

PERAN KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI MEDIA

Deyisnil Fariadi

e-mail: zdeyfa@gmail.com

STAI Sabilul Muttaqin Mojokerto

Abstrak

Era digital telah merevolusi cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi. Komunikasi digital menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi yang sangat cepat dan masif. Namun, arus informasi yang begitu deras juga menghadirkan tantangan baru, khususnya dalam hal literasi media. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi digital berperan dalam meningkatkan literasi media masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi digital mampu meningkatkan literasi media melalui tiga pendekatan utama: edukasi digital, kampanye kesadaran media, dan partisipasi aktif dalam ruang publik digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi media harus menjadi agenda bersama antara pemerintah, lembaga pendidikan, media, dan masyarakat sipil.

Kata Kunci: komunikasi digital, literasi media, masyarakat informasi, teknologi informasi, media sosial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memunculkan bentuk komunikasi baru yang disebut komunikasi digital. Komunikasi ini tidak hanya mengubah cara individu berinteraksi, tetapi juga berdampak pada struktur sosial, politik, dan budaya masyarakat modern. Di tengah derasnya arus informasi digital, masyarakat dituntut untuk memiliki kemampuan menyaring, menilai, dan menggunakan informasi secara kritis—kemampuan yang dikenal sebagai literasi media.¹

Literasi media menjadi penting karena meningkatnya penyebaran hoaks, disinformasi, dan konten manipulatif di media sosial dan platform digital lainnya.² Di sinilah komunikasi digital berperan strategis dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif dan membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi. Maka dari itu, kajian ini relevan untuk

¹ Livingstone, Sonia. *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies*. The Communication Review, Vol. 7, No. 1, 2004.

² Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe, 2017.

menggali lebih dalam hubungan antara komunikasi digital dan peningkatan literasi media di era informasi saat ini.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Transformasi ini menciptakan lanskap baru yang disebut sebagai era komunikasi digital, di mana informasi dapat disebarluaskan secara cepat, luas, dan lintas batas geografis.³

Komunikasi digital mencakup seluruh aktivitas pertukaran pesan melalui perangkat dan jaringan berbasis digital, seperti internet, media sosial, aplikasi percakapan, dan platform daring lainnya. Bentuk komunikasi ini bersifat dua arah, interaktif, dan memungkinkan partisipasi aktif pengguna dalam menciptakan maupun menyebarkan informasi.⁴

Dalam ekosistem digital ini, informasi hadir dalam jumlah besar dan tersebar sangat cepat. Keadaan ini memunculkan tantangan baru, yaitu bagaimana masyarakat dapat memilah informasi yang valid, akurat, dan relevan di antara banjir data yang tersedia secara instan.⁵

Literasi media menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki masyarakat dalam menghadapi era digital. Literasi media merujuk pada kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memproduksi informasi melalui berbagai saluran komunikasi, khususnya media digital.⁶

Sayangnya, meskipun tingkat akses teknologi semakin meningkat, literasi media masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Banyak masyarakat belum memiliki kecakapan dalam membedakan berita fakta dan hoaks, memahami algoritma media sosial, serta mengenali bias informasi.⁷

Rendahnya literasi media dapat memicu konsekuensi serius, seperti penyebaran informasi palsu, polarisasi opini, bahkan kerusakan sosial. Oleh sebab itu, penting bagi seluruh pemangku kepentingan untuk mendorong pendidikan literasi media secara sistematis dan berkelanjutan.⁸

Komunikasi digital memainkan peran strategis dalam mendukung proses edukasi literasi media. Dengan kemampuannya menjangkau masyarakat luas dalam waktu singkat, komunikasi digital menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif, kampanye kesadaran, dan konten informatif berbasis fakta.⁹

Banyak inisiatif telah muncul di berbagai wilayah, baik dari lembaga pemerintah, organisasi masyarakat sipil, maupun individu yang memanfaatkan media digital untuk mengedukasi publik mengenai bahaya hoaks, pentingnya verifikasi informasi, serta etika bermedia.¹⁰

³ McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.

