangan Zoom, panel kontrol saat percakapan pertemuan berlangsung, konfirmasi saat meninggalkan pertemuan, informasi penggunaan aplikasi Zoom, jadwal pertemuan sebelum berlangsung, kontrol suara maupun video saat tampilan, dan menghubungkan Zoom dengan Microsoft Outlook untuk berbagai kebutuhan, termasuk penyimpanan *file* rekaman *via* Cloud.



Gambar IV.12. Fitur Pengaturan Video Aplikasi Zoom

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

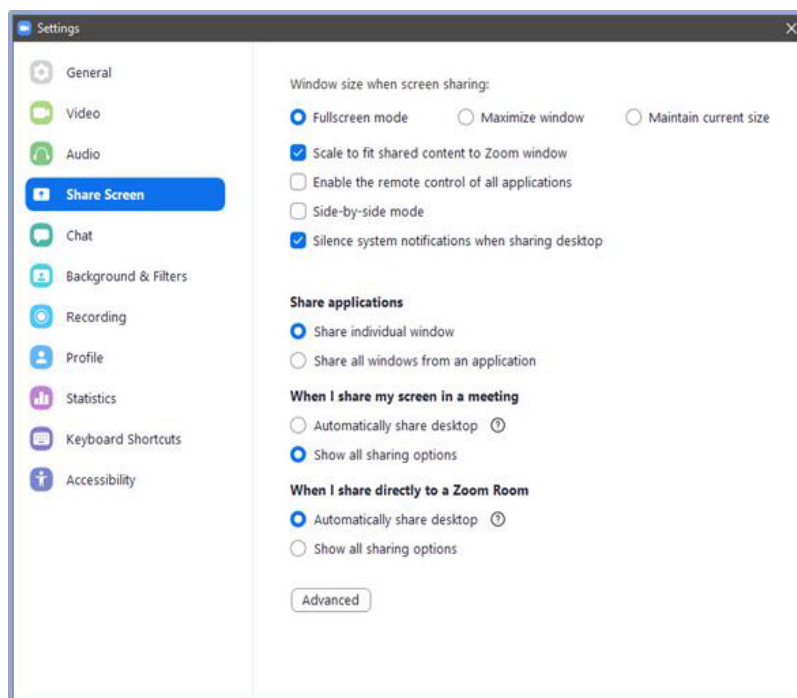
Kedua, fitur video. Fitur ini berisikan pengaturan penggunaan kamera pada gawai, penentuan kualitas gambar dan rasio gambar serta penyesuaian tampilan dan kecerahan gambar. Selain itu, fitur terakhir menampilkan partisipan yang bergabung dalam pertemuan Zoom.



Gambar IV.13. Fitur Pengaturan Audio Zoom

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

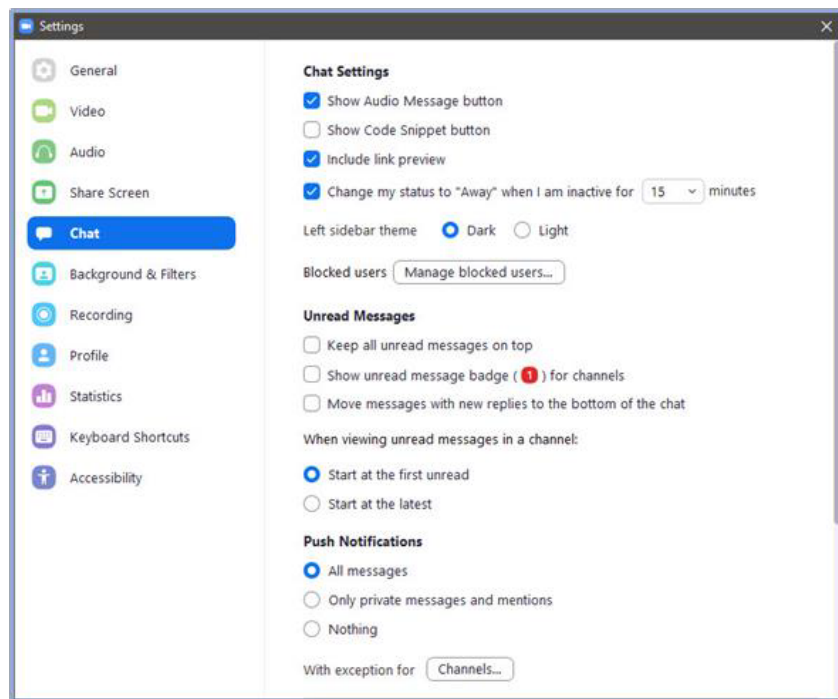
Ketiga, fitur pengaturan audio. Fitur ini berfungsi untuk mengatur dan melakukan tes pada perangkat audio dalam gawai. Ia meliputi pilihan penggunaan keluaran suara, pilihan penggunaan mikrofon, dan pengaturan gangguan suara.



Gambar IV.14. Fitur Pengaturan Berbagi Layar

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

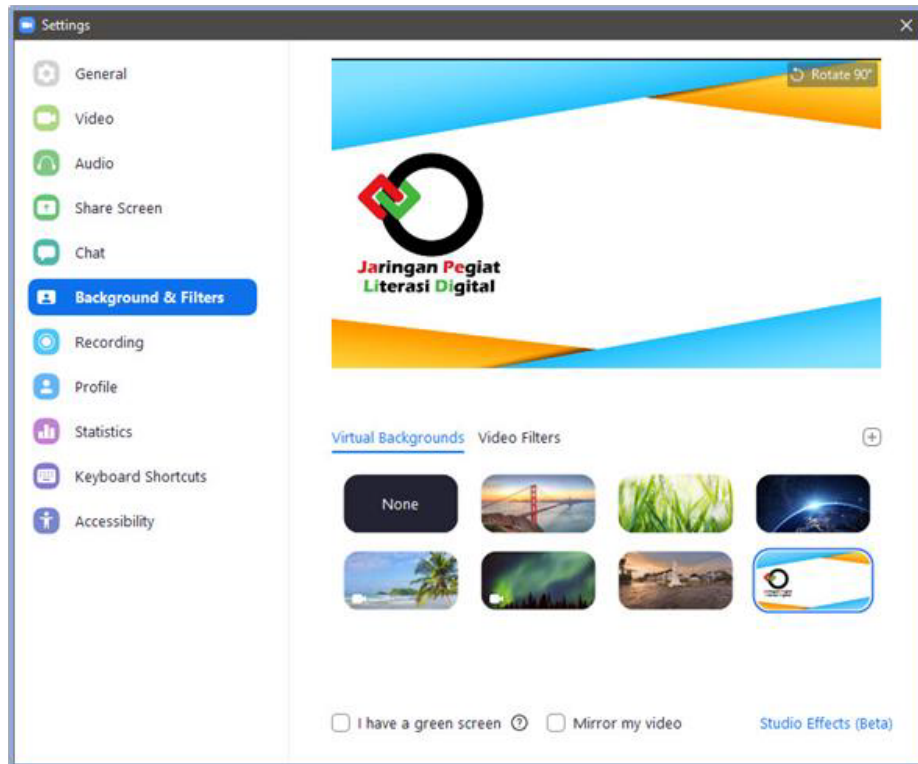
Keempat, fitur pengaturan pembagian layar. Pada fitur ini kita dapat melakukan pengaturan layar gawai, pilihan dalam pembagian aplikasi saat pertemuan berlangsung, memunculkan panel kontrol, dan pilihan saat membagi layar ketika Zoom berlangsung.



Gambar IV.15. Fitur Pengaturan Percakapan Antarpartisipan

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

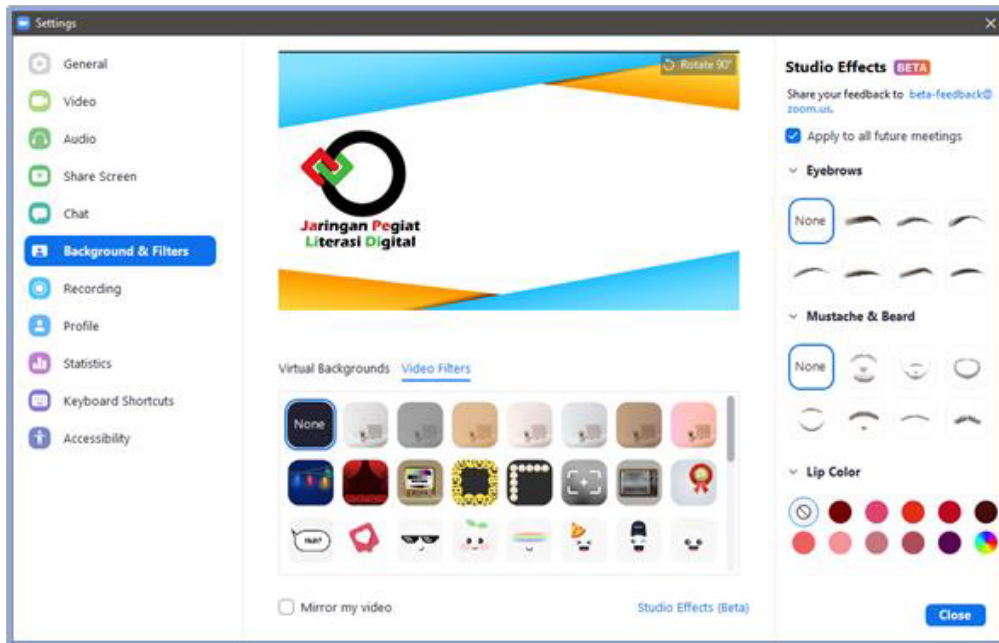
Kelima, fitur pengaturan percakapan antarpartisipan. Kita dapat menentukan penggunaan suara notifikasi, kode peralihan layar, *preview* tautan, penggantian status, setelan mode kecerahan pada percakapan, pembatasan partisipan yang dapat bergabung, pesan yang tidak terbaca, tampilan pesan tidak terbaca, serta *pop-up* peringatan saat pesan baru masuk.



Gambar IV.16. Fitur Pengaturan Latar Zoom

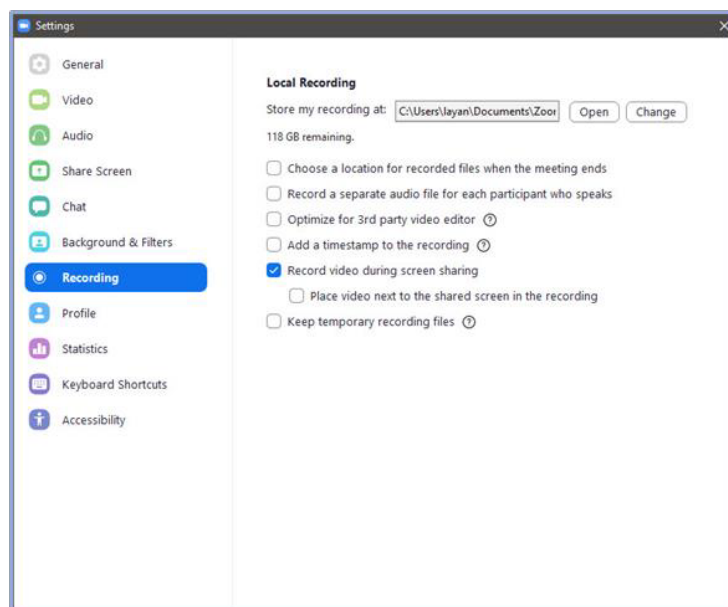
Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

Keenam, fitur pengaturan latar Zoom. Kita dapat memilih latar saat melakukan percakapan video. Menambahkan gambar dengan memilih opsi (+) di bagian kanan atas lalu pilih gambar yang diinginkan pada gawai kita. Selain itu, kita juga dapat menambahkan efek pada tampilan dengan memilih bagian *studio effects* (Beta) di bagian kanan bawah.



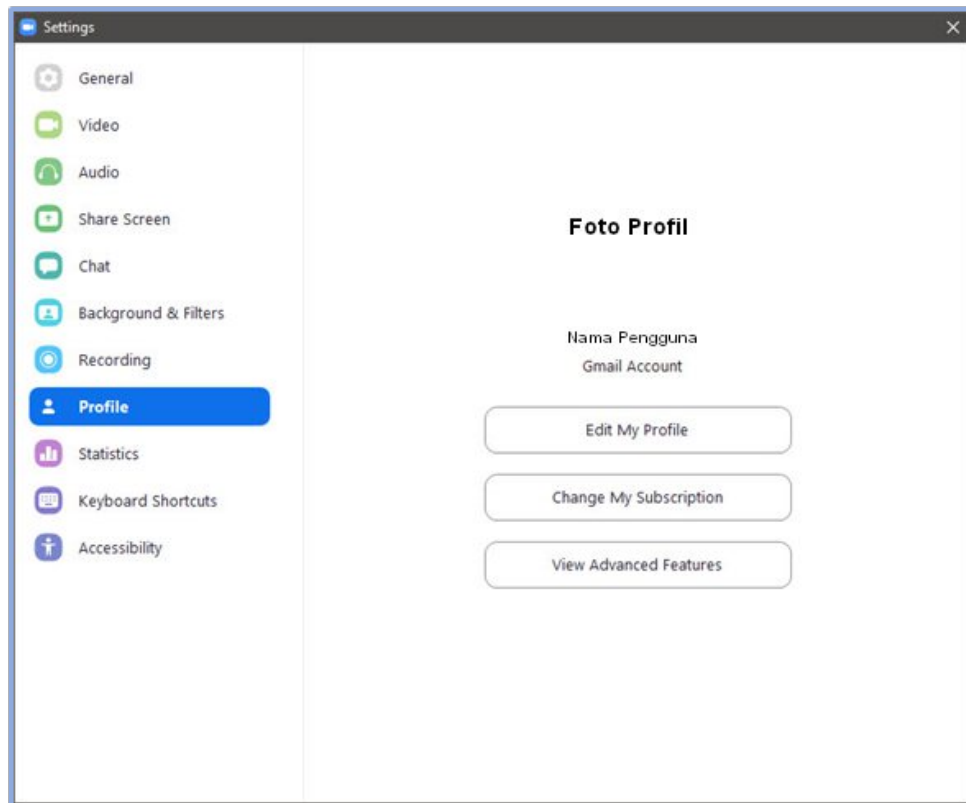
Gambar IV.17. Fitur Video Filter Zoom
 Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

Ketujuh, fitur pengaturan rekaman pertemuan Zoom. Kita dapat mengatur kualitas serta bagian perekaman apa yang akan disimpan. Kita juga dapat memilih tempat penyimpanan rekaman dengan melakukan sinkronisasi pada Cloud.



Gambar IV.18. Fitur Pengaturan Rekaman Zoom
 Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

Kedelapan, pengaturan profil pengguna. Kita dapat mengatur foto profil serta nama yang digunakan. Foto dan nama muncul saat pertemuan Zoom berlangsung sehingga gunakan nama yang jelas serta foto kualitas baik.



Gambar IV.19. Fitur Pengaturan Profil Zoom

Sumber: Dokumentasi Penulis (n.d)

MENGGUNAKAN SIMBOL DALAM APLIKASI PERCAKAPAN

Salah satu fitur yang memperkaya nuansa percakapan adalah simbol visual selain teks yang kerap dikenal dengan *emoticon/emoji*. Walau begitu, penggunaannya bisa menimbulkan perbedaan pemahaman antarpengguna dan tak ayal bisa menjadi asal mula perpecahan. Langkah-langkah yang dapat kita lakukan agar memahami penggunaannya secara baik adalah *pertama*, memahami makna simbol tersebut agar tidak terjebak. Simbol *emoticon/emoji* biasanya bermakna ganda dan kadang kala lebih kompleks dari yang dipikirkan oleh penggunanya. Misalnya saja contoh emoji tertawa sampai menangis ini. Jika tidak awas, penerima bisa saja mengira kita sedang menangis.



Gambar IV.20. Emoji Tertawa Hingga Menangis

Sumber: Laman Digital Ponsel (2021)

Kedua, memahami penggunaan makna simbol dengan mengaitkan pada budaya tertentu agar kita tidak salah memilih simbol. Contoh simbol tersebut kerap disalahartikan sebagai simbol menangis. *Ketiga*, menyeleksi penggunaan *emoticon/emoji* untuk lawan bicara. *Keempat*, hindari penggunaan simbol yang berlebihan dalam percakapan karena dapat menimbulkan gangguan penerimaan pesan oleh lawan bicara kita.

MEMAHAMI MEDIA SOSIAL

Media sosial mengalami perkembangan sangat cepat, tercatat hingga kini media sosial memiliki pengguna aktif sebanyak 106 juta pengguna di Indonesia, di mana angka tersebut sebanyak 40% dari total populasi yang ada (Indonesia Baik, 2017).



