

LITERASI MEDIA *DIGITAL* DI KOMUNITAS *VIDEOGRAPHER* "LINKPICTUREID"

Ahmad Zakki Abdullah, Fitria Ayuningtyas, Uljanatunnisa
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450
amatzach@upnvj.ac.id

Abstract

Various phenomena due to digital media to form a very dynamic user behavior lately. In Indonesia, the legal basis of the ITE Law covers a very narrow and unclear discussion of which of the permissible and unauthorized signs are allowed. This situation is due to the gap between social development with the digital media in everyday life in society. References on the use of digital media is certainly very broad, such as the use for socializing, preaching, announcement, opinion sharing, association, discussion and so forth. In optimizing the use of media certainly needed a socialization and counseling "Literasi Media Digital" in the Community Videographer "LinkPictureID" based creatively. This literacy focuses on millennial generation with focus and locus references, on the scope of production. The interpretation of the locus coverage of the videographer community is called "LinkPictureID" because of the rapidly growing digital video content, and focuses on content content in content processing that explores creative value. The importance of literacy in socialization and counseling is done because videographer usually only understand the application of technical level and do not understand the application of management level or creative value planning. Management is no less important in the implementation of digital media so as to make attractive marketable video products. In the implementation of this literacy participants are expected to optimize the video in digital form and marketed through video channels with google adsense system management as revenue.

Keywords: *literacy, media, digital*

Abstrak

Berbagai fenomena akibat media *digital* membentuk perilaku pengguna yang sangat dinamis belakangan ini. Di Indonesia, dasar hukum UU ITE mencakup bahasan yang sangat sempit dan kurang jelas mengenai rambu-rambu mana yang diperbolehkan dan mana yang tidak diperbolehkan. Keadaan ini dikarenakan oleh kesenjangan antara perkembangan sosial dengan kaedah media digital pada keseharian di masyarakat. Rujukan mengenai penggunaan media *digital* tentu sangat luas, seperti penggunaan untuk bersosialisasi, pemberitaan, pengumuman, berbagi opini, pergaulan, diskusi dan sebagainya. Dalam mengoptimalkan penggunaan media tentu diperlukan sebuah sosialisasi dan penyuluhan "Literasi Media Digital" di Komunitas *Videographer "LinkPictureID"* berbasis kreatif. Literasi ini berfokus pada generasi millennial dengan acuan fokus dan lokus, pada cakupan produksi. Penafsiran cakupan lokus pada komunitas *videographer* bernama "LinkPictureID" karena peminatan video di media *digital* yang semakin pesat, serta fokus pada bahasan konten dalam pengolahan isi yang menggali nilai kreatif. Pentingnya literasi dalam sosialisasi dan penyuluhan ini dilakukan karena *videographer* biasanya hanya memahami aplikasi tingkat teknis dan tidak paham aplikasi tingkat manajemen ataupun perencanaan nilai kreatif. Manajemen tidak kalah pentingnya dalam implementasi media *digital* sehingga dapat membuat produk video menarik yang dapat dipasarkan. Dalam implementasi literasi ini peserta diharapkan dapat mengoptimalkan video dalam bentuk *digital* dan dipasarkan melalui kanal video dengan manajemen sistem *google adsense* sebagai pendapatan.

Kata kunci : *literasi, media, digital*

Pendahuluan

Perkembangan media *digital* sudah semakin pesat, dengan perkembangan penetrasi penggunaan internet yang terus meningkat dari 5 tahun terakhir; sebesar 43% menjadi di 56% menandakan bahwa media *digital* akan memainkan peran yang sangat besar. Perkembangan politik di AS dijelaskan dalam bingkai media *digital* sebagai "perilaku kolektif" BPPTIK- September 2016, agensi marketing *We are*

Social mengeluarkan laporan pertumbuhan terkait perkembangan *digital* di beberapa negara. Salah satunya adalah Indonesia. Dalam laporan *We are Social* ditemukan bahwa pertumbuhan pengguna aktif internet di Indonesia tumbuh sebesar 21% sejak Maret 2015. Diikuti pula oleh beberapa hal yang lain seperti penggunaan media sosial di Indonesia naik 19%, pertumbuhan *Number of Mobile Subscriptions* naik 6%, dan pertumbuhan pengguna aktif *social*

mobile sebesar 19%. Pertumbuhan digital di Indonesia masih tergolong dalam kriteria rata-rata umum diskala global, namun jika dibandingkan dengan India, yang dikategorikan sebagai negara berkembang seperti Indonesia di bidang digital internet, maka Indonesia tertinggal jauh.