⁴ Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.

⁵ Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.

⁶ Potter, W. J. (2014). *Media Literacy*. SAGE Publications.

⁷ Kominfo. (2021). *Survei Indeks Literasi Digital Indonesia 2021*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

⁸ Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe.

⁹ Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.

¹⁰ Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.

Media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Twitter telah menjadi arena utama penyebaran konten literasi media. Format konten yang kreatif dan mudah dipahami, seperti video pendek, infografis, dan animasi, mampu menarik perhatian generasi muda yang merupakan pengguna dominan platform tersebut.¹¹

Di sisi lain, komunikasi digital juga dapat menjadi pedang bermata dua. Selain sebagai alat edukasi, ia juga berpotensi memperparah disinformasi jika tidak dikendalikan dengan baik. Konten yang bersifat sensasional atau provokatif lebih mudah viral dibandingkan dengan konten edukatif yang informatif.¹²

Oleh karena itu, pendekatan strategis dalam penggunaan komunikasi digital harus mempertimbangkan faktor psikologis dan sosial masyarakat digital. Penyusunan pesan yang menarik, kolaboratif, dan partisipatif menjadi kunci keberhasilan kampanye literasi media.¹³

Selain itu, integrasi pendidikan literasi media ke dalam kurikulum sekolah, pelatihan komunitas, serta penguatan regulasi informasi digital merupakan langkah-langkah penting untuk menciptakan budaya bermedia yang sehat dan cerdas.¹⁴

Literasi media bukan hanya kemampuan individu, tetapi juga tanggung jawab kolektif yang melibatkan berbagai pihak. Dalam konteks ini, komunikasi digital harus dilihat sebagai alat pemberdayaan masyarakat untuk berpikir kritis dan bertindak etis di ruang digital.¹⁵

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi digital dapat berkontribusi dalam meningkatkan literasi media masyarakat, khususnya di tengah arus informasi yang kian tidak terbendung. Fokus utama akan diarahkan pada peran edukatif komunikasi digital dalam membentuk masyarakat yang melek informasi.

Dengan pendekatan kualitatif dan tinjauan literatur, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan akademik yang dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi peningkatan literasi media berbasis komunikasi digital di berbagai level sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Sumber data diperoleh dari jurnal ilmiah, buku akademik, laporan riset, dan publikasi resmi yang relevan dengan tema komunikasi digital dan literasi media. Teknik analisis data dilakukan dengan menelaah, menginterpretasikan, dan mensintesis isi literatur untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai peran komunikasi digital dalam konteks literasi media masyarakat.¹⁶

Penelitian kualitatif berfokus pada makna, perspektif subyektif, dan proses sosial yang tidak dapat direduksi menjadi angka. Dalam konteks ini, penelitian tidak berupaya

¹¹ Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.

¹² Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News". *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

¹³ Jenkins, H. et al. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.

¹⁴ UNESCO. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*.

¹⁵ Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press.

¹⁶ Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. SAGE Publications, 2014.

menghasilkan generalisasi statistik, tetapi pemahaman mendalam terhadap konteks dan substansi fenomena yang diteliti.¹⁷

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah **studi pustaka** (*library research*). Peneliti mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber tertulis seperti buku ilmiah, jurnal akademik, laporan lembaga resmi, artikel digital, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan topik komunikasi digital dan literasi media.¹⁸

Studi pustaka dipilih karena penelitian ini bersifat konseptual dan eksploratif, berupaya menjelaskan keterkaitan antara teori komunikasi digital, praktik literasi media, serta realitas sosial masyarakat digital Indonesia. Data sekunder yang diperoleh dianalisis secara sistematis untuk menarik kesimpulan konseptual dan teoritis.¹⁹