Gambar IV.21. Media Sosial Favorit Warganet Indonesia

Sumber: Indonesia Baik (2017)

Dengan durasi akses rata-rata lebih dari tiga jam, membuktikan eksistensi media sosial yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Selain berkomunikasi melalui aplikasi, komunikasi antarpengguna juga dimudahkan melalui aplikasi percakapan bawaan. Sebut saja Facebook dengan Facebook Messenger. Media Sosial pun memiliki kekhasannya masing-masing. Apa saja? Berikut kelebihan dan kekurangannya:

Tabel IV.1. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

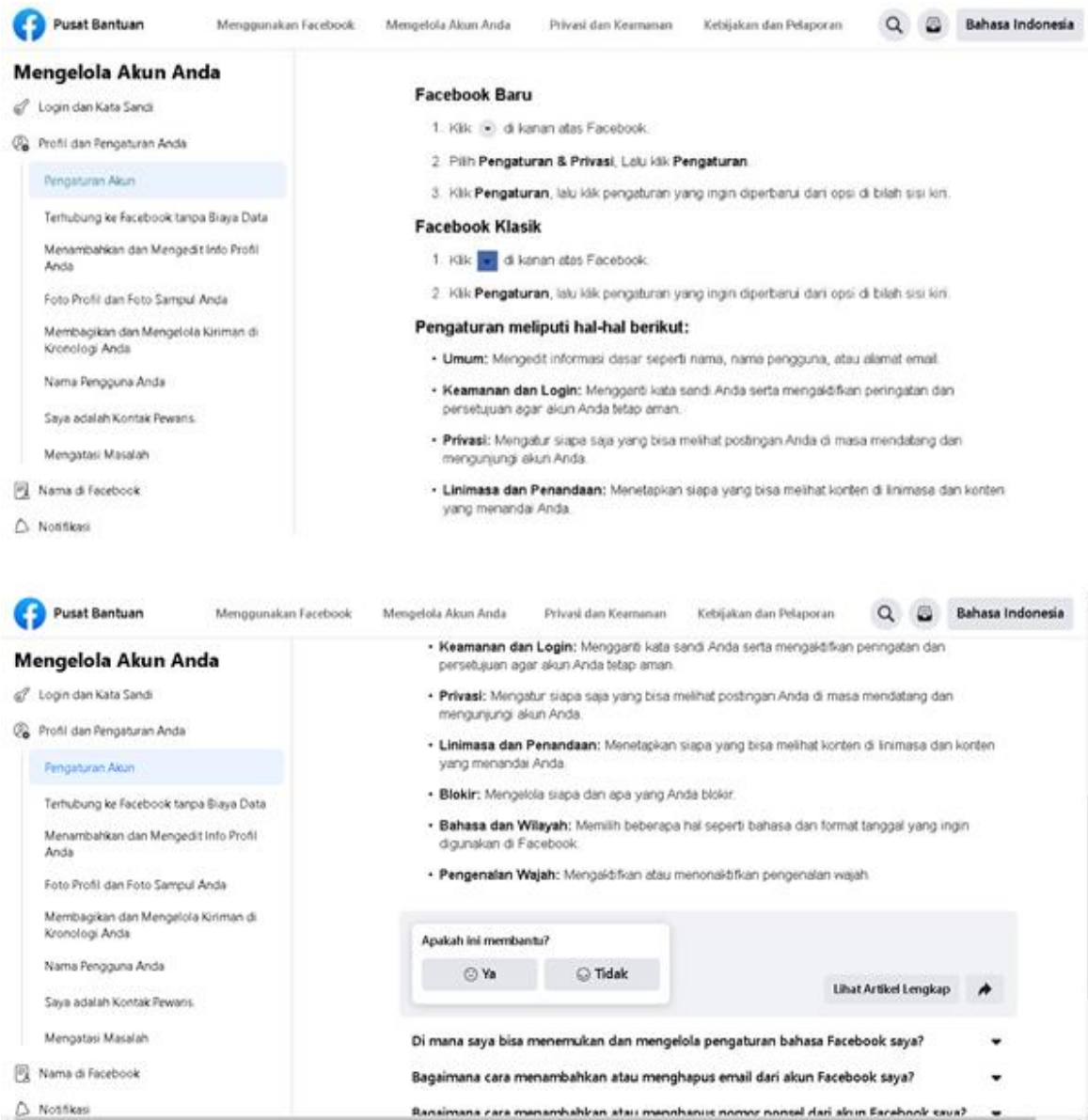
No.	Media Sosial	Kelebihan	Kekurangan
1.	Facebook	Jumlah pengguna menduduki peringkat pertama.	Pengguna terlalu heterogen sehingga informasi yang muncul terlalu beragam.
2.	Instagram	Memiliki fitur menarik untuk	Jenis unggahan terbatas

		meningkatkan kualitas gambar maupun video yang diunggah.	gambar dan video.
3.	Twitter	Mendistribusikan informasi dengan cepat dan ringkas.	Karakter huruf dibatasi.
4	YouTube	Menyajikan informasi berupa video dengan durasi yang tidak terbatas.	Konten video yang terlalu beragam serta <i>pop-up</i> iklan.

Sumber: Olahan Penulis

SETELAN MENDASAR MEDIA SOSIAL

Masing-masing media sosial memberikan layanan fitur pengaturan agar kita nyaman dan terlindungi. Kita ambil contoh setelan akun Facebook, Instagram, dan Twitter. Setiap pengguna Facebook dapat melakukan pengaturan yang bersifat umum hingga khusus untuk melindungi privasi penggunaan akun media sosialnya.

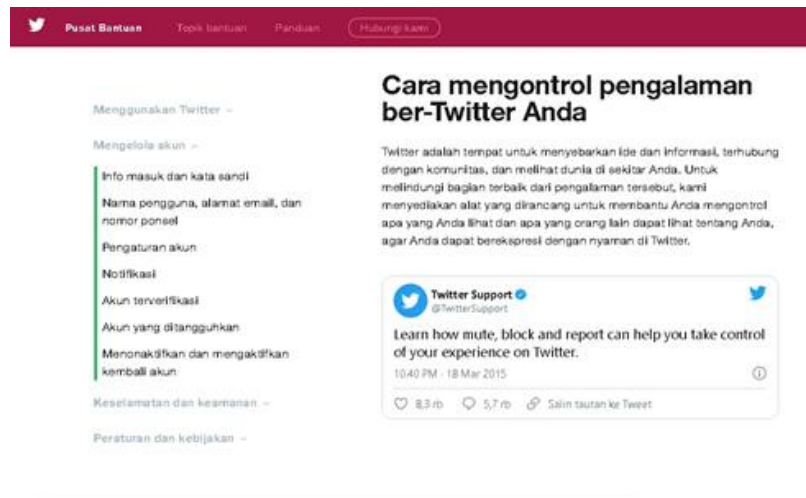


Gambar IV.22. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Facebook

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Bantuan Facebook (2021)

Buka bagian pengaturan pada akun media sosial Facebook. Pada bagian kanan atas, pilih *setting* dilanjutkan dengan *privacy*, lalu lakukan penyetelan sesuai dengan yang diinginkan. Untuk informasi lebih lanjut mengenai pengaturan pada akun Facebook kita dapat mengunjungi laman bantuan Facebook (<https://id-id.facebook.com/help/>).

Sementara untuk pengguna Twitter, berikut langkah yang dapat dilakukan:



Kami memudahkan Anda untuk melakukan tindakan di Tweet. Sentuh ikon *** di bagian atas Tweet, langsung dari Timeline beranda Anda, untuk mengakses opsi seperti setop ikuti, bisukan, blokir, laporkan, dan lainnya dengan cepat.

Setop Ikuti

Berhenti mengikuti adalah tindakan termudah yang dapat Anda lakukan untuk berhenti melihat Tweet seseorang di Timeline beranda Anda. Anda bisa kapan pun mengikuti kembali suatu akun jika sewaktu-waktu berubah pikiran. Anda dapat mengakses opsi ini dari ikon *** di Tweet.

Baca lebih lanjut tentang [cara berhenti mengikuti orang](#).

Notifikasi Filter

Timeline **Notifikasi** menampilkan Interaksi Anda dengan akun Twitter lain, seperti sebutan, suka, Retweet, dan orang yang baru-baru ini mengikuti Anda. Jika Anda menerima balasan atau sebutan yang tidak diinginkan dari akun yang tidak Anda ikuti, Anda dapat menyaring jenis notifikasi yang Anda terima.

Baca petunjuk untuk [menyesuaikan timeline Notifikasi Anda](#).

Gambar IV.23. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Twitter 1
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Bantuan Twitter (2021)

Tampilkan lebih jarang

Menandai Tweet sebagai **Tampilkan lebih jarang** akan membantu Twitter memahami lebih baik jenis Tweet yang ingin Anda lihat lebih sedikit di timeline Beranda Anda. Kami dapat menggunakan informasi ini untuk mengoptimalkan dan menyesuaikan pengalaman Anda di masa mendatang. Anda dapat mengakses opsi ini dari ikon *** di Tweet.

Bisukan

Membisukan akun Twitter lain berarti Anda tidak akan melihat Tweet akun tersebut di timeline Anda. Ini adalah cara yang tepat agar tetap terhubung dengan teman, meskipun Anda tidak tertarik membaca semua Tweet mereka. Akun yang dibisukan tidak akan mendapat notifikasi bahwa Anda telah membisukan mereka, sedangkan Anda tetap menerima notifikasi saat mereka menyebut Anda di Tweet dan mengirimi Anda Direct Message. Anda juga dapat membisukan akun yang tidak Anda ikuti agar Tweet mereka tidak terlihat di timeline Notifikasi Anda.

Membisukan berbeda dengan memblokir atau berhenti mengikuti: Akun yang Anda bisukan tidak akan dapat mengetahui bahwa Anda membisukan mereka. Anda dapat mengakses opsi ini dari ikon *** di Tweet.

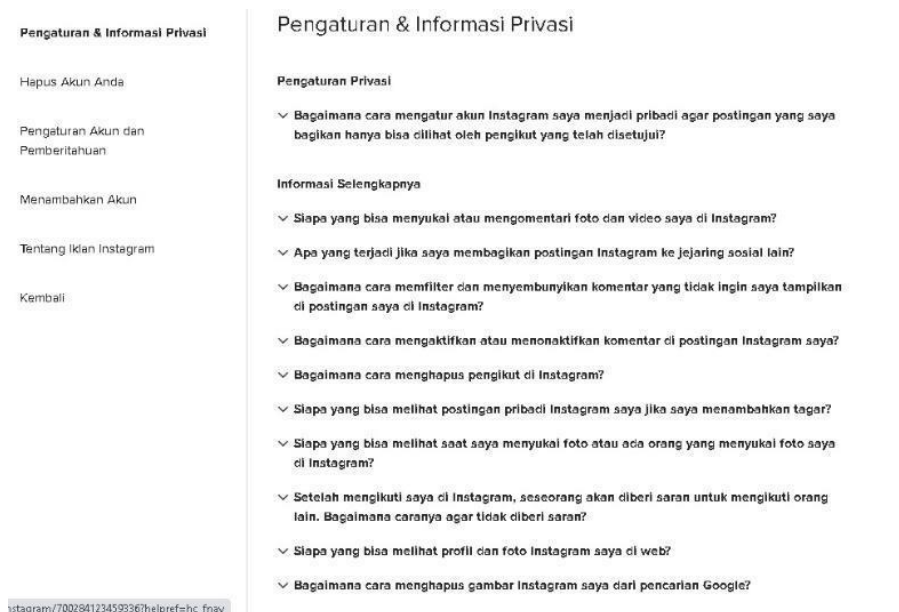
Baca lebih lanjut tentang [membisukan akun](#).

Anda juga dapat [membisukan Tweet yang berisi kata, frasa, nama](#)

Gambar IV.24. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Twitter 2

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Bantuan Twitter (2021)

Kita dapat menemukan pengaturan pada akun Twitter di bagian pojok kanan atas dengan logo menyerupai bintang (*), lalu pilih bagian pengaturan yang diinginkan. Lanjutkan membaca pengaturan akun di laman bantuan Twitter (<https://help.twitter.com/id>). Instagram, kita juga bisa mengatur fiturnya agar sesuai dengan keinginan dan privasi kita terlindungi. Berikut tips yang dapat dilakukan untuk menyesuaikan pengaturan akun Instagram kita:



Gambar IV.25. Pengaturan Penggunaan Media Sosial Instagram

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Bantuan Instagram (2021)

Untuk Instagram kita pilih bagian ikon gambar profil. Kemudian pilih tiga garis bagian atas tampilan profil. Setelah itu, pilih bagian pengaturan di sebelah kanan bawah. Selengkapnya dapat mengakses laman bantuan Instagram (<https://id-id.facebook.com/help/instagram/>).

Sering kita temui pula kasus akun yang mengganggu kenyamanan kita karena unggahan konten yang disebarkannya. Atau ada pula akun yang secara jelas melanggar ketentuan penggunaan media sosial, seperti menyebarkan konten pornografi, hoaks, dan ujaran kebencian. Dalam hal ini, kita diharapkan turut berpartisipasi dengan melaporkan akun tersebut pada penyedia media sosial. Begini cara melakukannya:

Tabel IV.2. Cara Melaporkan Akun Media Sosial

No.	Akun Media Sosial	Cara Melaporkan Akun
1.	Facebook	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jalankan aplikasi Facebook atau buka situs Facebook. 2. Pergi ke profil akun Facebook yang ingin di <i>report</i>. 3. Setelah itu tekan tombol dengan ikon tiga titik.

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Pilih opsi Cari Dukungan atau Laporkan Profil. 5. Pilih Berpura-pura Menjadi Orang Lain > Saya. 6. Lalu tekan tombol Selanjutnya. 7. Pilih opsi Laporkan profil. 8. Berikan centang lalu tekan tombol Laporkan.
2.	Instagram	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tap pada ikon titik tiga yang berada di ujung unggahan Instagram 2. Kemudian pilih opsi Laporkan. 3. Jika memiliki unsur spam, pilih opsi Ini Spam. 4. Sedangkan jika berunsur yang lainnya, pilih opsi Ini tidak pantas. 5. Apabila anda memilih tidak pantas, Anda harus memilih pilihan yang sesuai dengan permasalahan dari unggahan tersebut.
3.	Twitter	<p>Melaporkan Akun:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buka profil akun tersebut dan klik atau sentuh ikon luapan. 2. Pilih Laporkan. 3. Pilih Mereka melakukan tindakan yang bersifat menghina atau membahayakan. 4. Selanjutnya, kami akan meminta Anda untuk memberikan informasi tambahan tentang masalah yang dilaporkan. Kami mungkin juga akan meminta Anda untuk memilih <i>Tweet</i> dari akun tersebut sehingga kami memiliki gambaran yang lebih jelas untuk mengevaluasi laporan. 5. Kami akan menyertakan teks dari <i>Tweet</i> yang dilaporkan di surel dan notifikasi tindak lanjut kami. Untuk berhenti menerima informasi ini, hapus centang pada kotak di samping Pembaruan tentang laporan ini dapat

		<p>menampilkan <i>Tweet</i> ini.</p> <p>6. Setelah Anda mengajukan laporan, kami akan memberikan saran tindakan tambahan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengalaman ber-<i>Twitter</i> Anda.</p>
		<p>Melaporkan <i>tweet</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Telusuri <i>tweet</i> yang ingin Anda laporkan di <i>Twitter.com</i> atau dari aplikasi <i>Twitter</i> untuk iOS atau <i>Twitter</i> untuk Android. 2. Klik atau sentuh ikon. 3. Pilih Laporkan. 4. Pilih Ini menghina atau berbahaya. 5. Selanjutnya, kami akan meminta Anda untuk memberikan informasi lainnya tentang masalah yang dilaporkan. Kami mungkin juga akan meminta Anda untuk memilih <i>tweet</i> lainnya dari akun yang dilaporkan sehingga kami memiliki gambaran yang lebih jelas untuk mengevaluasi laporan. 6. Kami akan menyertakan teks dari <i>tweet</i> yang dilaporkan di surel dan notifikasi tindak lanjut kami. Untuk berhenti menerima informasi ini, hapus centang pada kotak di samping Pembaruan tentang laporan ini dapat menampilkan <i>tweet</i> ini. 7. Setelah Anda mengajukan laporan, kami akan memberikan saran tindakan tambahan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengalaman ber-<i>Twitter</i> Anda.
		<p>Melaporkan Daftar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buka <i>Tweet</i> atau Daftar yang ingin Anda

		<p>laporkan di <i>Twitter.com</i> atau dari aplikasi Twitter untuk iOS atau Android.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Klik atau sentuh ikon. 3. Pilih Laporkan. 4. Pilih Ini menghina atau berbahaya. 5. Selanjutnya, kami akan meminta Anda untuk memberikan informasi lainnya tentang masalah yang dilaporkan. 6. Setelah Anda mengajukan laporan, kami akan mengirim surel untuk mengonfirmasi laporan dan memberi saran tindakan tambahan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengalaman Anda ber-Twitter.
4.	YouTube	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilih Laporkan di menu pemutar video. 2. Akan muncul menu untuk memilih alasan pelaporan video tersebut. 3. Setelah memilih alasannya, Anda akan melihat pesan konfirmasi.

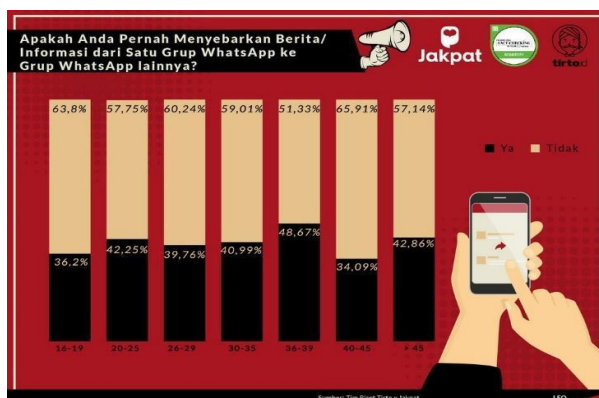
Sumber: Disarikan penulis dari berbagai sumber

Dengan partisipasi kita sebagaimana disarankan langkah-langkahnya di dalam tabel di atas, maka kita ikut bertanggung jawab menjaga keamanan aplikasi percakapan dan media sosial.

MELAWAN KABAR BOHONG DALAM APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL

Tak jarang kita menerima pesan yang tidak jelas kebenarannya. Bahkan pesan tersebut bisa menyaru sebagai informasi valid dan penting untuk kita percayai. Termasuk pesan kesehatan yang menyatakan dapat mengatasi masalah tertentu, cara mencegah COVID-19, vaksin, ramuan, dan lainnya. Sebagaimana yang telah disinggung pada Bab III Menjelajahi Mesin pencarian informasi, informasi-informasi yang belum tentu benar tersebut bisa dikategorikan sebagai gangguan informasi. Olehnya itu, kita perlu melawannya saat menerimanya di aplikasi percakapan. Bagaimana caranya?

Pertama, lakukan verifikasi informasi pada sumber yang valid. Kita bisa mengakses laman Mafindo, cekfakta.com, maupun laman resmi dari media-media arus utama yang sudah melakukan proses pemeriksaan fakta atas informasi tersebut (Monggilo, 2019). *Kedua*, pahami maksud informasi dengan melakukan seleksi dan identifikasi dari informasi yang kita terima.



Gambar IV.26. Infografik Penyebaran Informasi melalui Aplikasi Percakapan WhatsApp
 Sumber: Tim Riset Tirto x Jakpat (2019)

Ketiga, jangan asal menyebarkan pesan tanpa memastikan kebenarannya terlebih dulu. Terlepas dari niatnya, survei membuktikan bahwa usia 36-39 tahun cenderung menyebarkan berita/informasi dari satu grup WhatsApp ke grup WhatsApp lainnya. Hal ini tentu perlu diwaspadai apalagi ketika yang disebarkan adalah informasi yang merugikan orang lain. Olehnya itu, verifikasi, cek fakta, dan pertimbangkan urgensi dan manfaatnya.



Bagan IV.2. Tips Sebelum Membagikan Informasi
 Sumber: Olahan Penulis

MEMPRODUKSI DAN MENDISTRIBUSIKAN KONTEN BAIK DI APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL

Penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial memberikan keleluasaan para penggunanya untuk memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten. Fitur berbagi merupakan fasilitas kemudahan ini. Namun, salah satu efek sampingnya adalah meluapnya informasi yang belum tentu dapat bermanfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Berikut tips yang dapat kita lakukan untuk pencegahan dan proteksi diri dari produksi konten negatif. *Pertama*, pahami bahwa produksi konten negatif melanggar hukum pasal dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). *Kedua*, pahami bahwa konten negatif yang kita produksi sulit dihapus jejak digitalnya sebab hingga kini belum ada cara yang efektif untuk menghapus jejak digital. *Ketiga*, jika sudah terlanjur memproduksi konten negatif, hendaknya kita menghapus atau meralatnya, bukan justru menyebarkannya. *Keempat*, aplikasi percakapan dan media sosial sebaiknya digunakan untuk mendorong sinergi atau kolaborasi dalam memberi manfaat baik untuk semua.