Dengan pertumbuhan bisnis *online* yang begitu pesat, masyarakat Indonesia akan mendapatkan manfaat positif dalam perekonomian seperti pertumbuhan kesejahteraan, pertumbuhan lapangan kerja baru dan lain-lain. Dengan demikian Indonesia tidak lagi sekadar menjadi target pasar bisnis internasional, tetapi sebaliknya dapat menjadi pengusaha *e-commerce* yang mumpuni hingga menjangkau pasar luar negeri. Pada tahun 2020, revolusi bisnis *online* Indonesia diprediksi akan mendongkrak Pendapatan Domestik Bruto sebesar 22%. Melihat perkembangan *e-commerce* di Tiongkok, maka kemungkinan hal yang sama dapat terjadi di Indonesia begitu besar karena Indonesia dan Tiongkok memiliki karakter yang sama.

Dengan populasi yang berjibun, Indonesia dan Tiongkok menyediakan pasar yang begitu besar bagi pelaku bisnis lokal maupun internasional. Jika potensi ini bisa dimanfaatkan dengan baik, sudah pasti akan mendongkrak perekonomian nasional. Menurut laporan agensi marketing *We are Social* yang dikutip *techinasia.com*, pada awal tahun 2016 Blackberry Messenger (BBM) dan Facebook menjadi *social platform* teraktif di Indonesia. Sebanyak 79 juta dari 88 juta pengguna internet menggunakan Facebook sebagai *social platform*-nya. Selanjutnya, pada awal tahun 2016, BBM masih menjadi aplikasi teratas yang diunduh melalui *Playstore*, namun September 2016 kondisi itu telah berubah. Posisi BBM sebagai salah satu *top social platform* telah digantikan dengan aplikasi WhatsApp. WhatsApp dan Facebook menjadi *social platform* terpopuler bagi masyarakat pengguna internet Indonesia per September 2016.

Konsep "kesenjangan *digital*" (*digital divide*) pertama kali diperkenalkan dalam laporan *The National Telecommunication and Information Administration* (NTIA) - sebuah badan pemerintah federal AS yang mengurus bidang telekomunikasi dan informasi. Laporan tersebut memilah warga negara ke dalam dua kelompok: mereka "yang memiliki" dan "tak memiliki" akses pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Kesenjangan *digital*, sebagaimana ditambahkan oleh Steyn & Johnson (2011) dalam Postigo (2016) dalam tidak hanya berhubungan dengan akses fisik (baca: infrastruktur). Kesenjangan *digital* juga berhubungan dengan kesenjangan dalam bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, gender, etnisitas, geografis, dan demografis.

Persoalan kesenjangan ini terus mengiringi perkembangan teknologi informasi. Terlebih bagi negara dunia ketiga, persoalan ini adalah momok bagi pembangunan. Bahkan di negara maju sekali pun, dengan masyarakat yang "melek" terhadap teknologi *digital*, hambatan dalam akses TIK masih saja terjadi.

Meski jangkauan internet semakin luas, Indonesia masih menyimpan berbagai macam persoalan. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan paket kebijakan *digital* dengan mempercepat penetrasi internet di seluruh Indonesia. Program Indonesia *Digital Network* (IDN) dihadirkan sebagai solusi bagi konektivitas nasional. Tujuan program tersebut bukan hanya mendukung digitalisasi masyarakat Indonesia, melainkan juga meningkatkan daya saing masyarakat Indonesia dalam menjawab tantangan global yang sudah di depan mata, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 adalah salah satunya.

Tentu, kebijakan ini patut kita apresiasi. Sayangnya, kebijakan ini menempatkan internet sebagai semata-mata entitas bisnis dengan hanya menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi. Alih-alih mengatasi ketimpangan akses internet, solusi konektivitas nasional melalui penanaman investasi teknologi informasi malah berpotensi memperlebar kesenjangan teknologi dan menciptakan eksklusi sosial.