Sumber data utama dalam studi ini meliputi: (1) jurnal ilmiah bereputasi nasional dan internasional yang membahas literasi media dan komunikasi digital, (2) buku teks dan teori dari pakar komunikasi dan media, serta (3) dokumen kebijakan publik dari Kementerian Kominfo dan UNESCO.²⁰

Teknik analisis data yang digunakan adalah **analisis isi** (*content analysis*), yaitu proses kategorisasi dan interpretasi terhadap konten literatur untuk menemukan pola, tema, dan hubungan antar konsep. Peneliti membandingkan temuan dari berbagai sumber untuk membangun sintesis teoritis yang solid.²¹

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik **triangulasi sumber**, yaitu dengan memverifikasi informasi dari berbagai referensi yang kredibel dan terkini. Selain itu, validitas diperkuat dengan menggunakan data dari lembaga terpercaya seperti UNESCO, Kominfo RI, dan jurnal yang telah melalui peer-review.²²

Batasan studi ini adalah pada ruang lingkup konseptual dan tidak mencakup observasi lapangan atau wawancara langsung. Dengan demikian, hasil kajian ini bersifat teoritis dan dapat menjadi dasar untuk penelitian empiris lebih lanjut yang melibatkan data primer dari masyarakat pengguna media digital.²³

Meski bersifat non-empiris, pendekatan ini tetap penting karena dapat membangun kerangka berpikir yang kokoh dalam menjelaskan peran komunikasi digital sebagai alat pendidikan literasi media. Apalagi di tengah fenomena disinformasi yang makin kompleks, kajian konseptual dapat memberi peta jalan teoritis bagi para pembuat kebijakan dan pelaku pendidikan.²⁴

Dengan metode ini, diharapkan artikel dapat menyajikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana komunikasi digital dimanfaatkan sebagai media transformasi sosial,

¹⁷ Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.

¹⁸ Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

¹⁹ Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

²⁰ Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. SAGE Publications.

²¹ Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

²² Flick, U. (2007). *Designing Qualitative Research*. SAGE Publications.

²³ Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.

²⁴ Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed.). Oxford University Press.

khususnya dalam upaya membangun masyarakat yang melek informasi, kritis, dan etis dalam berinteraksi di ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Digital sebagai Instrumen Edukasi

Komunikasi digital memungkinkan penyebaran konten edukatif secara cepat dan luas melalui berbagai media, seperti blog, video edukasi, infografis, dan podcast. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok sering dimanfaatkan oleh edukator dan content creator untuk menyampaikan pengetahuan tentang cara mengenali berita palsu, memahami bias media, serta cara verifikasi informasi.²⁵ Kegiatan ini berkontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi media, terutama pada generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Komunikasi digital telah menjadi instrumen penting dalam upaya edukasi publik, terutama dalam meningkatkan literasi media di tengah masyarakat yang semakin tergantung pada informasi daring. Dengan karakteristiknya yang cepat, interaktif, dan fleksibel, komunikasi digital mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara simultan dan efektif.²⁶

Salah satu kekuatan utama komunikasi digital terletak pada kemampuannya mentransformasi proses belajar menjadi lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan zaman. Tidak seperti media konvensional yang bersifat satu arah, media digital memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara penyampai pesan dan penerima pesan, sehingga proses edukasi berlangsung secara dinamis.²⁷

Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini banyak digunakan sebagai sarana edukasi literasi media oleh berbagai pihak. Misalnya, melalui video singkat yang membahas cara membedakan hoaks dan berita kredibel, pengguna internet diajak memahami pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain.²⁸ Model penyampaian pesan edukatif seperti ini terbukti lebih mudah diterima karena sesuai dengan kebiasaan konsumsi media digital masyarakat.