PENUTUP

Kita telah memahami seputar aplikasi percakapan dan media sosial dengan berbagai bahasan, antara lain penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial serta tips dalam mengatasi kendala yang sering terjadi pada pengguna aplikasi percakapan dan media sosial. Bab ini diharapkan mampu memberikan informasi yang menambah kecakapan dalam menggunakan aplikasi percakapan dan media sosial. Tidak hanya pada ranah kecakapan, modul ini juga diharapkan mampu meningkatkan literasi digital bagi pengguna aplikasi percakapan dan media sosial kelompok khusus yaitu pengguna di wilayah 3T, difabel, dan kelompok rentan (anak, perempuan, dan lanjut usia). Kecakapan serta literasi yang mumpuni dapat melindungi kita dari dampak negatif yang muncul di kemudian hari.

Rekomendasi Penggunaan Aplikasi Percakapan dan Media Sosial untuk Kelompok Khusus

Aplikasi percakapan dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Beberapa kelompok masyarakat perlu mendapat perhatian sebab kelompok ini dinilai berisiko mengalami kesulitan, baik dalam penggunaan maupun proteksi diri. Kelompok tersebut adalah kelompok disabilitas, rentan (anak, remaja, perempuan, dan lanjut usia)

serta kelompok pengguna di wilayah 3T. Beberapa fitur dalam aplikasi percakapan dan media sosial telah menyediakan layanan untuk kelompok-kelompok tersebut.

Rekomendasi untuk Kelompok Difabel

Aplikasi percakapan menyediakan fitur *voice message*, *talk back*, dan *voice over* yang memiliki kemampuan membacakan pesan teks yang diperoleh pada aplikasi *chat* dalam bentuk suara. Bagi penyandang tunarungu, pesan teks sebenarnya sudah memudahkan mereka dalam memperoleh informasi, ditambah lagi hadirnya fitur *Live Transcribe* yang dirintis oleh Google (Karolina & Aulianto, 2019). Berikut beberapa aplikasi penunjang lain bagi difabel (UKSMobility, n.d.):

1. Be My Eyes – Aplikasi penunjang bagi penyandang tunanetra.
2. Voice Dream Reader – Aplikasi penunjang bagi penyandang tunanetra dan tunarungu.
3. uSound – Aplikasi penunjang bagi teman-teman tunarungu.
4. Spread the Sign – Aplikasi penunjang bagi teman-teman tunarungu.
5. Wheelmap – Aplikasi penunjang bagi penyandang tunadaksa.
6. Wheelmate – Aplikasi penunjang bagi penyandang tunadaksa.
7. Dyslexia Toolbox – Aplikasi penunjang bagi penyandang disleksia.
8. Miracle modus – Aplikasi penunjang bagi penyandang autisme.

Rekomendasi untuk Kelompok Anak, Perempuan, dan Lanjut Usia

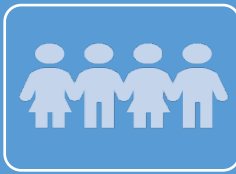
Dibutuhkan pendekatan khusus bagi kelompok rentan seperti perempuan, anak dan lanjut usia. Pendekatan pada anak-anak juga memerlukan perhatian khusus. Hal yang dilakukan adalah melakukan pendampingan dalam penggunaan gawai oleh anak-anak. Pendekatan untuk perempuan paling tepat bila mengarah kepada pemahaman perempuan atas kemampuan dirinya. Hal tersebut mendorong perempuan lebih berani mengambil keputusan dan percaya diri pada kompetensi yang mereka miliki dan bukan pada hal-hal yang bersifat fisik, sehingga perempuan menjadi rentan untuk dijadikan objek perundungan, kekerasan berbasis gender *online*, penipuan, kejahatan, dan *body shaming*. Sedangkan bagi lanjut usia mereka perlu belajar menggunakan media digital dengan beberapa penyesuaian teknis dan konten (Lancu & Lancu dalam Herlina, 2019). Empat faktor yang perlu disesuaikan adalah penglihatan, pendengaran, mobilitas, dan kognitif. Kelompok ini cukup

aktif dalam menerima dan mengirimkan kembali pesan-pesan di aplikasi percakapan, yang paling banyak menyebarkan hoaks di grup keluarga adalah orang tua (Sarbani, 2021).

Rekomendasi untuk Wilayah 3T

Wilayah 3T adalah wilayah Tertinggal, Terdepan, Terluar, perlu ada upaya khusus dalam mengatasi permasalahan di wilayah 3T yakni kita dapat menggunakan setelan media sosial dan aplikasi percakapan dengan mode hemat kuota. Akses internet bagi daerah yang belum memiliki akses internet bisa diupayakan dengan *Super Wi-Fi* yang telah diuji coba oleh Kemenkominfo pada tahun 2020, memiliki cakupan 500 meter atau 5 hingga 10 kali lipat lebih luas dibanding *Wi-Fi* biasa (Jatmiko, 2020).

Bab ini secara ringkas dapat dikembangkan dengan berfokus pada pengaplikasian kecakapan penggunaan media sosial dan aplikasi percakapan bagi kelompok berikut:



Bagi pengguna anak, pengembangan bab dapat difokuskan pada bentuk-bentuk kegiatan pada pelatihan penggunaan dan optimalisasi fitur-fitur yang memudahkan akses serta penggunaan aplikasi percakapan dan media sosial, dengan karakter yang disesuaikan dengan karakter anak, termasuk bahasa, visual dan media.

Bab ini dapat menjadi sisipan dalam pembelajaran pengenalan media digital pada mata pelajaran bertema teknologi komunikasi dan informasi mulai dari level sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas.



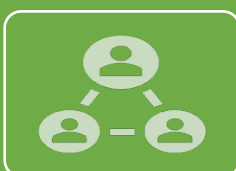
Bagi pengguna lanjut usia, fokus pengembangan bab ini dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan pelatihan penggunaan dan optimalisasi fitur-fitur yang memudahkan akses serta penggunaan media sosial dan aplikasi percakapan.



Bagi pengguna difabel, fokusnya pada pelatihan penggunaan fitur-fitur khusus di media sosial dan aplikasi percakapan yang ramah difabel.



Bagi pengguna perempuan, bab ini dapat dikembangkan melalui pendekatan pada fitur-fitur yang paling banyak diakses perempuan, dan fokus pada pengembangan kompetensi dirinya.



Bagi pengguna di wilayah 3T, bab ini dapat dikembangkan dengan mengembangkan materi dalam bahasa setempat dan dukungan listrik serta jaringan.

Bagan IV.3. Arah Pengembangan Bab

Sumber: Olahan Tim Penulis

Partisipasi dan kolaborasi kita di berbagai bidang menjadi kunci utama pendistribusian informasi dan peningkatan kompetensi digital kita. Pengetahuan kita tentang fitur dan berbagai bentuk aplikasi percakapan ini tentunya tidak hanya berhenti di kita saja, tapi bisa dibagikan terutama pada orang dekat di sekitar agar kenyamanan berkomunikasi tetap terjaga. Juga agar kita dapat mengoptimalkan hal baik di ruang percakapan. Kompetensi literasi digital ini tentunya akan menjadi lebih mudah ditularkan. Mari gunakan aplikasi percakapan dan media sosial dengan sehat, kreatif, dan menyenangkan.

EVALUASI KOMPETENSI

Evaluasi dimensi kognitif, afektif, dan konatif yang didapatkan dari bab ini dapat dievaluasi dengan melakukan asesmen berikut. Dimensi kognitif berhubungan dengan proses berpikir kita untuk menghubungkan, menilai, dan mempertimbangkan suatu informasi yang disampaikan melalui media sosial dan aplikasi percakapan. Dimensi afektif berhubungan dengan sikap dan nilai yang mengarah pada perasaan/emosi seseorang mulai dari proses penerimaan, pemberian respons penilaian ataupun sikap, pengorganisasian, dan karakterisasi. Sedangkan dimensi konatif mengukur keinginan dari melanjutkan apa yang sudah diolah oleh kognitif dan afektif, yakni apakah akan meneruskan informasi yang mereka peroleh dari media sosial dan aplikasi percakapan, menghapus atau malah meluruskan informasi tersebut.

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang dipilih serta jelaskan alasannya.

No.	Aspek Terlatih	Pertanyaan	Ya	Tidak	Berikan Alasan
1.	Kognitif	Saya mengetahui arti dari distribusi informasi.			
2.		Saya mengetahui cara mendistribusikan informasi menggunakan media sosial.			
3.		Saya mengetahui cara mendistribusikan informasi menggunakan aplikasi percakapan.			
4.		Saya mengetahui cara mendistribusikan informasi berupa gambar di media sosial.			
5.		Saya mengetahui cara mendistribusikan informasi berupa gambar di aplikasi percakapan.			

6.	Afektif	Saya memahami etika dalam mendistribusikan informasi.			
7.		Saya memahami dampak mendistribusikan informasi.			
8.	Konatif	Saya melakukan pembacaan detail pesan sebelum mendistribusikannya.			
9.		Saya menyaring pesan sebelum mendistribusikannya.			

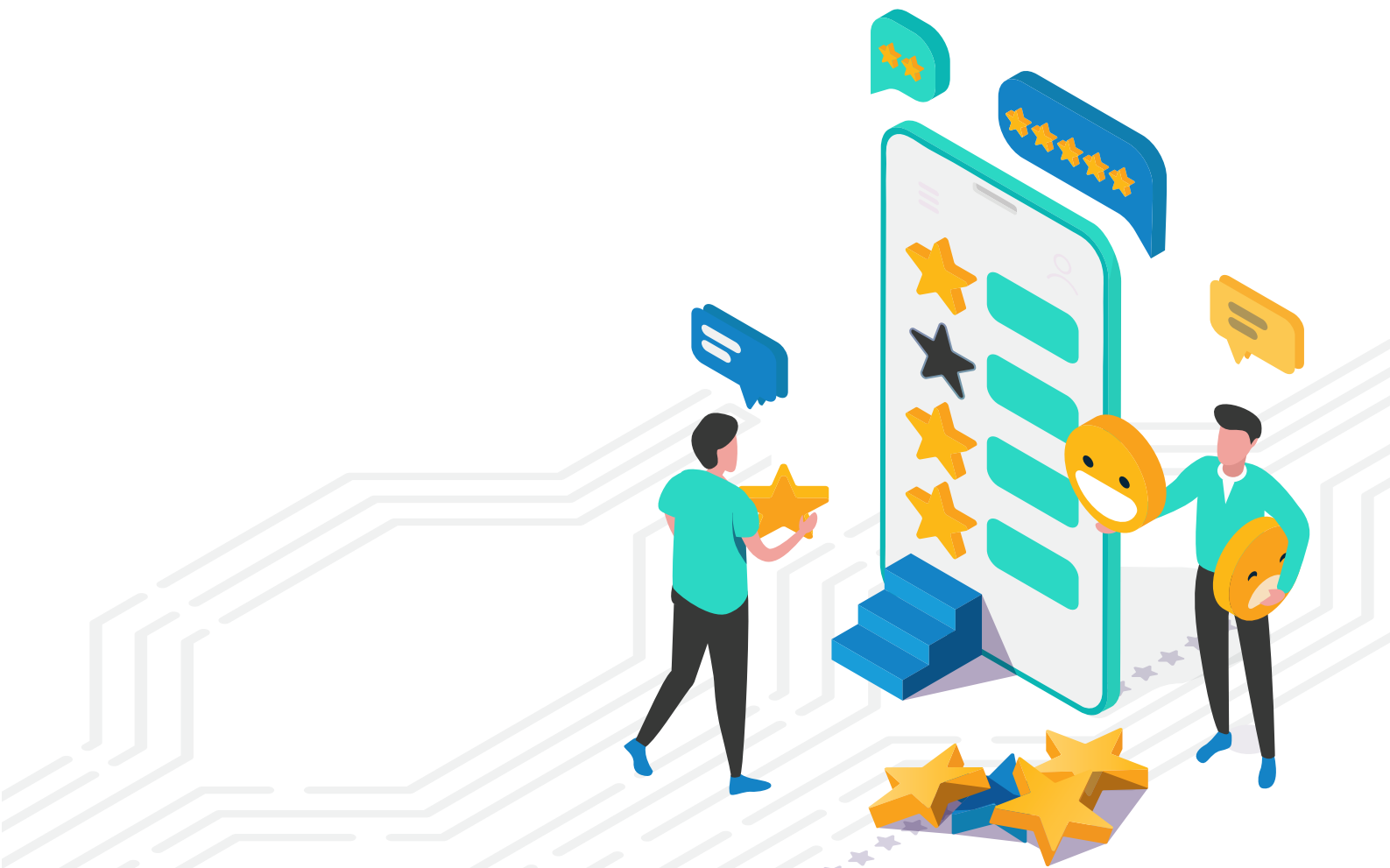
DAFTAR PUSTAKA

- Batic Media (2015, Mei 3). Perbedaan media online, website, media sosial, dan jejaring sosial. Diperoleh dari <https://www.baticmedia.com/2015/05/perbedaan-media-online-website-media.html>
- Herlina, D. (2019). *Literasi media teori dan fasilitasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jatmiko, L. D. (2020). Super Wifi untuk daerah 3T, pengamat: Butuh investasi besar. *Bisnis*. Diperoleh dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20200928/101/1297649/super-wifi-untuk-daerah-3t-pengamat-butuh-investasi-besar>
- Karolina, C. M., & Aulianto, D. R. (2019). Pengalaman penggunaan Talkback dan WhatsApp pada smartphone untuk menunjang komunikasi para penyandang cacat tuna netra. *Visi Pustaka*, 21(3), 206-214. Diperoleh dari <https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/view/595>
- Kurnia, N., Monggilo, Z. M. Z., Adiputra, W. M. (2018). *Yuk, tanggap dan bijak berbagi informasi bencana alam melalui aplikasi chat*. Diperoleh dari <http://literasidigital.id/books/yuk-tanggap-bijak-berbagi-informasi-bencana-alam-melalui-aplikasi-chat/>
- Kurnia, N., Sadasri, L. M., Angendari, D. A. A, Yuwono, A. I, Syafrizal, S., Monggilo, Z. M. Z, & Adiputra, W. M. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bertransaksi daring dengan cermat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.

- Monggilo, Z. M. Z. (2019). Konteks Indonesia modul 5: Praktik pemeriksaan fakta. Dalam Ambardi, N. Kurnia, Z.M.Z. Monggilo, Rahayu, Wendratama, E (Eds.). *Jurnalisme, Berita Palsu dan Disinformasi: Konteks Indonesia*. Jakarta: UNESCO.
- Permana, A. (2019, Juni 12). Yuk ketahui sejarah perkembangan aplikasi chat di seluruh dunia. Diperoleh dari <https://www.trentech.id/sejarah-perkembangan-aplikasi-chat-di-seluruh-dunia/>
- Sarbani, Y. A. (2021). Kesantunan berbahasa relawan MAFINDO dalam mengklarifikasi hoaks terkait pandemi COVID-19 WAG keluarga. Diperoleh dari <https://www.mafindo.or.id/research/publications/buku-kolaborasi-membangun-resiliensi-dalam-gejolak-pandemi/>
- UKSMobility. (n.d.). 45 Powerful mobile apps for those with disabilities. Diperoleh dari <https://www.uksmobility.co.uk/blog/2015/10/45-powerful-mobile-apps-for-those-with-disabilities/#CH2>
- Wenerda, I., & Sapanti, I. R. (2019). *Literasi digital bagi millenial moms*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru. Diperoleh dari <http://litasidigital.id/books/literasi-digital-for-millenial-moms/>
- Yanto, C. (2019, September 29). Cara terbaru mematikan agar telegram tidak download file otomatis. Diperoleh dari <https://www.cindriyanto.com/2019/09/cara-terbaru-mengatur-agar-telegram.html>

Bab 5

Mengenal Dompet Digital, Lokapasar, dan Transaksi



BAB V

MENGENAL DOMPET DIGITAL, LOKAPASAR, DAN TRANSAKSI DIGITAL

Indah Wenerda

PENGANTAR

Sejak kemunculannya di kehidupan kita, beragam aktivitas sosial, ekonomi, dan politik yang kita lalui tidak terlepas dari koneksi internet. Anggaran untuk internet selalu diprioritaskan bahkan cenderung semakin besar (APJII, 2020). Contohnya saja dalam transaksi jual beli. Dengan koneksi internet, kita tak harus datang ke toko luring. Sebagai pembeli, kita dimanjakan dengan kemudahan dan kenyamanan. Sementara itu, sebagai penjual, tidak perlu menghabiskan biaya operasional untuk meningkatkan pendapatan penjualan mereka (Kurnia dkk., 2020).

Alasan lain dari tingginya transaksi digital adalah harga cenderung lebih murah dibandingkan toko-toko konvensional karena banyaknya diskon dan promo yang ditawarkan (APJII, 2020). Apalagi di masa pandemi COVID-19 saat ini, segala mobilitas fisik sangat dibatasi. Sebagai penggantinya, transaksi jual beli banyak kita lakukan dari rumah agar terhindar dari kontak langsung dengan kerumunan maupun dari kontaminasi virus melalui benda sekitar sebab metode pembayaran dilakukan secara nontunai (*cashless*).

Jika ditelisik dari data jumlah penduduk Indonesia per September 2020, sebanyak 270,20 juta jiwa (BPS, 2020) atau hampir 90% di antaranya sudah pernah melakukan aktivitas pembelian barang atau jasa secara daring. Angka tersebut kian menegaskan bahwa aktivitas transaksi jual beli daring atau yang kita kenal dengan *e-commerce* sungguh digemari oleh masyarakat.



Gambar V.1. Persentase Masyarakat Indonesia Pernah Belanja Daring
Sumber: Olahan Penulis

Bukti lain aktivitas ini digemari di Indonesia adalah dengan diperingatinya 12 Desember setiap tahunnya sebagai Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas) (Pertiwi, 2020). Di hari itu, pembeli dibuat bergairah dengan bermacam-macam *voucher* belanja berupa potongan harga dan gratis ongkos kirim (ongkir). Grafik perdagangan pada hari itu juga melonjak drastis.