Upaya mengatasi kesenjangan *digital* tidak cukup dengan hanya menggelontorkan investasi infrastruktur secara besar-besaran. Langkah ini memang terkesan membereskan seluruh persoalan, namun sebenarnya masih menyisakan aspek-aspek penting lain yang tak tersentuh. Pertemuan *World Summit on the Information Society* yang diselenggarakan oleh PBB telah merumuskan solusi integratif dan berkelanjutan dalam mengatasi problem kesenjangan *digital*, yakni dengan membangun infrastruktur TIK, membentuk masyarakat informasi, dan edukasi TIK.

Kurangnya perhatian negara dalam edukasi dan pembentukan masyarakat informasi ini ditambal oleh gerakan akar rumput. Gerakan DEMIT adalah salah satu inisiatif yang digerakkan masyarakat desa melalui pengembangan inovasi teknologi informasi berbasis *open source*. Gerakan ini sukses menggerakkan lebih dari 300 desa di seluruh Indonesia untuk berpartisipasi dan terlibat aktif pembahasan RUU Desa di akhir tahun 2014 silam melalui *video conference*. Hingga saat ini, DEMIT terus mengkonsolidasikan diri sebagai entitas pembangunan masyarakat desa. Selain itu, salah satu inovasi yang cemerlang lainnya adalah program 1000 web desa gratis dengan domain *Desa.id* yang semakin gencar belakangan ini.

Inisiatif warga tersebut menjadi bukti cara mengatasi persoalan kesenjangan *digital* terutama yang berkaitan dengan literasi dan pembuatan konten-konten digital. Inisiatif-inisiatif seperti ini banyak berkembang di berbagai negara dan dikenal sebagai *Community Technology Centers* (CTC). Servon (2002) bahkan menulis bahwa, "Orang-orang mulanya pergi ke CTC untuk mendapatkan akses. CTC telah menjadi sebuah institusi komunitas baru." Inisiatif-inisiatif ini punya potensi besar untuk mengatasi ketimpangan akses TIK, dan bisa dikembangkan menjadi kebijakan inklusi *digital* (*digital inclusion policies*). Tujuan dari kebijakan tersebut adalah menciptakan *knowledge society* yang menyelaraskan proses literasi dengan akses TIK.

Meski demikian, cara mengatasi persoalan kesenjangan *digital* tidak cukup dengan rumusan kebijakan dan program yang hanya menasar pada kelompok masyarakat belum melek TIK. Pangkalnya, dalam beberapa kasus dapat kita temukan fakta bahwa persoalan kesenjangan digital bisa terjadi di kalangan masyarakat yang sudah melek sekalipun. Misalnya saja kelompok masyarakat kelas menengah perkotaan yang sering terjebak kedalam situasi histeria massa ketika mereka berinteraksi secara intens dengan internet terutama dalam media sosial. Pada konteks ini dapat kita lihat bahwa problem penggunaan internet di Indonesia berkaitan erat dengan apa yang harus dan tidak harus dilakukan. Fenomena seperti konten-konten media *digital* yang tidak produktif, penyebaran berita-berita *hoax*, maraknya kriminalisasi warga negara yang terjatuh Pasal 27 Ayat 3 UU ITE dan rendahnya literasi adalah fakta yang tak dapat dihindari dari persoalan kesenjangan *digital* di Indonesia. Konsekuensinya, pada kasus-kasus tersebut, orang-orang yang kurang mengerti atau tidak mengetahui ihwal literasi informasi dapat menggiring terjadinya kekacauan karena larut dalam perilaku kolektif massa (*trap from collective behavior*). Oleh karena itu, perlu pemahaman terhadap aspek literasi dan penciptaan konten-konten *digital*.

Penggunaan internet di Indonesia sendiri masih bersifat elitis dan tentu saja bertolak belakang dengan filosofi dasarnya yang mengandaikan kesetaraan. Elitisme internet di Indonesia menyangkut sentralisasi arus informasi yang terkonsentrasi di Pulau Jawa. Ini menciptakan ketidakmerataan dan kesenjangan dalam memperoleh informasi dan pengetahuan. Bahkan di Pulau Jawa-termasuk masyarakat urban-masih ditemukan jurang yang lebar dalam menangkap pengertian tentang TIK.