Komunikasi digital juga memungkinkan penyebaran konten edukatif dalam berbagai bentuk—teks, gambar, audio, video, atau kombinasi semuanya—yang disebut komunikasi multimodal. Komunikasi multimodal ini memberikan nilai tambah dalam proses edukasi karena mampu menyesuaikan dengan gaya belajar masyarakat yang beragam.²⁹

Selain itu, komunikasi digital mendukung pembelajaran berbasis komunitas. Melalui grup diskusi daring, webinar, forum digital, dan platform belajar kolaboratif, masyarakat dapat saling berbagi informasi, berdiskusi, dan memvalidasi pemahaman secara partisipatif.

²⁵ Buckingham, David. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press, 2003.

²⁶ Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

²⁷ Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.

²⁸ Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.

²⁹ Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.

Model seperti ini sejalan dengan teori konstruktivisme sosial yang menekankan bahwa pengetahuan dibangun melalui interaksi sosial.³⁰

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah meluncurkan berbagai program literasi digital nasional yang memanfaatkan komunikasi digital sebagai media utama. Salah satunya adalah program "Indonesia Makin Cakap Digital", yang menyasar berbagai kelompok masyarakat dengan materi edukasi literasi media melalui platform digital.³¹

Oleh karena itu, komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai medium transformasi sosial. Ketika digunakan secara strategis, komunikasi digital dapat membentuk masyarakat yang lebih kritis, selektif, dan bijak dalam menerima serta mendistribusikan informasi. Edukasi melalui komunikasi digital menjadi fondasi penting dalam membangun masyarakat informasi yang cerdas dan bertanggung jawab.

Kampanye Literasi Media di Platform Digital

Pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan media independen telah memanfaatkan platform digital untuk melakukan kampanye literasi media. Salah satu contohnya adalah program literasi digital nasional oleh Kementerian Kominfo RI yang menyasar berbagai kelompok masyarakat.³² Kampanye ini dirancang untuk membekali masyarakat dengan keterampilan berpikir kritis, memahami algoritma media sosial, serta mengenali jejak digital dan privasi daring.

Platform digital telah menjadi ruang utama penyebaran informasi dan konten edukatif, termasuk kampanye literasi media. Kehadiran media sosial, situs berita digital, dan kanal multimedia menjadikan internet sebagai saluran komunikasi massa yang lebih terbuka, interaktif, dan mudah diakses masyarakat luas.³³

Kampanye literasi media di platform digital merupakan upaya sistematis untuk menyadarkan publik akan pentingnya kemampuan kritis dalam menerima, memverifikasi, dan menyebarkan informasi. Kampanye ini bisa berupa konten edukasi, slogan digital, tagar (*#hashtag*), video edukatif, hingga kolaborasi dengan tokoh publik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.³⁴

Salah satu alasan kampanye ini dilakukan di platform digital adalah karena perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Survei menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia lebih sering mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan media cetak

³⁰ Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

³¹ Kominfo RI. (2021). *Panduan Program Literasi Digital Nasional*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.

³² Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Program Literasi Digital Nasional*. <https://literasidigital.id>, diakses 1 Agustus 2025.

³³ Lister, M. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.

³⁴ Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.

atau televisi konvensional.³⁵ Oleh karena itu, pendekatan kampanye harus mengikuti kebiasaan baru ini agar lebih relevan dan efektif.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah merancang program literasi digital nasional, termasuk kampanye “Indonesia Makin Cakap Digital.” Program ini menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, dan *TikTok* sebagai media utama penyampaian pesan literasi.³⁶

Konten yang digunakan dalam kampanye digital ini bersifat edukatif dan komunikatif, seperti tips mengenali hoaks, cara melakukan pengecekan fakta (*fact-checking*), panduan menghindari ujaran kebencian, serta edukasi mengenai privasi dan keamanan digital. Konten dikemas dalam bentuk yang menarik, ringkas, dan sesuai dengan tren media sosial.³⁷