Gambar V.2. Ilustrasi Harbolnas
Sumber: Olahan Penulis

Secara historis, transaksi jual beli secara daring bermula dari forum jual beli (FJB) yang digagas oleh Kaskus di awal tahun 2000-an (Fahri, 2020). Forum tersebut digunakan oleh penjual dan pembeli untuk memasarkan maupun mendiskusikan produk-produk yang akan dibeli. Sementara untuk transaksi jual belinya sendiri dilakukan di luar FJB Kaskus. Konon transaksi seperti ini tidak jarang merugikan salah satu pihak. Seperti ilustrasi kasus berikut:

Kasus Penipuan Menimpa Hasan

Hasan menawarkan produknya berupa sejumlah ponsel melalui forum jual beli (FJB) Kaskus. Setelah berdiskusi dengan calon pembeli yang bernama Sigit, mereka memutuskan untuk bertemu dan melakukan transaksi secara *cash on delivery* (COD). Saat bertemu, Sigit menunjukkan bukti transfer palsu kepada Hasan, mengatakan bahwa ia telah membayarkan produk yang akan dibeli melalui metode transfer bank. Sigit meminta Hasan untuk menunggu hingga tengah malam agar uang terkirim ke rekeningnya. Namun hingga tengah malam, uang tersebut tidak kunjung diterima oleh Hasan ADDIN CSL_CITATION

Kasus Hasan tersebut memberikan kita pembelajaran penting terkait dengan *pertama*, pentingnya untuk mengetahui risiko dan menjaga keamanan diri saat bertransaksi di luar *platform e-commerce* (lokapasar) yang tersedia agar tak merugi nantinya. *Kedua*, kerugian dari penipuan transaksi di luar lokapasar juga dapat dialami oleh pembeli. Sedangkan kasus penipuan terhadap penjual biasanya terjadi melalui modus calon pembeli lewat struk pembayaran palsu sebagai alat untuk memperdaya penjual seperti ilustrasi kasus Hasan tersebut (Sikapi, n.d.). *Ketiga*, barang yang diterima tidak berada dalam kondisi prima atau berbeda dari apa yang ditampilkan pada lokapasar.

Lantas, bagaimana melakukan transaksi digital yang aman agar tidak tersandung kasus merugikan seperti kasus tersebut? Dalam bab ini, kita perlu mencermati apakah kita sudah memiliki kompetensi-kompetensi pendukung yang harus dimiliki sebelum melakukan transaksi digital. Untuk itu, bab ini disusun atas beberapa bagian penjelasan, dimulai dari mengetahui penggunaan metode pembayaran nontunai dengan aplikasi dompet digital, jual beli dalam lokapasar, serta transaksi digital yang aman. Kita sebagai penggunanya

dianjurkan untuk mengenal jenis-jenis dari dompet digital, lokapasar, dan beberapa transaksi digital lainnya yang dapat dilakukan. Setelah mengetahui jenis-jenisnya, kita dianjurkan dapat mengakses fitur-fiturnya dengan cermat agar transaksi jual beli dapat dilakukan secara aman dan nyaman.

MENGENAL APLIKASI DOMPET DIGITAL

Dalam ilustrasi kasus yang diberikan, Hasan bisa tertipu karena karena metode pembayaran yang disepakatinya bersama pembelinya tidak terintegrasi pada sistem yang terlindungi oleh lokapasar tempat ia memasarkan dagangannya. Transaksi digital cenderung lebih aman dilakukan bilamana penjual tergabung dengan lokapasar yang sudah menyediakan metode pembayaran resmi. Salah satunya dengan memanfaatkan fitur dompet digital.

Namun, sebelum dompet digital hadir seperti saat ini, terdapat sejumlah metode pembayaran yang cukup sering digunakan, yaitu pembayaran dengan kartu kredit, kartu debit, transfer bank, rekening bersama (*virtual account*), *cash on delivery* (COD), dan tunai melalui gerai retail. Hingga kini, metode pembayaran tersebut masih eksis dan digunakan sebagai alternatif metode transaksi selain dompet digital (Tumbuh Usaha, 2019).



Gambar V.3. Metode Pembayaran

Sumber: Olahan Penulis

Dompot digital hadir sebagai upaya dalam mewujudkan metode pembayaran nontunai untuk berbagai keperluan ataupun kebutuhan. Berdasarkan data iPrice dan Jakpat pada Kuartal 2 2019-2020, terdapat 26% dari total 1.000 responden yang memilih untuk menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran saat mereka melakukan transaksi digital (Devita, n.d.).

Tahun 2007, DOKU ID hadir sebagai perusahaan penyedia layanan pembayaran elektronik pertama di Indonesia. DOKU merupakan dompet digital pertama di Indonesia pada tahun 2013. Pada Mei 2020, jumlah mitra bisnis DOKU mencapai 150.000 *merchant*. Sementara itu, pengguna DOKU telah mencapai 3 juta pengguna (Fadilla, 2020). Hingga saat ini, selain DOKU Wallet sebagai perintis dompet digital di Indonesia, sekurang-kurangnya terdapat lima dompet digital yang populer dan digemari oleh masyarakat Indonesia, yaitu ShopeePay, OVO, GoPay, Dana, dan LinkAja. Kelima dompet digital tersebut bersaing meraih perhatian masyarakat Indonesia dalam rangka memenuhi transaksi selama pandemi COVID-19.

Mengacu laporan Populix, pemenuhan kebutuhan konsumsi hari meningkat menggunakan dompet digital sebanyak 29,67% selama pandemi COVID-19 (Jati, 2020). Alih-alih menerapkan segala aktivitas dengan protokol kesehatan, dompet digital justru menjadi pilihan aman dan nyaman selama pandemi.



Gambar V.4. Pengguna Dompot Digital

Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Snapcart, per Desember 2020 lalu, ShopeePay digadang-gadang sebagai dompet digital dengan jumlah transaksi tertinggi, yaitu sebanyak 32% dari total transaksi dompet digital di Indonesia. Transaksi ShopeePay melonjak melampaui GoPay dan OVO sejak Juni 2020 lalu. Jika dibandingkan dengan pengguna dompet digital lainnya (survei terhadap 1.000 responden), pengguna ShopeePay ada sebanyak 72%, kemudian disusul OVO (55%), GoPay (52%), Dana (40%) dan LinkAja (21%) (Husaini, 2020). ShopeePay banyak melakukan kerja sama dengan mitra dagang di seluruh Indonesia sebagai metode pembayaran nontunai. Hal ini disadari dan dilakukan oleh ShopeePay agar dapat menyaingi posisi dompet digital OVO dan GoPay yang banyak digunakan saat bertransportasi daring.

Tabel V.1. Persentase Penggunaan Dompet Digital

Fintech	September (%)	Desember (%)
ShopeePay	68	72
OVO	56	55
GoPay	56	52
DANA	42	40
LinkAja	19	21

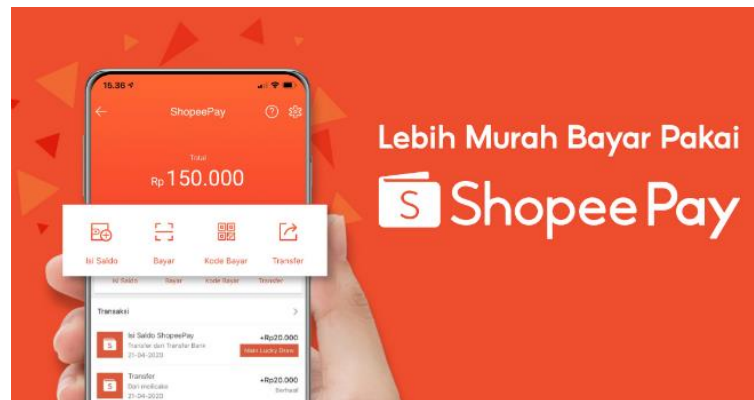
Sumber: Snapchart dalam Katadata (2020)

Walaupun kita sudah mengenal ShopeePay sebagai dompet digital terbanyak yang digunakan masyarakat Indonesia, tidak ada salahnya kita mengetahui dompet digital lainnya yang termasuk ke dalam lima besar dompet digital terbanyak digunakan. Mari kita kenali satu per satu lima besar dompet digital terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini beserta layanan-layanan yang diberikan.

1. ShopeePay

ShopeePay adalah fitur dompet digital yang terintegrasi dengan lokapasar Shopee. ShopeePay dapat digunakan sebagai salah satu metode pembayaran dan penyimpanan dana jika ada pengembalian dana di lokapasar Shopee. Saat ini ShopeePay dapat digunakan sebagai mode pembayaran nontunai pada mitra dagang yang bekerja sama. Salah satu keunggulan dari penggunaan ShopeePay adalah mendapatkan gratis ongkir dan tawaran diskon atau promo tertentu pada saat melakukan transaksi jual beli. Untuk mengisi saldo ShopeePay Anda dapat melakukannya dengan beberapa cara, yakni

melalui BCA OneKlik, transfer dari bank yang bekerja sama, Alfamart, Alfamidi, Indomaret, dan i.Saku.



Gambar V.5. ShopeePay

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman ShopeePay (2021)

2. OVO

OVO adalah salah satu dompet digital yang dimiliki oleh Lippo Group (Winarto, 2019). OVO dapat digunakan untuk pembayaran listrik, pembelian pulsa Prabayar, pembelian *voucher game*, pembayaran BPJS, pembayaran Internet dan TV Kabel, pembayaran asuransi, dan pembayaran biaya pendidikan. OVO bermitra dengan Tokopedia, Grab (Indraini, 2020), juga beberapa mitra dagang lain yang bekerja sama. Untuk mengisi saldo OVO kita dapat melakukannya dengan beberapa cara, yakni melalui mitra pengemudi, *OVO booth*, melalui Tokopedia, ATM, *internet banking*, *SMS banking*, kartu debit, dan kartu kredit.

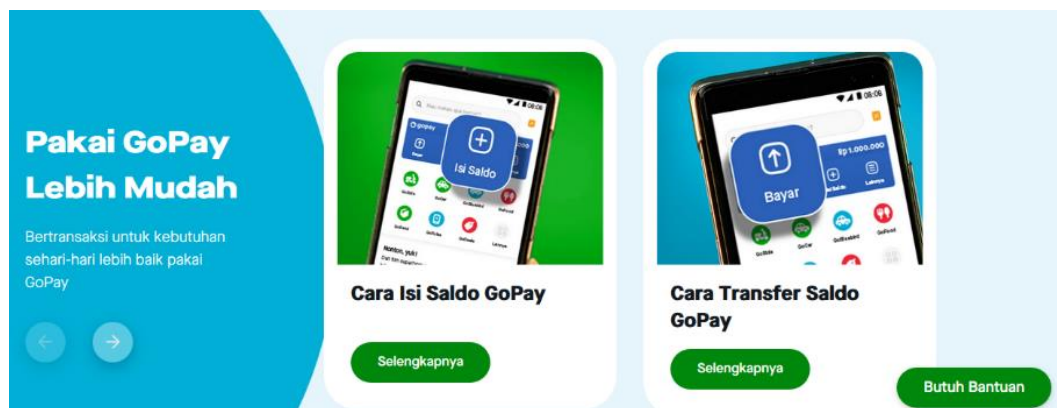


Gambar V.7. OVO

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman OVO (2021)

3. GoPay

GoPay adalah layanan pembayaran yang disediakan oleh Go-Jek. Sama dengan para kompetitornya, GoPay juga dapat digunakan sebagai mode pembayaran nontunai pada mitra dagang yang bekerja sama. Untuk mengisi saldo GoPay, kita dapat melakukannya dengan beberapa cara, yakni melalui driver Gojek, *mini market* (Alfamart, Alfamidi, Lawson, Dan+Dan) dan Pegadaian terdekat, BCA OneKlik, *mobile banking*, ATM, dan *SMS banking*.



Gambar V.8. GoPay

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman GoPay (2021)

4. DANA

DANA adalah dompet digital selanjutnya yang dapat digunakan untuk pembayaran listrik, air, internet, telepon, asuransi, BPJS, cicilan, TV kabel, dan telepon pascabayar (Irfan, 2019). DANA juga merupakan salah satu metode pembayaran yang terintegrasi dengan BukaLapak dan TIXID. Untuk mengisi saldo DANA, kita dapat melakukannya dengan beberapa cara, yakni transfer bank yang bekerja sama dengan DANA, Alfamidi, Alfamart, dan melalui transfer saldo dari pengguna DANA yang lain.

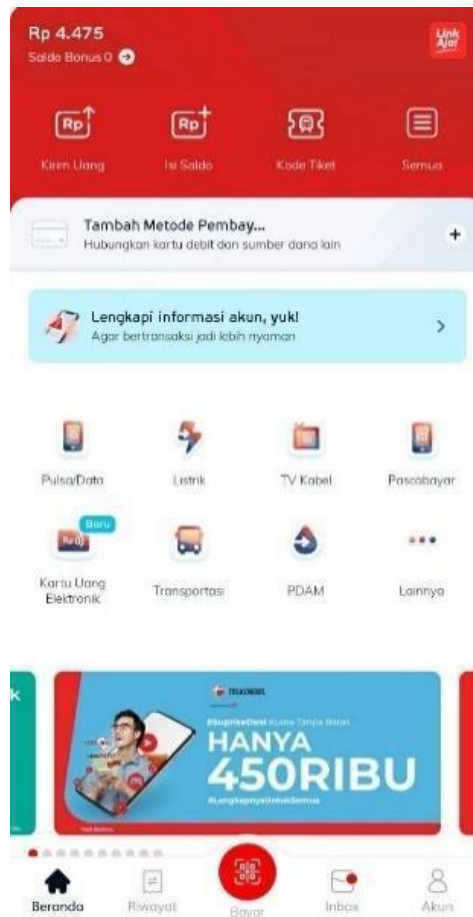


Gambar V.9. DANA

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman DANA (2021)

5. LinkAja

LinkAja yang sebelumnya alih nama dari Telkomsel Cash/TCash adalah layanan pembayaran nontunai yang ada di Indonesia dari Telkomsel dan anggota BUMN. LinkAja dapat digunakan untuk pembelian pulsa/data, pembayaran listrik, pembayaran TV Kabel, kartu pascabayar, PDAM, transportasi umum, transaksi dengan mitra dagang LinkAja, dan isi ulang *e-money*. Untuk mengisi saldo LinkAja, kita dapat melakukannya dengan beberapa cara, yakni transfer bank yang bekerja sama dengan LinkAja, di GraPARI dan KIOSK yang sudah bekerja sama, di toko retail, dan Cash in Point yang sudah bekerja sama, dan dari ATM yang sudah bekerja sama.



Gambar V.10. LinkAja

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Aplikasi LinkAja (2021)

Setelah mengenal lima besar dompet digital terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, ada langkah-langkah penting yang perlu diketahui agar dompet digital favorit Anda dapat digunakan saat melakukan transaksi digital. Berikut langkah awal bagi Anda mengaktifkan dompet digital favorit yang akan digunakan:



Bagan V.1. Langkah-langkah Mengaktifkan Dompet Digital

Sumber: Olahan Penulis

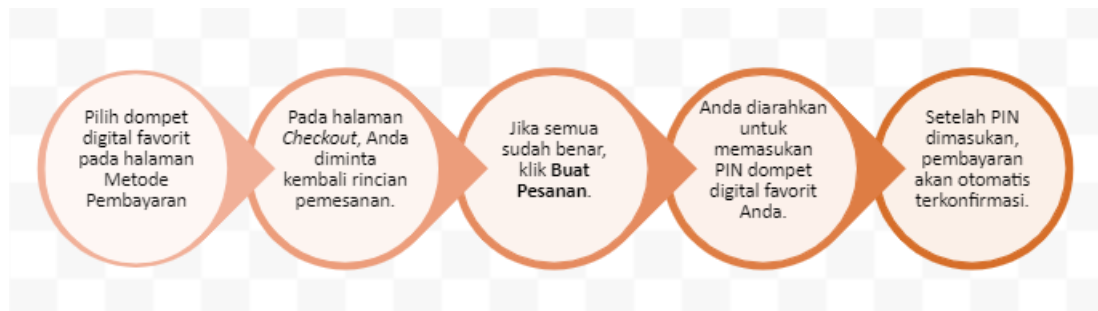
Setelah melakukan aktivasi, Anda perlu melakukan langkah verifikasi akun dari dompet digital favorit Anda:



Bagan V.2. Langkah-langkah Verifikasi Akun Dompet Digital

Sumber: Olahan Penulis

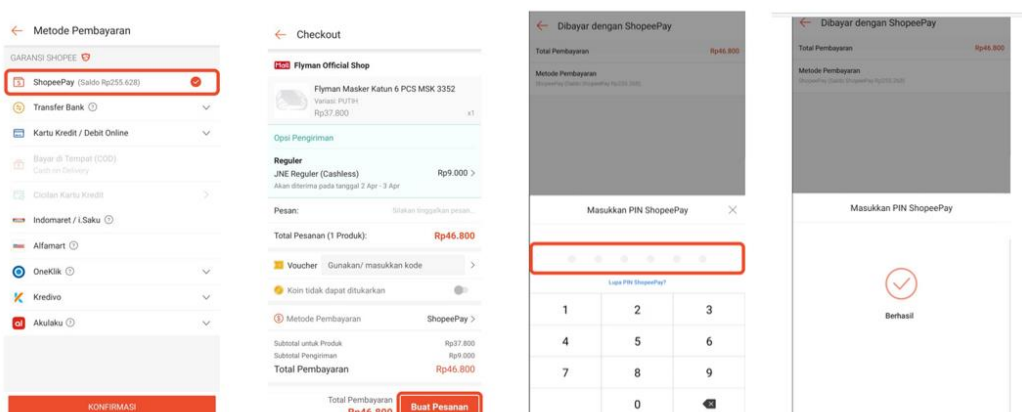
Berikutnya, langkah-langkah yang harus Anda ketahui saat menggunakan dompet digital favorit ketika melakukan transaksi digital:



Bagan V.3. Langkah-langkah Penggunaan Dompet Digital

Sumber: Olahan Penulis

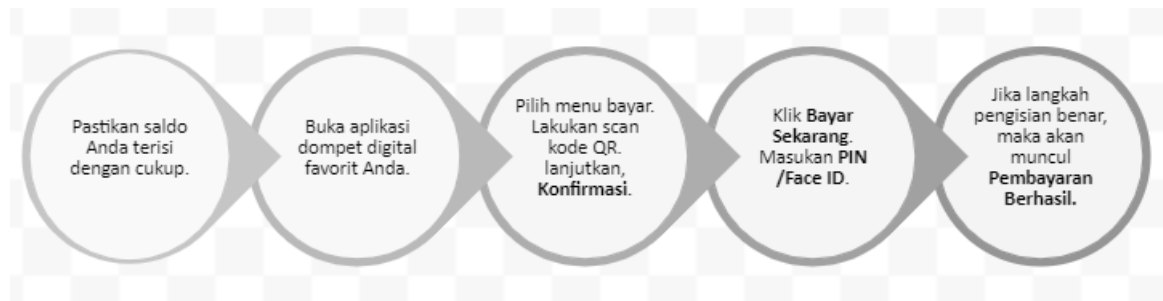
Berikut tangkapan layar sebagai contoh dalam pembayaran menggunakan ShopeePay melalui aplikasi Shopee:



Gambar V.6. Langkah-langkah Pembayaran dengan dengan ShopeePay

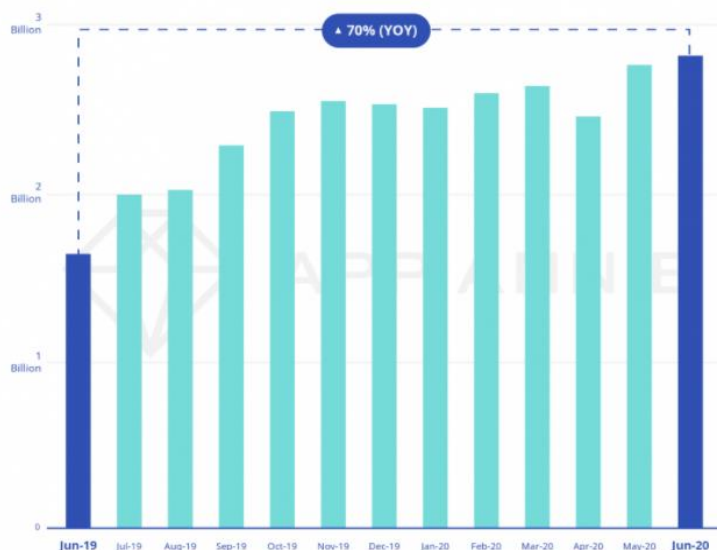
Sumber: Dokumentasi Penulis dari Aplikasi Shopee (2021)

Penggunaan dompet digital adalah alternatif praktis yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia saat melakukan pembayaran secara nontunai di beberapa mitra dagang yang bekerja sama. Bagaimana caranya? Ikuti langkah-langkah mudah berikut:



Bagan V.4. Langkah-langkah Pembayaran Nontunai dengan Dompet Digital
Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Ipsos terhadap 1.000 responden menunjukkan bahwa kebanyakan pengguna dompet digital di Indonesia tidak hanya berfokus pada satu *brand* dompet digital saja (Devita, n.d.). Pengguna bisa memiliki lebih dari satu dompet digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi digital mereka. Ipsos menyimpulkan sebanyak 47% pengguna memiliki 3 atau lebih akun dompet digital pada ponsel mereka. Lebih lanjut, 28% pengguna memiliki 2 akun dompet digital, dan 21% lainnya hanya memiliki 1 akun dompet digital.