Kita ditantang untuk memiliki kecerdasan baru dalam mengelola TIK. Misalnya dengan menaati asas-asas verifikasi karena bagaimana pun, pada saat ini setiap orang berpotensi untuk tahu berbagai macam hal melalui internet. Tentunya,

internet harus dapat memberikan manfaat lebih banyak bagi masyarakat tanpa meninggalkan siapa pun di belakang. Terakhir, kita masih terus belajar tentang bagaimana cara menginstalasi TIK kedalam kehidupan sosial politik kita.

Metode Pelaksanaan Pendekatan Metode

Dalam menjajaki masalah ini tim pelaksana melihat bahwa ada beberapa pendekatan yang bisa dilakukan dalam tahap pembelajaran. Khususnya berkaitan dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, yakni perlunya sebuah dialog yang mempertemukan elemen-elemen dalam masyarakat yang bisa menjadi agen perubah dalam menyelesaikan *digital divide*. Dalam hal ini, interpretasi terhadap masalah adalah perlunya pembelajaran tahap lanjut. Pembelajaran ini tentu menargetkan kelompok yang memang memiliki kepentingan langsung dengan kebutuhan TIK dan juga berpotensi untuk merubah cara pandang masyarakat sekarang.

Metode Kegiatan

Adapun metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah diadakan pada tanggal 30 September dan 1 Oktober 2017 yang lalu di Code Margonda, *Foodcourt* lantai 2, Depok *Town Square*. Kegiatan ini telah berlangsung dengan baik dan lancar. Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan beragam metode pelatihan sebagai berikut:

1. Ceramah

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep mengenai Literasi Media Digital, Perkenalan pada *Media Broadcast Online* dalam memaksimalkan *AdSense* melalui *Youtube* yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta. Ceramah mengenai konsep ini disampaikan oleh Dharma Nasgul merupakan salah satu *youtuber* terkenal di Indonesia dan Bang Jek yang merupakan salah satu penulis skenario di beberapa film indi di Indonesia.

2. Latihan / Praktikum

Pemilihan metode ini bertujuan agar peserta secara langsung dapat mengaplikasikan konsep mengenai Literasi Media Digital, Perkenalan pada *Media Broadcast Online* dalam memaksimalkan *AdSense* melalui *Youtube*. Selain hal tersebut peserta pun melakukan *screening* film komunitas berbasis digital di kegiatan ini.

3. Preview, Evaluasi dan Tanya Jawab

Metode ini digunakan sebagai acuan untuk menilai seberapa besar kemampuan pemahaman peserta terkait konsep mengenai Literasi Media Digital, Perkenalan pada *Media Broadcast Online* dalam memaksimalkan *AdSense* melalui *Youtube* yang telah di jelaskan dan dipraktikkan sebelumnya.

Realisasi Pemecahan Masalah

Pada kegiatan ini memang diperlukan sebuah program yang direncanakan secara berkala dan melalui perencanaan serta koordinasi dengan berbagai *stakeholder*. Ada beberapa hal yang kemudian menjadi temuan pada acara yang menjadi butir-butir penelaahan dalam merumuskan masalah, hal ini adalah sebagai berikut :

1. Peserta memiliki antusias yang tinggi untuk membuat konten dan kebanyakan dari mereka adalah masih pemula sehingga masih terkendala alat – alat yang layak untuk produksi video.
2. Pemaksimalan *adsense* masih mengandalkan *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Buzzword* yang setiap bulannya selalu dinamika.
3. Para peserta memiliki antusias untuk membuat konten namun masih sulit memahami *niche* atau *unique selling point*. Kebanyakan dari peserta masih menggunakan konsep *follower* atau “meniru dari yang sudah sukses” dalam pembuatan konten.

Dalam realisasi ini maka hal ini dapat disimpulkan bahwa setelah workshop ini masih diperlukan pertemuan lanjutan yang bisa menjawab permasalahan diatas. Dalam hal ini, tim pelaksana sudah mengumpulkan semua kontak peserta yang membuka dialog agar bisa di tindak lanjuti pada waktu yang akan datang. Hal ini sangat penting mengingat bahwa perkembangan media digital sangatlah cepat, dan diperlukan sebuah keterbukaan agar bisa memantau dalam bentuk bimbingan terbuka.