Kampanye berbasis komunitas seperti “Sekolah Kebangsaan Digital,” “Kelas Literasi Media,” atau “Cerdas Bermedia Sosial” juga telah menasar kalangan pelajar, mahasiswa, guru, hingga masyarakat umum. Platform seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan *YouTube Live* digunakan untuk menyelenggarakan pelatihan daring yang bersifat terbuka dan partisipatif.³⁸

Tokoh publik dan influencer media sosial juga dilibatkan dalam kampanye literasi digital untuk meningkatkan daya jangkauan pesan edukatif. Kolaborasi ini penting karena influencer memiliki pengaruh besar terhadap opini dan perilaku pengikutnya, terutama generasi muda.³⁹

Kampanye literasi media di platform digital memiliki kekuatan dalam hal jangkauan luas dan biaya yang relatif efisien dibandingkan dengan kampanye konvensional. Namun demikian, efektivitasnya bergantung pada kualitas konten, frekuensi distribusi, serta kepercayaan publik terhadap penyampaian pesan.⁴⁰

Salah satu tantangan utama dalam kampanye ini adalah menjangkau kelompok masyarakat yang masih berada di zona digital terpinggirkan (*digital divide*), seperti warga desa terpencil, lansia, atau masyarakat berpendidikan rendah. Di sinilah pentingnya integrasi antara kampanye digital dan strategi literasi berbasis komunitas.⁴¹

Selain itu, algoritma media sosial yang cenderung memperkuat *filter bubble* dan *echo chamber* dapat menghambat sebaran pesan literasi media. Oleh karena itu, strategi distribusi konten perlu mempertimbangkan keterlibatan aktif dari komunitas, moderator grup, dan kurator konten agar pesan dapat menembus batas-batas algoritmis.⁴²

Evaluasi keberhasilan kampanye literasi media di platform digital juga penting dilakukan secara berkala. Metode evaluasi dapat mencakup jumlah tayangan (*views*), tingkat keterlibatan (*engagement*), tanggapan pengguna, serta perubahan sikap atau perilaku masyarakat dalam mengonsumsi dan membagikan informasi.⁴³

³⁵ APJII. (2022). *Survei Internet APJII Tahun 2022–2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

³⁶ Kominfo RI. (2021). *Panduan Program Literasi Digital Nasional*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.

³⁷ Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.

³⁸ ICT Watch. (2022). *Indonesia Internet Governance Forum Report*.

³⁹ Gunawan, D. (2020). Strategi Influencer dalam Edukasi Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 45–58.

⁴⁰ Jenkins, H. et al. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.

⁴¹ Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press.

⁴² Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.

⁴³ Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed.). Oxford University Press.

Dengan demikian, kampanye literasi media di platform digital memiliki potensi besar dalam membentuk masyarakat yang kritis, sadar informasi, dan bertanggung jawab. Kolaborasi antara pemerintah, masyarakat sipil, akademisi, media, dan pengguna individu menjadi kunci untuk menjadikan kampanye ini sebagai gerakan nasional yang berkelanjutan.

Partisipasi Aktif Masyarakat dalam Ekosistem Digital

Komunikasi digital juga membuka ruang bagi masyarakat untuk aktif berpartisipasi dalam ruang publik virtual, seperti forum diskusi, kolom komentar, dan media warga (citizen journalism). Partisipasi ini melatih masyarakat untuk berdiskusi secara sehat, berbagi informasi akurat, dan mengekspresikan opini secara bertanggung jawab. Dalam konteks ini, literasi media tidak hanya dipahami sebagai kemampuan individu, tetapi juga sebagai proses kolektif yang terjadi dalam interaksi sosial digital.⁴⁴

Partisipasi aktif masyarakat dalam ekosistem digital menjadi elemen kunci dalam pembangunan budaya literasi media yang kuat. Tidak cukup hanya mengakses dan menerima informasi; masyarakat juga dituntut untuk berperan sebagai aktor yang aktif dalam menciptakan, mengkritisi, dan menyebarkan konten informasi secara bertanggung jawab.⁴⁵