Gambar V.11. Pengguna Menggunakan Lebih Dari Satu *Brand* Dompet Digital

Sumber: Iprice (2020)

Gambar V.12. menunjukkan penggunaan aplikasi finansial di Indonesia mengalami peningkatan total sesinya dari bulan ke bulan. Analisis sesi pada aplikasi finansial di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan hingga 70% sejak Juni 2019 hingga Juni 2020. Peningkatan ini diduga karena adanya penggunaan lebih dari satu *brand* dompet digital yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia.

Apa yang menyebabkan terjadinya penggunaan lebih dari satu *brand* dompet digital yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia? Menurut hasil wawancara yang dilakukan penulis secara daring kepada beberapa pengguna dompet digital, mereka menggunakan lebih dari satu *brand* dompet digital karena sejumlah alasan, di antaranya karena iming-iming promo/diskon/*cashback*, menyesuaikan lokapasar yang digunakan, menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan, menyesuaikan lokasi/daerah saat menggunakan dompet digital, dan mengejar biaya gratis saat transfer antarbank.

Berikut adalah beberapa tips yang bisa dipilih untuk menghindari kebingungan dalam menentukan pilihan dompet digital (Kurnia dkk., 2020):

Pertama, kenali masing-masing karakteristik dari setiap dompet digital yang ada. Masing-masing dompet digital memiliki layanan yang berbeda-beda.

Kedua, tentukan peruntukkan dan kebutuhannya. Jika kebutuhan yang akan dipenuhi untuk segala hal, seperti untuk pembelian pulsa/data, pembayaran listrik, pembayaran TV Kabel, pembayaran kartu pascabayar, isi ulang *e-money*, pembayaran PDAM, pembayaran transportasi umum, dan pembayaran tiket bioskop, maka Dana adalah dompet digital yang

Hal penting lainnya yang perlu diingat adalah dalam menentukan kebutuhan. Tentukan kebutuhan-kebutuhan apa saja yang memang diprioritaskan. Dengan demikian, kita dapat terhindari dari kebiasaan berbelanja berlebihan hanya karena untuk memenuhi keinginan ketimbang kebutuhan.

Bagan V.5. Tips Memilih Dompet Digital

Sumber: Kurnia dkk. (2020)

TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI LOKAPASAR

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi mengakibatkan banyak perubahan yang memaksa kita harus menyesuaikan diri. Keadaan ini juga dibarengi dengan komitmen Indonesia setelah diluncurkannya "*Making Indonesia 4.0*" (Perindustrian, 2019) April 2018

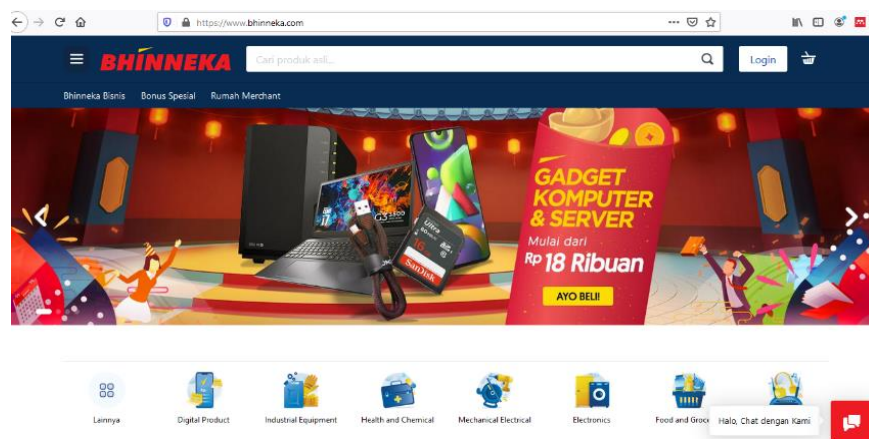
lalu, bahwa Indonesia dan seluruh perangkatnya siap menghadapi revolusi industri yang lebih maju. Termasuk menghadapi perubahan—dari aktivitas yang mulanya menggunakan cara konvensional kemudian dengan adanya revolusi industri siap berganti menjadi cara digital. Salah satunya adalah dengan kemunculan transaksi, lokapasar, dan dompet yang serba digital.

Lokapasar (*marketplace*), adalah satu *platform* yang menawarkan produk dan layanan dari banyak penjual yang dapat dibeli oleh klien/pembeli. Sebagian besar produk dan layanan yang dijual berasal dari perusahaan eksternal, meskipun beberapa *platform* juga dapat menawarkan produk mereka sendiri (Kawa & Wałęsiak, 2019). Konon menggunakan lokapasar tertentu adalah pilihan terbaik bagi para penjual dalam menjual produk dan jasa, karena bisa menekan biaya yang harus dikeluarkan, demi efisiensi dan profitabilitas untuk promosi dalam rangka peningkatan pendapatan (Pranashop, 2019; Zinkhan, 2005). Pada tataran ini pihak lokapasar adalah yang memegang kendali promosi dan yang bertanggung jawab atas biaya-biaya operasional lain yang harus dikeluarkan. Mode lokapasar adalah pilihan yang disukai penawaran produk sangat beragam (Tian dkk., 2018). Ketersediaan penjual yang banyak untuk satu barang yang dicari dalam lokapasar—juga menjadi poin yang sangat menguntungkan bagi para pembeli karena pembeli dapat membandingkan harga dari satu toko dengan toko lainnya.

Hadirnya lokapasar seperti saat ini sungguh memudahkan kita sebagai pengguna dalam melakukan transaksi jual beli dari mana dan kapan saja (Rosusana, 2008). Selain itu, melalui lokapasar, pembeli dapat menemukan penjual yang menyediakan barang-barang yang belum dijual di toko-toko pada umumnya. Misalnya sepatu dengan merek dan seri tertentu atau barang elektronik yang belum masuk secara resmi di gerai-gerai konvensional.

Pilihan lain melakukan transaksi jual beli melalui lokapasar adalah alasan keamanan yang lebih terjamin jika dibandingkan dengan bertransaksi digital (Mustikasari, 2019). Pengguna juga akan disarankan melakukan pembayaran melalui nomor rekening resmi dari lokapasar. Sebab jika barang/jasa yang dibeli sudah diterima, maka pihak lokapasar yang akan menyalurkan dana kepada penjual.

Indonesia adalah negara berkembang yang paling adaptif dalam mengembangkan lokapasar. Hal ini terbukti dengan banyaknya lokapasar yang terus bermunculan dari tahun ke tahun. Lokapasar pertama yang tumbuh dan berkembang di Indonesia adalah Bhinneka.com. Lokapasar pelopor ini hadir membersamai masyarakat Indonesia dari tahun 1993. Hingga kini, Bhineka.com yang identik dengan produk IT-nya masih tetap eksis dengan menawarkan berbagai inovasinya. Salah satu inovasi yang dirintis dan ditawarkannya adalah layanan sektor jasa. Bhineka.com hadir dengan inovasi tersebut untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelaku bisnis maupun konsumen (Werdingisih, 2020). Layanan lain yang juga disediakan oleh Bhineka.com adalah layanan jasa perpajakan, pengelolaan sumber daya manusia, hingga layanan pemeriksaan kesehatan (Aryanto, 2019).

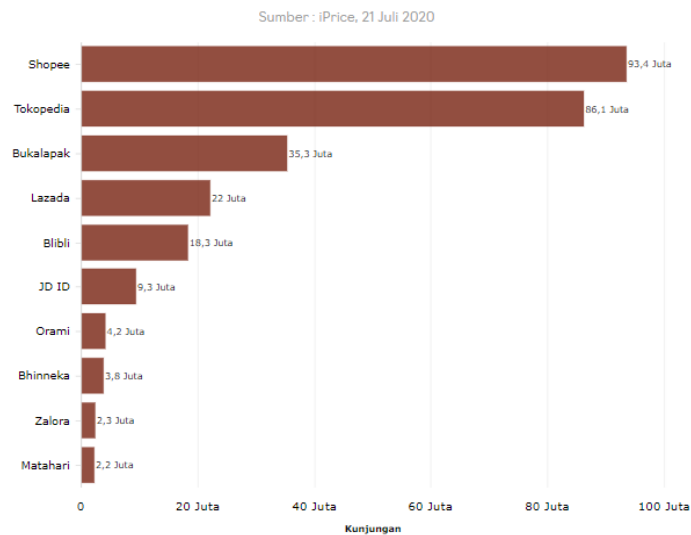


Gambar V.12. Laman Lokapasar Bhinneka.com

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Laman Bhinneka.com (2021)

Kehadiran dan kesuksesan Bhinneka.com sebagai pelopor lokapasar di Indonesia diikuti oleh lokapasar baru, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, JD.ID, Orami, Sociolla, Zalora, dan masih banyak lagi lokapasar lainnya.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh iPrice, Shopee menempati posisi sebagai lokapasar terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan rata-rata kunjungan sebanyak 93,4 juta per bulannya (Jayani, 2020). Posisi lokapasar berikutnya diikuti oleh Tokopedia dengan rata-rata kunjungan sebanyak 86,1 juta per bulannya.



Gambar V.13. Persentase Lokapasar Terbanyak Digunakan

Sumber: Katadata (2020)

LOKAPASAR YANG TERBANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA

Shopee merupakan lokapasar yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Di balik kesuksesan yang diraih oleh Shopee, ada Chris Feng sebagai pendiri dan pemilik dari SEA Group. Shopee didirikan pada tahun 2015 lalu di Singapura hingga akhirnya melakukan ekspansi ke beberapa negara Asia Tenggara, seperti Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan tentunya Indonesia. Chris Feng memilih melebarkan sayap Shopee ke Indonesia bukan tanpa alasan. Indonesia memiliki jumlah penduduk yang sangat besar dan pengguna internet di tanah air juga sangat tinggi. Tidak salah bahwa Indonesia sendiri memiliki kontribusi mencapai 30% dari total pasar yang diraih oleh Shopee.



Gambar V.14. Chris Feng, Pemilik Shopee

Sumber: Olahan Penulis

Shopee berhasil melakukan promosi dalam waktu singkat karena dibuat semenarik mungkin dengan fitur-fitur yang ditawarkan. Shopee hadir ke masyarakat luas sebagai *platform* berbasis *desktop* dan *mobile*. Namun saat ini Shopee fokus pada basis *mobile*, karena digunakan lebih mudah dan praktis. Dengan demikian pembelian maupun penjualan mudah dan cepat dilakukan. Dalam kurun waktu 4 tahun, Shopee berkembang sangat pesat menemani masyarakat Indonesia dan menjadi pilihan lokapasar terbaik untuk berbisnis dan berbelanja (Muhammad, 2020).

Shopee memiliki fitur-fitur terbaik yang sangat disenangi oleh pembeli. Konon fitur-fitur inilah yang membuat Shopee ada di hati penggunanya. Di antaranya fitur gratis ongkir, COD, *cashback* dan *voucher*, Shopee Coin dan Shopee Pay, Shopee Game, *Flash Sale*, My Campaigns Shopee, Top Picks from Shop, dan My Ads. Shopee Game adalah fitur yang dihadirkan oleh Shopee yang tidak dimiliki oleh lokapasar lainnya. Melalui Shopee Game selain berbelanja—pengguna dapat memainkan *game-game* yang tersedia, seperti Goyang Shopee, Shopee Potong, Shopee Goyang Jari, Shopee Poli, Shopee Tanam, Shopee Candy, Shopee Lempar, dan yang terbaru adalah Shopee Candy dan Shopee Link. Pemenang dari Shopee Game akan mendapatkan berbagai macam *reward* yang bisa digunakan pembeli saat melakukan transaksi (Kledo, n.d.).

Berikut langkah-langkah mendasar yang dapat dilakukan agar Anda tidak keliru saat bertransaksi melalui lokapasar:

1. Temukan produk yang diinginkan dengan menjelajahi berbagai kategori dan subkategori menggunakan fitur pencarian.
2. Pilih produk yang diinginkan dari hasil pencarian.
3. Jika ingin membuat penawaran dengan penjual, kebanyakan lokapasar menyediakan fitur *chat* untuk memudahkan pembeli berkomunikasi langsung dengan penjual. Jika penawaran selesai dilakukan, ikon keranjang digunakan untuk memasukkan produk ke keranjang belanja untuk membuat pesanan.
4. Apabila produk yang diinginkan memiliki variasi ukuran, jenis, warna, dan model yang harus dipilih, setelah klik ikon keranjang pembeli harus menentukan pilihan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke proses *checkout*.
5. Selanjutnya Kita akan diarahkan ke halaman keranjang belanja. Pilih produk yang ingin dibeli dan pilih *voucher* yang ingin digunakan jika ada. Apabila Anda memiliki voucher dan bonus-bonus lainnya, Anda dapat menggunakannya untuk mengurangi total belanja. Lalu klik *Checkout*.
6. Pada halaman *checkout*, pastikan alamat pengiriman sudah benar, kemudian pilih jasa kirim dan tentukan jam pengiriman: pengiriman setiap saat atau pengiriman pada jam kantor.
7. Pilih metode pembayaran yang diinginkan.
8. Apabila pembayaran sudah berhasil dilakukan pembeli akan mendapatkan konfirmasi dari lokapasar secara langsung dan produk yang kita beli akan otomatis ada di halaman pesanan dengan menunjukkan status-status dari proses pengiriman. Beberapa lokapasar juga menyediakan fitur **Hubungi Penjual** jika kita sebagai pembeli masih memiliki pertanyaan terkait pesanan Anda.

Berikut tips saat melakukan transaksi pembelian yang dapat anda lakukan di lokapasar-lokapasar favorit anda. *Pertama*, jangan lupa membandingkan harga satu produk dari satu toko ke toko digital lain yang menjual barang yang sama. Hal ini adalah keunggulan dan

kemudahan yang dapat kita lakukan secara praktis saat belanja digital jika dibandingkan belanja secara konvensional.

Kedua, pilihlah harga yang sesuai dengan kemampuan finansial berikut juga kesesuaian keterangan barang yang dicantumkan oleh penjual. Pastikan keterangan barang yang dicantumkan oleh penjual tidak bertele-tele dan masuk akal dengan kondisi barang sesungguhnya. Pada tahapan ini kita bisa melihat peringkat penjual dengan perolehan bintang yang dicapai selama penjualan mereka. Peringkat penjual juga dapat diyakini lebih lanjut dengan memperhatikan komentar-komentar yang diberikan oleh banyak pembeli pada setiap penjualan barangnya. Hal ini semakin menambah keyakinan sebagai pembeli saat memutuskan melanjutkan transaksi pembelian melalui Shopee.

Jika tertarik mendaftarkan diri sebagai penjual di beberapa lokapasar favorit Anda, ada hal penting yang juga harus diketahui untuk menyikapi diri sebagai penjual yang royal. Pada umumnya lokapasar menyajikan banyak toko yang berkemungkinan menjual barang yang sama. Oleh karenanya, penting sebagai penjual untuk menerapkan tips berikut agar toko digitalnya menjadi toko digital favorit. *Pertama*, upayakan menggunakan foto produk yang menarik agar pembeli dapat mempertimbangkan foto yang Anda gunakan saat memutuskan membeli produk. Upayakan menggunakan foto asli. Foto asli adalah salah satu pertimbangan pembeli milenial saat memilih dan memilah toko yang akan dipilih ketika melakukan transaksi digital.

Kedua, berikan keterangan yang jelas dan jujur terkait produk atau jasa yang dijual. Kejujuran sebagai penjual adalah tolak ukur yang harus dijaga jika menginginkan pembeli mau berlangganan di toko digital Anda. *Ketiga*, berikan pelayanan yang baik kepada pembeli jika ada yang bertanya melalui fitur chat yang telah disediakan masing-masing lokapasar.. *Keempat*, berikan harga terbaik dan promo menarik. *Kelima*, terakhir adalah tips jaminan sebagai penjual, bahwa pembeli tidak akan lari ke toko yang lain, jika harga dan promo yang ditawarkan sebanding dengan kualitas barang yang dijual. *Keenam*, manfaatkan fitur-fitur seperti My Campaigns Shopee dan My Ads agar toko digital semakin terdepan.

BERTRANSAKSI DIGITAL DENGAN AMAN

Segala kemudahan yang dapat kita rasakan sejak adanya internet, membuat banyak aktivitas dapat kita lakukan dengan aman dan nyaman. Di antaranya adalah dengan melakukan transaksi digital dari rumah dan mengurangi kontak langsung dengan menggunakan metode pembayaran secara tunai. Oleh karenanya, transaksi digital dengan dompet digital dan lokapasar yang beragam semakin dekat pada keseharian kita.