Khalayak Sasaran

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan undangan terbuka yang disebarakan melalui *flyer digital* yang disebarakan melalui media sosial. Akun media sosial mitra pun turut menyebarkan dengan harapan dapat menjaring peserta dengan kriteria pelajar, memiliki antusias atau giat dalam kegiatan *vlogging*, *content production* dan *videographer*.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan Bahan dan Instrumentasi Abdimas : Bahan dan Instrumentasi Abdimas yang kami gunakan adalah Laptop, *Infocus*, Materi Bahan Abdimas, spanduk, sertifikat baik bagi peserta maupun narasumber dan penyerahan plakat kepada narasumber serta dokumentasi.

Pelaksanaan Desain : Pelaksanaan abdimas dilaksanakan dua tahap.

Tahap 1 dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 30 September 2017, pada tahap ini narasumber yaitu Dharma Nasgul selaku *Youtuber* dan Bang Jek selaku Penulis Skenario akan menjelaskan mengenai Literasi Media Digital, Perkenalan

pada Media *Broadcast Online* dalam memaksimalkan *Adsense* melalui *Youtube*.

Tahap 2 dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 1 Oktober 2017, pada tahap ini peserta pun akan melakukan *screening* film komunitas berbasis digital.

Tahapan Proses : Terselenggaranya *workshop* “Literasi Media” telah melalui beberapa proses.

Pencarian narasumber yang tepat untuk menjadi pembicara dalam *workshop* ini.

Pencarian tempat untuk pelaksanaan *workshop* ini. Tim pelaksana awalnya akan mengadakan *workshop* ini di Balai Kota Depok, tepatnya di Perpustakaan Umum Daerah Kota Depok, namun dikarenakan adanya kegiatan lain yang jadwalnya bersamaan dengan *workshop* ini maka tim pelaksana mencari alternatif lain. Setelah mencari alternatif lain, maka diputuskan pelaksanaannya diadakan di Code Margonda, Lantai 2, Depok *Town Square*.

Kesimpulan

Dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini, kami dari tim pelaksana dapat menyampaikan kesimpulan yang mana kemudian bisa dijadikan bahan evaluasi yang dapat diperhatikan oleh institusi maupun rekan dosen. Adapun kesimpulan yang dapat tim pelaksana rangkum sebagai berikut:

Memperhatikan perizinan yang seharusnya dilakukan setidaknya 2 bulan sebelumnya.

Langkah selanjutnya adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan ketentuan yang sudah ditetapkan antara lain tempat dan jam yang sudah disosialisasikan melalui media sosial.

Memperhatikan acuan pemberian sertifikat yang harus memenuhi syarat kelayakan melalui tes.

Memperhatikan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga bisa membuat output yang baik, yakni berupa modul dan artikel yang harus dimasukan ke dalam jurnal ilmiah.

Adapun saran yang harus diperhatikan mencakup dua hal yakni perihal praktis dan juga perencanaan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut :

Lebih memperhatikan aspek - aspek penyampaian dalam pengabdian kepada masyarakat seperti bahan, dan evaluasi tes yang harus terencana.

Mengadakan kerjasama dengan *venue* atau pemberi tempat yang bisa memperlancar penyampaian pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Chau, C. (2010). *YouTube as a Participatory Culture, New Directions for Youth Development* vol 2010, issue 128.
- Downing, K. (2006). *Next Generation; What Leaders Need to Know About The Millennial, Leadership in Action.*
- Flew, T. (2002). *An Introduction; New Media.* Oxford Press.
- Gunawan, A. (2016). *Generasi Millennial untuk Jakarta.* Koran Kompas terbit pada tanggal 21 Maret 2016.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube> diakses pada tanggal 16 Maret 2016.
- Postigo, H. (2014). *The Socio-Technical Architecture of Digital Labor: Converting Play Into YouTube Money, New Media and Society.*
- Straubhaar and La, R. (2014). *Media Now.* SAGE Publication.
- www.female.kompas.com diakses pada tanggal 20 April 2016
- www.tempo.co.id diakses pada tanggal 20 April 2016