Dalam era digital, setiap individu memiliki potensi menjadi produsen informasi (content creator). Kemudahan teknologi memungkinkan siapa pun untuk menulis, membuat video, menyusun infografis, atau menyiarkan siaran langsung melalui berbagai platform digital. Kondisi ini menciptakan ruang partisipatif yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah komunikasi.⁴⁶

Konsep *prosumer*—gabungan dari *producer* dan *consumer*—merekpresentasikan transformasi peran masyarakat digital dari yang semula pasif menjadi aktif. Seiring dengan meningkatnya akses terhadap internet dan media sosial, masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga menginterpretasikan serta mendistribusikannya kembali dalam berbagai bentuk.⁴⁷

Partisipasi ini menjadi peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, masyarakat yang aktif dapat memperkaya ruang publik digital dengan informasi yang beragam dan segar. Namun di sisi lain, jika tanpa literasi yang memadai, partisipasi ini juga dapat mempercepat penyebaran misinformasi dan konten yang tidak etis.⁴⁸

Oleh karena itu, pendidikan literasi media digital harus diarahkan untuk membentuk masyarakat yang tidak hanya kritis dalam menerima informasi, tetapi juga bijak dalam memproduksi dan membagikannya. Hal ini menuntut kemampuan berpikir reflektif, analitis, dan etis terhadap berbagai informasi yang beredar.⁴⁹

⁴⁴ Jenkins, Henry et al. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press, 2009.

⁴⁵ Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era*. Polity Press.

⁴⁶ Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Books.

⁴⁷ Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow.

⁴⁸ Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News". *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

⁴⁹ Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.

Masyarakat dapat berpartisipasi dalam kampanye digital melalui berbagai cara, seperti menjadi bagian dari gerakan anti-hoaks, mengikuti pelatihan daring, menyebarkan konten edukatif, atau bahkan membuat konten sendiri yang bertujuan meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya literasi media.⁵⁰

Banyak komunitas digital berbasis warga yang muncul dengan semangat kolaboratif, seperti forum literasi digital, grup Facebook anti-hoaks, komunitas blogger edukatif, dan saluran YouTube berbasis edukasi. Komunitas-komunitas ini memainkan peran sebagai *watchdog* sekaligus pendidik masyarakat luas.⁵¹

Dalam praktiknya, partisipasi masyarakat dapat bersifat formal maupun informal. Secara formal, masyarakat terlibat dalam pelatihan atau program literasi digital yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah atau NGO. Secara informal, partisipasi bisa berupa komentar, kritik, berbagai tautan edukatif, atau ikut serta dalam diskusi daring.⁵²

Generasi muda, khususnya pelajar dan mahasiswa, menjadi salah satu kelompok paling aktif dalam ekosistem digital. Mereka tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga kreator konten yang memanfaatkan tren digital untuk menyuarakan isu-isu literasi, toleransi, dan pendidikan melalui pendekatan kekinian seperti video pendek dan *podcast*.⁵³

Pemerintah daerah dan sekolah juga mulai melibatkan siswa dalam kegiatan literasi media berbasis proyek, seperti membuat *vlog* edukatif, lomba konten positif, dan kampanye daring. Kegiatan ini bertujuan menanamkan kesadaran sejak dini bahwa bermedia digital bukan sekadar hiburan, tetapi juga sarana membangun nilai sosial.⁵⁴

Partisipasi masyarakat juga dapat dilihat dalam peran mereka sebagai pelapor konten bermasalah. Banyak warga yang melaporkan berita bohong, konten kekerasan, atau ujaran kebencian kepada pihak berwenang atau langsung ke platform digital, sebagai bentuk tanggung jawab sosial di ruang maya.⁵⁵