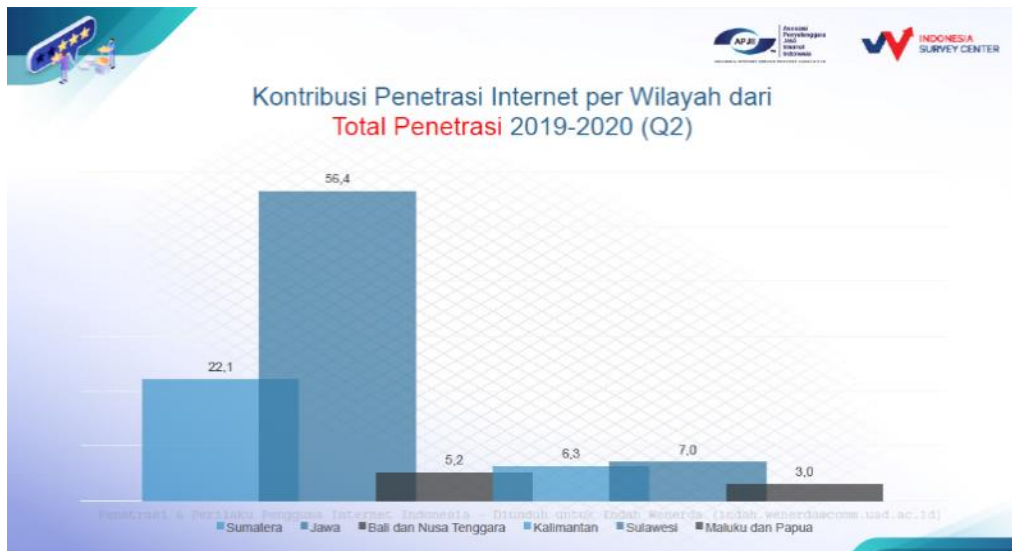
Hal-hal penting yang harus kita ketahui dalam melakukan transaksi digital adalah transaksi yang aman. Bila melalui lokapasar, lakukan pembayaran ke rekening lokapasar yang resmi. Setelah melakukan konfirmasi bila barang sudah diterima, pihak lokapasar yang akan menyalurkan dananya ke penjual. Tahap aman seperti ini akan menghindarkan kita dari penipuan saat berbelanja digital. Demikian juga dengan pembayaran nontunai menggunakan dompet digital. Segala transaksi digital yang bekerja sama dengan penyelenggara dompet digital yang ada dan berkembang di Indonesia dapat dilakukan dengan mudah, praktis, dan nyaman.

PENUTUP

Sejak adanya internet, banyak aktivitas dapat kita lakukan dengan aman dan nyaman, termasuk transaksi daring. Lebih-lebih pada masa pandemi COVID-19 saat ini, segala aktivitas dianjurkan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat. Alih-alih mengambil risiko, transaksi jual beli pun saat ini lebih banyak dilakukan dari rumah. Hal ini yang membuat para pengembang berlomba-lomba menyediakan *platform* transaksi daring yang mendukung, di antaranya aplikasi dompet digital dan lokapasar.

Sayangnya, kondisi infrastruktur internet yang belum merata di Indonesia berimplikasi pada kesenjangan kecakapan masyarakat dalam praktik transaksi digital. Dengan demikian, bab ini hadir membersamai masyarakat Indonesia untuk siap menghadapi era digital sesungguhnya. Salah satunya melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari cukup dengan melalui telepon pintar di genggam. Segala kebutuhan mulai dari makanan, pakaian, hingga kebutuhan tambahan lainnya dapat diperoleh melalui transaksi digital.

Rekomendasi Bertransaksi Digital untuk Wilayah 3T



Gambar V.15. Grafik Pengguna Internet per Wilayah

Sumber: APJII (2020)

Akses internet disadari memang belum merata di seluruh Indonesia. Dengan demikian, tidak seluruh daerah di Indonesia pun bisa merasakan pengalaman bertransaksi digital. Misalnya bagi mereka yang berada di wilayah 3T, transaksi digital akan mengalami halangan karena keterbatasan infrastruktur internet. Dengan keterbatasan ini, lokapasar dan dompet digital tentu sulit membuka kerja sama dengan mitra dagang di daerah 3T dalam mewujudkan metode pembayaran nontunai dan transaksi digital lainnya.

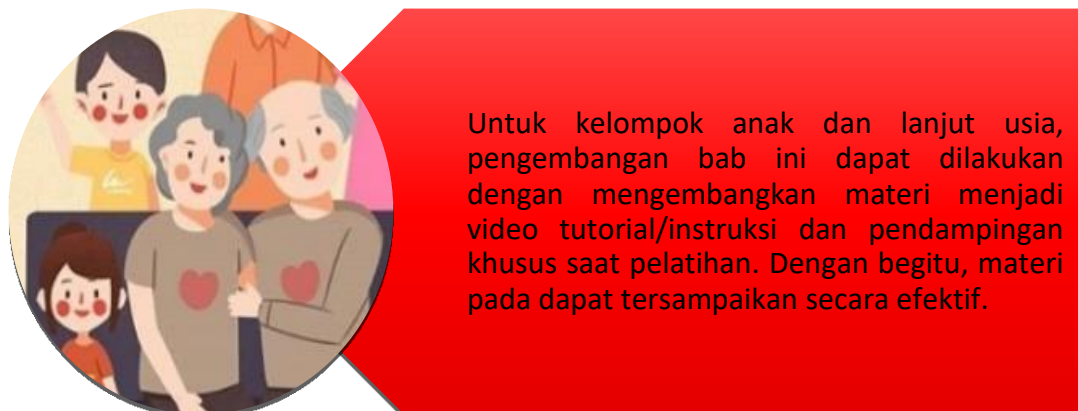
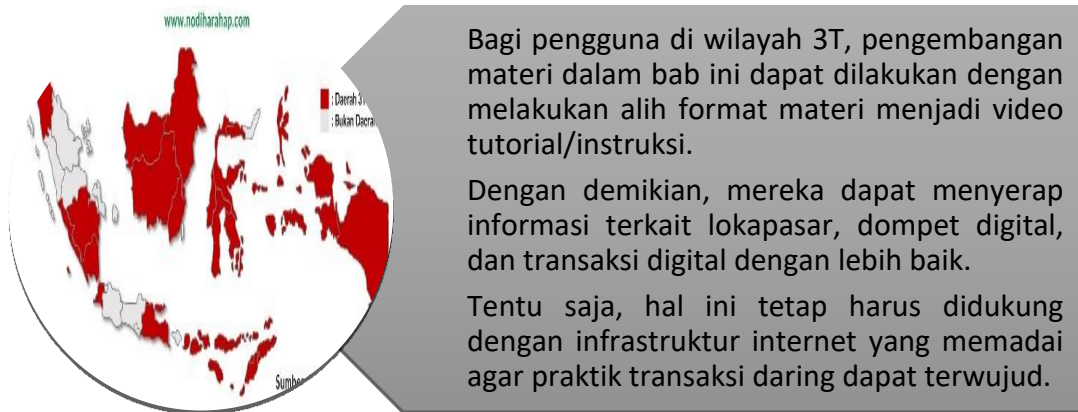
Dengan demikian, sinergisme pemerintah salah satunya melalui penyusunan Strategi Nasional Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal (Stranas PPDT) tahun 2020-2024 dapat diupayakan segera. Hal ini agar transaksi digital dapat terwujud untuk seluruh wilayah di Indonesia.

Rekomendasi Bertransaksi Digital untuk Anak dan Lanjut Usia

Untuk kelompok usia tertentu seperti anak-anak dan lanjut usia, diperlukan pengawasan khusus dalam melakukan transaksi digital melalui lokapasar atau transaksi digital melalui mitra dagang yang bekerja sama. Hal ini penting agar kelompok-kelompok usia ini tidak

menjadi sasaran empuk dari pihak-pihak yang hendak memanfaatkan situasi untuk tindak penipuan.

Secara spesifik terkait dengan pengembangan bab, dijabarkan sebagai berikut:



Bagan V.6. Arah Pengembangan Bab

Sumber: Olahan Penulis

Akhirnya, semoga bab ini dapat memudahkan aktivitas ekonomi sehari-hari masyarakat Indonesia di era 4.0. Selain itu, dapat menjadi antisipasi bagi kita agar terhindar dari segala penipuan yang mungkin sedang mengintai. Panduan praktis ini dapat dikembangkan lagi secara spesifik untuk kebermanfaatan yang lebih maksimal dalam memandu kita di masa mendatang.

EVALUASI KOMPETENSI

Evaluasi ini dibuat untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman atas informasi yang diperoleh terkait lokapasar, dompet digital, dan transaksi digital dalam bab ini. Berkenaan dengan itu, dimensi evaluasi yang diujikan terkait pada tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Aspek kognitif berkaitan tentang kemampuan mengetahui informasi terkait lokapasar, dompet digital, dan transaksi digital. Aspek afektif berkaitan tentang kemampuan memahami informasi terkait lokapasar, dompet digital, dan transaksi digital. Terakhir, aspek konatif berkaitan tentang kemampuan saat mempraktikkan informasi terkait lokapasar, dompet digital, dan transaksi digital langsung pada perangkat digitalnya.

No	Aspek Terlatih	Pertanyaan
1.	Kognitif	Apa saja dompet digital yang Anda ketahui?
2.		Aplikasi lokapasar apa saja yang Anda ketahui?
3.	Afektif	Dompet digital apa saja yang Anda gunakan saat ini?
4.		Kapan Anda menggunakan dompet digital?
5.		Transaksi-transaksi apa saja yang Anda lakukan dengan metode pembayaran nontunai?
6.		Berapa kali Anda menggunakan aplikasi lokapasar dalam satu minggu?
7.		Aplikasi lokapasar apa saja yang Anda gunakan saat ini?
8.	Konatif	Periksa, apakah telepon pintar Anda sudah terkoneksi internet dengan baik?
9.		Periksa, apa saja isi keranjang yang ada pada aplikasi lokapasar Anda saat ini? Apakah sudah sesuai dengan kebutuhan yang diprioritaskan atau belum?
10.		Periksa, transaksi digital apa yang terakhir Anda lakukan?

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). Laporan survei internet APJII 2019 – 2020. Diperoleh dari <https://apjii.or.id/survei>
- Aryanto, A. (2019, November 25). Bhinneka.com bertransformasi jadi business super-ecosystem, layanannya makin beragam. *Warta Ekonomi*. Diperoleh dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read258332/bhinneka-com-bertransformasi-jadi-business-super-ecosystem-layanannya-makin-beragam.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Sosial dan kependudukan*. Diperoleh dari <https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html#subjekViewTab1>
- Devita, V. (n.d.). *E-Wallet lokal masih mendominasi Q2 2019-2020*. Diperoleh dari <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Fadilla, A. (2020, Mei 8). Pengguna DOKU e-wallet capai 3 juta, DOKU optimalkan beberapa produk. *Kontan*. Diperoleh dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-doku-e-wallet-capai-3-juta-doku-optimalkan-beberapa-produk>
- Fahri. (2020, Desember 19). Evolusi e-commerce Indonesia. Diperoleh dari <https://powercommerce.asia/evolusi-e-commerce-indonesia/>
- Husaini, A. (2020, Agustus 24). Snapcart Indonesia riset pertumbuhan e-wallet dalam tiga bulan, ini hasilnya. *Kontan*. Diperoleh dari [https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-indonesia-ri-set-pertumbuhan-e-wallet-dalam-tiga-bulan-ini-hasilnya#:~:text=Selain menjadi e-wallet dengan,\(8%25 dari total\)](https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-indonesia-ri-set-pertumbuhan-e-wallet-dalam-tiga-bulan-ini-hasilnya#:~:text=Selain%20menjadi%20e-wallet%20dengan%20%288%25%20dari%20total%29)
- Indraini, A. (2020, Februari 19). Lippo jual saham di OVO, siapa pembelinya?. *Detikfinance*. Diperoleh dari <https://finance.detik.com/infrastruktur/d-4906283/lippo-jual-saham-di-ovo-siapa-pembelinya>
- Irfan, L. (2019). 5 keuntungan menggunakan aplikasi DANA. Diperoleh dari <https://pointsgeek.id/aplikasi-dana/>
- Jati, A. (2020). Penetrasi dompet digital tembus 29% di selama pandemi. *Detikinet*. Diperoleh dari <https://inet.detik.com/business/d-5186638/penetrasi-dompet-digital-tembus-29-di-selama-pandemi>
- Jayani, D. (2020, Juli 21). Peta persaingan e-commerce Indonesia pada kuartal II-2020. *Katadata*. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e->

commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020

- Kawa, A., & Wałęsiak, M. (2019). Marketplace as a key actor in e-commerce value networks. *Logforum*, 15(4), 521–529. Diperoleh dari <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2019.351>
- Sikapi. (n.d.). Kelebihan dan kekurangan belanja online. Diperoleh dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20608>
- Kledo. (n.d.). *5 fitur terbaik di Shopee, jualan mudah untung berlimpah*. Diperoleh dari <https://kledo.com/blog/fitur-terbaik-shopee/>
- Kurnia, N., Sadasri, L.M., Angendari, D.A.D., Yuwono, A.I., Syafrizal, Monggilo, Z.M.Z., Adiputra, W.M. (2020). *Yuk, sahabat perempuan bertransaksi digital dengan cermat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.
- CNN Indonesia. (2020, Februari 6). Tren dan peluang industri e-commerce di Indonesia 2020. *CNN Indonesia*. Diperoleh dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>
- Muhammad, E. (2020). Biografi Chris Feng, pendiri shopee marketplace nomor satu di Asia Tenggara. Diperoleh dari <http://www.biografi.co.id/2020/09/biografi-chris-feng-pendiri-shopee.html>
- Mustikasari, I. (2019). [PANDUAN] Belanja aman tanpa takut ketipu di toko online. *Iprice*. Diperoleh dari <https://iprice.co.id/trend/insights/panduan-lengkap-belanja-online-yang-aman-di-marketplace-indonesia/>
- Perindustrian, K. (2019). Making Indonesia. *Making Indonesia*, 1–8. Diperoleh dari <https://doi.org/10.7591/9781501719370>
- Pertiwi, W. (2020, Desember 12). Sejarah harbolnas, belanja setiap 12.12 yang kini tak lagi sakral. *Kompas*. Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/12/12/08010007/sejarah-harbolnas-belanja-setiap-1212-yang-kini-tak-lagi-sakral?page=all>
- Pranashop. (2019, Juli 18). Perbedaan online shop, marketplace, dan ecommerce - komunitas Bukalapak. Diperoleh dari <https://komunitas.bukalapak.com/news/120754-perbedaan-online-shop-marketplace-dan-e-commerce>
- Rosusana, Y. (2008). *Pemasaran baru bisnis lighter/korek api melalui internet (e-commerce)* (Master thesis, Universitas Indonesia, Jakarta). Diperoleh dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/120017-T%2025409-Pemasaran%20baru-HA.pdf>

- Safitri, I. (2016, Januari 5). Polisi tangkap penipu di forum jual-beli kaskus. *Tempo*. Diperoleh dari <https://metro.tempo.co/read/733128/polisi-tangkap-penipu-di-forum-jual-beli-kaskus>
- Shopee. (n.d.). Bagaimana cara checkout produk di shopee? Diperoleh dari <https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-berbelanja-di-Shopee>
- Tian, L., Vakharia, A. J., Tan, Y. R., & Xu, Y. (2018). Marketplace, reseller, or hybrid: Strategic analysis of an emerging e-commerce model. *Production and Operations Management*, 27(8), 1595–1610. Diperoleh dari <https://doi.org/10.1111/poms.12885>
- Tumbuh Usaha, T. D. (2019, Januari 11). Macam-macam sistem pembayaran pada bisnis e-commerce. Diperoleh dari <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/keuangan/macam-macam-sistem-pembayaran-pada-bisnis-e-commerce>
- Werdiningsih, R. (2020, Juni 1). Ekspansi meski tetap bidik korporasi. *Kontan*. Diperoleh dari <https://insight.kontan.co.id/news/ekspansi-meski-tetap-bidik-korporasi>
- Winarto, Y. (2019, November 28). Kata direktur lippo group soal kepemilikan saham OVO. *Kontan*. Diperoleh dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/kata-direktur-lippo-group-soal-kepemilikan-saham-ovo>
- Zinkhan, G. M. (2005). The marketplace, emerging technology and marketing theory. *Marketing Theory*, 5(1), 105–115. Diperoleh dari <https://doi.org/10.1177/1470593105049603>

Bab 6

Cakap Bermedia Digital



BAB VI

CAKAP BERMEDIA DIGITAL

Zainuddin Muda Z. Monggilo

CAPAIAN KECAKAPAN

Dapat kita simpulkan bahwa keempat indikator beserta subindikator (kompetensi) yang menyusun kecakapan digital individu tersusun dari tiga kemampuan yang masing-masingnya perlu dipraktikkan ke dalam empat wilayah *platform* digital. Individu yang cakap bermedia digital dinilai mampu mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan lunak dalam lanskap digital, mesin pencarian informasi, aplikasi percakapan dan media sosial, serta aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.



Bagan VI.1. Cakap Bermedia Digital

Sumber: Olahan Penulis

Kita dapat mencapai kecakapan digital dalam *platform* lanskap digital apabila kita mengetahui dan memahami ragam perangkat keras dan perangkat lunak yang menyusun lanskap digital (ruang maya). Tidak hanya itu, dalam indikator ini, setiap kita diharapkan bisa mengoptimalkan penggunaan perangkat digital utamanya perangkat lunak sebagai fitur proteksi dari serangan siber. Hal ini penting mengingat serangan siber ini tidak saja berdampak secara teknis pada terganggunya operasional sistem digital, tetapi juga merusak tatanan sosial di dunia nyata melalui rekayasa informasi (Monggilo, Kurnia, & Banyumurti, 2020). Dengan begitu, implementasi dari kecakapan indikator ini dapat mendorong terwujudnya dunia digital dan dunia nyata yang aman dan nyaman untuk dihuni.

Kecakapan digital dalam mesin pencarian informasi ditandai dengan kemampuan kita untuk mengetahui dan memahami cara-cara mengakses macam-macam mesin pencarian informasi yang tersedia. Alat teknologi ini sudah melekat pada keseharian kita dalam memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini terkonfirmasi dalam data perilaku pencarian informasi daring masyarakat Indonesia yang diterbitkan oleh We Are Social dan Hootsuite per Januari 2021. Dalam data tersebut disebutkan bahwa sebesar 99,2% dari pengguna internet di Indonesia terbiasa menggunakan berbagai mesin pencarian informasi dari berbagai gawai yang dimilikinya ketika berselancar informasi di dunia maya (Kemp, 2021). Walau begitu, kuantitas informasi yang didapatkan kerap tidak sejalan dengan kualitas dan kemanfaatannya, sebut saja salah satunya jebakan hoaks yang masih menghantui. Olehnya itu, kita tidak saja dituntut untuk tahu dan paham mengoperasikan mesin pencarian informasi, tetapi juga mampu menyeleksi dan memverifikasi informasi yang didapatkan serta menggunakannya untuk kebaikan diri dan sesama.