Dalam konteks demokrasi digital, partisipasi masyarakat berkontribusi pada terbentuknya opini publik yang sehat. Konten edukatif yang dibagikan secara masif dapat menyaingi konten negatif jika masyarakat memiliki kesadaran kolektif untuk saling mendukung narasi positif di dunia maya.⁵⁶

Literasi digital juga membuka peluang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui konten kreatif, UMKM digital, dan pelatihan daring berbasis komunitas. Partisipasi aktif dalam bentuk ini sekaligus memperluas dampak literasi ke ranah ekonomi digital yang inklusif.⁵⁷

Namun demikian, partisipasi aktif masyarakat tetap memerlukan dukungan kebijakan dan infrastruktur. Pemerintah harus memastikan bahwa akses internet merata, biaya data

⁵⁰ Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.

⁵¹ Kominfo RI. (2023). *Peta Komunitas Literasi Digital Indonesia*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Informatika.

⁵² Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.

⁵³ Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

⁵⁴ Direktorat Sekolah Menengah Atas. (2022). *Buku Panduan Literasi Digital untuk SMA*. Kemdikbudristek.

⁵⁵ Facebook Transparency Report. (2023). *Community Standards Enforcement Report Q4 2023*.

⁵⁶ Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press.

⁵⁷ Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press.

terjangkau, dan pelatihan literasi digital menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan dan masyarakat di wilayah 3T (terdepan, terluar, dan tertinggal).⁵⁸

Pada akhirnya, partisipasi aktif masyarakat dalam ekosistem digital adalah tonggak penting menuju masyarakat yang literat informasi. Partisipasi ini bukan hanya hak, tetapi juga tanggung jawab untuk menjaga kualitas ruang publik digital yang sehat, inklusif, dan beretika.

KESIMPULAN

Komunikasi digital memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan literasi media masyarakat. Melalui penyebaran konten edukatif, kampanye literasi, dan pemberdayaan partisipasi publik, komunikasi digital mampu membentuk masyarakat yang lebih kritis, selektif, dan bertanggung jawab dalam mengonsumsi serta mendistribusikan informasi. Untuk memperkuat peran ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, media massa, dan komunitas digital. Literasi media bukan hanya kebutuhan, melainkan prasyarat penting dalam menjaga kualitas demokrasi dan keberadaban publik di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). *Survei Internet APJII Tahun 2022–2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. SAGE Publications, 2014.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Direktorat Sekolah Menengah Atas. (2022). *Buku Panduan Literasi Digital untuk SMA*. Kemdikbudristek.
- Facebook Transparency Report. (2023). *Community Standards Enforcement Report Q4 2023*.
- Flick, U. (2007). *Designing Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Gunawan, D. (2020). Strategi Influencer dalam Edukasi Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 45–58.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.
- ICT Watch. (2022). *Indonesia Internet Governance Forum Report*.
- Jenkins, H. et al. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era*. Polity Press.

⁵⁸ Kominfo RI. (2022). *Statistik Akses Internet Desa dan Wilayah 3T*. Jakarta: Badan Litbang SDM.

- Jenkins, Henry et al. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press, 2009.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2025). *Program Literasi Digital Nasional*. Retrieved August 1, 2025, from <https://litasidigital.id>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Program Literasi Digital Nasional*. <https://litasidigital.id>, diakses 1 Agustus 2025.
- Kominfo RI. (2021). *Panduan Program Literasi Digital Nasional*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kominfo RI. (2022). *Statistik Akses Internet Desa dan Wilayah 3T*. Jakarta: Badan Litbang SDM.
- Kominfo RI. (2023). *Peta Komunitas Literasi Digital Indonesia*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Informatika.
- Kominfo. (2021). *Survei Indeks Literasi Digital Indonesia 2021*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lister, M. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. SAGE Publications.
- Potter, W. J. (2014). *Media Literacy*. SAGE Publications.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Books.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News". *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow.
- UNESCO. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe, 2017.

Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press.

Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.