Sama halnya dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam memiliki keterampilan digital mesin pencarian informasi, kita pun dihadapkan hal yang kurang lebih sama kecakapan dalam *platform* percakapan dan media sosial. Tingginya terpaan informasi palsu yang membahayakan juga kerap kita temukan dalam aplikasi percakapan dan media sosial. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, sekitar 1.402 kasus hoaks (terkait COVID-19) dalam 23 Januari – 1 Februari 2021 di Facebook, diikuti dengan 490 hoaks di Twitter, 30 hoaks di YouTube, dan 21 hoaks di Instagram (Vidi, 2021). Sementara itu, untuk aplikasi percakapan, menurut laporan Mafindo per November 2020, terdapat sekitar 13%-

15% hoaks yang beredar di masyarakat terkait COVID-19 berasal dari WhatsApp. Jumlah ini pun belum mencerminkan angka yang sebenarnya karena berasal dari laporan sukarela masyarakat saja—hoaks dalam aplikasi percakapan lebih sulit dilacak karena bersifat privat (Kompas.com, 2020). Menyadari hal ini, kita diharapkan bisa ikut menekan penyebaran hoaks melalui akun aplikasi percakapan dan media sosial yang dimiliki. Hal termudah yang bisa dilakukan adalah tidak mudah menyebarkan (asal *share*) serta melaporkan akun/konten yang dinilai melanggar ketentuan penggunaan kepada penyedia layanan.

Kecakapan terakhir yang dieksplorasi dalam modul ini adalah kecakapan dalam menggunakan dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital. Sebagai aktivitas yang kian marak dilakukan oleh masyarakat, transaksi daring bukan tanpa risiko yang mengintai. Kasus penipuan dari skala kecil, seperti pemalsuan keterangan hingga skala besar, seperti transaksi bodong yang menjerat penjual maupun pembeli bisa terjadi kepada dan oleh siapa saja. Oleh karena itu, dengan mengenal ekosistem transaksi daring—di antaranya penggunaan dompet digital, lokapasar, serta transaksi digital—dengan lebih baik, kita bisa terhindar dari kegiatan terkait yang merugikan.

REKOMENDASI PENGEMBANGAN DAN AKSI

Rekomendasi pengembangan (hilirisasi dan penggunaan) modul ini bisa diwujudkan dan diintegrasikan dalam kurikulum atau materi pembelajaran program pendidikan dan pelatihan reguler maupun tematik di level yang berjenjang dengan kelompok target yang bervariasi. Level berjenjang dapat dimaknai sebagai level tingkat pendidikan formal mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi maupun sebagai level capaian dari keterampilan yang hendak dicapai, misalnya level pemula hingga level mahir.

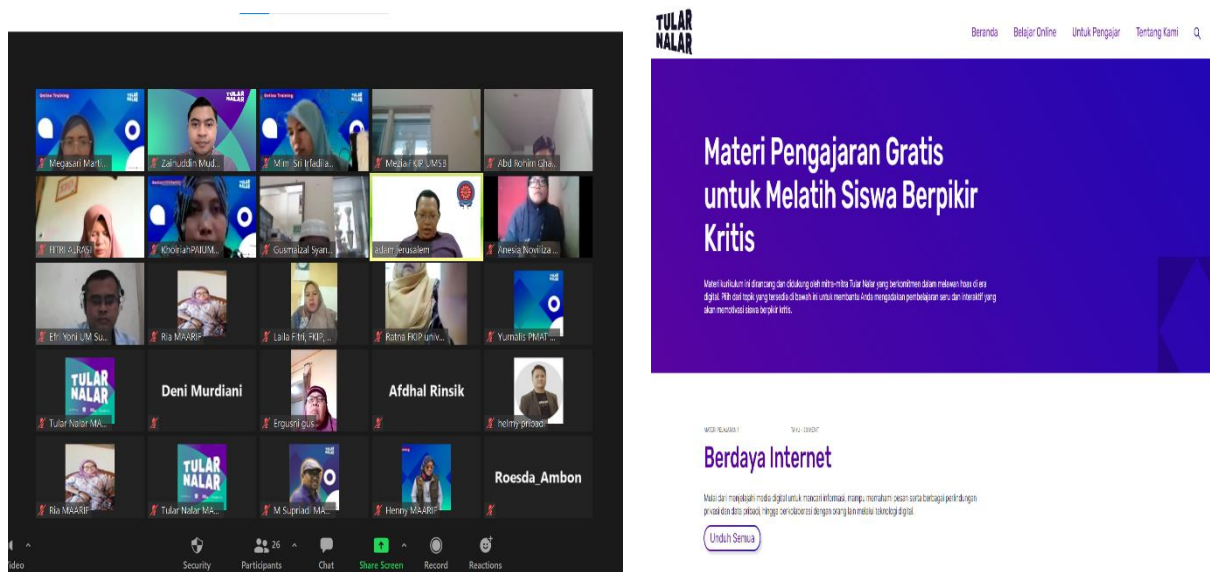


Bagan VI.2. Pengajaran Modul dalam Jenjang Pendidikan

Sumber: Olahan Penulis

Oleh karena modul ini diporsikan untuk memberikan pemahaman mendasar, maka capaian keterampilan yang ditargetkan adalah pada jenjang pemula dengan fokus pada pengenalan keempat indikator yang tersedia. Selain itu, perlu dicatat pula bahwa materi terkait aplikasi percakapan dan media sosial serta dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital perlu disesuaikan sebab adanya pertimbangan ideal atas batas minimal usia untuk bisa mengaksesnya. Tidak saja materi, metode integrasi dan penyampaian pun perlu disesuaikan. Misalnya materi diintegrasikan pada mata pelajaran/mata kuliah yang relevan, diajarkan sebagai kegiatan ekstrakurikuler, diagendakan sebagai kegiatan organisasi siswa/mahasiswa, atau disinergikan dengan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di level pendidikan tinggi.

Contoh yang pertama adalah pengintegrasian kurikulum literasi digital dalam Program Tular Nalar yang dikembangkan oleh Mafindo, MAARIF Institute dan Love Frankie dengan dukungan dari Google.org, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Agama, Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), dan Muhammadiyah.



Gambar VI.1 & VI.2. Pelatihan Daring & Situs Web Tular Nalar

Sumber: Dokumentasi Penulis (2020) & Situs Web *tularnalar.id* (2021)

Kurikulum Tular Nalar disusun sebagai sarana pembelajaran berpikir kritis yang diwujudkan dalam berbagai format mulai dari video, situs web, artikel rubrik, dan lain-lain. Melalui pelatihan, penulis (sebagai salah satu fasilitatornya) berkesempatan untuk berbagi materi literasi media yang dapat diasah darinya. Materi yang tersedia pun dapat diunduh secara gratis dari situs web dan bisa digunakan untuk melatih siswa/mahasiswa berpikir kritis.



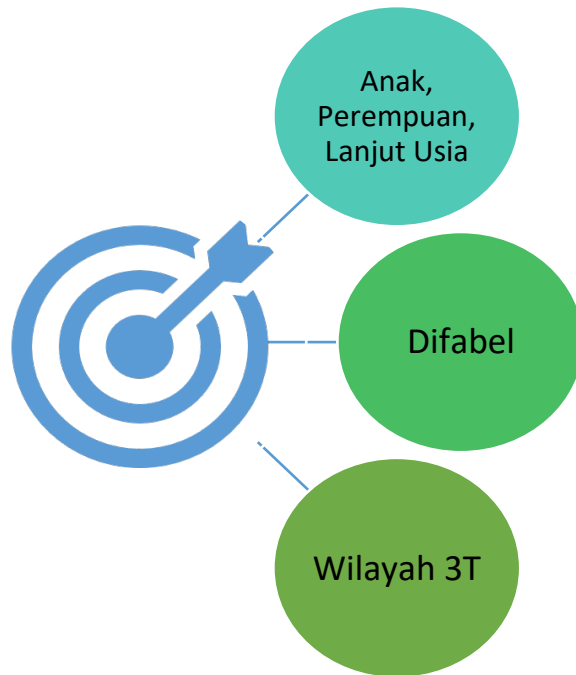
Gambar VI.3. Pelatihan Cek Fakta untuk Pers Mahasiswa

Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)

Contoh konkrit pelatihan misalnya adalah pelatihan cek fakta daring untuk pers mahasiswa yang dilakukan oleh penulis pada September 2020. Dengan target anggota pers mahasiswa di UGM, penulis bersama *trainer* jurnalis di bawah dukungan Aliansi Jurnalis Independen dan Google News Initiative mengajarkan langkah-langkah praktis bagi mahasiswa dalam melakukan pemeriksaan fakta di tengah era gangguan informasi. Jika dikontekstualisasikan pada kecakapan digital modul ini, maka materi ini bisa turut memperkaya keterampilan dalam lanskap digital, mesin pencarian informasi, serta aplikasi percakapan dan media sosial—khususnya terkait dengan perlindungan diri dari gangguan informasi yang diterima di berbagai *platform*, memverifikasi kebenarannya, serta ikut berkontribusi dalam melawannya.

Tak kalah pentingnya, penyediaan media pembelajaran interaktif (termasuk komputer/*desktop*) dan akses internet yang memadai di sekolah/kampus (Nasrullah dkk., 2017). Dengan demikian, modul ini masih membuka peluang yang lebar untuk dimodifikasi agar bisa secara tepat menyasar target pengguna dengan jenjang pendidikan dan capaian keterampilan.

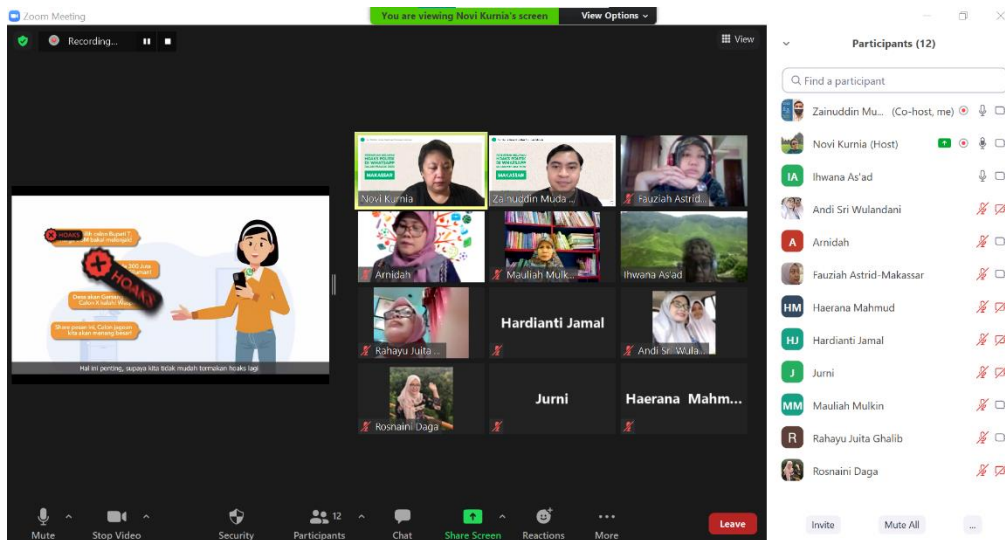
Sementara itu, kelompok sasaran yang ditekankan dalam modul ini adalah kelompok anak dan perempuan, lanjut usia, serta wilayah 3T. Tiga golongan ini dipandang penting untuk dikembangkan keterampilan digitalnya agar bisa menjadi subjek aktif dan memberi pengaruh yang lebih luas di tengah masyarakat. Sama halnya dengan pengembangan modul untuk keperluan pendidikan formal, keempat kecakapan dapat diajarkan kepada tiga khalayak spesifik dengan pertimbangan penekanan yang berbeda-beda.



Bagan VI.3. Kelompok Sasaran Modul

Sumber: Olahan Penulis

Bagi kelompok anak, perempuan dan lanjut usia, modul ini bisa dikembangkan untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyenangkan, seperti pelatihan dan sosialisasi dengan suasana yang menyenangkan, bersahabat, *engaging*, dan disertai dengan pendampingan khusus. Kita ambil contoh untuk keterampilan lanskap digital, materi yang dapat disosialisasikan misalnya adalah penggunaan fitur perlindungan keluarga yang ada di berbagai perangkat dengan dukungan tampilan visualisasi yang menarik. Materi untuk mengasah keterampilan di *platform* mesin pencarian informasi bisa disampaikan dengan fokus pada penggunaan fitur-fitur yang memudahkan pencarian kelompok ini. Sedangkan untuk keterampilan pada aplikasi percakapan dan media sosial dan aplikasi transaksi digital, materi yang sudah ada dapat dikembangkan dengan menonjolkan penjelasan pemanfaatan akun yang dimiliki agar tidak merugikan diri sendiri serta orang lain. Contoh pelatihan yang dimaksud misalnya adalah pelatihan daring melawan hoaks politik di WhatsApp pada masa pilkada serentak 2020 berikut:



Gambar VI.4. Pelatihan Perempuan Melawan Hoaks Politik di WhatsApp 2020

Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)

Pelatihan yang dilakukan secara daring tersebut ditujukan khusus untuk para tokoh perempuan di 4 kota yaitu Kota Makassar, Kabupaten Mamuju, Kota Tomohon, dan Kota Tangerang Selatan sebagai wilayah yang diidentifikasi oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) dan Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai daerah yang rentan konflik akibat hoaks (Marzuqi, 2020). Penulis yang terlibat sebagai salah satu fasilitator pelatihan untuk Kota Makassar menilai perempuan memiliki kecakapan digital yang dapat dioptimalkan sehingga tidak saja selalu menjadi korban hoaks, tetapi juga bisa menjadi agen yang memberantasnya untuk diri, keluarga, dan masyarakat sekitarnya. Olehnya itu, keterampilan digital mereka dapat diperkaya dengan pelatihan tematik seperti itu.

Bagi kelompok difabel, pengembangan modul bisa dilakukan dengan melakukan sosialisasi atau kampanye penggunaan fitur-fitur perangkat dan aplikasi digital yang ramah terhadap difabel. Dukungan kegiatan untuk kelompok ini dinilai masih minim sehingga perlu perhatian yang lebih dari kita semua. Sebagai contoh, penggunaan perangkat dan aplikasi digital yang ramah terhadap difabel ini sudah tersedia secara gratis dan cukup mumpuni fitur-fiturnya. Sayangnya, tercatat masih terbatasnya data terkait dengan tingkat penggunaan dan manfaat yang dirasakan darinya. Olehnya itu, modul ini bisa mengambil peran untuk mengaktivasi kegiatan tersebut agar kelompok difabel bisa turut memiliki keterampilan digital yang memadai.

Bagi kelompok pengguna di wilayah 3T, persoalan utama yang menjadi tantangan dalam hilirisasi modul ini adalah infrastruktur penunjang, seperti dukungan listrik dan jaringan. Jika berbicara akses sebagai kecakapan mendasar yang menyokong kecakapan literasi digital, maka tentu mustahil jika dicapai tanpa adanya kedua hal tersebut. Sebagai akibatnya, target capaian kompetensi dari modul ini menjadi kurang optimal. Meski begitu, selain mengapresiasi upaya pemerintah dalam membangun wilayah ini, kita juga bisa mengambil peran melalui penyampaian intisari modul ini dengan berkreasi materi. Kreasi materi ini dapat dilakukan dengan mendokumentasikannya dalam berbagai bentuk (tercetak maupun unduhan digital) yang diterjemahkan menjadi bahasa daerah setempat sehingga lebih mudah dipahami. Pendekatan kultur seperti ini dinilai sebagai langkah yang lebih efektif dan strategis dalam menyampaikan pesan edukasi kepada mereka. Kita ambil contoh kampanye konten digital untuk membantu percepatan penanganan COVID-19 yang dilakukan oleh Japelidi berikut ini:



Gambar VI.5. Poster Digital Kampanye COVID-19 Japelidi

Sumber: Dokumentasi Penulis dari Akun Instagram Japelidi (2020)

Konten tersebut hadir dalam 42 bahasa daerah dan dapat diunduh secara gratis melalui akun media sosial Japelidi di Instagram (<https://www.instagram.com/japelidi/?hl=en>) dan Twitter (<https://twitter.com/japelidi?lang=en>). Antusiasme warga pun positif, ada yang mencetaknya sendiri, membagikan kepada para lanjut usia, hingga membuatnya sebagai spanduk untuk dipasang di lingkungan tempat tinggal mereka (Satria, 2020). Contoh tersebut tentu saja dapat dicapai dengan sinergi yang kuat tidak saja kepada para pengajar/pegiat/aktivis/pemerhati/pembelajar literasi digital untuk wilayah 3T, tetapi juga komunitas masyarakat, pelaku bisnis, media, serta pemerintah pusat dan daerah.

PENUTUP

Modul ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif atas keterampilan atau kecakapan individu dalam bermedia digital. Walaupun begitu, kecakapan literasi digital yang diuraikan dari modul ini tentu saja tidak dapat mencakup keseluruhan aspek atau dimensi eksplorasi dalam khazanah media digital yang luas dan dinamis. Pengguna modul perlu menyadari pentingnya pembaruan berkala khususnya yang menyangkut dengan panduan langkah demi langkah (*how to*) dari sistem/alat/aplikasi digital yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Selain itu, pengguna modul juga diharapkan menggunakan modul ini bersamaan dengan seri modul lainnya yang membahas keamanan digital, budaya digital, dan etika digital, agar dapat memiliki kerangka pemahaman yang utuh mengenai kecakapan literasi digital.

Di samping itu, pengguna modul diharapkan bisa turut melakukan evaluasi diri atas pemahaman yang diperoleh dari setiap babnya. Titik tekannya tidak saja pada perubahan dimensi kognitif, afektif, dan konatif yang hendak dicapai dari masing-masing bab indikator, tetapi juga pada keberhasilan penyampaian materi. Tidak lupa, pemberi materi modul juga perlu menyediakan lembar evaluasi kegiatan (misalnya berupa *pre-test* dan *post-test*) agar indikator keberhasilan dapat terukur—tentu saja dapat disesuaikan dengan bentuk, target khalayak, dan capaian kegiatannya. Dengan demikian, pengembangan modul sesuai keperluan dapat dirasakan manfaatnya oleh berbagai pihak yang ditargetkan sehingga kecakapan bermedia digital yang diharapkan bisa terwujud.

Sebagai akhir, kolaborasi dari berbagai pihak terkait sangat diharapkan untuk mewujudkan Indonesia sebagai bangsa yang terliterasi baik. Kolaborasi ini yang tercermin dalam budaya gotong-royong masyarakat yang sudah membudaya dari dulu kala. Kontribusi sekecil apa pun yang kita berikan dalam memperbarui kemampuan diri dalam bermedia digital adalah tabungan yang bermakna besar ketika sudah melembaga dan menjadi teladan yang ditularkan kepada keluarga dan komunitas di mana kita berada.

DAFTAR PUSTAKA

- Kemp, S. (2021, Februari 11). Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Kompas.com. (2020, November 20). Jumlah hoaks di Indonesia meningkat, terbanyak menyebar lewat facebook. *Kompas*. Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/20/07385057/jumlah-hoaks-di-indonesia-meningkat-terbanyak-menyebar-lewat-facebook?page=all>.
- Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., Miftahussururi, Akbari, Q. S. (2017). *Materi pendukung: Literasi digital*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Diperoleh dari <http://repositori.kemdikbud.go.id/11635/1/cover-materi-pendukung-literasi-digital-gabung.pdf>
- Marzuqi, A. (2020, Oktober 20). Agar perempuan lebih mahir tangkal hoaks. *Media Indonesia*. Diperoleh dari <https://mediaindonesia.com/weekend/354190/agar-perempuan-lebih-mahir-tangkal-hoaks>
- Monggilo, Z. M. Z, Kurnia, N, Banyumurti, I. (2020) *Panduan literasi media digital dan keamanan siber: Muda, kreatif, dan tangguh di ruang siber*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.
- Satria. (2020, Maret 26). Lawan hoaks COVID-19 japelidi kampanye dalam 42 bahasa daerah. Diperoleh dari <https://ugm.ac.id/id/berita/19185-lawan-hoaks-covid-19-japelidi-kampanye-dalam-42-bahasa-daerah>
- Vidi, A. (2021, Februari 14). Disebut platform paling banyak hoaks COVID-19, ini jawaban facebook. *Liputan6*. Diperoleh dari <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4482685/disebut-platform-paling-banyak-hoaks-covid-19-ini-jawaban-facebook>

DAFTAR ISTILAH

Aplikasi	: Perangkat lunak komputer
<i>Baby boomers</i>	: Generasi yang lahir setelah perang dunia II.
Browser	: Penelusur situs; perangkat lunak yang berfungsi untuk menerima dan menyajikan sumber informasi dari internet.
<i>Cashless</i>	: Sistem pembayaran tanpa uang tunai.
<i>Cashback</i>	: Hadiah uang tunai setelah bertransaksi dengan menggunakan metode pembayaran tertentu.
<i>Cash on delivery</i>	: Layanan di mana konsumen/pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang dibelinya sampai ke alamat pengiriman.
<i>Checkout</i>	: Sebuah tindak yang menandakan dimulainya transaksi jual beli secara <i>online</i> .
<i>Crawling</i>	: Proses penelusuran mesin pencarian informasi dengan mengacu pada kata kunci.
Disabilitas	: Orang yang memiliki keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik.
Diseleksia	: Gangguan dalam proses belajar yang ditandai dengan kesulitan membaca, menulis, mengeja, atau berbicara dengan jelas.
Disinformasi	: Informasi yang tidak benar dan orang yang menyebarkannya juga tahu bahwa informasi itu tidak benar.
Dompet digital	: Aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara digital.
<i>Driver</i>	: Perangkat untuk membantu agar sistem operasi dapat diterjemahkan perangkat keras dan juga sebaliknya.
Ekspansi	: Perluasan wilayah suatu negara dengan menduduki (sebagian atau seluruhnya) wilayah negara lain; perluasan

	daerah.
<i>Emoji</i>	: Gambar yang digunakan dalam pesan elektronik.
<i>Emoticon</i>	: Tulisan teks yang membentuk sebuah ekspresi wajah.
<i>Firewall</i>	: Suatu program yang dapat memonitor alur penggunaan internet dan mengecek hal-hal yang dapat merugikan dan berbahaya.
Fitur	: Fungsi, kemampuan, atau desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak.
Forum Jual Beli	: Ruang diskusi jual beli antara dua orang atau lebih.
<i>Gigabyte</i>	: Satuan informasi yang menunjukkan ukuran penyimpanan komputer.
<i>Googling</i>	: Aktivitas mencari informasi melalui mesin pencarian informasi Google.
<i>Indexing</i>	: Proses pengindeksan adalah pemilahan data atau informasi yang relevan dengan kata kunci yang kita ketikkan.
Infografik	: Informasi yang disajikan dalam bentuk visual.
Inovasi	: Proses pengembangan pengetahuan.
Kompetensi Digital	Kecakapan dalam menggunakan media digital.
Lokapasar	: Pengelola dari perkumpulan para penjual yang berjualan dengan basis internet.
Malinformasi	: Sepenggal informasi benar namun digunakan dengan niat untuk merugikan seseorang atau kelompok tertentu.
<i>Malware</i>	: Perangkat lunak yang dibuat secara spesifik untuk menyebabkan masalah bagi komputer.
Misinformasi	Informasi yang tidak benar namun orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut adalah benar tanpa bermaksud membahayakan orang lain.
<i>Mobile</i>	: Perangkat lunak bergerak atau sebuah sistem perangkat lunak yang memungkinkan setiap pemakai melakukan mobilitas dengan perlengkapan PDA-asisten digital perusahaan pada telepon genggam atau seluler.

Perintis	: Yang mulai mengerjakan sesuatu.
Platform	: Tempat menjalankan program yang mencakup kode-kode.
Plug-and-play	: Dapat beroperasi dengan sistem komputer segera setelah terhubung.
Port	: Perangkat yang memungkinkan koneksi komputer dengan perangkat lainnya.
Profitabilitas	: Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.
Ranking	: Proses pemeringkatan data atau informasi yang dianggap paling sesuai dengan yang kita cari.
Rekening	: Hitungan pembayaran (uang berlangganan, uang sewa, dan sebagainya).
Retail	: Aktivitas perniagaan yang melibatkan penjualan barang atau penawaran jasa secara langsung kepada konsumen akhir.
Serangan Siber	: aktivitas berbahaya yang dilakukan oleh peretas untuk menyerang sistem komputer perseorangan, organisasi, hingga negara.
Searching	: Aktivitas mencari informasi melalui mesin pencarian informasi.
Situs web	: Situs; program komputer yang menjalankan akses ke beberapa laman.
Spam	: Merupakan berbagai pesan dalam surel yang tidak kita inginkan namun masuk ke dalam alamat surel kita.
Spyware	: Program yang beroperasi seperti virus. Namun, komputer dapat terjangkit lewat apa yang terunduh oleh <i>browser</i> .
Toko digital	: Merujuk kepada akun yang hanya fokus melakukan jualan di media sosial.
Transaksi digital	: Pembayaran nontunai (<i>cashless</i>) seperti <i>mobile banking</i>

	atau perangkat
Tunarungu	: Tunarungu adalah individu yang tidak memiliki gangguan pendengaran (nondifabel).
Tunadaksa	: Tunadaksa adalah individu yang mengalami kelainan atau cacat yang menetap pada alat gerak (tulang, sendi, otot) sedemikian rupa sehingga memerlukan pelayanan pendidikan khusus.
Tunanetra	: Tunanetra adalah istilah umum yang digunakan untuk kondisi seseorang yang mengalami gangguan atau hambatan dalam indra penglihatannya.
UU ITE	: Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan Undang-undang yang mengatur tentang Informasi Elektronik dan Transaksi.
USB	: Singkatan dari <i>Universal Serial Bus</i> , media penghubung komputer dengan perangkat lainnya.
VGA	: Singkatan dari <i>Video Graphics Array</i> , berfungsi menerjemahkan sinyal digital menjadi grafis dari komputer ke layar monitor.
<i>Video call</i>	: <i>Video Call</i> atau Panggilan Video adalah teknologi di mana kita bisa berkomunikasi seperti bertatap muka/ <i>face to face</i> langsung dengan penerima dan dengan gawai/perangkat yang terhubung ke jaringan Internet.
<i>Video messages</i>	: Pesan suara digital yang ditinggalkan oleh penelepon.
<i>Voice notes</i>	: <i>Voice notes</i> adalah salah satu fitur yang cukup membantu dalam kondisi tidak bisa mengetik pesan.
<i>Voice over</i>	: <i>Voice over</i> adalah teknik produksi di mana suara (bukan bagian dari sebuah narasi) digunakan di radio, televisi, pembuatan film atau lainnya.
<i>Wallpaper</i>	: <i>File</i> gambar yang digunakan sebagai latar belakang <i>desktop</i> antarmuka aplikasi.
Wilayah 3T	: Wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar.

DAFTAR INDEKS

A

<i>Anti-Malware</i>	36
Aplikasi	3,6,8,9,11,12,13,14,17,18,20,21,23,25,26,27,28,32,33,37,38,45,59 60,69,70,72,73,76,82,83,84,85,86,87,88,90,91,92,93,94,96,97,98,99 , 101,106,108,109,110,111, 112,113,114,115, 116,117,120,121,124, 125,126,129,130,137,140,144,145,146,147,149,150,151,153

B

<i>Brand</i>	129,130
<i>Browser</i>	31,34,70,72,85

C

<i>Cashback</i>	130,135
<i>Cashless</i>	118
COVID-19	6,16,18,41,42,45,51,66,86,87,93,109,118,122,137,145,146,152
<i>Crawling</i>	49

D

Digital	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,20,21,22,25,28,32,33,34,35,37, 38,39,40,45,46,47,67,77,78,82,84,85,100,111,112,114,118,120, 121,122,123,126,127,129,130,131,132,136,137,138,139,140,144, 145,146,147,149,150,151,152,153,154
Disabilitas	70
Disinformasi	61,63,64,65,79
Dompet digital	9,11,12,13,14,85,118,120,121,122,123,126,127,129,130,131, 137,138,139,140,144,146,147

E

<i>E-commerce</i>	118
<i>Email</i>	31
Emoji	99,100

F

Fitur	8,11,34,39,48,49,51,52,53,55,56,57,58,65,69,72,73,74,75,76,77, 87,88,90,91,92,93,94,95,96,97,98,99,101,102,105,111,112,114,121, 123,134,135,137,145,150,151
<i>Firewall</i>	35,36,37
G	
Gawai	3,14,21,24,29,31,32,34,45,52,70,76,82,85,94,95,96,97,112,145
<i>Googling</i>	46
H	
Harbolnas	119
I	
<i>Indexing</i>	49
Infografik	15,44,69,83,86,110
Internet	1,3,7,8,9,11,12,18,20,21,22,23,28,29,30,31,32,34,35,37,40,44,45,46 , 47,49,60,61,68,69,85,91,113,118,126,127,134,137,138,139,140,145 , 149
K	
Kata kunci	31,46,47,51,52,53,59,60,66
Kompetensi	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,20,21,46,47,60,61,68,77,84,112, 120,144,152
Komputer pribadi	22,24,29,30
L	
Literasi digital	1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,13,15,20,37,38,47,78,111,114,147,152,153
Lokapasar	9,11,12,13,14,118,120,121,123,130,131,132,133,134,135,136, 137,138,139,140,144,146,147
M	
Malinformasi	61,79
<i>Malware</i>	33,34,35,36,37
<i>Merchant</i>	122
Mesin pencarian	8,11,12,14,38,44,45,46,47,48,49,50,51,52,53,54,55,58,59,60,61,

informasi	64,65,67,68,69,70,72,73,78,79,144,145,149,150
Misinformasi	61,64,79
<i>Mobile</i>	45,50,85,127,134
P	
Profitabilitas	131
R	
<i>Ranking</i>	49
S	
Sistem operasi	8,21,26,27,28,35,36,37
<i>Searching</i>	46
Situs web	5,47,48,49,148
T	
Telepon pintar	24,25,26,27,31,34,36,138,140
Tunarungu	112
Tunadaksa	70,73,112
Tunanetra	70,73,112
V	
Verifikasi	4,5,6,14,21,46,65,66,67,77,78,79,84,91,110,124,125,145,149
<i>Virtual account</i>	121
<i>Video call</i>	87
<i>Voice message</i>	112
<i>Voice notes</i>	87
<i>Voice over</i>	112
<i>Voucher</i>	119,126,135
W	
<i>Web</i>	5,31,41,47,48,49,148
<i>Wi-Fi</i>	30,31,37,113
Wilayah 3T	38,39,68,69,70,77,111,112,113,114,138,139,149,152,153

TENTANG PENULIS

Zainuddin Muda Z. Monggilo

Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Fisipol UGM. Gelar *Master of Arts* (M.A.) diperoleh di departemen yang sama. Minat risetnya antara lain media, jurnalisme, dan literasi digital. Publikasinya antara lain *Muda, Kreatif, dan Tangguh di Ruang Siber* (buku, 2020), *Jurnalis Indonesia di Masa Pandemi Covid-19: Kisah Profesi dan Catatan Harapan* (book chapter, 2020), *Perempuan Melawan Hoaks Politik di WhatsApp dalam Pilkada 2020* (modul, 2020), *Komunikasi Publik Pemerintah Masa COVID-19: Telaah Kritis Sistem Informasi Publik* (book chapter, 2020), *Analisis Konten Kualitatif Hoaks dan Literasi Digital dalam @Komikfunday* (jurnal, 2020), *WhatsApp Group and Digital Literacy among Indonesian Women* (monograf, 2020). Kontak: zainuddinmuda19@ugm.ac.id atau <https://acadstaff.ugm.ac.id/zainuddinmuda>.

Novi Kurnia

Staf pengajar Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Fisipol UGM. Selain menjadi salah satu dewan redaksi JSP (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), ia adalah pendiri dan koordinator Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) dari tahun 2017 hingga sekarang. Doktor lulusan Flinders University (South Australia) ini menekuni kajian literasi digital, sinema Indonesia, serta gender dan media. Ia dan timnya memenangkan *WhatsApp Misinformation and Social Research Award* yang hasilnya diterbitkan dalam buku berjudul *WhatsApp Group and Digital Literacy among Indonesian Women* pada tahun 2020. Berbagai karyanya di bidang literasi digital, gender dan media, serta kajian film Indonesia diterbitkan di berbagai publikasi lainnya level nasional dan internasional. Ia bisa dihubungi melalui: novikurnia@ugm.ac.id.

Yudha Wirawanda

Pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Minat riset dan pengabdian dalam bidang kajian media dan budaya di ruang siber. Aktif dalam berbagai gerakan literasi dalam NXG Indonesia yang merupakan kajian literasi digital yang fokus pada perlindungan anak-anak dan juga dalam Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) Indonesia. Beberapa kali menulis artikel di media massa berkaitan dengan komunikasi, literasi, dan budaya media baru. Dapat dihubungi di surel ydhwrwn@gmail.com.

Yolanda Presiana Desi

Lahir di Yogyakarta dan menempuh pendidikan S1 dan S2 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada. Sejak tahun 2014 menjadi Dosen pada Program Studi Manajemen Informasi Komunikasi Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta yang berada di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika. Mengampu mata kuliah Manajemen Media, Jurnalistik Multimedia, Dasar-Dasar *Public Relations*, dan Literasi Media.

Memiliki minat kajian seputar media, literasi digital, *public relations*, dan disabilitas. Penulis dapat dihubungi melalui surel: yolanda@mmtc.ac.id.

Ade Irma Sukmawati

Staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY) dan menjadi anggota Japelidi sejak tahun 2018. Memiliki peminatan pada riset media digital, gender dan komunikasi ekonomi kreatif. Alamat bersurat digital melalui ade.sukmawati@staff.uty.ac.id.

Citra Rosalyn Anwar

Staf pengajar sekaligus Kepala Laboratorium Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan di Universitas Negeri Makassar. Pengajar Ilmu Komunikasi di Universitas Muslim Indonesia dan Paska Sarjana Universitas Fajar. Selain menjadi Penanggung Jawab JETCLC (Jurnal Teknologi Pendidikan, Kurikulum dan Komunikasi Teknologi Pendidikan UNM), ia juga mitra bestari untuk beberapa Jurnal Komunikasi, seperti TABLIGH UIN Alauddin Makassar, Jurnal Komunikasi Universitas Garut, dan EMIK Universitas Muslim Maros sampai sekarang. Doktor lulusan Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung ini menekuni kajian Komunikasi Pendidikan, literasi digital, budaya populer, dengan fokus pada remaja dan anak-anak. Berkolaborasi dengan mahasiswa memelopori KKN Digital di FIP UNM, Penggagas dan penanggungjawab *Labseries* sebagai kegiatan Komunikasi Pendidikan dan Pengabdian berbasis Digital pada Teknologi Pendidikan UNM. Berbagai karyanya di bidang literasi digital, budaya populer, dan komunikasi pendidikan diterbitkan di berbagai publikasi lainnya level nasional dan internasional. Ia bisa dihubungi melalui: citra.rosalyn.anwar@unm.ac.id.

Indah Wenerda

Staf pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Gelar *Master of Arts* diperoleh dari Prodi Kajian Budaya dan Media, Universitas Gadjah Mada. Ia bergabung dalam Jaringan Pegiat Literasi Digital (JAPELIDI) dari tahun 2017 hingga sekarang. Beberapa kegiatannya terakhir terkait literasi digital di antaranya Literasi Digital Millennial Moms (buku panduan, 2019), Pemetaan Literasi Digital Masyarakat di Indonesia (riset, 2019), Literasi Digital untuk Orang Tua Anak PAUD AMALIA (Penyuluhan kepada masyarakat, 2017), Literasi Digital untuk Ibu-Ibu PKK RW 06 Tukangan (Penyuluhan kepada masyarakat, 2017), Literasi Digital Warga untuk warga RW 06 Tahunan, Umbulharjo dan RW 02 Tegalmulyo Kelurahan Pakuncen, Wirobrajan Yogyakarta (Penyuluhan kepada masyarakat, 2019). Minat risetnya selain literasi digital adalah: Kajian Film, Kajian Media, dan Kajian Budaya. Ia dapat dihubungi melalui surel: indah.wenerda@comm.uad.ac.id.

Santi Indra Astuti

Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung (UNISBA), Bidang Kajian Ilmu Jurnalistik. Saat ini tengah menempuh studi PhD di School of Communication, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang Malaysia. Minatnya merentang mulai dari kajian media hingga media/digital literacy. Selain mengajar, ybs terlibat dalam sejumlah aktivitas lapangan, di antaranya dalam kampanye anti rokok, gerakan anti hoaks, dan tentunya, literasi media/literasi digital di tengah publik. Bergabung memperkuat Mafindo sebagai Presidium Pengampu Riset, ybs mendirikan Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Terlibat dalam gerakan literasi media Bersama Yayasan Pengembangan Media dan Anak (YPMA) sejak

2007, dan selama 5 tahun menggagas gerakan Hari Tanpa TV di Bandung Raya. Dapat dihubungi melalui surel: santi.indraastuti@gmail.com atau santi@unisba.ac.id.



Kominfo | Siberkreasi | Japelidi
2021